

УДК 304.2

## **РОЛЬ КУЛЬТУРЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЦЕЛЕЙ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

В.А. Карпова, студент гр. ЭУБ-131, II курс

Научный руководитель: И.В. Овчинникова, старший преподаватель  
Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева  
г. Кемерово

Культура речи является важной составляющей частью образа жизни любого человека. Она формируется с начала социализации личности.

В современном обществе человек способен не утратить ценности культуры и обдумывать результаты своей деятельности лишь через взаимодействие с другими людьми.

Элементом взаимодействия с другими людьми является общение, без которого личность не может полноценно сформироваться.

Общение как взаимодействие характеризует непосредственную организацию совместной деятельности.

Деловое общение – это форма общения, опирающаяся на принципы делового этикета, направленная на взаимодействие с лицами или группой лиц(организация) для осуществления взаимовыгодных результатов [1].

Цели общения отражают потребности совместной деятельности людей. Личные потребности людей в общении могут быть удовлетворены с помощью речи.

Под речевым общением понимается «мотивированный живой процесс взаимодействия между участниками коммуникации, направленный на реализацию конкретной цели» [2].

Как руководитель, так и любой рядовой сотрудник должен владеть культурой речи, то есть искусством говорить, хотя бы потому что:

1. Большая часть рабочего времени современного руководителя расходуется на деловые разговоры.

Это можно объяснить и тем, что люди, ведущие переговоры не умеют кратко и точно выражать свои мысли, а слушающие, как правило, не подготовлены к полному и быстрому восприятию большого количества излагаемой информации.

2. Сейчас на руководящие должности в основном приходят молодые руководители, так как они достаточно быстро успевают освоить «набор» своих служебных обязанностей, которым необходим определенный уровень специальной профессиональной подготовки, потому как они

довольно осведомлены в сфере своей производственной деятельности. Но для самой психологической адаптации требуется намного больше времени.

Вследствие длительной психологической адаптации могут часто возникать конфликты с другими людьми (с коллективом, с руководителями того же или же вышестоящего уровня). Наибольшая часть этих конфликтов возникает по причине неумения правильно применять различные способы речевого воздействия.

Речевое воздействие – это современная наука, предметом которой выступает эффективность общения.

Так же речевое воздействие может быть определено как воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели.

Речевое воздействие – это наука о выборе подходящего, адекватного способа речевого воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, об умении правильно сочетать различные способы речевого воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения для достижения наибольшего эффекта.

К целям субъекта речевого воздействия можно отнести:

1. Организация общения непосредственно в структуре речевого воздействия;
2. Побуждение собеседника к совершению деятельности.

Выделяют два основных аспекта речевого воздействия:

- 1) Вербальное воздействие, то есть воздействие, оказанное при помощи слов.
- 2) Невербальное воздействие – воздействие, оказанное при помощи не-словесных средств, сопровождающих нашу речь (жесты, мимика, внешность говорящего и т.д)

Существуют определенные способы речевого воздействия.

Способы речевого воздействия – это приемы воздействия человека на других людей.

К основным способам речевого воздействия относятся:

1. Доказывание.

Доказывать – это приводить доводы и аргументы, подтверждающие правильность сказанного.

Доказывание хорошо действует на человека с развитым логическим мышлением, но логика действует эффективно не на всех и далеко не всегда.

2. Убеждение.

Убеждать – это вселять в собеседника уверенность в том, что выдвигаемая идея или система идей должна быть принята в силу имеющихся

оснований. Убеждающее воздействие опирается на разум и на чувства человека.

### 3. Уговаривание.

Уговаривать – это в основном эмоционально склонять собеседника принять нашу точку зрения и отказаться от своей.

Уговаривание эффективно в ситуации эмоционального возбуждения, когда собеседник в равной степени может выполнить просьбу, а может и не выполнить. В серьезных вопросах уговаривание обычно не помогает.

### 4. Внушение.

Внушение – это «подталкивание» человека поверить нам, поверить в то, что мы говорим без обдумывания.

Внушение основано на сильном психологическом, эмоциональном давлении, часто - на авторитете собеседника.

### 5. Приказ.

Приказать – это побудить человека выполнить что-либо без каких-либо объяснений необходимости в этом.

### 6. Просьба.

Попросить – это побуждать собеседника сделать что-либо в интересах говорящего, руководствуясь просто хорошим отношением к говорящему, откликаясь на его потребность

### 7. Принуждение.

Принудить – это заставить человека сделать что-либо против его воли.

