

16. Шур, В.В. 3 гісторыі ўласных імёнаў / пад рэд. П.У. Сцяцко. – Мн. : Выш. шк., 1993. – 156 с.

Бобрик В.А., студ. 101 гр.

Научный руководитель – Сапотько П.М.

«ЧЕРНАЯ РИТОРИКА» И СПОСОБЫ ЕЁ ПРЕОДОЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Функционирование современного социума обусловлено законами коммуникации: законом зеркального развития общения, законом прогрессирующего нетерпения слушателей и законом коммуникативного самосохранения. Их цель: стремление к компромиссу и взаимному уважению партнеров. Однако повседневная жизнь, в том числе профессиональная деятельность, демонстрирует нам прямо противоположное: здесь сторонам коммуникации вновь и вновь удается добиваться результата, изначально для других неприемлемого, подводить собеседников к принятию аргументов, мыслей и решений, чуждых другим или вызывающих недовольство, в качестве собственных и т.д. Инициатива в деловом разговоре может уплыть из рук, победу в разговоре одерживают софизмы (т.е. формально кажущиеся правильными, но по существу ложные умозаключения, основанные на преднамеренно неправильном подборе исходных положений), а цепочки объективных аргументов запутываются в клубок, размотать который не представляется возможным.

Все коммуникативные технические приемы, методы и инструменты сами по себе нейтральны; честными или нечестными они становятся лишь в процессе использования, превращаясь в белую или черную риторику.

Повседневная жизнь состоит из общения с людьми, и если мы хотим достичь положения в обществе, нам необходимо знать о черной риторике, особенно о том, как от нее защищаться.

«Черная риторика» – это манипулирование всеми необходимыми риторическими, диалектическими, эристическими и рабулистическими приемами для того, чтобы направлять беседу в желательное русло и подводить оппонента или публику к желательному для нас заключению и результату.

Как отмечал Картстен Бредемайер в книге «Черная риторика: Власть и Магия слова», «мы оказываемся в коммуникационном пространстве, искажающем конкретную тему или предмет разговора так, вынуждены сказать то, чего сами от себя не ожидали, и в результате отходим от собственных позиций, терпим вербальное и моральное поражение. Инициатива в разговоре уплывает из наших рук, победу одерживают софисты и демагоги, а цепочки объективных аргументов запутываются в клубок, размотать который не представляется возможным» [2, с. 17].

«Черная риторика» – умение переводить деловые беседы на личный характер путем введения человека в эмоцию без учета этических норм. Тем самым собеседник вынуждается к согласию с вещами не всегда логичными или выгодными ему.

Суть методов подачи (дез)информации(лжи): преднамеренный манипулятивный удар по эмоциям человека – первый шаг к нужному результату. Специалисты в области нейролингвистического программирования настоятельно рекомендуют следующее: «В первую очередь нужно обращаться не к разуму, а к чувствам человека. Если влияние на человека происходит на эмоциональном уровне, вне его сознательного контроля, рациональные контраргументы не срабатывают». Эмоции и чувства могут распространяться подобно эпидемии, заставляя

массы людей «резонировать» в унисон. Человек, становясь частью массы, попадает под власть страстей [2, с. 24]. Необходимо повторять доводы со все возрастающим напряжением, использовать «свидетельства очевидцев», которые несут опору на элементы личного опыта человека. Создание у аудитории эмоциональной зависимости – важный аспект успеха.

«Свидетельства очевидцев» – очень эффективный прием, используемый для создания эмоционального резонанса. Опрос нескольких удобных для вас людей, приведут к формированию необходимого смыслового и эмоционального ряда слов. Сильный эффект производят кричащие старухи, плачущие дети, молодые инвалиды.

Психологический шок – одна из разновидностей использования эмоционального резонанса. Психологический шок обычно снимает все психологические защиты, и ложь беспрепятственно проникает в мозг. Например, фильм, показывающий последствия войны, оказывает сильнейшее воздействие на подсознание и восстанавливает общественное мнение против стороны, совершившей акт разрушения (независимо от того, являются ли справедливыми цели этой стороны): изуродованные трупы на экране – отличный телевизионный реквизит и аргумент в споре.

К. Бредемайер выделяет следующие широко распространённые приемы «черной риторики»:

- манипуляция статистикой и цитатами;
- вопросы черной риторики;
- тонкое оскорбление.

Поставить вербального агрессора, использующего «черную риторику» на место не так уж сложно. Для этого нужно действовать быстро, решительно и креативно. Если вы отреагируете с опозданием, не решите сразу, что ответить, ситуация выйдет из-под вашего контроля. Кроме того, чем дольше продолжается обмен ударами, тем меньше у вас

шансов выйти из спора с триумфом. Поэтому, чем скорее пресечете вербальную провокацию, тем легче вам будет выйти из ситуации победителем.

