

Мануйлова Инесса Владимировна

канд. филол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Государственный институт

русского языка им. А.С. Пушкина»

г. Москва

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ – ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические аспекты культуры деловой коммуникации, культуры речевого взаимодействия, ораторского мастерства. Характеризуются такие особенности делового общения, как монолог, диалог. Рассматриваются особенности подготовки оратора к публичным выступлениям. Содержится материал практических советов по подготовке речи начинающих ораторов.

Ключевые слова: общение, культура делового общения, характерные особенности деловой речи, публичная речь, требования к публичной речи, подготовка к публичной речи, личность оратора в подготовке к публичному выступлению.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Самый массовый вид общения людей в социуме (обществе) – деловое общение. Без него не обойтись в сфере экономических, правовых, дипломатических, коммерческих, административных отношений. Умение успешно вести деловые переговоры, грамотно и правильно составить деловую бумагу и многое другое в настоящее время стало неотъемлемой частью профессиональной культуры человека: менеджера, руководителя всех уровней, референта, служащего. Общение подразумевает взаимосвязи, взаимопонимание, взаимопереживание, взаимовлияние, проявляющиеся в обмене информацией или без него [2, с.10].

Культура делового общения способствует установлению и развитию отношений сотрудничества и партнерства между коллегами, руководителями и

подчиненными, партнерами и конкурентами, во многом определяя их (отношения) эффективность: будут ли эти отношения успешно реализовываться в интересах партнеров или же станут малосодержательными, неэффективными, а то и совсем прекратятся, если партнеры не найдут взаимопонимания.

Современный человек должен владеть наукой деловых отношений, уметь устанавливать и поддерживать цивилизованные отношения с людьми, преодолевать противоречия, разрешать конфликты.

Специфической особенностью делового общения является его регламентированность, т.е. подчиненность установленным правилам и ограничениям [2, с.15].

Эти правила определяются типом делового общения, формой, степенью официальности, конкретными целями и задачами, которые стоят перед общающимися, а также национально-культурными традициями и общественными нормами поведения.

Они фиксируются, оформляются в виде протокола (делового, дипломатического), существуют в виде общепринятых норм социального поведения, в виде этикетных требований, ограничений временных рамок общения.

В зависимости от различных признаков деловое общение делится на:

- устное – письменное (с точки зрения формы речи);
- диалогическое – монологическое (с точки зрения однонаправленности/двунаправленности речи между говорящим и слушающим);
- межличностное – публичное (с точки зрения количества участников);
- непосредственное – опосредованное (с точки зрения отсутствия/наличия опосредующего аппарата);
- контактное – дистантное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

Все перечисленные факторы делового общения формируют характерные особенности деловой речи.

Монолог в деловом общении представляет собой продолжительное высказывание одного лица. Он относительно непрерывен, последователен и логичен, обладает относительной завершенностью, сложен по структуре.

Диалог предназначен для взаимодействия между двумя или несколькими собеседниками, причем в обмене информацией речевые партнеры могут меняться ролями. Диалог спонтанен (как правило, не может быть заранее спланирован), эллиптичен (фразы более свернутые, краткие, чем в монологе), экспрессивен.

Деловое общение представляет собой широкий диапазон жанровых разновидностей письменного и устного общения.

Устная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т. п.

Совещания, собрания представляют собой особый тип протокольного общения, в котором по большей части представлена монологическая деловая речь, не только имеющая письменную природу, но и существующая сразу в двух формах – устной и письменной.

Сегодня рамки делового общения расширяются. Реклама, светское общение становятся неотъемлемой составляющей делового общения. Успех предприятия, дела сегодня во многом зависит от умения представить свои позиции в наиболее выгодном свете, заинтересовать потенциального партнера, создать благоприятное впечатление. Поэтому, помимо «читаемой» монологической речи, в практику делового общения все активнее входит подготовленная, но «нечитаемая» монологическая речь (презентационная речь, торжественная речь, вступительное слово на различных встречах), поздравительные письма, этикетные тосты.

