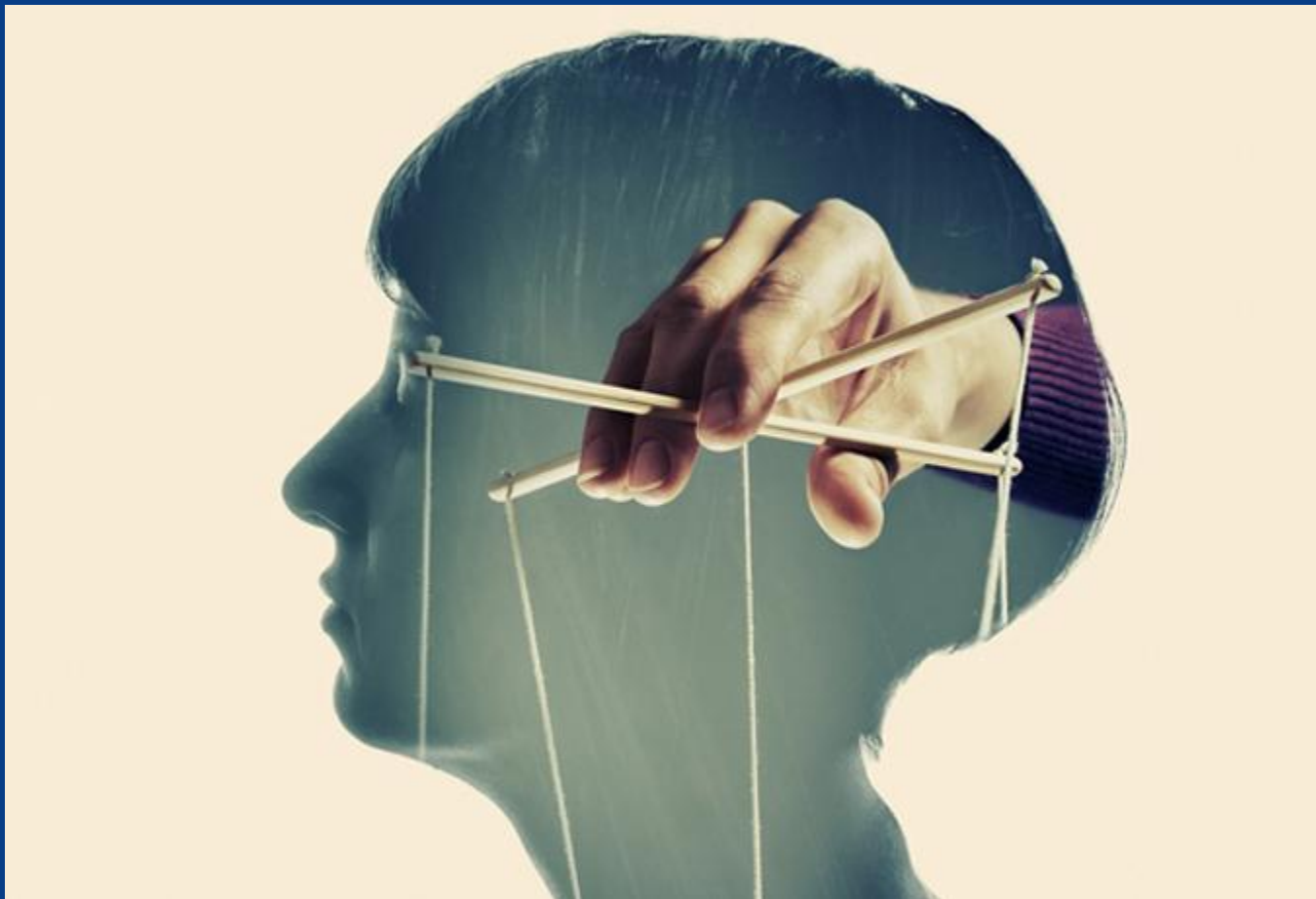


# МАНИПУЛЯЦИИ В РЕЧИ



Речевое воздействие - это воздействие на человека при помощи речи с целью побудить его сознательно принять нашу точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д.



