

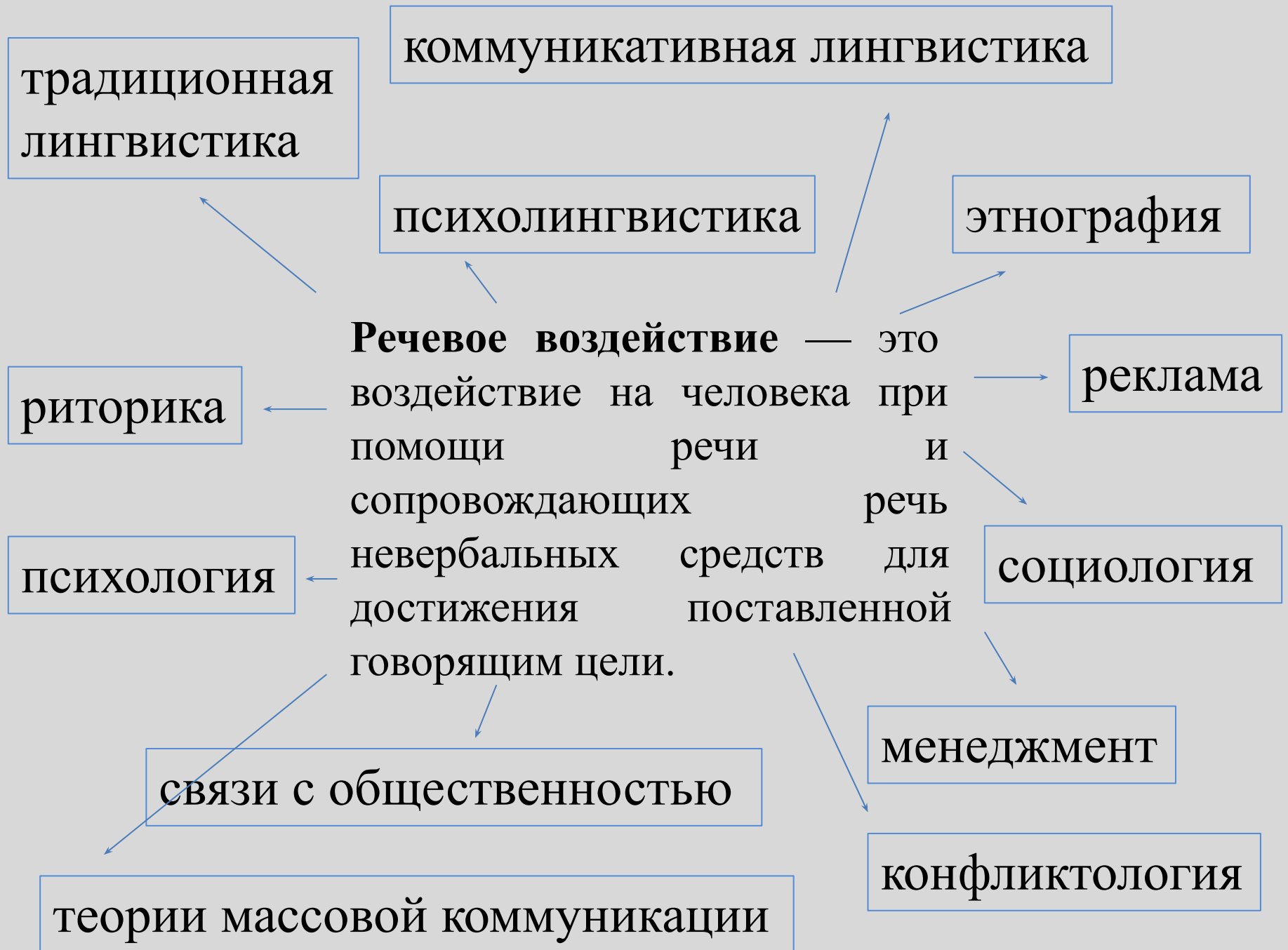
РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК НАУКА



Презентация: ст. преп. Белоедова А.В.