Публичная речь – одна из форм делового взаимодействия и искусства, по поводу которого сказано: «Хороших ораторов мало, но много ли на свете людей, способных их слушать» (Ж. Лабрюйер); «В речи слово – выражение мысли... и потому слово должно соответствовать тому, что оно выражает» (Л.Н. Толстой).

Публичная речь как компонент делового общения должна обладать качествами хорошего собеседования и при этом быть не только убедительной, но и красноречивой, доказательной, логичной, продуманной, красивой.

Требования к публичной речи:

– Речь должна быть с начала и до конца захватывающе интересной и полезной. Французская поговорка гласит: «Хороший оратор должен иметь голову, а не только глотку!» Слушатели намного чаще, чем думают иные, точно чувствуют, на самом ли деле мельница речи перемалывает зерно, или она трещит так громко лишь оттого, что внутри пусто.

– Она должна быть составлена правильно в композиционном отношении и содержать вступление, основную часть и заключение.

Подготовка к публичной речи. Публичная речь требует даже от опытных ораторов тщательной подготовки, а для начинающих деловых людей это обязательное требование. Подготовка речи является творческой работой, доставляющей ее автору радость и импровизационный азарт. К такой подготовке относится, прежде всего, обдуманная последовательность всех этапов работы.

Античный риторический канон выделял 5 этапов подготовки и произнесения речи:

– *инвенция*, или «нахождение», «изобретение». На этом этапе собирают и систематизируют необходимый для будущей речи материал.

– *диспозиция*, или «расположение». Автор будущей речи обдумывает материал, структурирует его, связывает детали, готовит комментарии к материалу.

– *элокуция*, или «словесное оформление мысли». В этой части осуществляется первая редакция ключевых слов, стилистическое оформление главной части, формулирование выступления и заключения, окончательная редакция текста.

– *меморио*, запоминание. На этом этапе необходимо мысленно освоить написанный текст, может быть, даже выучить его наизусть и попробовать освоить риторически, то есть выделить места, где необходимы паузы, модуляции

голоса, невербальная поддержка текста и другие проявления индивидуального ораторского стиля. «Стиль является физиономией духа, вернее, телесной оболочкой», – замечает Шопенгауэр.

Для эффективного выступления с речью деловому человеку недостаточно только выбрать ее тему, необходимо подумать и о назначении речи.

Существует множество советов по подготовке речи начинающих ораторов. В.И.Аннушкин в учебном пособии «Риторика. Экспресс-курс» дает следующие советы начинающим ораторам:

1. Выбрав несколько идей, свяжите их в небольшую историю. Чем более личным и конкретным будет ваш рассказ, тем более теплые отношения устанавливаются между вами и слушателями.

2. Точно разработайте композицию, т.е. расположение частей вашей речи. Пусть она будет ясна – тогда появится четкая уверенность в том, что за чем должно следовать: вступление – основная часть в нескольких идеях – заключение. Тщательно продумайте и проговорите вступительное предложение (ищите, что вас вдохновит). Постарайтесь запомнить его и использовать, даже если лучшая идея блеснет у вас перед началом речи.

3. В основной части выберите несколько главных идей и распространите их примерами, историями и анекдотами. Чем более конкретны вы будете, тем ярче затронете воображение и внимание слушателей. Начинающие ораторы боятся конкретики: если вы только называете идею («я люблю музыку» или «я люблю кататься на лыжах»), то, скорее всего ваши слушатели пропустят эту информацию мимо ушей. Но повторите ее в других выражениях, обоснуйте конкретными примерами и доказательствами, тогда вы тронете сердца слушателей.

4. О записях: если вы написали вашу речь или говорите только по плану, помните, что вы должны именно говорить, а не читать. Обращаясь к слушателям, не бойтесь увидеть их глаза, отмечайте без боязни их внимание и степень заинтересованности. Возможно, в будущем вы будете писать для себя только

основные ключевые слова, поскольку научитесь распространять то, что собираетесь высказать.

5. Еще о подготовке. Даже если текст готов, готовы ли вы его произнести? Вам необходимо тренироваться, репетировать. Но вы не артист, и ритору требуется не сцена, где он будет кого-то изображать, а нужно представить себя человеком «определенного склада». Для этого требуется внутреннее продумывание, сосредоточение, проговаривание речи как про себя, так и вслух.

