

A woman with short blonde hair, wearing a white long-sleeved shirt, is speaking at a wooden podium. She is smiling broadly and has her arms raised in a gesture of enthusiasm or emphasis. A microphone is positioned in front of her. The background is a green wall with a pattern of large, stylized leaves.

**Методы вербального
воздействия на аудиторию.
Способы защиты от
манипуляций.**

Самара 2011

Введение.

Профессиональное владение речью являлось и является важной составной частью успеха многих профессиональных поприщ. Ораторское искусство, начиная с Древней Греции, считалось неотъемлемым качеством вождей, героев и лидеров. В античные времена обучение риторике и приемам ведения диалога сделалось обязательным. С тех пор вербальный вид коммуникации является ключевым элементом человеческого общества. Причем артистичное владение голосом, его тембром, тональностью, умение расставлять акценты подчас становится важнее самого содержания сообщения. Кроме того, различные оттенки голоса формируют в сознании аудитории имидж коммуникатора.

Владение речью сегодня – важнейшая профессиональная составляющая человека. Тем более, слово - это один из главных инструментов PR-специалиста и рекламиста. Правильная, спланированная и нацеленная на достижение поставленной цели речь – залог успеха в этих областях. На сегодняшний день с развитием разнообразных каналов СМИ человек-аудитор загружается огромным потоком информации. Часть сообщений он отмечает, часть забывает, а оставшаяся часть прочно закрепляется в его памяти. Вот здесь и имеют место различные приемы речевого воздействия в рекламе и Паблик Рилейшнз.



Специалисты в сфере рекламы и PR-менеджеры, нередко при манипулировании эксплуатируют особенности восприятия, интерпретации и запоминания человеком информации в целом и рекламной информации в частности.

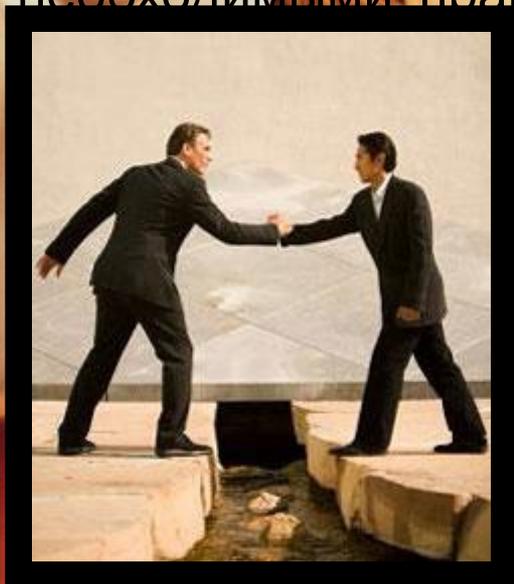
Целью данной курсовой работы является изучение того, каковы место и роль вербальных коммуникаций в сфере PR, эффективность данного вида коммуникаций и защита от агрессивных манипуляций, в ходе основной коммуникации. А целью являются следующие задачи:

- 1. Изучить и проанализировать виды манипуляций по исследуемой теме.
- 2. Предложить стратегии для лучшего восприятия вербального сообщения, изучить методы защиты от манипуляций.
- 3. Предложить способы защиты от агрессивных манипуляций, предложить способы защиты.



