

УДК 808.51

Слуцкая О. В.

ИСКУССТВО ВЛАДЕНИЯ АУДИТОРИЕЙ В СИСТЕМЕ ВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Если слушатели смотрят на часы, это еще ничего. Хуже, когда они начинают трясти часы, чтобы проверить, не остановились ли они.

Уильям Беркетт [1]

Аннотация. Определены основные факторы, обеспечивающие успех публичного выступления. Изложены основные правила и приемы установления контакта со слушателями и овладения вниманием аудитории.

Анотація. Визначено основні чинники, які забезпечують успіх публічного виступу. Викладено основні правила та прийоми встановлення контакту зі слухачами й оволодіння увагою аудиторії.

Annotation. Basic factors which secure success of public address are determined. Basic rules and receptions to establish the contact with listeners and to attract audience's attention are expounded.

Ключевые слова: публичное выступление, оратор, слушатели, контакт, аудитория.

Публичные выступления являются неотъемлемой частью не только управленческой деятельности, но и научной. Публичные выступления – это большое искусство. Обладание навыками ораторского искусства, умение связно излагать свои мысли и контролировать аудиторию являются ключом к успеху. Однако для начинающего оратора это достаточно трудное дело. Не только умение подготовить речь, но и умение свободно держаться перед публикой, безукоризненно владеть голосом, жестом и мимикой и безошибочно реагировать на поведение аудитории – таковы объективные требования к стремящемуся произвести желаемое воздействие на слушателей. Изучение ораторского искусства позволяет постепенно овладеть всеми правилами и приемами публичных выступлений. Прежде всего, необходимо выяснить, что же определяет успех публичного выступления.

Самое высшее проявление мастерства публичного выступления – это искусство владения аудиторией. По определению психологов, контакт – это общность психического состояния оратора и аудитории, это взаимопонимание между выступающим и слушателями. Эта общность, прежде всего, возникает на основе совместной мыслительной деятельности, что называется интеллектуальным сопереживанием. Оратор излагает тему своего выступления, а слушатели следят за развитием его мысли. Если оратор говорит об одном, а слушатели думают о другом, контакта нет.

Не случайно в народе говорят: "Слово принадлежит наполовину тому, кто говорит, и наполовину тому, кто слушает" [2].

Помимо интеллектуального сопереживания для возникновения контакта важно также и эмоциональное сопереживание. Это значит, что оратор и слушатели во время выступления должны испытывать сходные чувства.

Так, например, профессор Оверстрит в работе "Влияние на человеческое поведение" замечает: "Подобное рождает подобное. Если мы заинтересованы в наших слушателях, то есть основания полагать, что они также заинтересуются нами. Если мы сердито смотрим на наших слушателей, то есть все основания предполагать, что они также будут сердито смотреть на нас или сердиться, не проявляя это внешне. Если мы будем вести себя робко или слишком суетливо, то они, вероятно, не будут чувствовать к нам доверия. Если мы нахальны или хвастливы, то в ответ на это они проявят собственную самозащитную реакцию. Очень часто еще до того, как мы начали говорить, нас порицают или одобряют. Поэтому есть все основания быть уверенными в том, что мы ведем себя таким образом, чтобы вызвать положительную реакцию" [3].

То, как говорящий относится к предмету речи, насколько он убежден и заинтересован в том, что говорит, передается и слушателям, вызывает у них соответствующую ответную реакцию.

Кроме того, необходимым условием возникновения контакта между оратором и аудиторией является искреннее, настоящее уважение слушателям, признание в них партнеров, общение на равных. К примеру, никогда не следует говорить: "Вы меня не поняли", лучше сказать: "Я плохо выразил свою мысль" [1].

Внешне контакт проявляется, во-первых, в поведении аудитории, во-вторых, в поведении самого оратора.

Нередко во время выступления оратора в зале царит тишина. Одних ораторов слушают, затаив дыхание, боясь пропустить хоть одно слово. Эта тишина регулируется и самим оратором. Шутки выступающего, его юмористические замечания вызывают движение в зале, улыбки, смех слушателей, но этот смех прекращается сразу же, как только оратор вновь начнет излагать свои мысли.

