

Литература:

1. Нисневич Ю. Информационно-коммуникационная стабилизация политической системы / Ю. А. Нисневич // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 2006. – № 1. – С. 71.
2. Гончаров А. А. Гражданский контроль над органами власти / А. А. Гончаров. – М.: Издательство "Весь мир", 2010. – С. 14.
3. Шмидт В. Гражданский контроль как форма участия граждан в публичной политике [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.demos-center.ru/projects/915DE20/A044C6D/1193054051>
4. Корченкова Н. Ю. Принцип информационной открытости как требование современной демократии / Н. Ю. Корченкова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – Серия: Право. – 2000. – № 1. – С. 125.
5. Лациба М. Оцінка стану залучення громадян до прийняття рішень та інформаційна відкритість влади // Пріоритети розвитку громадянського суспільства України / М. Лациба, О. Вінніков, Л. Сідельнік, Д. Український. – К.: Український незалежний центр політичних досліджень, 2008. – С. 139.
6. Проект доповіді Кабінету Міністрів України Верховній Раді України про стан та перспективи розвитку інформатизації та інформаційного суспільства в Україні за 2009 рік [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт Державного комітету інформатизації України. – Режим доступу: <http://www.dki.gov.ua>

Нєнов І. Г., м. Одеса

ФОРМУВАННЯ КРЕДИТУ ДОВІРИ ДО ПУБЛІЧНОЇ ОСОБИСТОСТІ

В данной статье рассматриваются основные требования к публичным выступлениям политиков, государственных руководителей разных уровней, диалоги с социумом которых стали фактором управления. Что мешает публичной личности завоевать у аудитории кредит доверия, как преодолеть десять ошибок, присущих публичным людям – об этом идет речь в статье на основании опыта, полученного ораторами, государственными деятелями Древней Греции и Рима, и социологических исследований.

This article discusses the basic requirements for public statements of politicians, government officials of various levels, whose dialogue with society became a factor control. That what prevents a public personality to gain the audience's credibility, how to overcome the ten errors of public people is described in this article on the basis of experience gained by orators, statesmen of Ancient Greece and Rome and sociological studies.

Довіра до публічної особистості багато в чому визначається її вмінням спілкуватись з людьми. Тому культура мовлення постає об'єктом багатьох наукових досліджень [1-11].

Однією зі складових публічного адміністрування є публічні виступи, які у процесі демократизації українського суспільства набули особливого значення. Досвід промовців Стародавньої Греції і Риму свідчать, що перемагає аудиторію не той, хто говорить правду, а той, хто володіє прийомами переконання. Славетні майстри публічного слова – Аристотель, Демосфен, Платон, Цицерон – заклали основи вимог до публічних виступів.

Аристотель у своїй "Риторичі" писав: "Промова складається з трьох елементів: з самого оратора, з предмету, про що він говорить, а також з особи, до якої він звертається. Вона і є кінцевою метою усього". Тобто була вироблена модель впливу публічної особистості на аудиторію.

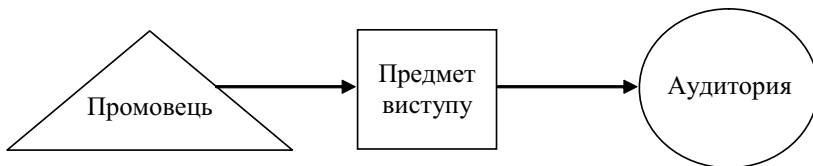


Рис. 1. Модель впливу публічної особистості на аудиторію

Публічна людина – це особистість, яка словами, мовними вчинками стверджує і захищає свою точку зору публічно, у полеміці і дискусіях, на прес-конференціях, брифінгах, у доповідях і промовах, виступах на телебаченні, радіо та у газетах, на мітингах. Деякі сучасні чиновники та політики різних рівнів не до кінця усвідомлюють значення публічно висловленого слова, за яке публічна особистість має нести найвищу відповідальність. Слово і створює, слово і руйнує.

За соціологічними даними, довіра чи недовіра до публічної особи виникає у перші сім секунд її появи перед аудиторією. Вона народжується під час невербальної комунікації з публікою і успіх або неуспіх виступу починається з першого вербального звернення до аудиторії ("шановні депутати!", "Добрий день, колеги!", "Здрастуйте, шановні учасники круглого столу!").

