



8) удовлетворительный морально-психологический климат в трудовом коллективе;

9) систематическое обучение персонала.

Специфика функционирования современных организаций заключается в том, что они осуществляют свою деятельность в условиях формирования социальноориентированной рыночной экономики, поэтому управление человеческими ресурсами приобретает значение одной из основных стратегий, задачей которой является выявление и удовлетворение потребностей и ожиданий заинтересованных в деятельности предприятия групп людей – собственников, наемных работников, государственных и местных органов власти, а также представителей различных неформальных движений и организаций.

С этой точки зрения целесообразно: во-первых, проводить не только анализ состояния социальных условий в организации, но и мониторинг воздействия внешних социальных факторов; во-вторых, учитывая зарубежный опыт участия фирмы в решении социальных проблем работников и общества в зависимости от размеров прибыльности фирмы, следует выявить уровни социальных стратегий, которые могут и должны быть решены организацией, в первую очередь под давлением законодательных актов, принятых российским законодательством. Это касается вопросов оплаты труда и производственных условий, оговариваемых в трудовых контрактах и коллективных договорах, которые обычно заключаются между работодателем, работником и профсоюзом. Особенно актуальна проработка таких социальных нормативов на предприятиях

с принятием соответствующих законодательных актов на российском и региональном уровне.

#### Примечания

- 1 См., напр.: *Веснин В.Р.* Менеджмент. М.: Проспект, 2009. 512 с.; *Кравченко А.И.* История менеджмента. М.: Академ-Проект, 2008. С. 556; *Кибанов А.Я., Дуракова И.Б.* Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация. М.: ИНФРА-М, 2007. 301 с.
- 2 См.: *Кибанов А.Я., Дуракова И.Б.* Указ. соч.
- 3 См.: *Ворожейкин И.Е.* Управление социальным развитием организации. М.: ИНФРА-М, 2001. С. 56.
- 4 См.: *Социология в России: Учеб. пособие / Под ред. В.А. Ядова.* М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1998. С. 137.
- 5 См.: *Хабермас Ю.* Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // Теория и история экономических и социальных институтов и систем. Структуры и институты. 1993. Т. 1, вып. 2. С. 122–135.
- 6 См.: *Захаров Н.Л.* Организационное поведение государственного служащего. М.: ИНФРА-М, 2009. С. 63–80.
- 7 См.: *Ветрова Н.С.* Финансирование социальных программ в странах Запада. М.: Наука, 1993. 144 с.
- 8 См.: *Захаров Н.Л., Кузнецов А.Л.* Управление социальным развитием организации. М.: ИНФРА-М, 2010. 263 с.
- 9 Там же. С. 9–10.
- 10 См.: *Шекина С.В.* Управление персоналом современной организации. М.: ЗАО Бизнес-школа «Интел-синтез», 2006. С. 46–60.

## Слово молодым социологам

УДК 316.334.3(470+571)

### ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО ИМИДЖА

С.В. Кузьмина

Саратовский государственный университет  
E-mail: kuzmina-s-v@yandex.ru

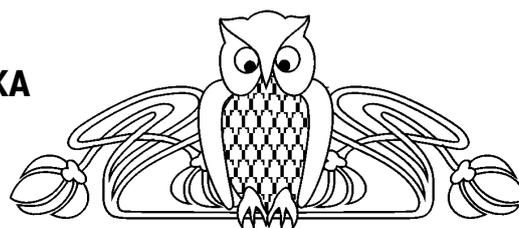
Данная статья посвящена социологическому анализу одного из факторов формирования имиджа современного политика. В ней рассматриваются вербальные и невербальные компоненты выступления оратора и то влияние, которое они оказывают на имидж политического деятеля.

**Ключевые слова:** политик, оратор, речь, вербальная и невербальная сфера, имидж.

**Politician's Public Speech as a Factor of his Image Forming**

S.V. Kuzmina

This article is devoted to sociological analysis of one of the factors of modern politician's image forming. It considers verbal and non-verbal



components of orator's speech and the influence which they have on politician's image.

**Key words:** politician, orator, speech, verbal and non-verbal sphere, image.

В наши дни большое внимание привлекает тема о мастерстве публичного выступления. Свободно владеющий речью человек с легкостью завоевывает уважение окружающих, вызывает их интерес, запоминается. С таким человеком приятно общаться, его интересно слушать, он может влиять на мнение других людей.