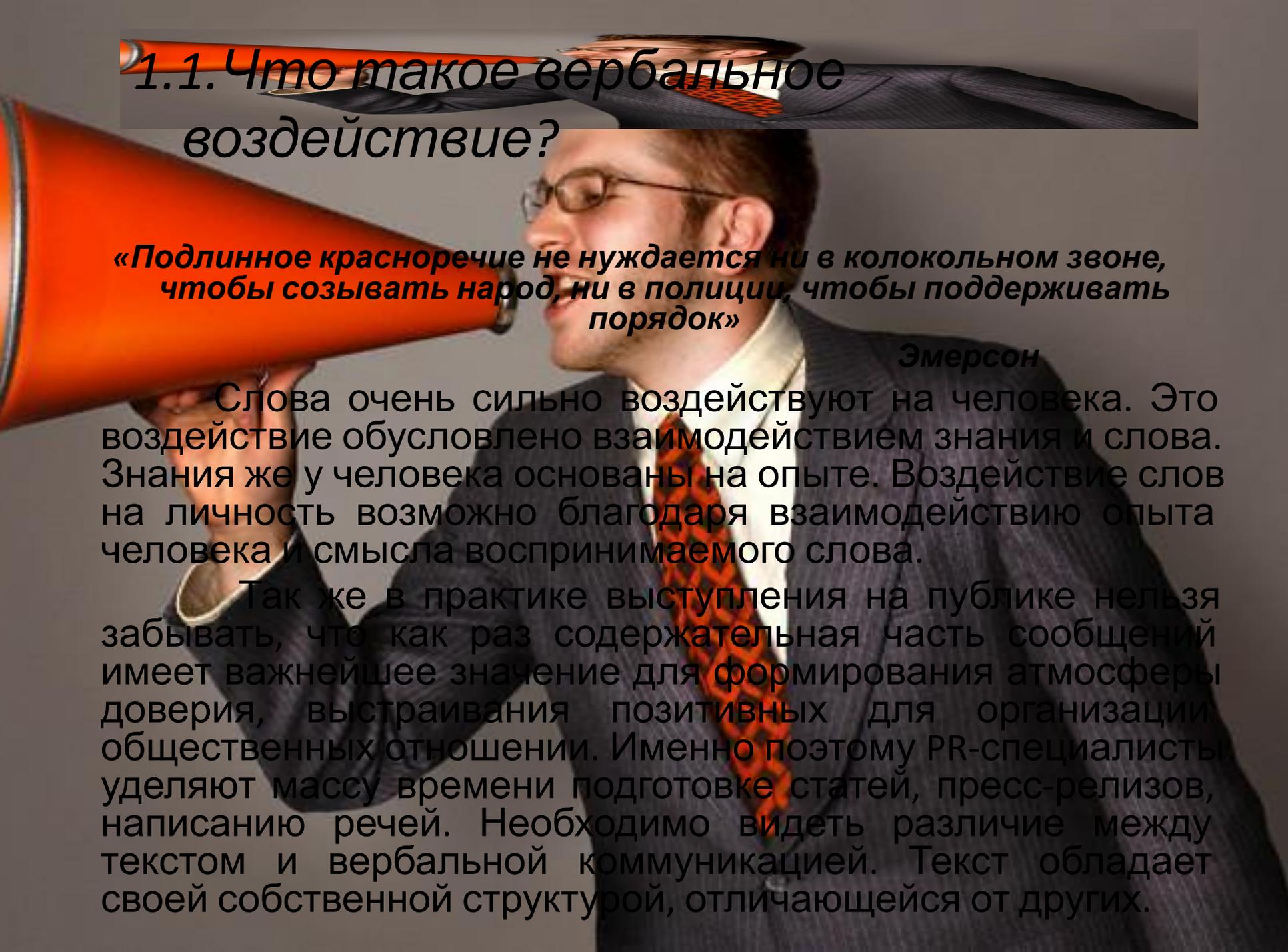
Ведь, не только умение правильно использовать свою речь, поддержать контакт с собеседником, умение манипулировать с помощью вербального воздействия, являются основами PR-специалиста. Немало важно и самому не попасться в чужие сети и противостоять манипуляциям других.

Знание таких деталей, бесспорно, является важным при построении вербальной коммуникации. Ещё важнее – выбор стратегии вербального воздействия коммуникатора на аудиторию. Стратегия включает в себя совокупность личностных качеств коммуникатора, его знания основ психологии аудитории, умение определить близкие





**Глава 1. Вербальное
воздействие.**

A man in a dark suit, white shirt, and patterned tie is speaking into a large orange megaphone. He is wearing glasses and has a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

1.1. Что такое вербальное воздействие?

«Подлинное красноречие не нуждается ни в колокольном звоне, чтобы созывать народ, ни в полиции, чтобы поддерживать порядок»

Эмерсон

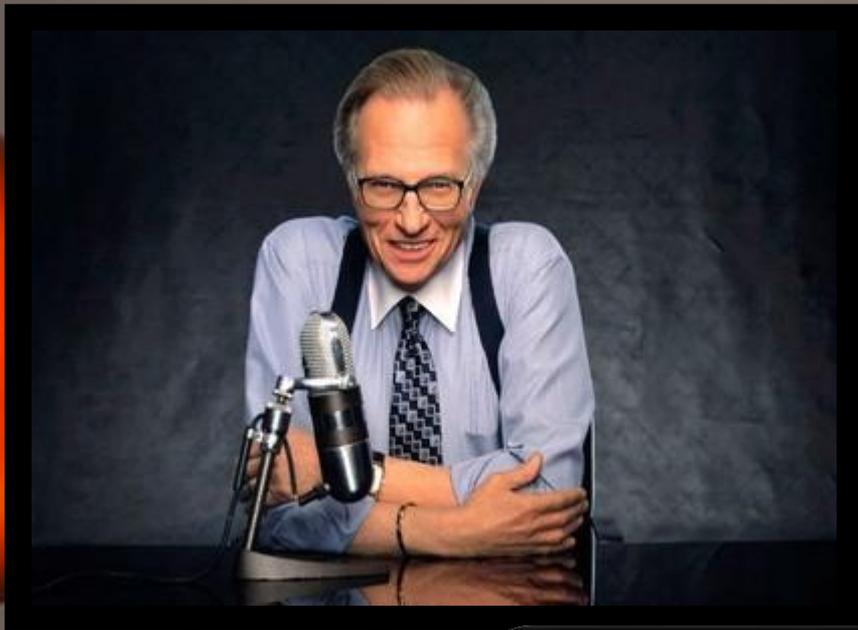
Слова очень сильно воздействуют на человека. Это воздействие обусловлено взаимодействием знания и слова. Знания же у человека основаны на опыте. Воздействие слов на личность возможно благодаря взаимодействию опыта человека и смысла воспринимаемого слова.