У психології існує поняття імпритінгу – враження про публічну особу, що відбивається (фіксується) у свідомості публіки. Якщо це враження позитивне, то упродовж всього виступу так званий позитивний шлейф буде супроводжувати оратора, яким би за змістом не був його виступ.

Вченими доведено, що аудиторія запам'ятовує оратора ще на початку виступу вже на сімдесят відсотків, на двадцять – те, як він говорив, і лише на десять відсотків – про що саме він говорив. Тому ми часто, спостерігаючи за публічними особами на трибуні, доходимо висновків, що вони перед собою не чітко поставили кілька основних завдань: по-перше, як поводити себе у період невербального спілкування з аудиторією (тобто до початку виступу); по-друге, не відповіли собі на три дуже важливих питання – як публічно спілкуватися (прийоми публічних виступів), що говорити (драматургія побудови виступу за вимогами психології, риторики, логіки), до кого звертатися (потенційний склад аудиторії, її підготовленість до риторики виступу).

Основні вимоги, з яких починається кредит довіри до оратора:

1. Правила семи секунд.
2. Поведінка і хода оратора.
3. Правило 90°.
4. Стойка оратора.
5. Жести та міміка.
6. Використання інтонаційних знаків у виступах.
7. Підбір слів.
8. Значення пауз.

Розглянемо детальніше деякі з цих вимог. На обласному рівні проходила нарада, на якій з доповіддю виступав один з начальників управління облдержадміністрації. Тема – занадто важлива: підходи до проведення в Україні земельної реформи. В залі були присутні понад триста керівників районів, області, спеціалісти відповідної галузі. Після закінчення заходу усім їм було запропоновано відповісти на питання анкети. Мета опитування – дізнатися, що саме з виступу запам'яталося аудиторії. Виявилося, що 90 % учасників цих зборів не задоволені доповіддю і мало що запам'ятали. Аналізуючи відповіді, автор дійшов висновку: не зважаючи на змістовну доповідь, яка була добре побудована і в якій порушувалися серйозні соціальні та економічні проблеми сьогодення нашого регіону, чиновника упродовж всього виступу супроводжував "негативний шлейф". За його поведінкою до і упродовж виступу слідували експерти-психологи, які знайшли серйозні недоліки у спілкуванні з аудиторією:

– відсутність зорового контакту з залом до початку виступу. Оратор, не звертаючись до аудиторії і не піднімаючи очей від паперу, читав, на мій погляд, дуже цікаву і змістовну доповідь. Але, перед тим, як привітатися з колегами, він не оглянув зал очима. Треба, стоячи перед публікою, не повертаючи голови вправо-вліво, очима оглянути усіх

присутніх з правого сектора, лівого і потім центру. Тобто, він вже на четвертій секунді не одержав контакту з аудиторією. Але негативний шлейф створився ще на першій-другій секундах, коли після надання йому слова він ішов до трибуни, поправляючи краватку, застібуючи усі гудзики піджаку, злегка нахилившись до підлоги, не дивлячись на людей. Крім того, до початку виступу була затягнута пауза: він шукав свої окуляри, перекладав листи на трибуні, таким чином, він вже не одержав від залу кредиту довіри;

– організатори цих зборів не врахували "правила 90°", адже трибуна була розташована не по центру, а збоку. Тобто сектор огляду оратором зали був практично на 50 % зменшений. Цей негативний факт розташування трибуни впливав на звукове сприйняття слів оратора присутніми у залі;

– у вербальному спілкуванні для сприйняття матеріалу велике значення мають жести. Вони часто посилюють смисл висловленого, привертають увагу до того моменту, який хоче виділити оратор. До речі, італійці протягом години спілкування роблять до 180 жестів, французи – 120, англійці – жодного, а українці і росіяни – до 25. Наш доповідач за сорок хвилин виступу використав (і дуже недоречно) тільки два посилюючих жести. Хоча, за спостереженнями експертів-психологів, їх могло би бути понад десять;