*Вербальное (от латинского *verbum* - слово) речевое воздействие - это воздействие при помощи слов. При вербальном воздействии имеет значение в какой речевой форме вы выражаете свою мысль, в каких словах, в какой последовательности, как громко, с какой интонацией, что когда кому говорите.*

*Невербальное воздействие - это воздействие при помощи несловесных средств, которые сопровождают нашу речь (жесты, мимика, поведение во время речи, внешность говорящего, дистанция до собеседника и др.)*

## Речевое манипулирование

*- это воздействие на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение и т.д. бессознательно или вопреки его собственному мнению, намерению.*

*Речевое манипулирование - разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата/слушателя/читателя.*

**В основе речевого манипулирования лежат такие психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений.**



# Речевое манипулирование



*Межличностное  
общение*



*Массовые  
коммуникации*

# *Классификация приемов речевого манипулирования*

*1. Паралогические риторические приемы*

*2. Приемы демагогии*

*3. Стилистические приемы*

# 1. Паралогические риторические приемы

*– осознанные и целенаправленные отклонения от законов логики и правил формальной логики.*



# 1.1 Прием отождествлений, неправомерных аналогий

*Закон достаточного основания гласит, что всякая правильная мысль должна быть обоснована другими мыслями, истинность которых доказана*



Этот прием основан на использовании лексем *значит, соответственно, таким образом, из этого следует* и т.п. для того, чтобы гипотетическое выдать за аксиому: *Огурцы подешевели, значит, экономика идет на подъем.*

*Человек, надевающий повязку со свастикой, знает, что берет на себя Дахау, Освенцим, вторую мировую войну и оправдывает это. Пускай же те, кто идет за коммунистами, тоже знают, что они берут на себя и что оправдывают: красный террор, гражданскую войну, голодные коммуналки, ГУЛАГ. (Красноярский Комсомолец, февраля 1996)*

**Рассуждение против вмешательства государства в хозяйственную деятельность: «Экономика – это организм. А в организм вмешиваться нельзя – он сам знает, что ему лучше. Мы вот сидим, разговариваем, а печень работает себе, как надо».**

**Здесь не соблюдается принцип подобия, согласно которому должны выбираться факты и аналогии для аргументации, следовательно, приводимый аргумент не является достоверным и достаточным.**

***Только КПРФ выступает категорически против строительства капитализма в стране, и, соответственно, только КПРФ может адекватно выражать интересы большинства населения, испытавшего на себе все «прелести» рыночных реформ***

## ***1.2 Паралогизмы, основанные на нарушении закона тождества***

***Закон тождества гласит: каждая мысль в процессе данного рассуждения должна иметь одно и то же устойчивое, определенное содержание***

**Пример расширения тезиса:** Не выдерживает критики и постулат: мясо есть вредно. Опыты показали: нельзя снижать в рационе содержание белка ниже 1г на 1 кг массы тела. В противном случае вы заработаете авитаминоз, постоянную слабость, рассеянность, восприимчивость к стрессам и инфекциям.  
(Комсомольская правда, 27 ноября 2008г).

Вначале утверждается, что надо есть мясо (белковый продукт), а после происходит расширение тезиса: в рационе должно быть определенное количество белка (не мяса, а белка вообще).

## 2. Приемы языковой демагогии

*Языковая демагогия – разновидность языкового манипулирования, суть которого заключается в навязывании адресату одностороннего осмысления или оценки предмета обсуждения.*

*Такой способ подачи информации осуществляется на основании коммуникативного принципа деления мира/пространства на «своих» и «чужих».*



*Сферу общения всегда можно разделить на пространство «своих», находящихся в одном коммуникативном пространстве, на одной идеологической платформе, наблюдающих объект с одних и тех позиций, и «врагов», находящихся «по ту сторону баррикад», видящих объект совершенно с других позиций. Следовательно, можно выстроить такие коммуникативные цепочки:*

***Свой*** – тут, знаю, понимаю, люблю, хороший,

***Чужой*** – там, не знаю (и не хочу знать), не понимаю, не люблю, плохой.

## 2.1 Внедрение скрытых обобщений (Содержание текста воспринимается как очевидное)

*Например: Работы здесь на полчаса, но ведь они старики.  
Генерализация: старики не в состоянии выполнить даже легкую работу.*