Так же в практике выступления на публике нельзя забывать, что как раз содержательная часть сообщений имеет важнейшее значение для формирования атмосферы доверия, выстраивания позитивных для организации общественных отношений. Именно поэтому PR-специалисты уделяют массу времени подготовке статей, пресс-релизов, написанию речей. Необходимо видеть различие между текстом и вербальной коммуникацией. Текст обладает своей собственной структурой, отличающейся от других.

1.2. Условия, способствующие эффективной вербальной коммуникации

Вербальная коммуникация формирует основные характеристики стратегии Паблик Рилейшнз. Она помогает создавать сообщения, воспринимаемые и понимаемые широким кругом целевой аудитории, что существенно влияет на реакцию последней. Поэтому чтобы установить контакты и осуществить вербальную коммуникацию, существует немало способов. Ведь умение выступать публично - важный навык специалиста по связям с общественностью.





Итак, с чего же начать? Что делать, чтобы аудитория восприняла ваше сообщение?

Во-первых, нужно сформулировать цель вашего выступления. Основные критерии оценки содержания речи достаточно просты - она должна соответствовать поставленной цели, быть уместной, понятной аудитории,



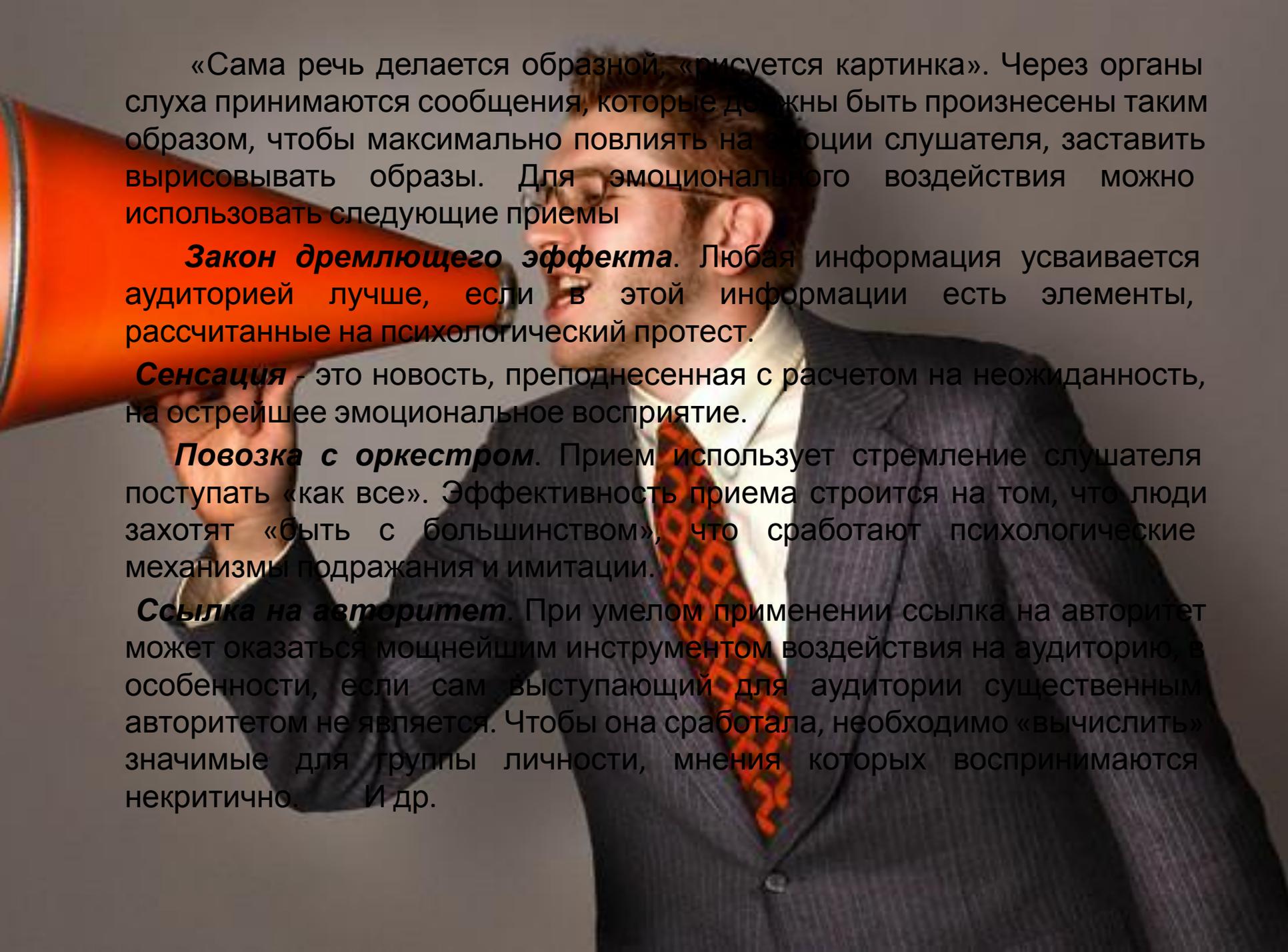
и соответствующей степени сложности. Речь не должна содержать лишней информации - аудитория должна воспринимать только самое главное.