План лекции:

1. Понятие речевого воздействия.
2. Основные понятия науки о речевом воздействии. Аспекты речевого воздействия.
3. Факторы, правила и приемы речевого воздействия.
4. Коммуникативная позиция.
5. Способы речевого воздействия на личность.
6. Коммуникативная грамотность.
7. Причины возникновения науки о речевом воздействии в XX веке.



МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ОБЩЕНИЕ

деловое	игровое (светское, развлекательное)
- направлено на достижение информационных или предметных целей	- направлено на достижение коммуникативных целей — поддержание контакта, проведение времени, развлечение в процессе общения

Деловое общение практически до начала XX века отсутствовало и как наука, и как практика. В настоящее время деловое общение формируется как важнейший раздел речевого воздействия, определяются его категории, структура, приемы обучения.

Два аспекта речевого воздействия

```
graph TD; A([Два аспекта речевого воздействия]) --> B(Вербальное воздействие); A --> C(Невербальное воздействие); B --> D[воздействие при помощи слов]; C --> E[воздействие при помощи несловесных средств, которые сопровождают нашу речь];
```

Вербальное
воздействие

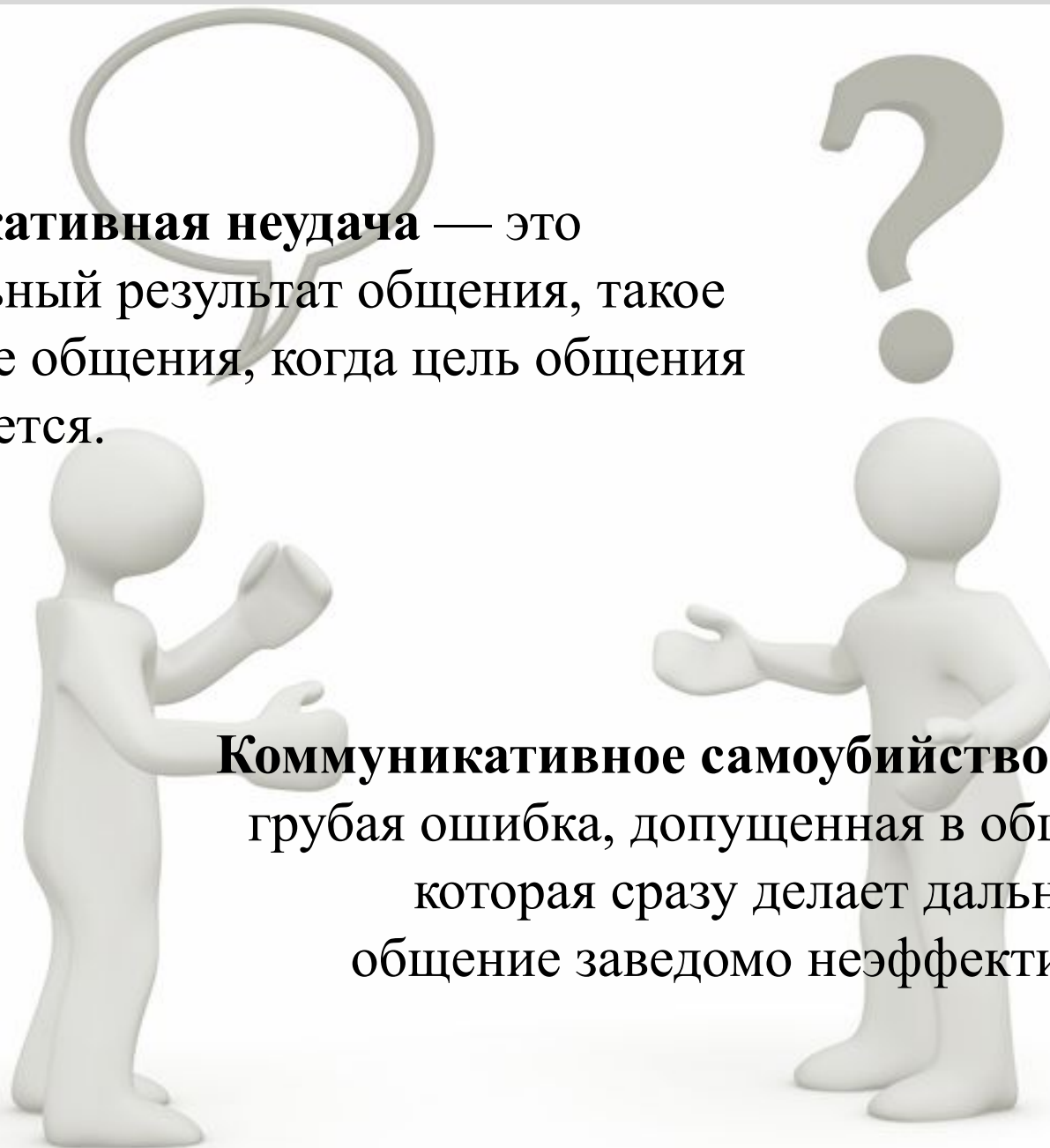
воздействие при
помощи слов

Невербальное
воздействие

воздействие при помощи
