

ны. Взаимодействуют активное и пассивное начало, воздействующее и воспринимающее, инь и ян. Значительное число примеров подтверждает право этой метафоры на существование: "Чтобы убедить публику, нужно сначала ей понравиться, желателен сделать комплимент. После этого она воспримет информацию гораздо благосклоннее" [5]; во время выступления очень важен зрительный контакт, когда "мы пристально смотрим красотке прямо в глаза" [5]; композиция речи похожа на композицию интимной связи с прелюдией, постепенным нарастанием эмоционального накала, за которым следует кульминация, и прощальными ласками: "Публику можно очаровать. Публику можно соблазнить. Публику можно изнасиловать. Разве нет? Публику можно влюбить в себя. И еще: в нее можно влюбиться" [5]. По мнению Радислава, у публики женская психология и логика предпочтений. Все, что срывает в отношениях мужчина – женщина, срывает и в отношениях оратор – публика.

Сергей Ребрик учит публику не соблазнять, а побеждать, используя для этого метафору *оратор* – это *снайпер*. На прицеле, естественно, следует держать аудиторию, чтобы попасть в яблочко, поразить слушателей и завладеть их вниманием и эмоциями. "Презентатор во время выступления должен быть внутренне сильнее любого из активных слушателей" [6].

Кроме того, профессиональный оратор – это *сценарист* и *режиссер*. Опытные ораторы говорят, что в сценарии необходимо прописать ключевые слова и фразы, задающие направление развития мысли и лишь затем приступить к постановочному этапу подготовки речи: выбрать технические средства, позаботиться о демонстрационных материалах, отработать мимику и жесты, обратив особое внимание на зрительный контакт и движения рук, продумать позы и перемещения. И, конечно, *оратор-режиссер* умеет правильно распределять роли и находиться в разных амплуа – оптимиста или пессимиста, наблюдателя или предпринимателя.

С помощью метафор общеизвестные мысли облекаются в новые формы. Прагматика подобных метафор разнообразна. Они помогают, во-первых, справиться с волнением и высокой степенью неизвестности; во-вторых, выбрать правильную стратегию поведения; в-третьих, почувствовать свою власть над аудиторией и умение управлять вниманием публики, одним словом, сделать публичное выступление более эффективным.

Итак, в руководствах по искусству речи, написанных отечественными и зарубежными авторами, *оратор* это *воин*, *снайпер*, *полководец*, *актер*, *музыкант*, *архитектор*, *сценарист*, *режиссер*, *спортсмен*, *путешественник*, *альпинист*, *мужчина*. Театральные, военные и спортивные метафоры, по мнению их авторов, помогут выступающему перестать чувствовать себя кроликом перед удавом-аудиторией, более того, суметь представить сидящих в зале милыми кроликами, с просвечивающими ушками; осознать силу ораторского искусства, возможность вести за собой людей одним только словом и завоевывать публику.

Прагматика метафоры – одно из направлений анализа метафорических словоупотреблений. И, безусловно, перспективным с этой точки зрения представляется анализ школьных и вузовских учебников по риторике и культуре речи, дающий возможность выявить, идеальный, по мнению специалистов, образ современного оратора и узнать, какие метафоры воздействуют на сознание учащихся и студентов.

/ П. Сопер. – Ростов-на-Дону, 2005. – 448 с. 3. Будаев Э. В. Метафора в педагогическом дискурсе: современные зарубежные исследования / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. (1) 21. – С. 69–75. 4. Морган Н. Ораторское искусство / Н. Морган. – М. : Вершина, 2005. – 240 с. 5. Гандапас Р. Презентационный конструктор / Р. Гандапас. – М., 2006. – 178 с. 6. Ребрик С. Презентация: 10 уроков / С. Ребрик. – М. : Эксмо, 2005. – 200 с. 7. Бредемайер К. Искусство словесной атаки / К. Бредемайер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 187 с. 8. Гандапас Р. Камасутра для оратора. Десять глав о том, как получать и доставлять максимальное удовольствие, выступая публично / Р. Гандапас. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2007. – 272 с.