Начиная с начала и заканчивая окончанием произнесенные слова должны быть понятны аудитории, не вызывать вопросов, не вызывать скуку.

В заключение резюмирует основные моменты выступления, повторяет основную мысль выступающего и наиболее важные моменты.

мысль выступающего

и наиболее

A man in a dark suit, white shirt, and patterned tie is speaking into a large orange megaphone. He is wearing glasses and has a focused expression. The background is a plain, light-colored wall.

«Сама речь делается образной, «рисует» картинку». Через органы слуха принимаются сообщения, которые должны быть произнесены таким образом, чтобы максимально повлиять на эмоции слушателя, заставить вырисовывать образы. Для эмоционального воздействия можно использовать следующие приемы

Закон дремлющего эффекта. Любая информация усваивается аудиторией лучше, если в этой информации есть элементы, рассчитанные на психологический протест.

Сенсация - это новость, преподнесенная с расчетом на неожиданность, на острейшее эмоциональное восприятие.

Повозка с оркестром. Прием использует стремление слушателя поступать «как все». Эффективность приема строится на том, что люди захотят «быть с большинством», что сработают психологические механизмы подражания и имитации.

Ссылка на авторитет. При умелом применении ссылка на авторитет может оказаться мощнейшим инструментом воздействия на аудиторию, в особенности, если сам выступающий для аудитории существенным авторитетом не является. Чтобы она сработала, необходимо «вычислить» значимые для группы личности, мнения которых воспринимаются некритично. И др.

При вербальном воздействии важно, в каких речевых формах говорящий выражает свою мысль, в какой последовательности приводит те или иные факты, как громко, с какой интонацией говорите.

Итак, Требования к говорящему, для лучшего вербального воздействия на аудиторию, таковы:

- Речь должна строиться с учетом индивидуальных особенностей слушателей.
- Она должна быть последовательной, логичной, максимально доказательной, должна содержать конкретные и обобщающие положения, так и конкретные примеры.
- Необходимо анализировать факты, известные слушателям.
- Говорящий должен быть глубоко убежден в том, что говорит или доказывает.

Но следует не забывать, что значение и смысл могут различаться в восприятии разных людей и оказывают разное воздействие (тут влияют уровень самооценки, широта опыта, интеллектуальные способности, особенности характера и типа личности).



A woman with dark, wavy hair, wearing a white blazer and a necklace, is smiling and looking towards a laptop screen. The background is a blurred office environment with other people and computer monitors. The text is overlaid on the bottom half of the image.

Глава 2. Манипуляция, как метод вербального воздействия.

2.1. Понятие манипуляции.

Манипуляция – скрытое управление в эгоистических целях.

Итак, чтобы называться манипуляцией, методика влияния или само воздействие на аудиторию должны иметь следующие обязательные атрибуты:

- четко обозначенное намерение, цель воздействия;
- управление, контроль над объектом воздействия для достижения поставленных целей;
- скрытость, неочевидность влияния;

Можно выделить пять основных наборов методов манипулятивного воздействия. Все методы имеют психологическую составляющую, по сосредоточены вокруг своеобразных центров тяготения:

- формата сообщения
- внутреннего мира потребителя
- органов чувств потребителя
- логики построения рекламного сообщения
- формы представления статистических данных

Как нетрудно заметить, четко обозначены цели, стремление управлять поведением потребителя и искусность воздействия - свойства любой реализованной на профессиональном уровне рекламной деятельности. Следовательно, главным индикатором манипулятивной природы того или иного приема является скрытость и неочевидность воздействия, отвлекающие ходы.