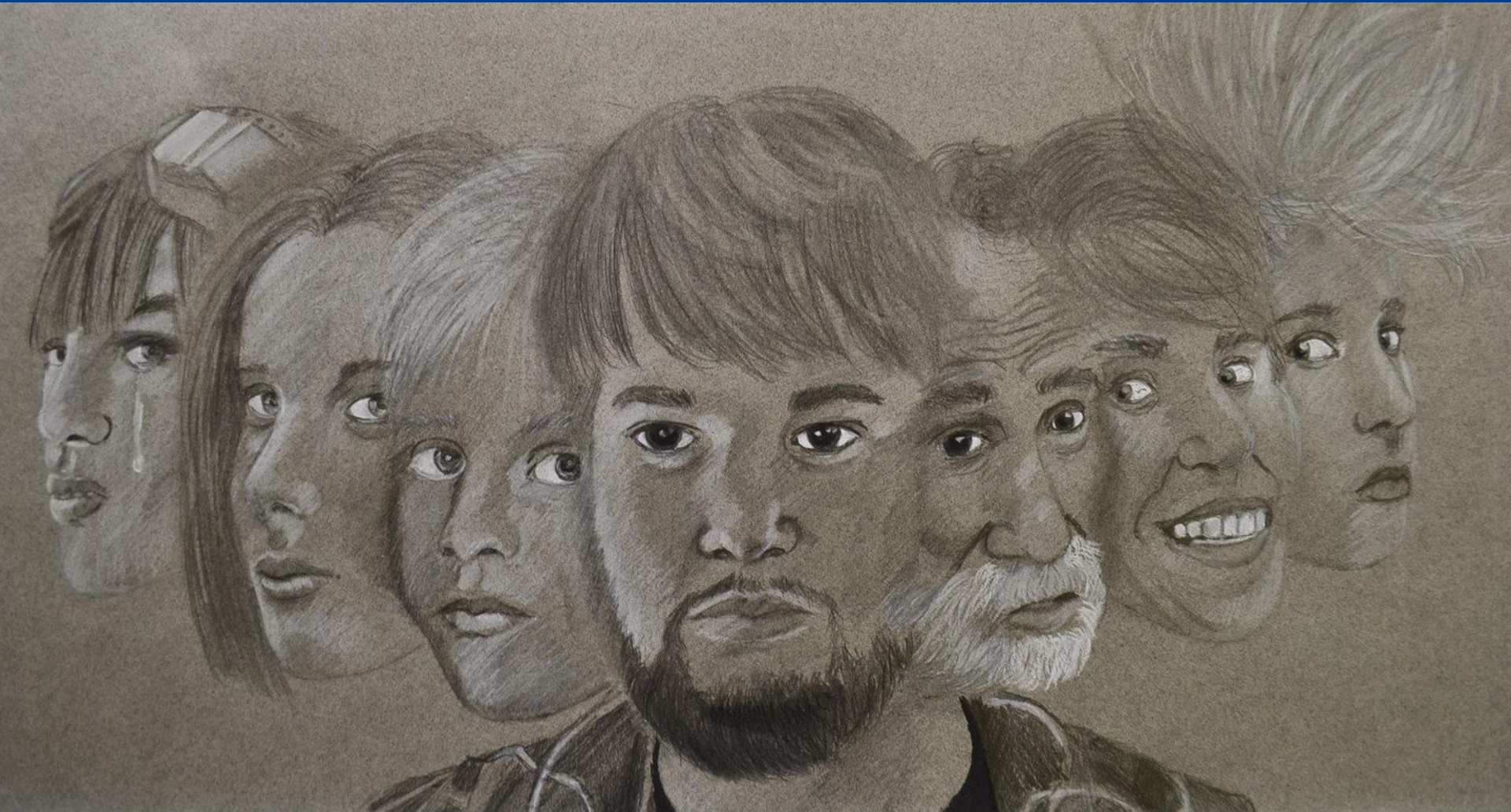
*Частица «ведь» скрыто передает мысль: «всем очевидно, что старики не способны выполнять даже легкую работу».*

*Аналогично: Выучить английский за год возможно, но ведь она вьетнамка. (Скрыто передается обобщение: (якобы) всем известно, что вьетнамцы не в состоянии выполнить даже простое дело).*



- Как Вы оцениваете кандидата Сидорова на этот пост?
- Более логическим представляется назначение на этот пост человека военного и разумного. (Скрытая генерализация: кандидат Сидоров невоенный человек и, соответственно, неразумный).