Стаття надійшла до редакції  
21.05.2010 р.

УДК 808.51:005.57

Мандзюк М. М.

## ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО І МИСТЕЦТВО КРАСНОМОВСТВА ТА ЇХ РОЛЬ У ПОКРАЩЕННІ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Анотація. Розглянуто важливість передачі інформації засобами усної комунікації. Окреслено поняття інформації, синтезовано визначення поняття комунікації. Описано глибоку роль володіння ораторським мистецтвом та мистецтвом красномовства для суб'єктів комунікації з метою підвищення ефективності комунікаційного процесу на підприємстві.*

*Аннотация. Рассмотрено важность передачи информации средствами устной коммуникации. Дано понятие информации, синтезировано определение понятия коммуникации. Описана глубокая роль владения ораторским искусством и искусством красноречия для субъектов коммуникации с целью повышения эффективности коммуникативного процесса на предприятии.*

*Annotation. The importance of information transferring by means of oral communication is described. The concept of information is given, definitions of communication are synthesized. The profound role of the art of oratorical skill and eloquence skill for the subjects of communication to improve the communication process in the enterprise are studied.*

*Ключові слова: інформація, комунікації, комунікаційний процес, ораторське мистецтво, красномовство, мистецтво.*

Мистецтво – високий, можливо навіть найвищий ступінь уміння, майстерності в будь-якій сфері людської діяльності: у літературі, економіці, музиці, архітектурі, менеджменті, але мистецтво людського спілкування – особливо складна й досить відповідальна сфера буття. Слово має безмежну владу над людиною і над суспільством. Лише пізніше, у зрілі роки, ми починаємо розуміти,

що за словом повинен стояти й вчинок, справа... Але "спочатку було Слово...", і слово, мова може надихнути, спонукати на подвиг, а може й убити. Вдумайтеся в проповіді слова Ісуса Христа про добро, любов, терпимість, служіння... Але згадайте й промови вождів світового пролетаріату або борців за чистоту арійської раси – скільки мільйонів життів знищено й покалічено ними [1].

Численні тести, опитування, експерименти довели, що людину найбільше хвилюють два питання: її здоров'я й питання про те, як розбиратися в людях, як впливати на них, як керувати ними та їхніми вчинками. Інтерес до свого здоров'я зрозумілий, і саме цю слабину душі людської так успішно експлуатують чаклуни, шамани й усілякі "народні цілителі". А от з умінням розбиратися в людях все набагато складніше. Хоча на володіння цим мистецтвом претендують всі. Особливо цінним є набуття таких навичок для менеджерів, вчителів, політиків – публічних людей. Що ж тут складного?

У керівника будь-якого рангу, котрий щодня, щоднини спілкується з людьми, немає нічого, крім Слова й знання принципів і методів мистецтва управління ним. Але це справді потужна сила, якщо ви в красномовстві Майстер. США й увесь світ були приголомшені висновками Технологічного інституту Карнегі ще багато років тому: якщо фахівець в області промислового виробництва досяг великих успіхів, то своїми досягненнями він зобов'язаний на 15 % своїм спеціальним знанням, а на інші 85 % – своїй здатності керувати людьми, таланту керівника, знанню людської природи [2].

Завдання керівника – створити такі умови, щоб колектив працював з максимальною віддачею. Здається, що найпростіший і зрозумілий спосіб – розумна система матеріальної винагороди. Але виявляється, що визначити дієві спонукання до праці, мотиватори до діяльності досить складно, а часом майже неможливо описати напевне. До того ж важливо не тільки зрозуміти основні моделі мотивації, тобто способи спонукання себе й інших до діяльності для досягнення особистих цілей (власна мотивація) і для досягнення цілей організації (корпоративна мотивація), але й виразно та зрозуміло донести суть до робітників – пояснити, яку вони можуть мати вигоду чи покарання від такої системи їх мотивування.

