

ДО ПИТАНЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ДІЛОВОЇ РИТОРИКИ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННЮ

Г. Г. Гайдамака

Харківський державний економічний університет

В статье рассматриваются законы деловой риторики. Предметом деловой риторики являются правила и приемы эффективного делового общения. Результативность речи становится тем практическим показателем овладения речевого мастерства, который обеспечивает персональный престиж.

Ключевые слова: речевые умения, риторика, законы риторики, деловая риторика, деловое общение

У статті розглядаються закони ділової риторики. Предметом ділової риторики є правила та прийоми ефективного ділового спілкування. Результативність мови стає тим практичним показником опанування мовленнєвою майстерністю, яка забезпечує персональний престиж.

Ключові слова: мовленнєві вміння, риторика, закони риторики, ділова риторика, ділове спілкування

The laws of business rhetoric are considered in the article. The subject of business rhetoric is the rules and methods of effective business communication. The speech results becomes that practical index that shows the level of speech skills that provides the individual prestige.

Key words: speech skills, rhetoric, rhetoric laws, business rhetoric, business communication

Одним із найважливіших показників, що визначають рівень розвитку суспільства, є система освіти, і зокрема система підготовки фахівців у вищому навчальному закладі. Про справжнього спеціаліста можна говорити тоді, коли він не лише має блискучу кваліфікацію, а й володіє високою мовленнєвою культурою. Це означає, що професійний успіх значною мірою залежить від того, наскільки адекватно фахівець сприймає людей, як звертається до партнера, чи знаходить прийнятний тон і стиль спілкування, чи вміє чути співбесідника, чи намагається зрозуміти його, які добирає слова, щоб підтримати або переконати.

Культура мовлення фахівця має відповідати сучасним літературним нормам, характеризуватися лексичним багатством, логічністю, точністю, чистотою, виразністю, доцільністю і бути показником культурного рівня особистості, надійним інструментом вирішення виробничих і професійних задач.

Як бачимо, процес формування висококваліфікованого фахівця буде недостатнім, якщо у нього не будуть сформовані мовленнєві навички і уміння професійного спілкування.

У сучасному трактуванні професійне спілкування означає усний контакт між партнерами (співбесідниками), з метою вирішення ділових проблем, і базується на трьох складових: а) уміння зацікавити співбесідника у корисності запропонованої теми (проблеми); б) створення взаємної довіри; в) використання засобів впливу та переконання при передачі інформації під час спілкування.

Таким чином, щоб досягти мети спілкування, необхідно володіти певними ораторськими навичками й вміннями. Цією проблемою займається теорія комунікації, яка складається з таких наукових гілок, як функціональна стилістика, лінгвістика тексту, культура мовлення, теорія мовленнєвого етикету, риторика.

Саме цьому риториці сьогодні починає включатися у систему гуманітарної освіти. Заняття з ораторського мистецтва стають частиною навчальних програм вищих навчальних закладів. У межах вивчення курсу ділового мовлення деякими кафедрами впроваджуються спецкурси та спецсемінари з практики красномовства. Такі спецкурси допомагають, з одного боку, поліпшити володіння українською мовою російськомовних студентів, а з другого – підвищити культуру спілкування.

Слово “риторика” походить від грецького “rhetorike”, що у перекладі означає “ораторське мистецтво”. Але в історії цей термін ніколи не тлумачили однаково. Навколо терміна “риторика” і досі точаться суперечки серед лінгвістів, психологів, філософів, педагогів. З одного боку, ця найдавніша з лінгвістичних дисциплін ще в давнину була визнана наукою про переконливу мову, про форми та методи мовленнєвого впливу на аудиторію. “Визначимо риторику, – писав

Аристотель, – як здатність знаходити можливі способи переконання стосовно даного предмету”[1,с.19]. З другого боку, у тій же “Риторичі” Аристотель називає риторичу “мистецтвом, що відповідає діалектиці”[2,с.19].

Знання системи логічних доказів, майстерність і вміння знаходити ці способи у кожній конкретній ситуації визначили подвійну природу риторичи.

Тривалий час риторика була наукою про публічне усне мовлення, про способи доведення і переконання, про форми впливу на аудиторію. У XVIII столітті погляди на предмет риторичи змінюються. У своїй книзі “Краткое руководство к красноречию” (1748р.) М.В. Ломоносов визначив риторичу як науку про писемне і усне мовлення. М.В. Ломоносов у своєму “руководстве” підкреслив важливість урахування у процесі мовленнєвої діяльності соціального контексту, вказав на його зв’язок з характером мовлення [3].

Поступово загальна риторика починає розпадатись на самостійні дисципліни – стилістику, поетику, герменевтику, теорію літератури – і ряд спеціальних риторик, які з’явилися у суспільній сфері діяльності: дипломатичне красномовство, судове, академічне, політичне, духовне, торгове (ділове), військове. Таке виділення спеціальних риторик було зумовлено специфікою функціонування мови у різних сферах суспільного життя і різними задачами спілкування.