## 2.2 Плюрализация (множественность) (создание фантомной «своей» группы или группы «врагов»)



**а) неопределенно-личные и безличные конструкции:**  
*Давно подсчитано, что..., В окружении ушедшего премьеры со злорадством отмечали...., Всем известно, что ...*

**б) местоимения «мы», «наш» и «они», «их»:**  
*Справедливая Россия – наш ответ монополистам. / Сегодня нас беспокоит больше всего то, что может сделать Думу буквально парализованной. Все мы наблюдали с вами, как в течение этой кампании произошла схватка двух партий, сформированных властью.*

**в) местоимение «все»:** *Все понимают: в 2004 году в стране произойдет смена элит (Новая газета, 2004, №1, с. 5).*

## 2.3 Оформление суждений в виде пресуппозиций

*Суть этого приема заключается в том, что в семантике (смысле) текста скрыто (имплицитно) закладывается дополнительный смысл, задающий направление мысли собеседника. Этот дополнительный смысл подается как явный, якобы принимаемый изначально.*

*Он этого не сделает, потому что при его трусости это просто невозможно (сообщается, что он трус, и этот факт якобы уже принят всеми);*

*«Дилма» возвращает чаю традиционный вкус (читай: традиционный вкус чая был якобы утрачен, и этот факт ясен всем).*

*Современная уверенная в себе женщина покупает шубы в магазине «Березка»! (понимай: неуверенные и несовременные женщины делают покупки в других магазинах).*

## Какие суждения находятся в пресуппозиции в приведенных ниже текстах?

*В отличие от обычного мыла мыло «Сейфгард» убивает в два раза больше бактерий.../ После стирки обычным порошком на одежде остаются ворсинки и катышки. / Нанесите шампунь на влажные волосы и мойте голову, как обычным шампунем*

*С Б.Березовским отношения у них до сих пор так и не сложились. Как профессиональный разведчик, Путин всегда старался избегать опасных контактов (АиФ, 2005, №3)*



## 2.4 Навешивание ярлыков

*Этот прием основывается на таком психологическом механизме, как стереотипизация.*

*Стереотипы отучают человека анализировать явления, критически их оценивать, приучают принимать их безоговорочно. Для закрепления в сознании масс стереотипов пропаганда практикует многократное, настойчивое повторение одних и тех же слов, фраз, которые в конце концов становятся символами. Постоянное воспроизведение сфабрикованных стереотипов создает предпосылки для их некритического восприятия и усвоения аудиторией: Мафия бессмертна / красно-коричневая чума/ цивилизованное общество.*

*Навешивание ярлыков происходит посредством закрепления какой-то черты за человеком, предметом, объектом, которая и сообщается как единственная.*

## 2.5 Противопоставление подлинной и видимой реальности

*Говорящий присваивает себе право судить о том, какова эта подлинная реальность. Однако происходит подмена фактов их интерпретацией при помощи выражений: на самом деле.., в действительности ...*

*«По словам премьера Касьянова, правительство не считает, что введение спецсчетов для НДС как-то повлияет на рост цен. На самом деле проект больше напоминает очередную бюрократическую игру» (Новая газета, №4, с. 8).*

*И они, именуящие себя управленцами нового поколения [...], в действительности подопечные алюминиевых королей (из обращений к избирателям).*

# 3. Стилистические приемы

*3.1 Метафора*

*3.2 «Нагруженность языка»*

# 3.1 Метафора

*Метафоризация того или иного фрагмента действительности используется как прием экспрессии, который апеллирует не только к разуму, но и к чувствам.*

*Роль метафоры огромна:*

- она способствует упрощению понимания сложных явлений, понятий,*
- она способна привлекать и удерживать внимание,*
- также служит средством выражения позиции автора и может являться инструментом манипуляции.*

*Оценочная метафора часто становится тем обобщающим, ключевым словом, которое ложится в основу номинации и окрашивает окружающий его контекст. Таким ключевым словом стало слово «дом» в названии политической партии «Наш дом – Россия». Образ дома олицетворяет не просто уют и тепло. Психологи определили, что дом – это прежде всего стереотип безопасности, защиты от окружающего мира.*