Речь политика без преувеличения можно назвать важнейшим инструментом его профес-



сиональной деятельности: это средство пропаганды и защиты собственной политической позиции, борьбы с политическими оппонентами, убеждения народных масс и т.п. Безусловно, ум, политическая дальновидность, эрудированность, опытность – все это важно и необходимо для политика, но эти качества, в конечном итоге, выражаются в речи политического деятеля. Все выдающиеся политики достигли своих высот благодаря умению убеждать, внушать уверенность в своей правоте, вызывать не только энтузиазм и доверие, но и расположение слушателей, и прежде всего избирателей. Развитие средств массовой информации в миллионы раз увеличивает аудиторию слушателей, а следовательно, и роль речи политического деятеля.

Любому политику необходимо умение производить на аудиторию (избирателей) благоприятное впечатление и, соответственно, тщательно продумывать свое речевое и неречевое поведение. Базовая составляющая имиджа политика – его речь. М. Вебер, изучая политику, пришел к выводу, что «проводником нынешней политики среди масс общественности все чаще становится умело сказанное или написанное слово»<sup>1</sup>. Одним из основных моментов, на основании которых избиратели делают вывод о доверии к кандидату, является речевое поведение политика. «Чтобы достичь желаемой цели, мысли и идеи говорящего должны быть облечены в определенную оболочку, форму. Иначе говоря, речь необходимо организовывать, выстраивать»<sup>2</sup>.

Как показывают факты и исследования, доверие и расположение человек вызывает не только содержательной, логической стороной речи, воздействующей на сознание, но и невербальной, экстралингвистической, действующей на подсознание слушателей. В этом плане говорят о чарующем воздействии речи (тембр, интонация и др.), невольно склоняющем слушателя на сторону говорящего, вызывающем доверие к словам и симпатию к оратору. В.П. Морозов приводит очень емкую цитату Ларошфуко: «В звуке голоса, в глазах и во всем облике говорящего заключено не меньше красноречия, чем в выборе слов»<sup>3</sup>.

И наоборот, логически безупречная речь может не оказать должного влияния, не вызвать интереса, если ее невербальные характеристики оказываются не на высоте. Все это говорит о том, насколько важна в речи политического деятеля невербальная составляющая, как велико ее значение в формировании имиджа политика<sup>4</sup>.

В вербальной сфере выделяют два направления – как говорить и что говорить. На вопрос, как правильно выступать публично, отвечает наука риторика. Древние греки трактовали риторику как искусство убеждения. Во времена римской цивилизации под риторикой стали понимать искусство говорить хорошо. Искусство означало совершенствование речи со стороны ее воздействия на слушателя и с точки зрения ее эстетической

характеристики. Поскольку политика неразрывно связана с ораторским искусством, рассмотрим основные условия успеха оратора. Выделяют три уровня ораторского искусства:

- 1) владение материалом (что говорить);
- 2) владение собой (как говорить);
- 3) образ оратора (кто говорит)<sup>5</sup>.

Остановимся на каждом из этих уровней подробнее.

Владение материалом включает в себя следующие компоненты:

1) грамотную речь, в которой должны соблюдаться нормы современного литературного языка;

2) словарный запас – хороший оратор всегда имеет достаточный словарный запас и обладает способностью воспользоваться нужным словом в нужный момент;

3) композицию речи, обусловленную социально-психологическими особенностями восприятия человека (речь строится так, чтобы оратору было удобно ее воспринимать). Любая речь, с точки зрения ее структуры, строится по единому принципу. Для успешного публичного выступления необходимо четко сформулировать тему, определить цель выступления, продумать структуру речи. Оратор должен владеть не только информацией, которую сообщает, но и собой. Поэтому ему важно помнить о критериях, по которым его оценивает аудитория. К ним относятся естественность поведения, техника речи и контакт с аудиторией.

Естественность поведения оратора – это его раскованность, доброжелательный настрой по отношению к слушателям, разговорный стиль общения, умение говорить, а не читать с листа, не говорить официальным тоном, заученно, использовать естественные жесты и естественные позы.

Контакт с аудиторией – важнейшая составляющая ораторского искусства, важнейший момент общения. Два оратора могут говорить одно и то же, но одного слушать интересно, а другого – просто скучно или даже невозможно.