Во время выступления других ораторов тоже сидят молча, но не потому, что ловят каждое его слово, а потому, что не хотят мешать выступающему. Это так называемая "вежливая" тишина. Слушатели сидят, не нарушают порядка, не разговаривают, но не слушают, не работают вместе с оратором, а думают о своем, мысленно занимаются другими делами. Поэтому сама по себе тишина еще не говорит о контакте оратора с аудиторией.

Главные показатели взаимопонимания между говорящими и слушающими – положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей (их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, согласные кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты), "рабочая" тишина в зале [2].

О наличии или отсутствии контакта свидетельствует и поведение оратора. Так, чеховский герой рассказа "Скучная история", заслуженный профессор Николай Степанович, вспоминая о своей лекторской деятельности, пишет: "Хороший дирижер, передавая мысль композитора, делает сразу двадцать дел: читает партитуру, машет палочкой, следит за певцом, делает движение в сторону то барабана, то валторны и проч. То же самое и я, когда читаю. Предо мною полтора лица, не похожих одно на другое, и триста глаз, глядящих мне прямо в лицо. Цель моя – победить эту многоголовую гидру. Если я каждую минуту, пока читаю, имею ясное представление о степени ее внимания и о силе разума, то она в моей власти" [2].

Другими словами, если оратор говорит уверенно, ведет себя естественно, часто обращается к слушателям, держит весь зал в поле зрения, сохраняет твердость и решительность в голосе, значит, он нашел нужный подход к аудитории. Оратор, не умеющий установить контакт с

аудиторией, как правило, говорит сбивчиво, невыразительно, он не видит своих слушателей, никак не реагирует на их поведение.

Следует иметь в виду, что оратору порой удается установить контакт только с частью слушателей, а не со всей аудиторией. Конечно, каждый выступающий должен стремиться установить со своими слушателями полный контакт, устойчивый от начала и до конца речи.

Установлению контакта способствуют определенные факторы, такие, как: актуальность темы, личность оратора, особенности аудитории, форма преподнесения материала и др.

На установление контакта влияет, прежде всего, актуальность обсуждаемого вопроса, новизна в освещении данной проблемы, интересное содержание выступления. Филипп Честерфилд, известный английский писатель, дипломат, говорил: *"Большинство людей обладает слухом, но лишь очень немногие способны рассуждать: сумей пленить их слух – и ты уловишь в свои сети их разум, какой бы он у них ни был"* [2]. Таким образом, главное суметь заинтересовать слушателей, привлечь их внимание.

Большое влияние на установление контакта с аудиторией оказывают личность оратора, его репутация, сложившееся общественное мнение о нем. Положительную реакцию со стороны слушателей вызывает оратор эрудированный, принципиальный, как человек, у которого слово с делом не расходится, человек, не бросающий слов на ветер, выступающий "не ради красного словца".

В "Российской риторике", изданной в 1824 году, в главе "О нравах" пишется: *"Положим на примере, что искусный оратор в прекрасных и трогательных выражениях преподает нам правила честности, с которыми весьма несообразно его поведение; он влечет нас, покоряет силою витийства; но в ту самую минуту, когда мы уже готовы ему верить, по несчастию приходит нам на мысль, что тот самый, кто предлагает нам столь мудрые правила, удаляется от оных своею жизнью: тогда очарование искусства в глазах наших исчезает, вместо наставника мы видим пред собою хитрого лицемера, и за стыд себе считаем иметь столь недостойного руководителя"* [2].

Единство слова и дела – это нравственно-этический критерий деятельности оратора, одно из главных требований, предъявляемых ему, важнейшее условие взаимопонимания и доверия к словам говорящего.

Чтобы установить контакт со слушателями, важно учитывать особенности аудитории, в которой предстоит выступить. Прежде всего, важно знать, однородна или неоднородна аудитория. Об однородности аудитории можно судить по следующим характеристикам слушателей: возраст, пол, национальность, уровень образования, профессиональные интересы, настроение и т. п.