"Хто володіє інформацією, той володіє світом..." – досить відома і затерта фраза. Та в чому ж її глибокий зміст? Для цього варто спочатку окреслити, що ж таке інформація взагалі. Різні дослідники та окремі дослідницькі інститути дають цій категорії різні визначення. Деякі з найпоширеніших та найсуттєвіших визначень наведені далі.

Інформація – це знання про когось або про щось, що прямо і/або опосередковано передаються одним суб'єктом іншому з метою зняття (зниження) невизначеності ситуації для зацікавленої особи [3].

Інформація – ті продукти чи послуги, які призначені їх виробниками для передачі знань у максимально доступній для потенційного споживача формі [4].

Як видно із наведених визначень, насправді володіти інформацією іще не означає почати підкорювати світ. Інформацією потрібно правильно скористатися – отримати її в належному для розуміння вигляді і спрямувати до адресата так, щоб ця інформація "зіграла на руку". Як ілюструють дослідження американських вчених, менеджер витрачає на процес передачі інформації від 50 до 90 % свого робочого часу. Це здається неймовірним, та слід врахувати, що керівник зайнятий комунікаціями, щоб реалізувати свої ролі в міжособистісних відносинах, інформаційному обміні й процесах прийняття рішень, не говорячи про управлінські функції. Саме тому, що обмін інформацією вбудований у всі основні види управлінської діяльності, ми називаємо комунікації сполучним процесом [5]. Проаналізувавши літературу хотілось би виділити декілька різних підходів до поняття комунікації: як дію, обмін інформацією, канали передачі даних, взаємодію тощо.

Комунікації – це усі дії, за яких один розум впливає на інший [6]; зв'язуючий процес обміну інформацією, вбудований у всі основні види управлінської діяльності [5]; сукупність інформаційних каналів, які дозволяють передавати відомості інтелектуального та емоційного змісту [7]; процес двостороннього обміну інформацією, що веде до взаємного розуміння [8].

Синтезувавши основну думку наведених вище визначень, можна спробувати вивести загальне, універсальне трактування поняття "комунікації", що буде відображати всю його багатогранність:

Комунікації – процес передачі та обміну різноманітними видами потоків речовини та інформації із використанням фізіологічних і технічних прийомів та засобів зв'язку між його суб'єктами задля отримання певного кінцевого ефекту.

Опитування показали, що комунікації мають величезне значення для успіху організацій: 73 % американських, 63 % англійських й 85 % японських керівників вважають комунікації головною перешкодою на шляху досягнення ефективності їхніми організаціями. Згідно з цим одним опитуванням приблизно 250 тис. працівників 2 000 найрізноманітніших компаній, обмін інформацією є однією із найбільш складних проблем в організаціях [5].

Ці опитування ілюструють, що неефективні комунікації – одна з головних сфер виникнення проблем. Найчастіше такі проблеми виникають просто тому, що працівники організації банально не можуть якісно висловити свої ідеї, прозоро сформулювати свою думку. Кожна людина, незалежно від посади, веде своє особисте господарство, тому повинна вчитися знижувати частоту випадків неефективних комунікацій і ставати кращим, ефективнішим менеджером. Ефективно працюючі керівники – це ті, хто ефективні в комунікаціях. Вони розуміють суть комунікаційного процесу, мають добре розвинене вміння усного й письмового спілкування, хист до ораторства і красномовства; розуміють, як середовище впливає на обмін інформацією.

Не хотілося б звужувати рамки мистецтва маніпулювання та управління словом, його утилітарних функціями. Адже основні його принципи і методи однаково можуть бути застосовані і для будь-яких повсякденних ситуацій: взаємин у родині, виступів на нараді або жартівливих поздорощеннях на дні народження друга; вміння вести суперечку (а іноді й уміння уникнути її); вміння переконати співробітника і навіть весь колектив, віддавати роботі максимум зусиль [1]. Тож, що таке ораторське мистецтво і яка його дійсна роль для менеджера, політика, вчителя чи лікаря – для публічної людини?