## 3.2 «Нагруженность языка»

*Семантическая нагруженность текста осуществляется посредством*

*аффиксов: коммуняга, людишки, зверюга*

*слов-лозунгов, политических аффективов, которые вызывают однозначную реакцию массовой аудитории: **вера в идеалы, истина, человеческое достоинство, инновационный, великолепный.***

*Очень часто слова, имеющие самый неопределенный смысл, оказывают самое большое влияние на толпу. Таковы, например, термины: **демократия, социализм, равенство, свобода** и т.д., до такой степени неопределенные, что даже в толстых томах не удается с точностью разъяснить их смысл».*

**В наше время без точного понятийного значения широко используются и слова новый, настоящий: Новые люди в политике – новая жизнь / Новые технологии / Новые тенденции в дизайне; Толстяк! Свободу настоящему мужику!**

**грубой, просторечной, жаргонной лексики, выражений: профукать, быдло, мочить в сортире (высказывание В. Путина), надо врубаться, а чтобы врубаться, надо быть в тонусе (высказывание Д.Медведева)**

**В. Ющенко на Майдане: «Вас считают за быдло. Но вы — не быдло, вы — народ, и скажете своё слово, от которого зависит всё!»**

**Они эмоционально «заряжают» аудиторию и создают нужные манипулятору образы. Эмоции – основные деятели в психическом мире, а образы – строительный материал для эмоций.**



Речевая деятельность — выявление противоречий в рассказе, определение моделей восприятия и передачи информации.

## Восприятие мира



- Искажает
- Упускает
- Обобщает



- Искажает
- Упускает
- Обобщает



**Речь**



# Человек всегда...

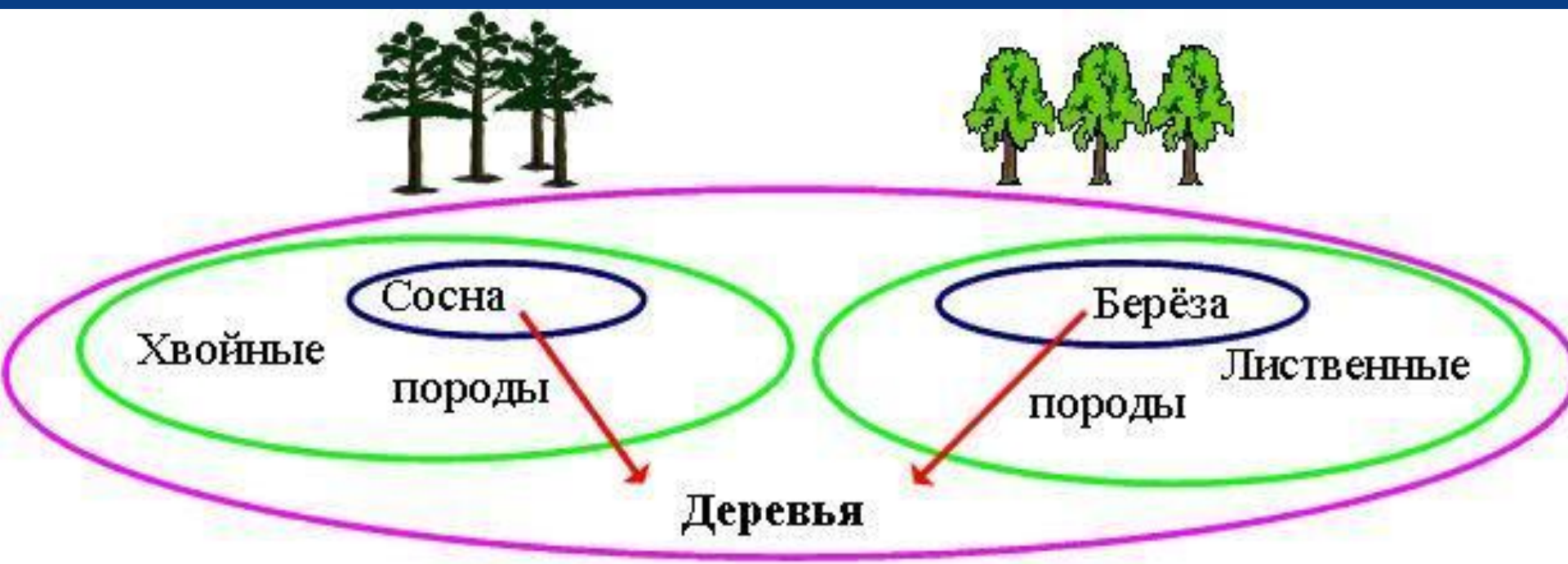
*Обобщение* , в том случае, если элемент указывает на весь класс без исключений ("все люди");

*Опущение* , в том случае, если какой-то элемент отсутствует (т.е. на этом месте "пусто");

*Искажение*, в том случае, если информации об элементе недостаточно для того, чтобы вполне однозначно его определить.