Принуждение основывается обычно на грубом нажиме либо прямо на демонстрации грубой силы, угрозах.

Помимо способов речевого воздействия существуют и определенные условия, необходимые для эффективного речевого воздействия. К ним относятся:

1. Знание общих коммуникативных законов и следование им;
2. Соблюдение коммуникативных правил общения без конфликтов;
3. Применение правил и приемов речевого воздействия;
4. Возможность реального достижения поставленной цели.

Для эффективного речевого воздействия необходимо знать и учитывать законы общения. Таких законов большое множество, на мой взгляд, к основным из них можно отнести:

#### 1. Закон зеркального развития общения.

Сущность его может быть сформулирована следующим образом: собеседник в процессе коммуникации имитирует стиль общения своего собеседника. Это делается человеком практически бесконтрольно, то есть автоматически.

#### 2. Закон зависимости результата общения от объема коммуникативных усилий.

Этот закон может быть сформулирован так: чем больше коммуникативных усилий затрачено, тем выше эффективность общения.

3. Закон прогрессирующего нетерпения слушателей.

Данный закон формулируется так: чем дольше говорит оратор, тем большее невнимание и нетерпение проявляют слушатели.

4. Закон падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера.

Данный закон означает: чем больше людей вас слушают, тем ниже средний интеллект аудитории. Иногда еще это явление называют эффектом толпы.

5. Закон ритма общения.

Данный закон отражает соотношение говорения и молчания в человеческом общении. Это значит, что каждому человеку необходимо в день определенное время говорить и определенное время молчать.

6. Закон речевого самовоздействия.

Закон гласит: словесное выражение идеи или эмоции формирует эту идею или эмоцию у говорящего.

7. Закон доверия к простым словам.

Сущность данного закона состоит в следующем: чем проще твои мысли и слова, тем лучше тебя понимают и больше верят.

8. Закон притяжения критики.

Данный закон означает: чем больше вы выделяетесь из окружающих, тем больше о вас злословят и тем больше людей подвергает критике ваши действия.

9. Закон коммуникативных замечаний

Данный закон формулируется так: если собеседник в общении нарушает некоторые коммуникативные нормы, другой собеседник испытывает желание сделать ему замечание, поправить его, заставить изменить его коммуникативное поведение.

10. Закон искажения информации при ее передаче.

Данный закон означает, что любая передаваемая информация искажается в процессе передачи в степени, прямо пропорциональной числу передающих ее лиц.

11. Закон отклонения публичной критики.

Закон формулируется так: когда осуществляется публичная критика кого-либо по какому-либо вопросу, и при этом присутствует человек, у которого есть аналогичные недостатки, но его лично в данный момент не критикуют, этот человек практически всегда отводит критику от себя, считая, что «у него — совсем другое».

Таким образом, можно заметить, что речевое воздействие имеет очень важное значение в обеспечении целей делового общения:

1. Знание способов и законов речевого воздействия, а так же их применение может помочь в достижении целей, в том числе целей делового общения.
2. Умение распознать способы и законы речевого воздействие является необходимым и играет большую роль: во-первых, для того, чтобы их умело применять, во-вторых, для того, чтобы в некоторых ситуациях им противостоять.

### Список литературы:

1. Деловое общение. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://world7.ru/success/612-business-communication>
2. Осиянова О.М., Дидактические проблемы обучения культуре речевого общения в высшей школе. Научные исследования в образовании. №2 – 2007. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/didakticheskie-problemy-obucheniya-kulture-rechevogo-obscheniya-v-vysshey-shkole>
3. Деловое общение. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/stat/Delovoe-obshenie.php>
4. Педагогическая риторика. Публичная речь. Речевое воздействие. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.nspu.ru/umk/4b7eb52a42ce9525/m4/2.htm>
5. Стернин И.А., Основы речевого воздействия: Учебное издание. Воронеж: Истоки, 2012. – 178 с.
6. Шепелева А.Ю., Современный деловой протокол и этикет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.kniga.com/books/preview\\_txt.asp?sku=ebooks165573](http://www.kniga.com/books/preview_txt.asp?sku=ebooks165573)
7. Юридический блог. Законы речевого воздействия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fin-lawyer.ru/2011/zakony-rechevogo-vozdejstviya/>