– інтонаційні знаки у виступі практично не використовувалися. А якщо вони і були, то дуже аморфні і невиразні. Вони допомагають, на наш погляд, створювати так звану мелодію голосу, який звучить більш переконливо, а це дає можливість слухачам зосередити свою увагу на важливих питаннях. Чиновник не використовував логічних (смыслових) наголосів. Перед комами не робив люффт пауз і не підвищував голосу, крапки читав як коми, і навпаки. Таким чином монотонність сприяла втраті уваги аудиторії. На наш погляд, кращий музичний інструмент – це голос людини, і ним сучасним політикам, керівникам усіх рівнів треба вчитися володіти. На жаль, вищі навчальні заклади, які готують держслужбовців, працівників органів місцевого самоврядування, політологів, політиків, вчителів, лекторів цьому не вчать. Тому дуже часто ми втрачаємо у доведенні ключових питань соціального, політичного та економічного значення до соціуму;



– як показує практика та соціологічні дослідження, у публічних виступах аудиторія реагує менше на значення речення, а більше – на слова, їх підбір. У виступі на обласній нараді чиновник плував місцями іменники і прикметники, часто використовував вступні слова і речення, які інтонаційно не вимовлялися, найчастіше були зайвими і у такий спосіб відволікали аудиторію. Тричі у період виступу ми відзначили невідповідність, дисонанс слова і тону їх вимовляння.

Політтехнологи, спеціалісти-психологи, лінгвісти та досвідчені оратори дійшли висновку, що всім публічним особистостям треба позбавитися десяти помилок, які спостерігаються під час виступів.

Помилка перша: невідповідність. Публіка миттєво помічає, коли зміст слів оратора розходиться з тональністю вимови, осанкою та мовою тіла. жестами. Аудиторія легше сприймає інформацію політика-оратора, коли він позитивно налаштований, не зважаючи на тему та проблематику виступу. Цей позитивний настрій передається будь-якій, у тому числі, і телевізійній аудиторії. Часто негативним прикладом служать виступи деяких українських політиків у Верховній Раді, з трибуни якої можна побачити такі жести-символи, що становиться соромно, і почути такі непристойні словосполучення, що телеглядачі відчують себе начебто на кухні. Під час однієї з теледискусій відомий в Україні політик замість необхідного слова (коректного) на адресу жінки-політика використав дуже брудний жест "від плеча", чим викликав у багатьох телеглядачів негативне і брідливе ставлення до нього самого.

Помилка друга: виправдовування. Ми завжди повинні пам'ятати, що аудиторія егоїстична, тому за мету спочатку виступу треба поставити завдання інформувати, довести до відома, переконати, а не говорити про стан свого здоров'я у цю секунду виступу. Таке інколи на практиці трапляється (оратор посилається на хриплий голос, тиск, поганий зовнішній вигляд і таке інше). Публіка ж чекає від оратора не цього, а головного – заради чого вона зібралася і дивиться на людину, яка знаходить у центрі залу.

Помилка третя: вибачення. Вона схожа на попередню, коли публічна людина говорить про своє хвилювання, пов'язане з тим, що не дуже часто виступає перед людьми. Такий факт сприймається публікою як некомпетентність того, хто перед нею виступає.

Помилка четверта: очі та брови. Дослідження психологів показали, що аудиторія в десять-п'ятнадцять разів більше уваги приділяє, як вміло оратор володіє обличчям, особливо очима та бровами. Як не дивно, але практикою доведено, що публіка слухає оратора не вухами,

а очима. Починаючи публічні особистості не вміють використовувати міміку. Високо підняті брови – ознака невпевненості, Якщо очі і брови говорять те саме, що і слова оратора, публіка його зрозуміє і проникнеться повагою як до компетентної людини. Ще у Древній Греції оратори, перш ніж виступити на майдані, тренувалися перед дзеркалом. Сьогодні бажано свої перші виступи писати на відео і аудіо, щоб потім проаналізувати свої помилки.

Помилка п'ята: підбір слів. Майстри публічного слова древності вчили своїх учнів розповідати так, щоб їх вчитель бачив сказане. Тому слова, речення повинні створювати у слухачів картинку. Оратори-початківці (це особливо стосується лекторів навчальних закладів) повинні говорити просто, дохідливо, так, щоб люди чекали зустрічі з ним.