2.2. Методы манипулирования аудиторией.

Манипуляция может осуществляться
анно, а может и осмысленно, поэтому в
иной степени каждая манипулятивная



- воздействи
- потребн
 - мировоз
 - знания с
 - отношен
 - способ м
 - умения, л
 - - психиче

Для этого нужно знать адресата воздействия: то, что может оказать воздействие на одного адресата, с другими не сработает. Выбор мишеней воздействия предполагает сбор информации об адресате воздействия.

Контекстуальное оформление — оформление воздействия таким образом, чтобы избежать манипуляции. Организация взаимодействия таким образом, чтобы проконтролировать «вне ситуации взаимодействия; прежде всего физическим условиям относится место оформления.

Особый вид контакта составляет подстройка. Техника присоединения к партнеру по движениям, позе, это присоединение по движениям, позе, также присоединение к ведущей репрезентации (визуальной, кинестетической, аудиальной) осуществляется и по эмоциональному состоянию.

В процессе присоединения ведется «земляк», «коллега», «братья-славяне», «родина» вид присоединения — «присоединение к реальное разделение участником о своих интересах, взглядов, действий партнера».

Манипуляция начинается тогда, когда используется для формирования доверия, использовано в манипулятивных целях. все приемы аттракции, чтобы создать впечатление, стимулируется симпатия, формируется ситуация откровенности, вытесняется желание скрыть информацию.



Психологическое пространство взаимодействия складывается между общающимися сторонами с момента установления контакта. Как и физическое пространство, оно имеет свои



Событие, происходящее в этом пространстве, инициируется, организуется, управляется. Событие совершается партнерами по общению. Для описания психологического пространства, так и его параметров: территория, дистанция, уровни воздействия, динамика процесса взаимодействия. Факторами, составляющими психологическое пространство, являются: территория, дистанция, уровни воздействия, динамика процесса взаимодействия.

Происходит постоянное нарушение баланса. В социальном взаимодействии — это степень удаленности партнеров, определяемая наличием препятствий на пути сближения людей. Цель — в том, чтобы сократить дистанцию между партнерами до максимально возможного уровня.

Инициация процессом взаимодействия партнеров — инициатива. Выступая инициатором события, партнер берет на себя

ответственность за него.

Исследователи манипуляций подчеркивают технологическую необходимость маскировки манипулятивного намерения без

Скрытое воздействие, однако, скрыто от адресата лишь психологически. Феноменально оно встроено в сюжет «легенды» как набор вполне легальных элементов. Они могут выглядеть или как часть данной легенды (если манипуляция достаточно искусна), или как случайные включения, на которые обычно не обращают внимания.

Тонкость манипулятивного воздействия в значительной степени зависит от мастерства манипулятора в использовании средств коммуникации, как вербальных, так и невербальных.

На вербальном уровне используются следующие способы психологического давления:

- *универсальные высказывания, которые невозможно проверить*, а потому они и не подлежат обсуждению: «Все мужики — гады...»
- *генерализация (расширенные обобщения)*: (а) на группы людей — «Нужны ответственные люди. Но ведь они студенты» — скрытая генерализация. «Студенты не могут быть ответственными людьми»; (б) во времени — «всегда», «постоянно», «вечно»;
- *неявное указание на общепринятые нормы*: «Вы даже компьютер не выключили» — давит сильнее, чем простое указание «Выключите компьютер».
- *маскировка под пресуппозиции (неявные допущения)*: «Несмотря на их отношения их все-таки послали вместе в командировку» — этим сообщается, что «У них «такие» отношения»;
- *неопределенный референтный индекс*: «В министерстве считают ...», «Есть мнение ...», «Говорят, что ...», неопределенное «они»;
- *умножение действий, имен, ситуаций*: «Ох, уж эти мне контролеры ...», «Из-за чего у нас бухгалтеры увольняются?» (по факту одного увольнения);
- *«коммуникативный саботаж»*, при котором предыдущая реплика игнорируется, а в ответ вводится новое содержание: «Я могу получить справку?» — «Вы что, объявления не читаете?»;
- *двузначность*: «Будете стараться, получите премию» — затем можно сказать, что старания были недостаточны;
- *-замещение субъекта действия*: «История не простит нас...». «Какое у нас сегодня

2.3. Признаки манипулирования сознанием.