Соответственно, процессы "обратные":  
опущению – восстановление утраченной информации;  
обобщению – поиск исключений;  
искажению – конкретизация.

# Умолчание путем обобщения



## Неконкретные существительные и местоимения

*- позволяют неопределённо сообщить о том, кто выполняет действие, так и о том, над кем/чем это действие выполняется.*

*люди, женщины, дела, вещь, штука;  
это, эти, они, мы, все.*

*- **Учёные** установили...*

*- **Женщины** любят внимание.*

*- **Дети** обращают внимание на яркие **вещи**.*

*Если неизвестно о чём речь, то можно использовать слова "дело", "вещь", "это".*

# Неконкретные глаголы

*Неконкретные глаголы, в свою очередь, позволяют говорить неопределённо о процессе.*

*думать, знать, рассуждать, понимать, делать выводы, осознавать, обращать внимание.*

**- Обратите внимание** на то, что происходит.

*Не "посмотрите", (потому что собеседнику может удобнее "прислушаться" или "почувствовать"), а именно "обратите внимание". А уж каким способом – это как ему удобнее будет.*

**- Вы понимаете**, о чём речь?

**- Сделайте** нужные выводы.

# Универсальные количественные

*всё, никогда, каждый, всегда, никто, всякий;*

*Универсальные количественные позволяют говорить максимально общо.*

- **Всё** происходит в своё время.*
- **Всегда** есть возможность выбора.*
- **Каждый** может достичь желаемого.*

# Модальные операторы необходимости

*Модальные операторы необходимости создают отсутствие выборов относительно действия.  
должен, обязан, вынужден, надо;*

*Слова вроде "должен" и "обязан" сообщают об отсутствии выборов.*

- Вы должны это сделать к завтрашнему числу.*
- Надо прийти вовремя.*
- Я вынужден вас огорчить.*
  - **Надо** прийти вовремя.*
  - **Вы должны** изменить свою жизнь.*

# Утерянный перформатив

*Утраченный перформатив создаёт впечатление, что идея "витает в воздухе", что это общее правило. Так же использование утраченного перформатива в речи позволяет избежать сообщения о том, откуда взята информация.*

*это важно; решено, что; известно, что; совершенно верно; здорово делать вовремя;*

*Утерянный перформатив – это сообщение о мнении, без сообщения об авторе.*

- **Считается**, что нужно делать так.
- **Принято решение**: "отказать в просьбе".
- **Известно**, что Иванов любит приврать.
- **Общепринято**, что в гости ходят с подарком.
- **Решено**, что все должны прийти завтра в 9.30

# Сравнение с умолчанием

*Сравнение с умолчанием создаёт "абсолютное качество" предмета или события.*

*это лучше; они качественней; это правильнее;*

*Если сравнить с чем-то конкретным, у человека могут возникнуть вопросы, сомнения... А так "лучше" (качественней, правильнее, умнее) – и всё.*

- Панасоник лучше.*
- Правильнее сделать так.*
- Иванов умнее.*
- Этот телевизор лучше.*
- Лучше, если вы придёте завтра к 9.15*



