УДК 808

РЕЦЕНЗИЯ НА МОНОГРАФИЮ Л.Г. ПАВЛОВОЙ, Е.Ю. КАШАЕВОЙ «УБЕЖДАЮЩЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ». – РОСТОВ Н/Д: ИЗД-ВО ЮРИУ РАНХИГС, 2017. – 144 С.

Пономарева Александра Михайловна доктор экономических наук, профессор кафедры "Маркетинг и реклама", Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
(344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69).
E-mail: alexandra22003@rambler.ru

Взаимодействие в сфере делового общения зачастую предполагает столкновение идей, мнений, концепций и связано с необходимостью оказывать воздействие на адресатов для достижения необходимых результатов. Это обусловливает актуальность выбранного авторами монографии аспекта исследования – убеждение в деловой коммуникации, что позволяет сделать теоретически значимые обобщения и выводы, предложить практические рекомендации по обеспечению эффективности убеждающего речевого воздействия.

Авторы выделяют наиболее значимые для делового общения элементы структуры убеждающей коммуникации и определяют их признаки: «кредитность» коммуникатора, аргументированность сообщения, официальность/неофициальность канала передачи информации, социально-культурные и личностные характеристики адресата и др.

Исследование феномена «убеждение» проводится в наиболее значимых для делового общения аспектах. Так, анализируя этические проблемы убеждающей коммуникации, авторы делают вывод, что в практике общения эти проблемы неизменно сводятся к нравственному выбору между этически корректными и некорректными тактиками убеждения. К последним исследователи относят обман и умолчание (сокрытие значимых характеристик того или иного предмета, явления, события с целью изменения представлений адресатов о реальном положении дел), характеризуя их как манипулятивные приемы воздействия, неконструктивные в сфере деловых отношений. Соблюдение принципов, выработанных русской этикой общения, позволяет, по мнению авторов, обеспечивать благоприятные условия для деловых контактов и ведения конструктивного диалога, свидетельствует о высоком культурном уровне участников общения.

Значительный интерес представляет разноаспектный анализ примеров устной и письменной форм деловых дискурсов. Тексты устной и письменной деловой речи рассматриваются с точки зрения соблюдения законов формальной логики и теории аргументации; выявляются типы логических ошибок и приемы намеренного нарушения логики высказывания как средства манипулятивного воздействия; делается вывод о том, что логическая корректность раскрытия темы (проблемного вопроса) обеспечивает реализацию коммуникативного замысла коммуниканта, связанного с необходимостью убедить адресата принять соответствующее решение, совершить необходимое действие.

Большое внимание в исследовании уделяется психологическим факторам, влияющим на действенность убеждения; выделяются эффективные психотехнические приемы, обеспечивающие эмотивный контакт с адресатом, а также тактики скрытого психологического воздействия. Подчеркивается роль этикетных оборотов, прямых и косвенных речевых актов в современной письменной деловой коммуникации как средств создания психологически комфортного диалога, а также маркеров коммуникативного намерения адресанта. Особо подчеркивается прагмастилистическая роль слов в убеждающей коммуникации.

Результаты исследования могут представлять интерес для специалистов в области деловой коммуникации, работников государственных и муниципальных органов власти и управления, менеджеров, предпринимателей, а также для аспирантов, магистрантов и бакалавров, обучающихся по соответствующим специальностям.

Ponomareva Alexandra Mikhaelovna, Doctor of Economics, Professor of Marketing and Advertising chair; Rostov State University of Economics (RSUE) (69, Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344007, Russian Federation). E-mail: alexandra22003@rambler.ru

REVIEW OF THE MONOGRAPHY BY L.G. PAVLOVA, E.YU. KASHAYEVA "THE CONVINCING INFLUENCE IN THE SPHERE OF BUSINESS COMMUNICATION". – ROSTOV N/D: RANEPA YURIU PUBLISHING HOUSE, 2017. – 144 PAGES.

УДК 331

РЕЦЕНЗИЯ НА НАУЧНУЮ МОНОГРАФИЮ Т.В. ИГНАТОВОЙ, С.С. ЗМИЯКА «УПРАВЛЕНИЕ РЫНКОМ ТРУДА». – РОСТОВ Н/Д: ИЗД-ВО ЮРИУ РАНХИГС, 2017. – 160 С.

Михалкина Елена Владимировна доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, Южный федеральный университет (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Горького, 88). E-mail: mikhalkina_e@mail.ru

Актуальность рассмотренных в данной монографии авторами Игнатовой Т.В. и Змияком С.С. вопросов определяется проблемой поиска действенных, эффективных инструментов управления занятостью населения в системе государственного регулирования рынка труда. Условия преодоления последствий экономического кризиса заставляют все больше задумываться о перспективах развития национального и региональных рынков труда. Решение проблемы формирования эффективного рынка труда для российского общества означает наращивание темпов производства, оживление экономики, существенное улучшение инвестиционного климата и придание стабильности общественным отношениям.

Сложное положение в сфере занятости обуславливает необходимость усовершенствование действующих инструментов регулирования рынка труда. На протяжении многих лет сохраняется структурное не соответствие между спросом и предложением труда. В этой связи, авторы утверждают, что планирование ассигнований на региональную политику в области занятости «от достигнутого уровня» может вызвать серьезный дефицит средств, особенно тех, которые были выделены на более действенные программы. С учетом вышесказанного в монографии вполне обосновано ставится вопрос о необходимости формирования методики выделения бюджетных средств для проведения политики в сфере занятости в рамках субъектов Российской Федерации,