Для того чтобы знать, манипулируют нашим сознанием при вербальном воздействии или во-первых можно по следующим действиям.

Итак, советую насторожиться, если вы заметили, что ваш партнер:

- Стараются слишком приблизиться или, наоборот, отдалиться, нарушая границы вашего психологического пространства или разрывая необходимую дистанцию для контакта.
- Принимает закрытые позы, систематически подпирает голову или излишне суетится.
- Завораживающе смотрит, не отводя глаз, или, наоборот, часто отводит взгляд, смотрит вдаль, мимо вас.
- В серьезные моменты трет кос, ухо, шею, прикрывает рот или, наоборот, слишком уравновешен и спокоен, даже в напряженных ситуациях.
- Часто ссылается на третьих лиц.
- Нередко отвечает уклончиво, например, на вопрос вопросом «А что вы сами об этом думаете?», «А как бы вы поступили?».
- Использует «технику отзеркаливания» (подстройка к вашему поведению, позам, речи).
- Пытается заняться при вас каким-то делом (что-то рисует, усиленно вертит ручку, Ну и, наконец, для переговоров (по его инициативе) выбрано неудобное для вас время или место. Кроме того, манипулирование можно ощущать. Для чего полезно каждому заиметь собственный антиманипулятивный барометр.

Какие внутренние ощущения своевременно помогут обнаружить начало манипулирования вами?

Дисбаланс.

Вы чувствуете сразу несколько противоречивых эмоций: радость и тревога, воодушевление и дискомфорт, гордость и обида.

Стандартная реакция — при общении с некоторыми людьми у вас возникают определенные повторяющиеся состояния: дискомфорт, чувство вины, никчемности, подавленности, беспричинной благодарности, благодати.

Неадекватность.

У вас начинается приступ гнева после какого-либо вроде бы несущественного замечания партнера, появляется безотчетная тревога во время мирного обсуждения малозначительных проблем.

Неадекватность — это не просто индикатор манипуляции, это стрессовое состояние, которое разрушает нашу психику и наше здоровье в целом. Поэтому именно этой реакции нужно уделить особое значение. Когда вместо досады мы ощущаем тоску, вместо огорчения — отчаяние, вместо недовольства — бешенство, это значит, что задето наше чувство социальной значимости, самоуважение, самооценка.

Значит, кто-то манипулирует не только нашим поведением, но и нашим самоощущением себя как личности.



Глава 3. Как защититься от манипуляций?

Способы защиты от манипуляций.

Нам часто приходится сталкиваться с попытками других людей управлять нашим поведением. В психологии такое управление принято называть манипуляцией. Можно ли защититься от такого воздействия? Какие есть способы защиты? Технологическим ухищрениям манипулятора желательно противопоставить особые техники пассивной защиты, специально ориентированные на отражение манипулятивного психологического воздействия.

Итак, основные способы защиты

Дистанцирование адресата манипуляции от манипулятора. Максимально возможное в рамках заданной деловой ситуации увеличение личностной зоны общения с манипулятором позволяет избежать адресату манипуляции значительного влияния психологического пространства манипулятора и включенных в него активированных психических комплексов, агрессии и силового давления.

Выстраивание смысловых и семантических барьеров с манипулятором при обсуждении вариантов решения деловой проблемы.

Уклонение от психологического контакта с манипулятором.

Выявление метакоммуникаций — скрытых смыслов, мотивов, предположений, предпочтений, интерпретаций в коммуникативном потоке информации, транслируемой манипулятором.

Внимательное отслеживание адресатом ответов манипулятора на поставленные вопросы и регистрация возможного возникновения в этих ответах оговорок и обмолвок поможет ему установить некоторый скрытый смысл в предлагаемом манипулятором варианте решения деловой проблемы.

«Уход» от предсказуемости в деловых переговорах и действиях

Рассмотренные особые техники пассивной защиты от манипулятивного вторжения обладают разной степенью эффективности, и в технологическом плане делового общения диктуется заданными деловой ситуации технологии, исполняемой манипулятором.

Наряду с техникой защиты адресат может использовать коммуникации и техники защиты. Основная техника — дестабилизация активности манипулятора, то есть отказ от своих манипулятивных намерений.