# Умолчание путем опущения



# 1. Отсутствие

## ответа

*Хороший вопрос...*

*Я рад, что ты меня спросил...*

*Интересно(Забавно). Кстати где наша...*

## 2. Амнезия

*Что-то не припомню...*

*Насколько я помню, нет*

*Дай-ка подумаю, припомню...*

*Это было так давно...*

# 3. Игнорирование

*Простое закрывание глаз*

*Отсутствие ответа на вопрос*

*Заняться другим делом, не отвечая на вопрос*

## 4. Философский ответ

*А если на это посмотреть с другой стороны...*

*Чисто теоретически...*

*С философской точки зрения*

*В некоторых культурах такого запрета нет...*

## 5. Давление на совесть

*Ну вот, давай меня на полиграф сажать...*

*Знаешь, мне обидно!*

*Я думал, ты мне доверяешь!*

*Понятно, ты хочешь разрушить то, что так  
долго создавалось*

## 6. Давление на жалость

*Так и знал, что этим кончиться!*

*Так и знал, что ты так решишь...*

*Ну да, теперь мне терять совсем нечего...*

*Ну конечно, давайте*

*Поймите, у меня семья, дети...*

# 7. Затупить – не понять

*Что-что?*

*Не понял?*

*Уточни детали?*

*Кто я?*



## 8. Жалобы на контекст

*Здесь так жарко... (холодно)*

*Голова болит...*

*Что-то мне не хорошо...*

*Давай отложим разговор*

# Искажение



# 1. Усиленные оправдания

*Я не вор, я никогда не брал этих денег...  
Зачем мне это делать- меня все устраивает  
на все 100!*

## 2. Атака вопросами

*Повторение вопроса*

*Собеседник требует конкретики*

*Агрессивные встречные вопросы*

# 3. Тирада

*Быстрая усиленно-эмоциональная речь*

## 4. Увертка, вместо прямого ответа

*Сбивающая с толку “увертка”. Т.е хитроумный ход не сказать правды, увильнув от ответа.*

*(На выставке)*

*-Как тебе мои работы?*

*-Все эти люди здесь.... Пришли посмотреть на твои работы. Ты молодец!*

# 5. Подача правды в виде лжи

## **6. Сказать правду но скрыть истинную причину эмоции**

*Мне страшно, потому что.....*



# Советы по анализу голоса и речи

1. Самое главное, что здесь нужно уметь- это сконцентрироваться на слухе, но при этом, не забыв о других признаках обмана.
2. Определите стандартную линию поведения. Обратите внимание на эмоциональность речи, высоту и на лексикон.
3. Ставьте точные вопросы, на которые тяжело было бы ответить «уклоном». Анализируйте причины уклонов и отмечайте, на что именно человек реагирует подобным образом.

4. Следите за эмоциями собеседника. Под влиянием эмоции человек может не контролировать речь, допускать ошибки и оговорки. Хороший способ вывести человека на чистую воду – это спровоцировать эмоцию.

5. Детальность. Чем больше детализации в рассказе собеседника, тем больше вероятности, что он говорит правду. Соответственно и наоборот. Следите за деталями.

6. Следите за интонацией голоса.

7. Обращайте внимание на оговорки.

8. Принимайте во внимание характер человека, его лексикон, возможные дефекты речи.

*Не победить,  
а убедить – вот что достойно славы.*

**В. Гюго**

# **Универсальные приемы убеждения**

# УБЕЖДЕНИЕ

психологическое воздействие,  
цель которого состоит в том, чтобы адресат этого воздействия принял точку зрения инициатора воздействия.

## ОБЩАЯ МОДЕЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

**ВОВЛЕЧЕНИЕ В КОНТАКТ**

предъявление адресату информации с целью активизации его определенной направленности в соответствии с целью воздействия инициатора

+

**ФОНОВЫЕ ФАКТОРЫ**

использование состояния сознания и функционального состояния;  
создание благоприятного внешнего фона

+

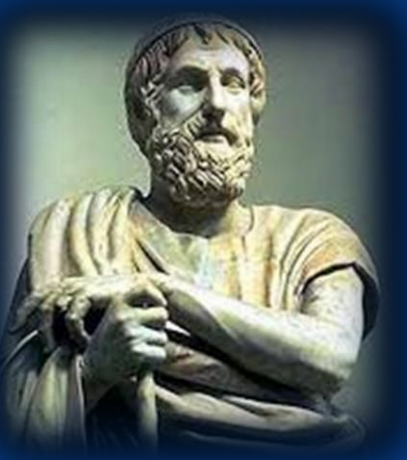
**ВОЗДЕЙСТВИЕ НА МИШЕНИ**

источники мотивации адресата:  
его актуальные потребности, и их проявления:  
интересы, влечения, убеждения, чувства, эмоции и т. п.

