



smart
enough

by buczkowski.eu

Środki perswazji i manipulacji w procesie przekazywania informacji

Ebook

Perswazja, manipulacja i propaganda są środkami, które wykorzystujemy w trakcie procesu przekazywania informacji. Czynimy to niekiedy intuicyjnie (nieświadomie?), ale coraz częściej w pełni świadomie, oczekując określonego efektu. Skoro każdy z nas to wykorzystuje lub chciałby wykorzystywać, to należy założyć z prawdopodobieństwem graniczącym z pewnością, że inni też tak robią. Wśród innych są też przecież, m.in.: media, politycy, celebryci, a nawet tzw. eksperci. Gdy już wiemy, że oni też wykorzystują wspomniane środki, powinniśmy też przyjąć, że dysponują większą wiedzą w tym temacie i są bardziej biegli. To z kolei prowadzi do bardzo poważnego wniosku: warto samemu zaopatrzyć się w sprawdzoną i potwierdzoną naukowo wiedzę by choć w minimalnym stopniu starać się uodpornić na szkodliwe manipulacje i perswazje.

Najbardziej znane techniki perswazji powołują się na następujące reguły:

- wzajemności,
- społecznego dowodu słuszności,
- niedostępności.

Co ciekawe, okazuje się, że człowiek odpowiada na komunikaty dokładnie w taki sam sposób - w jaki one do niego docierają. Stąd swoją skuteczność wykształciły wszystkie techniki perswazji - czyli „nieszkodliwego” (w założeniu) wpływania na odbiorcę.

Jedno z ciekawszych ujęć wyróżnia następujące strategie perswazji (Sobkowiak):

1. Strategia obietnicy („marchewki”) polega na pokazaniu możliwych korzyści, jakie uzyska odbiorca dzięki podporządkowaniu się nadawcy.
2. Strategia groźby („kija”) zasadza się na przedstawieniu strat, jakie poniesie odbiorca, jeśli nie uwzględni sugestii nadawcy.
3. Strategia emocji pozytywnych („zaszczytu”) opiera się na takim oddziaływaniu na odbiorcę, aby uznał on swoją uległość wobec nadawcy za powód do dumy.
4. Strategia emocji negatywnych („samopotępienia”) polega na takim wpływie na odbiorcę, że po odrzuceniu sugestii nadawcy rodzi się w nim poczucie niższości i wstydu.
5. Strategia odwoływania się do opinii ekspertów („przenoszenia kompetencji”) prowadzi do wywołania u odbiorcy negatywnych emocji, wynikających z kwestionowania powszechnie uznanych autorytetów, o ile nie dopasuje się do podawanych sugestii.
6. Strategia odwoływania się do wzorców i aktywności innych grup i osób („konformizacji”) opiera się na mechanizmie wzbudzania u odbiorcy poczucia inności i nieprzystosowalności do powszechnie obowiązujących norm i wzorców, jeśli nie zaaprobuje owych sugestii".

Powyższe strategie można coraz częściej zauważyć w tekstach trafiających do nas poprzez wszystkie media, wykorzystujące zarówno słowo pisane jak i mówione. Zdajemy sobie sprawę, że tworzenie kampanii medialnych opiera się na odpowiednim doborze słów i sformułowań, aby spełniały określoną strategię, dlatego musimy także dodać do tego zbioru pewników wszelkie komunikaty o podłożu politycznym, biznesowym, ale także religijnym i światopoglądowym.

Manipulacja polega na ograniczaniu odbiorcy możliwości poznawczych, skutkuje to niemożnością w odkryciu prawdziwych intencji nadawcy tego, mniej lub bardziej oraz prędzej czy później, jednak szkodliwego komunikatu.

W dziedzinie językoznawstwa wykorzystuje się manipulacje językiem oraz manipulację za pomocą tekstów językowych. Bardzo ciekawe są występujące w języku - metaoperatory perswazyjne, które mają na celu zwiększać skuteczność manipulacji.

W literaturze znajdziemy następujące metaoperatory (wg Awdiejewa):

1. operatory blokujące weryfikację (asercja, ocena) - należą do nich, cyt. "przecież, wszak(że) oraz formuły: wszyscy wiedzą, że; jak wiadomo; dobrze wiesz, że; jak ci wiadomo; mówią, że; jak się okazało; nie uwierzysz, że; prawdę mówiąc; w istocie; mówiąc szczerze". Mają one na celu zapewnić odbiorcę komunikatu, iż przekazywane informacje są jak najbardziej wiarygodne.

2. operatory wywołujące „efekt obserwatora”- są to np. cyt. "wyobraź sobie; jak widzisz; nagle; tuż tuż; wręcz". Ich zadaniem jest wprowadzenie odbiorcy w świat fantazji, a w konsekwencji odkrycie przez niego nowych potrzeb, które nadawca komunikatu może zaspokoić.

3. operatory zmieniające hierarchię układu informacyjnego - w przypadku tej metody odbiorca sam decyduje, która część komunikatu stanie się dla niego najważniejsza („właśnie”, „zwłaszcza”). Identyfikacja tego typu perswazji wymaga określonej sprawności intelektualnej i wiedzy, ponieważ wykorzystuje się tu takie formy językowej manipulacji, których odbiorca nie może zanegować, ponieważ są z góry narzuconym zabiegiem stylistyki językowej – „X potwierdza, a Y podkreśla”.

4. operatory wzmocnienia funkcji pragmatycznych - składają się na nie, cyt. „absolutnie, zupełnie, całkowicie, na sto procent, z całą pewnością”, „mów co chcesz, nie ma siły, nie ma dwóch zdań”.

Warto również pamiętać, że narzędziami do manipulacji w języku są również frazy i przysłowia.

Smart Enough Tip

Przywołany wybór ma nam uświadomić, że manipulacja, ale i perswadowanie wykorzystujące tekst przyczynia się do ograniczenia proces komunikacji, na pewno czyni go ułomnym z punktu widzenia nieświadomego niczego odbiorcy.

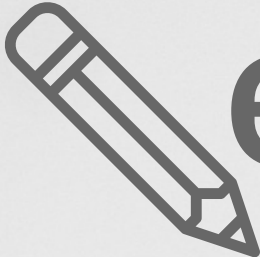
Przyjmuje się, że odbiorca „przerobionego lub spreparowanego” komunikatu dokonuje niejako automatycznie nieuprawnionego skrótu w oparciu tylko o dwa działania odbiorcze: poznanie i reakcję, zamiast kompletu obejmującego: poznanie, zrozumienie, interpretację i reakcję. Bez świadomego zrozumienia i procesu interpretacyjnego może prowadzić, i często tak właśnie się dzieje, do błędnego odbioru znaczenia wypowiedzi (tekstu).

Czytając komunikaty, które wg Ciebie zawierają informacje ważne dla Twojego życia – tak zdrowia, jak finansów, a nawet stylu i jakości życia, zwracaj uwagę, czy i w jakim stopniu autor wykorzystuje przywołane powyżej narzędzia.

Dr Krzysztof Buczkowski



smart
enough



by buczkowski.eu