Термін "ораторське мистецтво" (лат. oratoria – ораторське мистецтво, риторика, красномовство) античного походження. Його синонімами є грецьке слово "риторика" (гр. rhetorike) і російське "красномовство".

Вираз "ораторське мистецтво" має кілька значень. Під ораторським мистецтвом, насамперед, розуміється високий ступінь майстерності публічного виступу, якісна характеристика ораторської мови, митецьке володіння живим словом. Ораторське мистецтво – це мистецтво побудови й публічного проголошення мови з метою надання бажаного впливу на аудиторію.

Ораторським мистецтвом називають також історично сформовану науку про красномовство й навчальну дисципліну, що викладає основи ораторської майстерності. Багато сучасних дослідників розглядають ораторське мистецтво як один зі специфічних видів людської діяльності. Так, Е. О. Ножин стверджує: "Ораторське мистецтво лише умовно називається мистецтвом, значною мірою – це діяльність, яку усяка грамотна людина, якщо навіть у неї немає для цього особливих даних, в результаті завзятої праці може опанувати, тобто вмінням виголошувати промову перед аудиторією дохідливо, захоплююче й переконливо" [9].

Як було згадано раніше, ораторське мистецтво – це наука про красномовство. Красномовство повинне, насамперед, впливати, переконувати. На думку Платона красномовство передусім пов'язане з переконанням, впливом на душу, на думку. І основний принцип красномовства як мистецтва переконання, за Платоном, полягає в тому, щоб вселити, що справедливо й несправедливо, добре й погано. У діалозі, однак, виділяються два види переконання: один вид пов'язаний з повідомленням віри без знання, інший – дає знання. Горгій і Сократ приходять у діалозі до висновку, що красномовство повинне користуватися першим типом переконання, тобто вселяти віру, не даючи знань, не користуючись об'єктивними доказами. Слухачі повинні приймати на віру те, що висловить їм в емоційній мові оратор.

Із висновків американських дослідників відомо, що ефективність горизонтальних зв'язків в організації сягає 90 %, а вертикальних: зверху вниз – 25 – 40 %, а знизу вгору – лише 5 – 15 %! Причиною цього є невміння правильно донести інформацію, зреагувати на рівень її засвоєння іншою стороною комунікації. Ораторське мистецтво ж – це не тільки мистецтво володіння словом, передачі інформації чи переконання, а і мистецтво чути, слухати та прислухатися до слів співрозмовника [10].

Дані різних досліджень мають розбіжності, але загалом якість усної комунікації лише на 10 – 25 % залежить від вербальної складової, на 30 – 35 % від тону і тембру голосу та інтонації, а на 30 – 60 % від глибини і якості невербальних співорозмовників. Цей факт ще раз підтверджує слова Платона щодо головної мети риторики. Один із засобів покращення комунікації – додати до слів емоційну складову, що максимально барвисто передавала б усю пов'язану із змістом комунікації інформацію.

Та це стосується лише першої частини процесу комунікації – передачі даних від джерела до приймача. Друга частина – зворотний зв'язок. Головна особливість для передатчика – вміння спонукати до його здійснення та вислухати, як його зрозумів приймач. Основна проблема на цій стадії – в переважній більшості випадків як при комунікації за моделлю зверху вниз, так і знизу вгору, приймач свідомо не йде на зворотний зв'язок. Це помилка і недолік обох суб'єктів комунікаційного процесу.

У цьому випадку передатчикові доводиться слухати лише невербальну мову співорозмовника. Але правильне її трактування дозволить не лише зрозуміти, що співорозмовник засвоїв, а що ні, але і ввійти у круг довіри за рейтингом "свій – чужий". Існує підсвідомий стереотип, що якщо одна людина розуміє іншу без слів, то між ними є деякий невидимий зв'язок. Це відкриває дверцята із назвою "свій" і людина несвідомо йде назустріч у відносинах. Така висока ефективність комунікації по горизонталі значною мірою пояснюється відсутністю бар'єру "чужий" і тим, що вони вже підсвідомо налаштовані на співпрацю [11].