+

**ПОБУЖДЕНИЕ К АКТИВНОСТИ**

то, что стимулирует, подталкивает адресата к активности в заданном инициатором направлении (принятие решения, совершения действия).



# Правило Гомера Гомера

1

**Очередность приводимых аргументов влияет на их убедительность.**

**Наиболее убедительны аргументы, изложенные в следующем порядке:**

**СИЛЬНЫЕ – СРЕДНИЕ – ОДИН САМЫЙ СИЛЬНЫЙ**

*степень убедительности аргументов определяется с позиции собеседника*

**Чтобы получить положительный ответ на важный вопрос, поставьте этот вопрос на третье место, после двух коротких, простых для собеседника вопросов, на которые он без затруднения ответит вам «Да»**

*Этому правилу 2 400 лет*

# Правило Паскаля

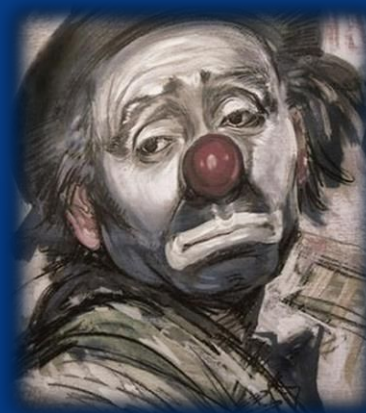
Не загоняйте собеседника в угол.  
Дайте ему возможность «сохранить лицо».

*«Ничто так не разоружает,  
как условия почетной капитуляции»*

В Инструкции налогового ведомства США указано, что нелегальные доходы тоже подлежат декларированию и облагаются налогом



Убедительность аргументов в значительной степени зависит от имиджа и статуса убеждающего





## Не загоняйте себя в угол, не принижайте свой статус

*Доброхот уговаривает пьяницу бросить пить.*

*«Да мне уже поздно...» – отвечает тот.*

*«Нет, никогда не поздно».*

*«Раз никогда не поздно, так я как-нибудь потом...»*

**Не принижайте статус собеседника  
и не наносите ущерб его имиджу**



**К аргументам приятного им собеседника люди относятся снисходительно,  
к аргументам неприятного – критически**



Начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чем вы согласны с ним



## Проявите эмпатию к собеседнику



## Будьте хорошим слушателем

Внимательно слушать – значит «услышать» больше того, что произнесено

*На прием к психотерапевту пришла женщина, она хотела посоветоваться, выходить ли ей замуж за человека, сделавшего ей предложение.*

*Рассказывая, что ей в нем нравится, а что не нравится, женщина сказала:*

*«Он зачесывает волосы с одной стороны на другую, чтобы прикрыть лысину, – это так раздражает.*

*Ну ничего, у меня он так ходить не будет!»*



## Избегайте конфликтогенов

Всевозможные проявления превосходства, агрессии и невоспитанности (грубость, угрозы, насмешки, замечания, хвастовство, запелляционность, навязывание советов, перебивание собеседника, обман, утаивание информации и т. п.)

## Проверяйте, правильно ли вы понимаете друг друга

*мать на вопрос сынишки*

*«Откуда я появился?»*

*разразилась лекцией о воспроизводстве человеческого рода*

*на что сынишка спросил:*

*«Сосед говорит, что они приехали из Гомеля. А мы откуда?»*



Следите за мимикой, жестами и позами –  
своими и собеседника



Покажите, что предлагаемое вами удовлетворяет  
какую-либо из потребностей собеседника

14

# Пирамида А. Маслоу

Потребность в самовыражении

потребность личного совершенствования, персональное развитие

Потребность в признании

потребность в уважении окружающих, самооценка

Потребность в принадлежности

любовь, дружба, общение

Потребность в безопасности

личная безопасность, здоровье, стабильность

Физиологические потребности

еда, вода, кров, сон





**«Молчание – это искусство,  
но это еще и красноречие»**

**Цицерон**



*«Не держись устава, аки стенки.*

*В каждом случае надо и голову приложить»  
приложить»*

СИБИРСКИЙ ЦЕНТР ДЕТЕКЦИИ ЛЖИ

**МОИСЕЕВА АЛЛА**

<http://detectorsfo.com>  
[as\\_detector@mail.ru](mailto:as_detector@mail.ru)

8-913-917-17-57

8 (383) 375-07-99