Основная цель техник активной защиты от «чёрной риторики» — дестабилизировать активность манипулятора таким образом, чтобы он совсем отказался от своих манипулятивных намерений. Специфика техник активной защиты состоит не только в их тотальном противодействии манипулятивному вторжению, но и в их *контрвоздействии* на манипулятора.

Наиболее применяемыми техниками активной антиманипулятивной защиты в технологиях делового общения являются:

1. *Целенаправленная психологическая атака на манипулятора*, осуществляемая адресатом манипуляции. Использование адресатом резких критических замечаний, оценок, осуждения, насмешек по отношению к манипулятивным сигналам и поведенческим действиям манипулятора дестабилизирует психику последнего и вынуждает затрачивать значительную часть энергетических ресурсов своего информационно-силового обеспечения на защиту собственных личностных структур. Это, в свою очередь, ведет к ослаблению манипулятивного вторжения;

2. *Преобразование адресатом вербальных и невербальных сигналов, получаемых от манипулятора, с учетом собственных интересов в решении деловой проблемы.* Такое преобразование на начальном этапе предполагает селективный отбор адресатом манипуляции наиболее значимых для него опорных дискурсов в коммуникативном потоке информации, транслируемом манипулятором. Затем на основе селективного отбора адресат манипуляции осуществляет преобразование опорных дискурсов с учетом собственных интересов. Подчеркивая вербально значимость «принятия» предложенного манипулятором

варианта решения деловой проблемы, адресат вместе с тем предлагает собственный сценарий ее решения, в котором учтены не только интересы манипулятора, но и его собственные интересы;

3. *Использование партнером-адресатом психотехнических приемов встречной манипуляции – контрманипулятивной защиты.* Особенность этой техники активной защиты состоит в ее выходе на уровень равноправной силовой борьбы с манипулятором. По существу, контрманипуляция как наиболее сильный способ защиты представляет собой ответную манипуляцию, в которой используются обстоятельства, созданные первоначальным манипулятивным воздействием нападающего субъекта». Распознав манипулятивное вторжение, адресат манипуляции осуществляет свой собственный скрытый поиск мишеней психологического воздействия в психической структуре манипулятора, устанавливая ее «слабые места» и «болевые точки». Воздействуя на них, адресат может перехватить инициативу манипулятивного управления, например, выдвинуть на первый план деловой беседы вопросы, первостепенные по своей значимости для решения деловой проблемы, взамен второстепенных тем, обсуждение которых пытается навязать ему манипулятор. И потому следующая основная задача адресата состоит в том, чтобы «навязать» манипулятору собственные критерии выбора вариантов решения деловой проблемы и собственную модель оценки этого выбора с помощью их инициирования и обеспечения мотивационной поддержки.

Контрманипулятивные приемы партнера-адресата будут предприниматься до тех пор, пока использующий методы и приёмы «чёрной риторики» манипулятор совсем не откажется от своих намерений. Цель предпринимаемой активной защиты от «чёрной риторики» состоит не

только в том, чтобы «обезвредить» манипулятора, но и в том, чтобы добиться решения деловой проблемы с учетом собственных интересов.

1. Боденхамер, Б. НЛП-практик: полный сертификационный курс. Учебник магии НЛП / Боденхамер Б., Холл М. – СПб. : Прайм-Евроснак, 2003. – 272 с.

2. Бредемайер, К. Черная риторика: Власть и магия слова / К. Бредемайер – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 224 с.

3. Бредемайер, К. Черная риторика: Искусство словесной атаки / К. Бредемайер – М. : Альпина Бизнес Букс, 2015. – 160 с.

Богатырева К.А., студ. 102б гр.

Научный руководитель – Мархоцкий Я.Л.

ВКЛАД СОВЕТСКОГО КРАСНОГО КРЕСТА И КРАСНОГО ПОЛУМЕСЯЦА В ПОБЕДУ ВО ВРЕМЯ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

С момента основания краснокрестовского движения прошло более 150 лет, но оно до сих пор остаётся актуальным во всех странах мира. Красный Крест – это организация, которая оказывает помощь людям, нуждающимся в поддержке.

24 июня 1859 года Жан Анри Дюнан (1828–1910), молодой женеvский бизнесмен, путешествуя по Италии, наткнулся на следы прошедшего недавно сражения между французами и итальянцами. Дюнана потрясло то, что он увидел. После возвращения в Женеву Дюнан написал книгу «Воспоминание о битве при Сольферино». Его целью было обратить