Естественно, чем однороднее аудитория, тем единоклубнее реакция слушателей на выступление, тем легче выступать. И наоборот, разнородная аудитория обычно неодинаково реагирует на слова оратора, и ему приходится прилагать дополнительные усилия, чтобы управлять своими слушателями.

Существенный признак аудитории – количественный состав слушателей. Приемы, используемые в той или другой аудитории, манера поведения, форма преподнесения материала, обращение к малочисленной и многочисленной аудитории различны.

Как малочисленная, так и многочисленная аудитория имеют свои особенности. Многие опытные ораторы лучше думают и лучше говорят перед аудиторией, чем в беседе с отдельным человеком. Присутствие большего числа слушателей оказывается для них стимулом, порождает вдохновение.

Некоторые ораторы боятся большой аудитории, они начинают сильно волноваться, их охватывает, как говорят, "ораторская лихорадка" и они теряют дар речи.

Малочисленной аудиторией легче управлять, но в данном случае оратор должен хорошо знать вопрос, о котором идет речь, так как вряд ли удобно читать с "листа" перед небольшим количеством слушателей.

Кроме того, очень важным является расположение слушателей. Аудиторию нелегко расшевелить, если она разбросана по залу. Ничто так не гасит энтузиазм, как обширное помещение и пустые кресла в зале. Генри Уорд Бичер сказал в своих йельских лекциях о том, как читать проповеди: *"Сосредоточьте своих слушателей, и вы сможете убедить их, приложив минимум усилий"* [3].

Гораздо легче заставить людей действовать в качестве единого целого, чем индивидуально. Все великие народные движения и реформы осуществлялись при помощи психологии толпы. Так и при выступлении необходимо учесть, что для аудитории характерно чувство общности, которое проявляется в эмоциональном настрое слушателей. Это происходит потому, что слушатели испытывают действие различных психологических механизмов: одни слушатели бессознательно повторяют действия окружающих, другие осознанно воспроизводят образцы поведения рядом сидящих, на третьих оказывают влияние мнение и поведение большинства присутствующих.

Так, для выступления перед небольшой группой слушателей нужно выбрать небольшое помещение. Лучше поставить плотно стулья в небольшом помещении, чем рассадить слушателей в большом зале. Если слушатели разбросаны в зале, то оратору, прежде чем начать выступление, следует попросить их перейти вперед и сесть к нему поближе.

Подниматься на трибуну оратору следует только в том случае, если аудитория довольно велика, и в связи с этим возникает действительная необходимость стоять на возвышении. Лучше находиться на одном уровне с аудиторией, стоять рядом со слушателями. Это позволит избежать формальной атмосферы, установить теплый контакт и превратить выступление в беседу.

Необходимо также учитывать особенности психологии слушателей. Слушатели – это одновременно и зрители. Наибольшее влияние на них оказывают визуальные средства, то есть внешний вид оратора – одежда, жесты, поза, зрительный контакт и т. д. [4].

Безусловно, зрительный контакт со слушателями возникает только тогда, когда оратор владеет темой своего выступления и может свободно излагать содержание речи, когда он произносит речь, а не читает ее с "листа".

Вопрос "Читать или говорить?" – один из вечных вопросов истории ораторского искусства. Традиция написания и чтения с "листа" ораторских речей родилась задолго до наших дней. Так, с конца V века до н. э. в Афинах появились логографы, то есть составители речей для выступления тяжущихся сторон в суде. Они готовили речи с учетом индивидуальности "заказчика". Во Франции в XVIII веке считалось неприличным выходить на кафедру без заранее написанной речи. Текст речи обязательно читался. Таков был обычай [2].

А вот Петр I в 1720 году издал Указ № 740, который гласил: *"Указую: господам сенаторам речь в присутствии схода держать не по писанному, а токмо словами, дабы дурь каждого всем видна была"* [2].

Ни один из авторов методической литературы по ораторскому искусству не рекомендует читать текст по написанному. Более того, психологи предупреждают: при чтении текста с "листа" в получасовом выступлении его содержание воспринимается лишь на 17 % [2].

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 отсидеть 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