6. Желательно, чтобы в вашей подготовке не было ничего искусственного, никакой лишней декламации не требуется – более того, чем проще, искреннее и естественнее вы будете, тем более достигнете своей цели ясностью речи. Но речь должна быть еще и выразительной, хорошо звучащей, поэтому советуем проговорить ее вслух. Это проговаривание (репетицию) будущей речи можно представить как произнесение речи воображаемой аудитории – просто представьте, как вы могли бы сделать это в реальной обстановке. Неплохо проговорить речь (или хотя бы ее отрывки) перед зеркалом или записать на магнитофон. Скорее всего, эта запись вам не понравится, но зато она покажет вам, над чем надо работать.

7. При произнесении речи имейте «глазной контакт» со слушателями. Не бойтесь смотреть внимательно в глаза то одному, то другому вашему слушателю – пусть они чувствуют ваше внимание. Взгляд необходимо фиксировать на одну-две секунды на каждом слушателе, никого не обходя своим вниманием, в то же время не утыкаться в одного и того же симпатичного вам слушателя.

8. Язык вашего тела должен быть подчинен смыслу речи. Ничто так не ценится как естественность, но естественность бывает результатом долгой работы над собой и техникой владения своим телом. Из первых советов выскажем следующее: стоять надо на прямых ногах (но не деревянных, как бы держа упор и позицию оратора). Руки свободно опущены и жестикулируют только в случае необходимости. Аудитория должна быть сосредоточена на смысле речи и ничто лишнее не должно ее отвлекать, ибо внимание слушателей

в конце концов должно сосредоточиться только на глазах оратора – «зеркале» его души [1, с.35–39].

Личность человека проявляется, прежде всего, в речи. Каков человек, такова и его речь. Проявление человека в речи и составляет образ ритора. Образ ритора – совокупность индивидуальных внешних и внутренних характеристик говорящего или пишущего. Всякий человек создает определенный образ ритора, предлагая себя как участника общения. Образ ритора должен быть не только выразителен, но привлекателен и уместен.

Оратор должен добиваться доверия аудитории. Доверять возможно только человеку надежному, честному, нравственно безупречному, обладающему знаниями и способностью объяснять и аргументировать свою позицию. Оратор не должен актерствовать, поскольку обладает определенной позицией, утверждающей его точку зрения на обсуждаемый предмет [3,с. 95].

Восприятие человека начинается с его внешнего вида. В понятие внешность оратора входят его костюм, мимика, жестикуляция, телодвижение, или пластика. Всякий элемент пластического поведения человека является своеобразным телесным «языком» человека, заявляющим о его характере, взглядах, мировоззрении.

Оценка личности человека и его речи происходит по трем основным составляющим: нравственность человека (честный, добрый, справедливый ли это человек?); интеллект (образованность, знание, умение аргументировать); эстетика (словесное изящество, выражаемое в словах и произношении).

Ораторские нравы – требования к качествам личности оратора. Эти качества могут быть нравственными и речевыми. Ораторские нравы показывают стиль личности человека, образ мысли и поведения в разные исторические эпохи.

Техника речи является своеобразной речевой гимнастикой. Как занятия спортом (гимнастикой, спортивными играми) или искусством требуют регулярной тренировки, так и подготовка публичной речи нуждается в постоянных упражнениях. Необходимо посвящать им 10–15 минут в день. Цель

таких занятий – постановка дыхания, развитие артикуляции, интонационной выразительности.

Сегодня многим деловым людям, к сожалению, не хватает таких знаний и умений. И деловая риторика ориентирована на то, чтобы ознакомить их с правилами верного обращения со словом, с техникой его использования не только в публичном выступлении, но и в процессе слушания, и в ходе полемики, спора.

Список литературы

1. Аннушкин В.И. Риторика. Экспресс-курс: учебное пособие / В.И. Аннушкин. – 3-е изд. – Флинта: Наука, 2012. – 224с.
2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учебное пособие для вузов. – 2-е изд. исправл. – Минск: Новое знание, 2001. – 328 с.
3. Деловое общение: учебник для вузов / Т.Н. Кузнецов. – М.: Дашков и К., 2008. – 528с.