Коли ми говоримо про ораторське мистецтво, то маємо на увазі кінцевий результат. А це чіткість мови, поступове визволення від недовомовленості, правильно настроєне дихання, вміння структурувати мову, зрозуміти й знати цитати, користуватися метафорами, образно викладати те, що хочеш сказати людям, не прямолінійно, тому що будь-яка прямолінійність нудна. Для того щоб опанувати ораторську майстерність, у першу чергу потрібно працювати зі своєю уявою, пам'яттю й володінням теми, яку потрібно донести до аудиторії. Адже будь-яка тема може бути дуже цікавою й у той же час дуже нудною залежно від того, як передавати інформацію.

При грамотному психологічному налаштуванні співорозмовника досить неважко налагодити з ним комунікаційний процес і переконати його в правильності та доцільності своєї думки. Та коли ж немає можливості виконати таку підготовку попередньо, потрібно бути готовим використати увесь арсенал засобів вести бесіду, переговори чи суперечку

– показати себе блискучим оратором. Зараз, в час глобалізації, ті інформатизації суспільства особливо чітко і жорстко висувають вимоги до людей, що працюють з інформацією. І чим швидше вона застаріває, тим вище планка. Тим менше вони мають права на помилку. Тим менше потрібно використати часу для її використання або перенаправлення засобами комунікації. І чим краще буде розвинене мистецтво красномовства і ораторства, тим більше шансів утриматись на плаву і не підкоритися конкурентам.

**Література:** 1. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления [Электронный ресурс] / В. И. Кнорринг. – Режим доступа : [http://www.bizlib.info/text/Econom/management/knoring\\_upravlenie](http://www.bizlib.info/text/Econom/management/knoring_upravlenie). 2. Карнеги Д. Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей [Электронный ресурс] / Д. Карнеги. – Режим доступа : <http://lib.kharkov.ua>. 3. Николаев Т. П. Основы информационной экономики : учебн. пособ. / Т. П. Николаев. – СПб. : ООО "ЛЕКС С ТАР", 2001. – 128 с. 4. Тамбовцев В. Л. Управлять знаниями? Это непросто! / В. Л. Тамбовцев // Российский журнал менеджмента. – 2007. – Т. 5. – № 3. – С. 175–180. 5. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 2000. – 704 с. 6. Shannon C. The mathematical theory of communication / C. Shannon & W. Weaver. – University of Illinois Press, 1998. – 144 p. 7. Горфинкель В. Я. Коммуникации и корпоративное управление : учебн. пособ. / В. Я. Горфинкель, В. С. Горопцов, В. А. Швандар. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 127 с. 8. Беленкова А. А. PRостой пиар / А. А. Беленкова. – М. : НТ Пресс, 2006. – 256 с. 9. Ножин Е. А. Мастерство устного выступления : учебн. пособ. / Е. А. Ножин – М. : Политиздат, 2003. – 254 с. 10. Pritchard C. The Project Management Communications Toolkit / C. Pritchard. – Artech House, 2004. – 220 p. 11. Гандапас Р. Камасутра для оратора [Электронный ресурс] / Р. Гандапас. – Режим доступа : <http://www.livelib.ru>.

*Стаття надійшла до редакції  
21.05.2010 р.*

УДК 808.51

**Костяная О. В.**

## ПРАВИЛА ПОДГОТОВКИ К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ

*Аннотация. Освещен процесс подготовки публичного выступления, приведены общие принципы и разработаны практические рекомендации относительно организации работы, предшествующей ораторской речи.*

*Анотация. Висвітлено процес підготовки публічного виступу, наведено загальні принципи й розроблені практичні рекомендації щодо організації роботи, що передує ораторській промові.*

*Annotation. The process of preparing the public address is described, general principles are brought and practical recommendations for organizations of the work, preceding speech, are worked up.*

*Ключевые слова: ораторская речь, публичное выступление, структура выступления, восприятие, аудитория.*

В профессиональной деятельности современного ученого, преподавателя публичные выступления играют важную роль. При чем по характеру такие выступления