Помилка шоста: відсутність гумору. Соціологічні дослідження довели, що кращі інформативні промови – це цікаві промови, вони запам'ятовуються, коли публічна особа у серйозній промові використовує жарти. Іноді нашим ораторам не вистачає під час виступу і такого прийому, як сміх, який допомагає розслабитися і, як свідчать нейропсихологи, призводить до формування у мозку хімічного середовища, у якому краще відбувається сприйняття нової інформації.

Помилка сьома: усезнайство. Деякі наші оратори-політики, виходячи на трибуну, вважають себе розумнішими за аудиторію. Будь-яка публічна людина повинна пам'ятати, що у тій чи іншій проблемі вона насправді добре підготовлена, але це не означає, що слухачі не можуть знати більше, ніж він чи вона. Деякі з лекторів інколи займають позу усезнайства і на питання, які їм ставляться, вони намагаються відповісти, але не завжди переконливо, тому що не вистачає мужності сказати і собі, і аудиторії: я не готовий сьогодні вам відповісти, згодом підготуюсь і дам вичерпну відповідь.

Помилка восьма: метушливість. Вона виникає через відсутність досвіду виступів. Оратор, виступаючи перед публікою, ходить або по аудиторії, або зі сторони в сторону біля трибуни, а це видає його невпевненість. Головне, щоб, як казав Архімед, знайти точку опори: стояти на одному місці і встановити зоровий контакт зі всією аудиторією.

Помилка дев'ята: монотонність. Нудний монотонний голос як китайське катування за допомогою капання води на голову того, кого катують. Така промова – по тональності монотонна, без логічних наголосів і використання вимог до інтонаційних прийомів у виступах – руйнує головне, заради чого зібралася аудиторія або заради чого оратор хоче переконати її у правоті своїх поглядів. Такі виступи викликають у аудиторії втомленість, відволікаючи від ключових питань доповіді.

Помилка десята: відсутність пауз. Оратори-початківці бояться використовувати паузи, які допомагають осмисленню теми, яку вони намагаються висвітлити. Замість пауз можна почути слова-паразити: так би мовити, е-е-е, та-а-к... Поки знайдуться необхідні слова, краще помовчати. Паузи часто допомагають встановити зворотній зв'язок з аудиторією. Зазвичай аудиторія сприймає паузи, коли в контексті виступу через паузу визначається розглядання нового питання. Тим самим пауза допомагає підготувати аудиторію до сприйняття чергової проблеми.

Публічна людина повинна пам'ятати, що промова – одна із найточніших і зрозумілих засобів висловлення думок. Слова служать для синхронізації спільного мислення співбесідників. Пам'ятайте, що слова – як стріли – ранять глибоко, слова – як кулі, які вбивають, і ліки, що зцілюють. Сила і красота слова полягає в силі і красоті думок. Вони можуть радувати слух, і у той само час слова можуть бути негативними, руйнівними. Словом можна вбити, а можна повернути до життя. Вважається, що людина, яка володіє словом, є всемогутньою. Вона може створювати світ з нічого. Чи не зі слів світ? Адже спочатку було Слово. Деякі слова несуть інформацію, інші – спонукають до дій. Слово створює. Слово руйнує. Слово – це дія і назад слова не повернеш. Колись сказані слова вже живуть своїм життям. Це далеко не пустий звук. За неправильні слова можна й відповісти. Публічна особистість несе найвищу відповідальність за кожне висловлене слово, за кожен промову та доповідь.

Кожна людина, яка виходить на трибуну, повинна пам'ятати відомі постулати ораторів античності: інформувати, переконувати і спонукати до дії чи прийняття рішень, і вимоги, що до неї пред'являються з боку аудиторії:

- а) професійне знання предмету виступу;
- б) культура мови;
- в) володіння голосом (інтонаційними знаками);
- г) знання особливостей вимог до вербальної і невербальної комунікації;
- д) володіння законами логіки;
- е) уміння драматургічно побудувати виступ;
- ж) володіння прийомами полеміки та дискусії;
- з) володіння мистецтвом аргументації;
- и) увага до свого зовнішнього вигляду;
- к) щоб слова не розходилися з моральними вчинками самого оратора.