Существенное отличие активной защиты от пассивной — в их тотальном протесте против манипулятивного воздействия на



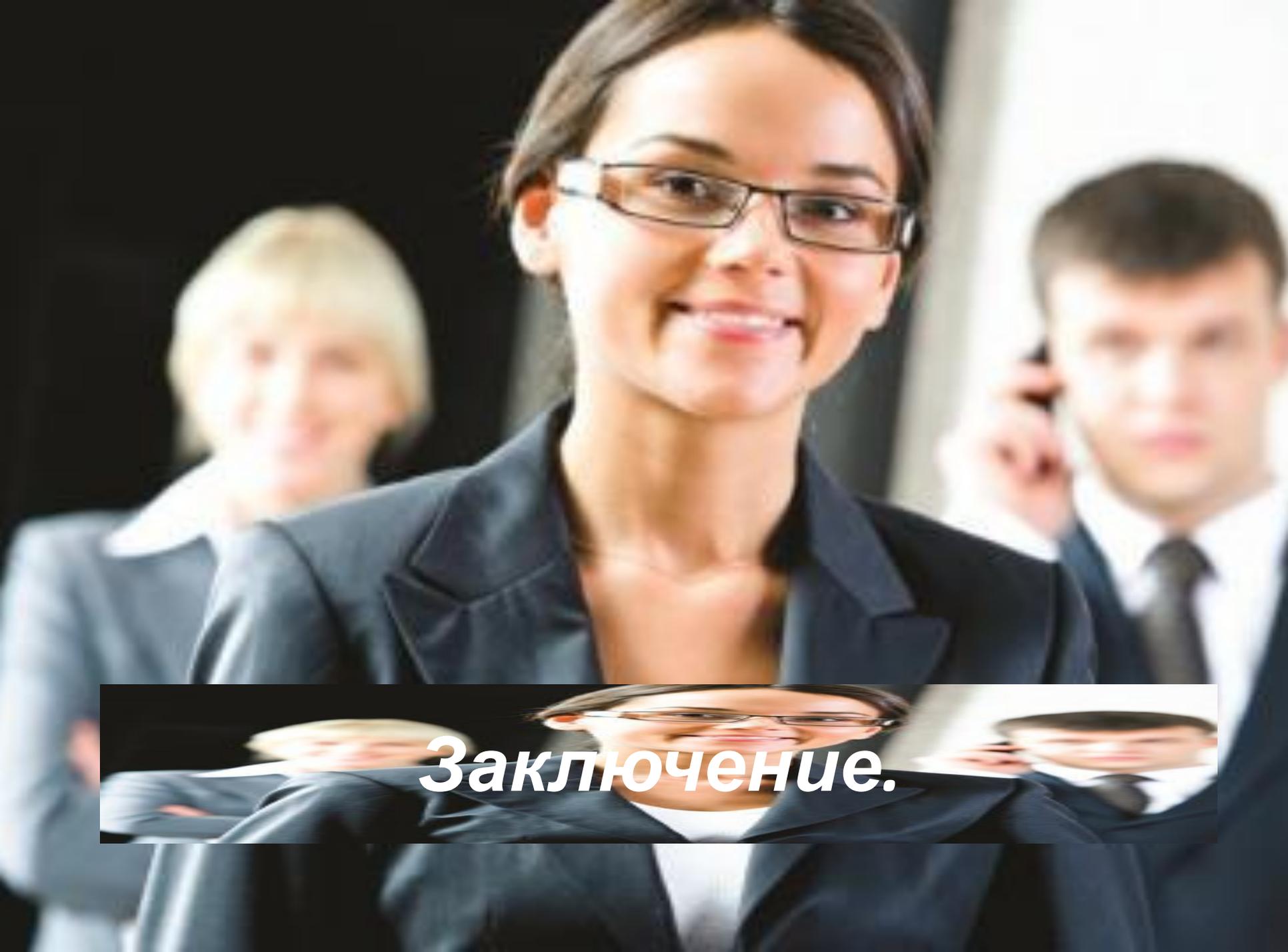
Здесь следует иметь в виду и некоторые инструментальные особенности встречной манипуляции:

Ирманипулятивные ра-адресата будут ся до тех пор, пока овсем не откажется от й.

ществуя встречную адресату необходимо выстраивать в своей структуре своеобразные ивные «щиты», е манипулятивному

встречной редпринимаемой тоят не только в том, «едить» манипулятора, но добиться решения емы с учетом нтересов.



