

УБЕЖДЕНИЕ КАК АЛЬТЕРНАТИВА МАНИПУЛЯТИВНОГО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Белорусский национальный технический университет,

г. Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: ст. преподаватель Ражднова А. В.

Под манипуляцией (от лат. manus, manipulus – рука, горсточка, ручной прием) понимается скрытое управление сознанием и поведением человека, силы воздействия, применяемые в процессе общения. В основу манипуляции легло свойство человеческой психики – феномен внушения [1]. С этим видом воздействия может столкнуться каждый как в повседневном, так и деловом общении.

Характерные черты данной формы психологического воздействия [2]:

- стремление к достижению одностороннего выигрыша;
- скрытый характер психологического вторжения;
- резкое расхождение между декларируемыми и истинными целями взаимодействия;
- действие может осуществляться не только сознательно, целенаправленно, но и спонтанно, неосознанно.

Способы воздействия на аудитории посредством манипуляции [3]:

1. Человеческая психика принимает первую поступившую на обработку сознанием информацию как достоверную. Психологи называют этот фактор принципом первоочередности. Наверняка, вы не раз интересовались у кого-либо о погоде и о том, следует ли вам одеться потеплее. При этом, два человека могут дать противоречивые друг другу ответы. Однако наше сознание будет опираться на первую точку зрения, принимая ее за безусловный факт.

2. Нашим вниманием легко управлять, что является хорошим подспорьем для сознательного смещения акцентов: нежелательное манипулятор смещает на второй план, преподнося необходимую ему информацию живо и ярко. Приемом часто пользуются журналисты с целью завоевать внимание, заставляя как можно больше людей прочесть новость.

3. Эмоциональное заряжение позволяет обойти барьеры психики, которые отсеивают негативную для человека информацию. Основное воздействие направлено на чувства и эмоции оппонента. Подобный эффект часто используется в реалити-шоу, где участники часто демонстрируют эмоциональное возбуждение.

4. Трюизмы – нечто, что не может подвергаться сомнению, банальности. У объекта рождается чувство, что решение было принято им самостоятельно. Данным трюком часто пользуются маркетологи и продавцы, предлагающие покупателю товары по скидке. Они поочередно задают вопросы, содержащие установку на выполнения действия.

5. Иллюзия выбора – ловушка сознания, имитирующая право на выбор. В обычную фразу манипулятора вкрапливается скрытое утверждение, безотказно действующее на подсознание. Команда может быть скрыта под видом просьбы и рекомендации: «Настоятельно рекомендую вам прочитать эту книгу» или «Только попробуйте и у вас не останется сомнений». Создается впечатление свободы решения, однако предложение искушает.

6. К способу манипуляции через текст относится изменение истории и событий для конкретного человека/аудитории. Успешные авторы знают свою аудиторию, и то, что ей необходимо.

7. Наша психика устроена так: лучше всего мы запоминаем начало и конец как устного, так и письменного материала. Слова, произнесенные в начале/конце, останутся в памяти у человека, порождая дальнейший интерес.

Для создания качественного и продающего текста рекомендуется использовать не манипуляцию, а убеждение. Манипуляция – это эксплуатация с целью получения выгоды, убеждение – сочетание информирования и разъяснения. Нужно давать клиентам достоверную информацию – выводы они сделают самостоятельно. Средства выразительности служат базовым «оружием» на пути к хорошему тексту: привлекают внимание к вещам, о которых говорится в нём. Эпитеты убеждающе работают в текстах об отдыхе, туризме, сфере красоты. Метафора – скрытое сравнение, которое используется для построения цепочки ассоциаций в сознании человека. Метафоры хорошо работают в коротких рекламных сообщениях и заголовках [4].

Тексты пишут все: журналисты, студенты, руководители, юристы и преподаватели. Он присутствует во всех сферах человеческой

деятельности, и от него зачастую зависит выполнение наших требований и взаимопонимание людей. Для создания хорошего текста необходимо не только знание языка, но и уважение к читателю, ведь распознанная манипуляция может значительно испортить репутацию автора текста и привести к утрате доверия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Манипуляция – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: center-yf.ru/data/stat/manipulyaciya.php. – Дата доступа: 30.09.2019.
2. Манипуляция сознанием людей – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/manipulyaciya.html>. – Дата доступа: 30.09.2019.
3. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psyfactor.org/lib/zelinski-10.htm>. – Дата доступа: 08.10.2019.
4. Манипуляция в текстах и приемы убеждения читателей – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retscorp.ru/blog/452-manipulyaciya-v-tekstah-i-priemy-ubezhdeniya-chitateley.html>. – Дата доступа: 03.10.2019.

УДК 004.514

Козел А. С.

ДРУЖЕСТВЕННЫЙ ИНТЕРФЕЙС И ПЛОСКИЙ ДИЗАЙН

*Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Научный руководитель: ст. преподаватель Астапчик Н. И.

Интерфейс всегда являлся неким «мостом» между пользователем и системой. Внимание пользователя нужно заслужить, удержать и подтолкнуть его к выполнению действия (если это необходимо), при этом не вызывая раздражения. С большой вероятностью человек покинет сайт, который покажется ему дискомфортным и непонятным. Во избежание таких случаев разработчикам рекомендуется создавать потенциально дружественный интерфейс, позволяющий просто и увлеченно пользоваться веб-ресурсом. Цель дружествен-