Однією зі складових публічного адміністрування є виступи державних діячів, політиків, керівників усіх рівнів, які повинні постійно вчитися секретам доведення своїх думок до різних верств населення. На жаль, багато з них ще не володіють мистецтвом спілкування, мистецтвом діалогу, мета якого – формувати довіру до політичної особи. Тому сьогодні, на наш погляд, настав час видання підручника під назвою "Основи публічної майстерності", по-перше. По-друге, у вузах, де готують політологів, управлінців, соціологів, адвокатів та учителів, включити нову дисципліну щодо мистецтва спілкування. Ця дисципліна може виконувати синтезуючу функцію і тому опосередковано пов'язана з соціально-політичними дисциплінами, риторикою, психологією, педагогікою, менеджментом, логікою та філософією. В ній повинні розглядатися питання, суміжні з проблематикою таких модулів, як "Гуманітарна і культурна політика в Україні", "Етика державного службовця", "Соціальні системи та соціологічні методи їх дослідження" тощо. По-третє, бажано науковцям – психологам, політологам, філософам, фахівцям з логіки розробити й видати учбовий посібник, щодо тренінгів з різноманітних питань створення зворотного зв'язку з аудиторією.

Література:

1. Хаджирадева С. К. Теорія і практика підготовки державних службовців до професійно-мовленнєвої комунікації: Монографія. – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2005. – 293 с.
2. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика: Навч. посібник. – К.: Вища школа, 2003. – 311 с.
3. Ораторське мистецтво: Навч. посібник / За ред. Н. П. Осипової. – 3-є вид., стереотип. – Х.: Одісей, 2007. – 143 с.
4. Вандишев В. М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2003. – 261 с.
5. Овчиннікова А. Мовленнєва комунікація та мистецтво мовлення: монографія / А. Овчиннікова. – Одеса: Маяк, 1999. – 252 с.
6. Сопер П. Л. Основы искусства речи: книга о науке убеждать / Сопер П. Л. / Под ред. К. Д. Чижова и Л. М. Яхнич; пер. с англ. С. Д. Чижовой. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 448 с.
7. Овчиннікова А. П., Хаджирадева С. К. Основи ораторської майстерності в умовах конфліктної взаємодії: Навч. Посібник. – Одеса: Пальміра, 2005. – 170с.
8. Калиберда Е. Г. Связи с общественностью: вводный курс: Учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Логос, 2004. – 141 с.
9. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: Навч. посібник. – К.: ВД "Професіонал", 2004. – 300 с.

10. Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Основы речевой коммуникации: Учебник для вузов / Гойхман О. Я., Надеина Т. М. / Под ред. О. Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА_М, 1997. – 272 с.
11. Варакута С. А., Егоров Ю. Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. М.: ИНФРА – М, 2004. – 245 с.

**Бондарева А. Ф., ОРІДУ НАДУ
при Президентіві України**

РОЗВИТОК ДРУКОВАНИХ ЗМІ В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ І БОЛГАРІЇ

В данной статье рассмотрен опыт разгосударствления печатных средств массовой информации в восточноевропейских странах бывшего социалистического лагеря. Изучен процесс внедрения транснациональных корпораций в медиарынок Республики Польша и Республики Болгария в период перехода этих государств от централизованно управляемой экономики к рыночной экономике. Данный опыт может быть учтен при формировании государственной политики Украины в сфере СМИ.

This article considers an experience of mass media dissociating from the state in the east Europe countries of former socialistic bloc. The experience of inculcation of multinational corporations into mass media market of Poland Republic and Bulgaria Republic at the period of this countries transitioning from planned economy to the market one was considered. This experience can be used through forming of Ukrainian public policy concerning mass media.

"Вільна преса буває доброю або поганою, це вірно. Але ще вірніше те, що залежна преса буває лише поганою", – стверджував французький журналіст, письменник і філософ А. Камю, якого за життя нарекли "Сумлінням Заходу".

Після другої світової війни аж до 1989 р. в національних системах друку східноєвропейських країн соціалістичного табору були представлені наступні групи видань: а) друковані органи правлячих комуністичних і робочих партій; б) друковані органи державних організацій і установ; в) видання "союзних" партій; г) друковані органи громадських організацій, що були під контролем правлячих партій [4]. І це не дивно: у авторитарних суспільствах засоби масової інформації, як правило, контролюються державою [1].

Жорстка кадрова політика відносно редакторів і рядових працівників преси змушувала журналістів вдаватись до самообмежень і самоцензури [4].