УДК 82.085

Р.Э. МУСАГУЛОВА
Московская академия водного транспорта

РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ КАК ОДНА ИЗ СОСТАВНЫХ ЧАСТЕЙ ИМИДЖА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Риторика – филологическая дисциплина, изучающая отношение мысли к слову. Для делового человека немаловажным является умение говорить, убеждать, выступать перед публикой. В нашем вузе уже более 15 лет мы читаем лекции по дисциплине «Деловой протокол и этикет», где мы уделяем большое внимание культуре общения, речевому этикету. Мы учим студентов умению держаться перед публикой, увлечь аудиторию своим выступлением, учим определять с чего начать свое выступление и как его закончить, как готовиться к выступлению, роль мимики, жестов, одежды при выступлении, рассказывая о видах речевого этикета. В конце курса студенты анонимно пишут свои отзывы по данной дисциплине и дают нам понять, что данная дисциплина ими востребована.

Rhetoric is a philological subject, studying the relation of the idea to the word. The ability to speak, to convince, to address public is very important for a businessman. We have already been giving lectures on the subject "Business protocol and etiquette" for more than 15 years in our Academy where we pay great attention to the culture of socializing and etiquette. We teach students skills of behaving themselves in front of the audience, of exciting the audience, we teach them so start the speech and to finish it, to make ready for the report, to understand the importance of body language in communication. We also tell them about different kinds of speech etiquette. At the end of the course students give their written feedbacks and which show ins that the course is useful anonymously for them.

В нашем вузе уже более 15 лет мы читаем лекции по дисциплине «Деловая культура», «Международный протокол и деловой этикет», где мы уделяем большое внимание культуре общения, речевому этикету.

Как считает Д.Карнеги, «о нас судят на основании того, что мы делаем, как мы выглядим, что мы говорим и как мы говорим». Деловое общение – сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере, в которой немаловажную роль играют формы вербальной и невербальной коммуникации. Американский специалист А.Пиз выделяет при этом, насколько важно понимать и владеть невербальными формами общения. Он утверждает, что с помощью слов передается 7 % информации, 38 % – при помощи звуковых средств (тон голоса, интонация и так далее), 55 % – при помощи мимики, жестов и позы, то есть не столь значимо, что говориться, а значимо – как это делается.

Однако умение говорить – искусство, которым должен владеть деловой человек.

Риторика – филологическая дисциплина, изучающая отношение мысли к слову. Непосредственная цель риторики – создание прозаической речи или публичной аргументации.

Общественные задачи риторики состоят: 1) в воспитании ритора – достойного в публичной речи; 2) в организации речевых отношений в следующих сферах общественной жизни: управление, образование, хозяйственная деятельность, безопасность, правопорядок; 3) в определении критериев оценки публичной деятельности, на основе которой отбираются лица, способные занимать ответственные должности.

Известно, что специалисты условно выделяют четыре основных разновидности публичных выступлений с точки зрения формы подготовленности: экспромт; речь, заученная наизусть; речь, прочитанная с листа и импровизированное выступление.

Самой действенной является речь, прочитанная с листа, так как здесь продумано каждое слово. Самой эффективной с точки зрения воздействия на аудиторию является импровизация, которая дает возможность оценивать деловые и личные качества оратора.

Для любого выступления важное значение имеют завершение, так как вслед за пиком популярности очень скоро наступает пресыщение.

У некоторых народов Африки выступающий мог говорить столько, сколько он простоит на одной ноге. Очень важным является количество слов, из которых состоит фраза. Фраза из 10-13 слов воспринимается очень хорошо, из 14-18 слов – хорошо, из 25-30 слов – с трудом, а более 30 слов не воспринимается вообще.

Секрет успешного выступления – «одержимость» темой, страстное желание увлечь ею слушателей. Однако публичная речь – это путешествие к цели по заданному маршруту, поэтому к ней нужно готовиться, иначе получится путаница.

Известный оратор Вебстер говорит, что «выйти на публику неподготовленным – это все равно, что предстать перед ним полуодетым». При публичном выступлении очень большую роль играет манера выступления, внешний вид, жесты, дистанция. Речь должна звучать непринужденно, у слушателей не должно возникать и мысли о том, будто бы вы проходили специальную подготовку, как хорошее оконное стекло, которое само по себе не привлекает внимания, просто пропускает свет. В выступлении должна быть индивидуальность, присущая только вам, харизма.

Условием хорошего выступления является также обилие резервного материала, чтобы у слушателей не оставалось ощущения исчерпанности темы, так как одной из основных задач устного выступления является привлечение внимания к предмету.