

Интересное сравнение использовал лауреат Нобелевской премии физик Уильям Брегг, высказывая свои суждения по поводу искусства научной беседы: *"Я считаю, что собрать слушателей, а затем читать им написанный материал — это все равно, что, пригласив приятеля прогуляться, спросить, не возражает ли он пройтись пешком, а самому ехать рядом с ним в автомобиле"* [2].

Однако бывают случаи, когда разумно пользоваться записями. Например, некоторые люди во время своих первых выступлений так сильно волнуются и теряются, что совершенно неспособны удержать в памяти подготовленную речь. Вот таким людям следует во время первых выступлений держать в руке несколько весьма кратких заметок. Ребенок хватается за мебель, когда начинает учиться ходить, но делает это недолго.

Возникает еще ряд вопросов: "Чей текст читать?" и "Как читать свой или чужой текст?"

К сожалению, в жизни приходится сталкиваться с ораторами, которые просто озвучивают чужие тексты. Однако есть ораторы, которые сами создают тексты выступлений, выражают свои мысли, высказывают собственные суждения. Поэтому независимо от того, читают они или говорят свои речи, их интересно слушать.

Известно, что крупнейший русский историк профессор Ключевский В. О. называл свои лекции просто "чтением", и он, действительно, читал их по своим записям, читал медленно, тихо, спокойно. Но это были им сотворенные, им найденные, им продуманные тексты. Чтобы занять место в аудитории на лекции Ключевского, студенты вынуждены были отсиживать две-три предыдущие пары [2].

Огромное значение в ораторской практике имеет умелое произнесение речи. Поддача материала является одновременно очень простым и очень сложным процессом. Этот процесс очень часто неправильно понимают и неправильно осуществляют. Хорошее окно не привлекает к себе внимания. Оно только пропускает свет. Таков и хороший оратор. Он так естественен, что слушатели не замечают его манеры говорить, они замечают только предмет, о котором идет речь.

В книге профессора Парижского университета А. Олара "Ораторы революции", изданной в Москве в 1907 году, есть интересное описание ораторской манеры выступлений Мирабо, деятеля Великой французской революции: *"...действие занимало крупное место в красноречии Мирабо. Он был замечательным, восхитительным чтецом. Он умел читать все, как свое собственное произведение. Своей умелой и легкой дикцией он оживлял вялые фразы, делил на два слишком длинный период, придавал плавность тяжеловесным местам. Находясь на трибуне во время самого чтения, он экспромтом делал поправки. Не меняя стиля своих помощников, он в чтении придавал ему силу и горячность, уподобляясь тем умелым актерам, которые, оставаясь верны плохо написанной роли, придают безжизненным, тусклым фразам силу и яркость, поражающие самого автора пьесы"* [2]. Если оратор говорит непосредственно, он не похож ни на кого на свете.

Таким образом, выступление – это путешествие, маршрут которого должен быть нанесен на карту. Оратор, который не знает, куда он идет, обычно приходит неизвестно куда. Установление контакта, овладение вниманием аудитории обеспечивают успех публичного выступления, являются необходимым условием для передачи информации, оказания желаемого воздействия на слушателей, закрепления у них определенных знаний и убеждений.

Ораторская практика настолько сложна, разнообразна и многогранна, что невозможно все предусмотреть заранее и дать советы и рекомендации на все случаи жизни. Каждое выступление создает свои собственные, особые проблемы. Не существует непогрешимых, железных

правил организации мыслей и построения речей, и особенно в работе преподавателя.

Самое важное, чтобы каждый творчески подходил к подготовке и произнесению ораторской речи, как можно полнее и шире использовал свои природные данные, индивидуальные возможности, умело применял приобретенные риторические и лексические навыки и умения. Нужно помнить: "Аудитория – лучший учитель красноречия!" [1].

Литература: 1. Сайт «Все афоризмы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.all-aforizmy.ru. 2. Введенская Л. А. Культура и искусство речи. Современная риторика / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – [2-е изд.]. – Ростов-на Дону : Феникс, 1999. – 576 с. 3. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей выступая публично / Д. Карнеги. – Мн. : Попурри, 2009. – 768 с. 4. Седова Л. Н. Этика делового общения : [учебн. пособ.]. Ч. 1 / Л. Н. Седова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с.

Стаття надійшла до редакції
07.09.2010 р.

УДК 174.7

Лутицкая Ж. С.

ПОНЯТИЕ О КУЛЬТУРЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Аннотация. Показано важное значение культуры делового общения, так как она занимает значительное место в жизни многих людей. Ведь постоянно приходится обсуждать вопросы, связанные с организацией производства, с жизнью трудового коллектива, выполнением должностных и служебных обязанностей, с предпринимательской деятельностью, заключением различного рода сделок, договоров, принятием решений, оформлением документов.

Анотация. Показано важливе значення культури ділового спілкування, адже культура ділового спілкування посідає значне місце в житті багатьох людей. Нам постійно доводиться обговорювати питання, які пов'язані з організацією виробництва, з життям трудового колективу, виконанням посадових і службових обов'язків, з виробничою діяльністю, укладанням різного роду угод, договорів, прийняттям рішень, оформленням документів тощо.