несловесных средств,
которые сопровождают
нашу речь

Коммуникативная неудача — это отрицательный результат общения, такое завершение общения, когда цель общения не достигается.

Коммуникативное самоубийство — это грубая ошибка, допущенная в общении, которая сразу делает дальнейшее общение заведомо неэффективным.



Основные факторы речевого воздействия:

1. Фактор внешности говорящего.
2. Фактор соблюдения коммуникативной нормы.
3. Фактор установления контакта с собеседником.
4. Фактор взгляда.
5. Фактор физического поведения во время речи.
6. Фактор стиля общения.
7. Фактор организации пространства общения.
8. Фактор содержания речи.
9. Фактор языкового оформления.
10. Фактор объема сообщения.
11. Фактор расположения фактов, аргументов, идей.
12. Фактор времени.
13. Фактор адресата (включая фактор количества участников).
14. Фактор коммуникативного жанра.

Коммуникативная позиция (КП) – это влияние, авторитетность говорящего в процессе общения по отношению к его собеседнику, а точнее — степень его влияния и авторитетности по отношению к собеседнику или собеседникам в процессе общения.

- КП – понятие относительное;
- КП определенного человека меняется;
- КП может быть сильной или слабой;
- КП можно изменить с помощью приемов речевого воздействия.

Приемы, усиливающие коммуникативную позицию:

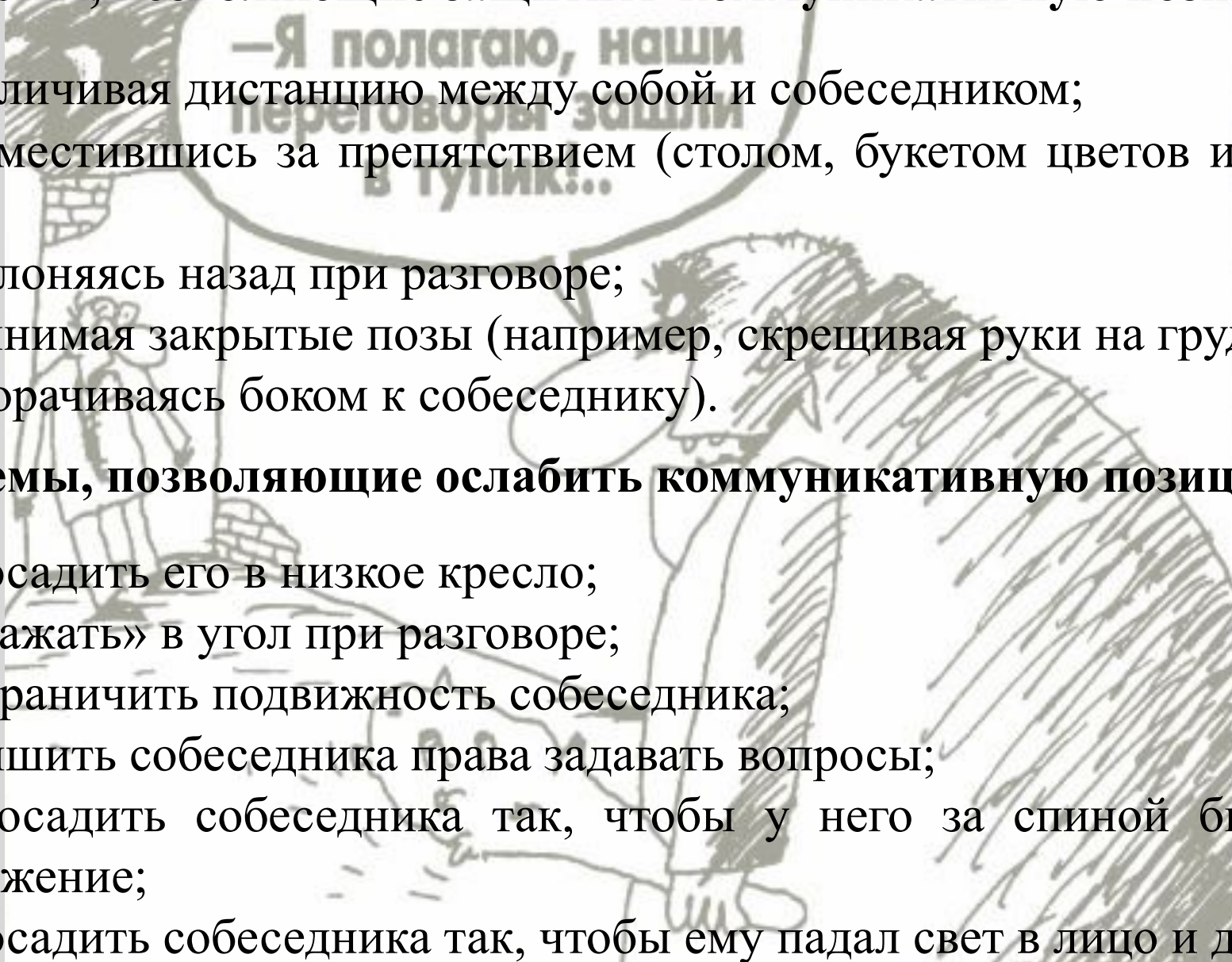
- повтор обращения («закон имени»);
- приближение к собеседнику (правило «чем ближе, тем эффективней»);
- возвышение над собеседником (правило «чем выше, тем эффективней»);
- физический контакт с собеседником (ненавязчиво дотронуться до того, кого мы убеждаем);
- открытые жесты, обращенные к слушателю;
- укрупнение собеседника (когда мы хвалим его);
- повышение громкости голоса, придающее речи авторитетность и уверенность;
- демонстрация доброжелательности мимикой, жестами;
- внешняя привлекательность.

Приемы, позволяющие защитить коммуникативную позицию:

- увеличивая дистанцию между собой и собеседником;
- разместившись за препятствием (столом, букетом цветов и т. д.);
- отклоняясь назад при разговоре;
- принимая закрытые позы (например, скрещивая руки на груди, поворачиваясь боком к собеседнику).

Приемы, позволяющие ослабить коммуникативную позицию:

- посадить его в низкое кресло;
- «зажать» в угол при разговоре;
- ограничить подвижность собеседника;
- лишить собеседника права задавать вопросы;
- посадить собеседника так, чтобы у него за спиной было движение;
- посадить собеседника так, чтобы ему падал свет в лицо и др.



Способы речевого воздействия на личность:

1. Доказывание.
2. Убеждение.
3. Уговаривание.
4. Клянчение.
5. Внушение.
6. Приказ.
7. Просьба.
8. Принуждение.

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.

Коммуникативная грамотность — это грамотность людей в сфере общения, умение вести общение эффективно и бесконфликтно.



Причины возникновения науки о речевом воздействии в XX веке:

1. *Причины социально-политического характера* — развитие свободы, демократии, появление идеи свободы личности, равенства людей.
2. *Причины психологического характера*, с конца XIX века меняется концепция человека в обществе.
3. *Чисто коммуникативные причины* возникновения развития науки о речевом воздействии в XX веке, то есть причины, связанные с развитием самого человеческого общения.
4. *Экономические причины*: конкуренция, кризисы перепроизводства породили необходимость в науке о рекламе, «навязывании» товара, «завоевании» покупателей.

*БЛАГОДАРЮ
ЗА ВНИМАНИЕ!*