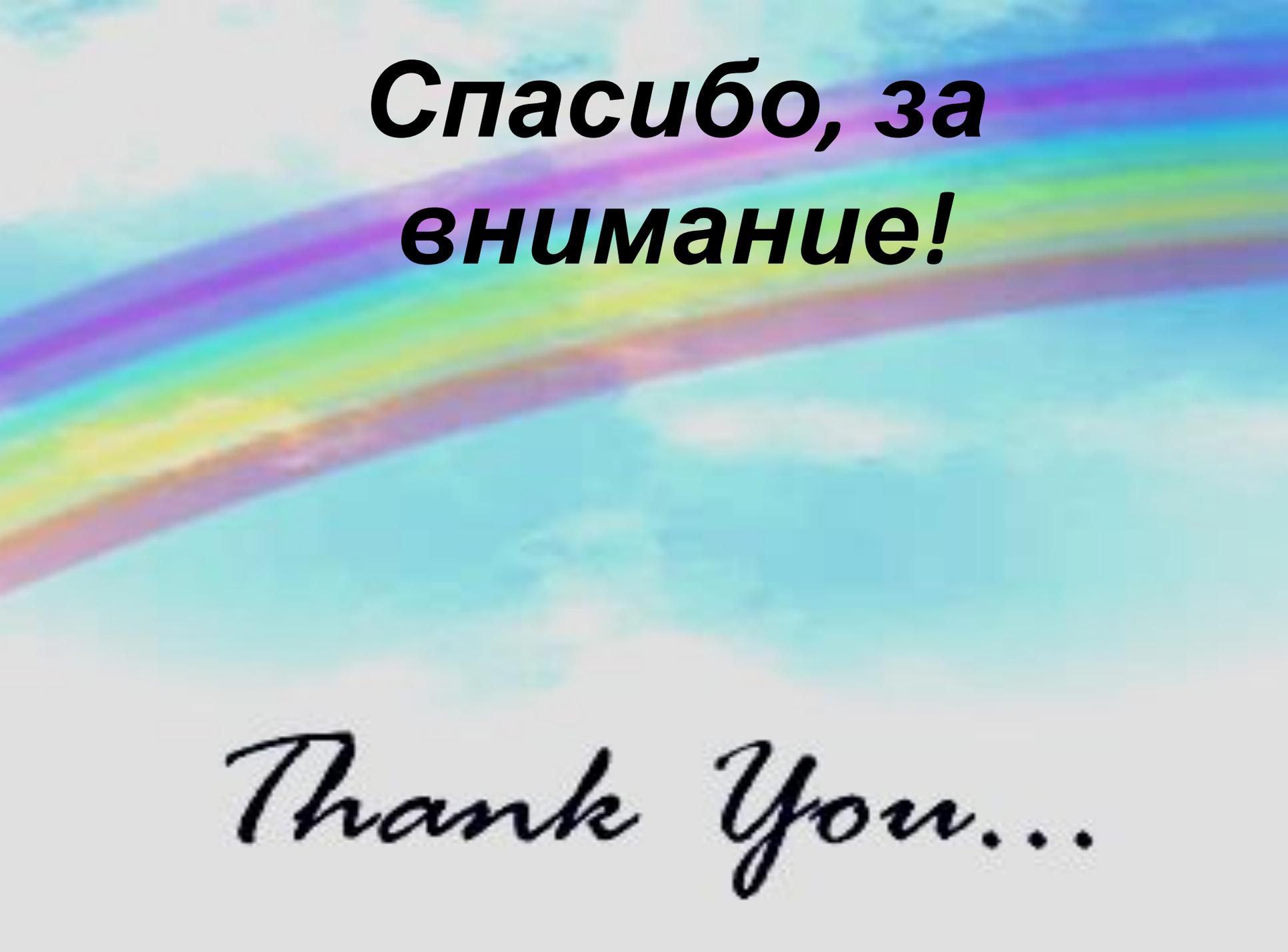


Заключение.

В заключение необходимо отметить, что вербальная коммуникация играет огромную и неоспоримую роль при взаимодействии людей. И является «процесс установления и поддержания целенаправленного, прямого или опосредованного, контакта между людьми при помощи языка» .

Функции, которые выполняет речь в каждой конкретной ситуации общения, определяют внешний вид высказывания, в первую очередь отбор слов и синтаксических конструкций. Мы отметили, что доминирующей функцией речи является коммуникативная функция, т.е. обслуживание процесса коммуникации. Коммуникационный процесс можно рассматривать как обмен информацией между людьми, а его целью считать осознание и понимание передаваемой и получаемой информации. Информация, содержащаяся в речи, определяется как вербализованная передача уже добытых, осмысленных и организованных фактов объективной действительности.

В итоге, можно сделать выводы, что результативность вербальной коммуникации во многом определяется тем, насколько коммуникатор владеет ораторским искусством. Владение речью сегодня – важнейшая профессиональная составляющая человека. Об этих всех факторах, ни в коем случае нельзя забывать специалистам в сфере общественности, которым приходится постоянно контактировать, общаться с людьми. Нужно всегда контролировать свою речь, знать некоторые приемы для лучшего восприятия вербального сообщения уметь манипулировать с помощью вербального



***Спасибо, за
внимание!***

Thank You...