Annotation. The meaning of business communication culture is given, because it has a very important role in people's life. We have to argue the questions connected with production management, staff's life, performing work duties, business activity, making different transactions contracts and processing document very often in our everyday life.

Ключевые слова: культура делового общения этические нормы, схема процесса общения.

В нашей стране долгое время деловые контакты в управленческой сфере сводились, в основном, к отдаче и

выполнению распоряжений. Возможность предпринимательской деятельности потребовала от начинающих бизнесменов умения находить партнеров, сотрудничать с ними, контактировать с чиновниками, то есть активно общаться. Отсутствие навыков делового общения не ставило в трудное положение даже того, кто в своей области считается профессионалом! А ведь общается каждый из нас постоянно.

Цель статьи – показать значение культуры делового общения.

Актуальность данной статьи – в чем своеобразие делового общения по сравнению с привычным нам приятельским, дружеским общением.

Деловое общение как наука появилось в результате ответвления менеджмента. И общение на уровне подчиненности рассматривалось как внутрифирменный менеджмент, общение на уровне горизонтальных, то есть партнерских связей – как межфирменный менеджмент, а впоследствии трансформировалось в понятие «общение деловых партнеров».

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости или неправильности поступков людей. И, общаясь в деловом сотрудничестве с подчиненными, начальником или коллегами, каждый, так или иначе, сознательно опирается на эти представления.

Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы, какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении, он может как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным.

Так что же такое деловое общение? Деловое общение – это очень многогранный процесс, который реализуется в формах межличностного общения, социального диалога, делового или профессионального общения. Так же под деловым общением следует понимать процесс установления и развития контактов между людьми, обусловленный потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека [1; 2].

Важнейшая особенность делового общения состоит в том, что нужно уметь строить отношения с разными людьми, добиваясь максимальной эффективности деловых контактов.

Еще одна особенность делового общения: вступая в деловой контакт, мы должны отчетливо представлять, что партнера по общению интересует, прежде всего, то, насколько мы ему можем быть полезны. При этом при прочих равных условиях всякий предпочтет того, с кем приятно общаться, кому хочется пойти навстречу. Самое заманчивое для партнера предложение можно провалить своим хмурым видом или невоспитанностью. Ну а если самого делового предложения нет? Возьмем характерную ситуацию: молодая симпатичная женщина приходит по объявлению о проведении конкурса на должность, связанную с работой с людьми. Ее спрашивают:

– Почему вы пришли к нам?

Она доверительно, с приятной интонацией и милым выражением лица рассказывает:

– Я на своей работе так мало получаю! Живу одна с ребенком, муж давно алименты не платит. Я уже даже

газеты не выписываю. Покупаю только иногда. Вот как раз купила, а там ваше объявление.

– А работой с людьми вам приходилось заниматься?

– Да нет, но, я думаю, попробую, может и получится. Все равно у нас на работе должно быть сокращение, боюсь, и меня сократят.

Результат такой презентации нетрудно предсказать. Понимание специфики делового общения приводит к мысли о том, что ему нужно учиться.

Общение в широком смысле слова не обязательно означает совместную деятельность. Взаимосвязь, контакт между людьми может реализоваться в понимании, сочувствии, сопереживании, как, например, в дружеских отношениях. Общением можно считать и красноречивое молчание влюбленных, и сцену безмолвного примирения супругов [4].

В узком же смысле слова общение – это взаимодействие людей, имеющих общие или взаимодополняющие интересы либо потребности. Потребностью называют нужду, необходимость в чем-либо. Осознанные потребности представляют собой интересы человека. Например, потребность в переквалификации вызывает интерес к курсам, где обучают новым специальностям. Поступив на курсы, человек начинает общаться с преподавателями, слушателями и др. Деловые контакты образуются между людьми, которых связывают интересы какого-либо определенного дела. Деловое общение всегда имеет целевую направленность. В отличие от дружеского, деловое общение – это вид межличностного общения, направленного на достижение какой-то предметной договоренности.

Конечно, при этом деловые отношения не исключают дружеских, и наоборот. Хотя бывает и так, что как только друзья становятся деловыми партнерами, их отношения портятся. И обратное – из деловых отношений вырастает дружба. В повседневной жизни мы окружаем себя теми людьми, которые нам приятны. В деловой – вынуждены общаться с теми, кто нам нужен. Прекрасно, когда это совпадает! Но так бывает далеко не всегда.

Одно из значений слова культура – это уровень развития какой-либо отрасли хозяйственной или делового общения умственной деятельности. Под культурой делового общения следует понимать высокий уровень умения общаться в деловом мире.

Из приведенного выше определения общения следует, что культура делового общения предполагает:

1. Высокую коммуникативную культуру, то есть искусство говорить (в том числе публично) и слушать.

2. Умение объективно воспринимать и правильно понимать партнера.

3. Умение строить отношения с любым партнером, добиваться эффективного взаимодействия на основе обоюдных интересов [3].