Якщо політичне красномовство, що враховує специфіку виступу перед великою аудиторією, використовує одні прийоми, то ділова риторика, що в основному зорієнтована на персональне спілкування, – інші. “Ділова риторика – це галузь людської культури, що вміщує в собі науку, мистецтво і живу людську практику переконливої і ефективної мови у різних жанрах ділового спілкування”, – пише у своїй книзі “Ділова риторика” В.І. Андреев [4,с.7]. Можемо додати, що ділова риторика відрізняється від усіх інших спеціальних риторик тим, що розглядає сферу міжособистісних відносин у соціальному аспекті. Персонально адресована мова має такі специфічні риси, які неможливо не враховувати, говорячи про успішну комунікацію.

Предметом ділової риторичи є правила і прийоми ефективного ділового спілкування. Результативність мови стає тим практичним показником оволодіння уроками мовленнєвої майстерності, який забезпечує персональний престиж, зростання та конкурентоспроможність. У сучасному західному менеджменті сьогодні високо ціняться такі якості керівника, як уміння працювати з людьми, тобто уміння переконувати у своїй правоті, стимулювати роботу підлеглих.

Сучасна риторика, що акумулює усі досягнення психології, лінгвістики тексту, соціолінгвістики, логіки, культури мови, є наукою про доцільне, ефективне і гармонізуюче мовлення.

Як будь-яка наука, риторика розвивається за своїми законами.

Психолінгвістами давно встановлено, що у процесі спілкування мовець пробуджує “внутрішнє слово” у слухача. Тобто у того, хто слухає, напружено працюють усі мовнорозумові центри: внутрішня мова, центр усвідомлення, пам’ять, центри, що відповідають за аналіз почутого, емоційна сфера. Слухач мов би внутрішньо повторює сказане, адаптує до свого рівня, тобто усвідомлює, запам’ятовує і реалізує емоційно. Мовець, промовляючи, оформляє свою думку словесно. Таким чином аудіювання (слухання) – це напружена праця, яка може бути ефективною, а може – і ні. Лінивий ум відмовляється адаптувати почуте, і тоді відбувається те, що влучним народним словом позначено так: “В одне вухо влетіло – з другого вилетіло”. Те ж відбувається, якщо мова незрозуміла адресату (співрозмовнику): переобтяжена незрозумілими термінами, іншомовними словами і т.ін. Фактор адресата дуже важливий в умовах безпосереднього спілкування.

З цього витікає перший важливіший закон сучасної риторичи – закон спрямування мови на адресата. Цей закон проголошує: перш ніж почати говорити, необхідно уявити собі слухача, співбесідника, його соціальний статус, освітній, культурно-мовленнєвий рівень, особисті якості. Слід також враховувати важливість, зацікавленість і доступність інформації для слухача.

Другим законом сучасної риторичи є закон просування до мети й орієнтації адресата мовлення. Його суть полягає у тому, що спілкуючі сторони (або тільки мовець) експліцують (позначають словесно) свою мету і спільними зусиллями вони просуваються до її вирішення. Особливо важливим є спрямування адресата у ході ділових переговорів. Для цього на початку повідомляється й узгоджується структура переговорів (бесіди, дискусії): перелік питань, що будуть вирішуватись, їх черговість, підведення підсумків з кожного питання. Для цього можуть бути використані фрази типу:

Отже, щодо погашення взаємної заборгованості ми прийняли рішення про взаємозалік боргів і покриття різниці товарами народного споживання.

В результаті по третьому пункту ми з вами поки не досягли компромісу.

Дуже часто у спонтанному мовленні на позначення етапів просування до мети використовуються когезивні засоби (засоби зв’язку), що вказують на послідовність частин

повідомлення: *по-перше..., по-друге..., наступне питання..., далі визначимо..., про це я скажу пізніше..., забігаючи наперед..., я повинен сказати..., як буде указано пізніше..., подивимось, як..., зараз приступимо до розгляду наступного питання...* і т. ін. Завдяки використанню таких слів виникає ефект “просування” до визначеної мети, ефект зкріплення смислових блоків. Це необхідно, оскільки структура мови повинна бути зрозумілою не лише для того, хто говорить, а й для адресата. Це особливо важливо у діловому спілкуванні, коли рішення приймається обома сторонами.

Третій закон сучасної риторики – це закон дієвості мовлення, який надає задоволення слухачеві. Це універсальний принцип спілкування, бо ми завжди намагаємось спілкуватися з приємними для нас особами. Насолода бесідою ще з часів Платона відноситься до найвищого виду насолоди. Відомий Дейл Карнегі головним секретом “мистецтва спілкування з людьми” називає вміння цінувати й заохочувати людину до діяльності, задовольняти “його прагнення до власної значущості” [5].

Підкреслити “значущість” партнера можна не тільки через похвалу. Можна використовувати комплімент: *оскільки ваша фірма є крупнішим постачальником металу, ми хотіли б укласти з вами угоду про...;* етикетні формули: *маємо честь запросити, дозвольте висловити Вам щире подяку за послугу, вельмишановний Володимире Степановичу...;* жестикулювання; тон спілкування: ввічливий, рівний; манера спілкування.

Впровадження риторики у курсі ділового мовлення відіграє роль синтезатора багатьох наук, спрямованих на розвиток мовної особистості, і стане кроком на шляху до підготовки висококваліфікованого фахівця.

Література:

1. Аристотель Риторика. Античные риторики / Под ред. А.Тахо-Годи.– М., 1978.
2. Русская риторика: Хрестоматия / Авт.-сост. Л.К.Граудина. – М., 1996.
3. Андреев В.И. Деловая риторика. – Казань, 1993.
4. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. – М., 1989.