Стороны делового общения взаимосвязаны: умение правильно воспринимать и принимать партнера или аудиторию помогает найти нужные доводы, а владение ораторским искусством – их изложить.

Все это необходимо для успешного делового контакта, в ходе которого проявляется умение взаимодействовать с партнером: преодолевать барьеры в общении, занять нужную психологическую позицию, выйти на соответствующий уровень общения и т. п. В идеале деловой человек должен равно владеть всеми сторонами общения в деловом мире.

Пониманию сути делового общения способствует схема процесса общения (рисунок).



Рис. Схема процесса общения

Эта же схема упрощенно отражает процесс публичного выступления, который с полным основанием считается специфическим видом делового общения. Ведь и в этом случае в общение вступают субъекты А и Б. Предположим, А обращается к Б. Это может быть деловое предложение, а если Б символизирует группу людей – сообщение или доклад.

О таком процессе говорят как о системе с обратной связью. Вступая в контакт, А и Б хотят плодотворного взаимодействия, определенного результата. В каком случае субъект А добьется желаемого? Достаточно ли для этого просто предложить то, в чем нуждается партнер или аудитория? Практика показывает, что всегда при прочих равных условиях предпочтение отдается тому, кто обнаруживает высокий уровень умения общаться в деловом мире.

Аудиторию можно назвать коллективным собеседником. Благодаря явлению подражания поведению людей в коллективе, а также реакции психического заражения аудитория часто ведет себя как один человек. Конечно, есть особенности в общении с единственным собеседником и коллективным. Но сам процесс общения в обоих случаях имеет одинаковую структуру.

Подлинная культура делового общения предполагает и высокую этическую культуру, умение видеть в деловом партнере не только нужную тебе, но и интересную, полноценную личность.

Это значит, что партнер А:

1) является компетентным специалистом и производит хорошее впечатление на своего партнера Б, имеет привлекательный имидж (блок 1 схемы);

2) подготовил такое деловое предложение или выступление, которое способно заинтересовать партнера или аудиторию;

3) в совершенстве владеет ораторским искусством, то есть смог найти наилучшую форму выражения содержания своего сообщения для конкретных собеседников или аудитории (блок 3);

4) умеет правильно выбрать и объективно оценить партнера или аудиторию [3];

5) ведет разговор при благоприятных условиях.

Важно также отметить необходимость тактичности, справедливости, требовательности к себе, принципиальности и уважения к мнению других в деловых контактах. Говоря о культуре делового общения, имеют в виду и определенное качество общения, умение создать благоприятную атмосферу делового разговора, способствующую взаимопониманию и взаимодействию.

Таким образом, культура делового общения занимает значительное место в жизни многих людей. Ведь постоянно приходится обсуждать вопросы, связанные с организацией производства, с жизнью трудового коллектива, выполнением должностных и служебных обязанностей, с предпринимательской деятельностью, заключением различного рода сделок, договоров, принятием решений, оформлением документов и т. д. Умелое деловое обще-

ние во многом определяет успех деятельности. Также важно различать деловое общение от дружеского, приятельского общений.

Литература: 1. Седова Л. Н. Этика делового общения : учебн. пособ. Ч. 1. / Л. Н. Седова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с. 2. Введенская Л. А. Культура и искусство речи / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов-на-Дону : Феникс. 1999. – 576 с. 3. Бабаева О. А. Ораторское искусство и деловое общение : учебн. пособ. / О. А. Бабаева. – 2-е изд., исправл. – Мн. : Новое знание, 2001. – 328 с. 4. Рафеенко В. В. Как вести себя в любой компании / В. В. Рафеенко. – Донецк : ПКФ «БАО», 1997. – 384 с.

Стаття надійшла до редакції
07.09.2010 р.

УДК 808.51

Калинина Я. В.

КОМПОЗИЦИЯ РЕЧИ В ОРАТОРСКОМ ИСКУССТВЕ

Аннотация. Выявлена сущность композиционного построения речи. Рассмотрено построение плана выступления. Проанализированы методы изложения материала речи.

Анотація. Виявлено сутність композиційної побудови мови. Розглянуто побудову плану виступу. Проаналізовано методи викладу матеріалу мови.

Annotation. The essence of compositional language is suggested. The construction of adress plan is considered. The methods of presentation of speech material are analyzed.

Ключевые слова: композиция речи, план речи, приемы привлечения внимания аудитории.

Прежде вожди народов были из среды полководцев, теперь же вождями становятся те, кто умеет красиво говорить.

Аристотель

Для успешного публичного выступления недостаточно изучить литературу по выбранной теме, найти интересные сведения, собрать убедительные факты, цифры, примеры. Нужно подумать, как расположить этот материал, в какой последовательности его излагать. Перед оратором неизбежно возникает целый ряд вопросов: какими словами начать выступление, как продолжить разговор, чем закончить речь, как завоевать внимание слушателей и удержать его до конца. Поэтому важно уделить серьезное внимание работе над композицией речи.

Каждому, кто претендует на достойное место в жизни, надо уметь хорошо говорить.