Контакт с аудиторией необходим как для привлечения внимания слушателей, так и для того, чтобы воздействовать на них (что и является целью выступления).

Контакт с аудиторией выстраивается с помощью мастерства изложения материала: 1) вопросов к аудитории (тогда слушатели оживляются, принимая участие в обсуждении); 2) интригования («Об этом чуть позже», «Сейчас я приведу удивительный факт...»); 3) так называемых зацепок (автобиографический рассказ, анекдот, интересный факт); 4) небольших отступлений от темы.

Третий уровень ораторского искусства – это образ оратора – то, как он выглядит, и каким его видят слушатели, который часто влияет на восприятие того, что он говорит<sup>6</sup>.

По результатам социологического мониторинга «Народ и власть», опубликованного в журнале «Социология власти» в 2007 г., престиж



человека в обществе определяется рядом факторов, среди которых личные качества (ум, здоровье, внешний вид и др.) играют значительную роль – 16% опрошенных отдавали этому фактору решающую роль в 2003 г., 18,2% – в 2006<sup>7</sup>.

Важным фактором успешной деятельности является восприятие оратора окружающими, которое во многом зависит от того, как человек сам себя преподносит. По мнению М.Н. Шашлова, «большинство из политических и общественных деятелей убеждены, что имидж связан в основном с внешностью. Внешность лидера является весьма важным параметром, поскольку мир невербальной коммуникации не менее важен, чем мир вербальный. А для некоторых каналов коммуникации он является определяющим. Я имею в виду телевидение, где, к примеру, для женщины-зрительницы куда важнее тип причёски или одежды депутата чем то, что он говорит»<sup>8</sup>. Первое впечатление о человеке, как правило, складывается в зависимости от внешнего вида. Если внешний вид политика не произведет на аудиторию благоприятного впечатления, его речь вряд ли достигнет желаемого эффекта.

Общее впечатление, производимое оратором, является синтезом многих факторов, которые необходимо контролировать и которые важны для создания образа оратора. К этим факторам относятся одежда, поза, жесты, выражение лица. Все это должно быть тщательно продумано, но быть естественным и безупречным. Внешне политик обязан выглядеть аккуратным, подтянутым, уверенным в своих силах. Оратору, который сумел расположить аудиторию доверительным отношением, приветливой улыбкой, приятным голосом и другими средствами, удастся добиться успеха у слушателей, а неуверенность, пренебрежение к аудитории, бесстрастное выражение лица, невыразительный голос вызовут негативное отношение к оратору и его речи.

Американский политолог и социолог Ф.И. Гринстейн, исследуя деятельность президента, выделяет шесть качеств, которые влияют на выполнение президентом его обязанностей. Первым качеством он называет способность к публичной коммуникации, вторым – организаторские способности, затем идет политическое мастерство (политический лидер должен быть подготовленным), потом – обладание политическим предвидением (использование риторики, которая пробуждает воображение и вызывает сильные чувства), пятое качество – когнитивный стиль, характеризующий способность президента перерабатывать поток информации при общении, и последнее незаменимое качество – эмоциональная устойчивость (нельзя позволять эмоциям быть помехой в выполнении должностных обязанностей)<sup>9</sup>. Все эти качества важны не только для президента, но и для любого политического деятеля, желающего добиться успеха и поддержки.

Ф.И. Гринстейн приводит в пример американских президентов Ф.Д. Рузвельта, Дж. Кеннеди и

Р. Рейгана, славившихся своим красноречием, и пишет, что их способность к риторике не была врожденной, а развилась в результате опыта и предпринятых усилий. «Когда 29-летний Кеннеди стал членом Палаты представителей, его выступления были неяркими и сбивчивыми; искусство риторики вырабатывалось у него с годами»<sup>10</sup>.

Итак, рассмотрев три уровня основ красноречия, можно сделать вывод, что очень непросто быть хорошим оратором, нужно много работать и принимать во внимание очень многие факторы. Е.А. Ножин пишет, что ораторское искусство – «это деятельность, овладеть которой можно, если даже у человека нет для этого особых данных. Всякий грамотный человек в результате упорного труда может овладеть основами ораторского искусства, т.е. умением произносить речь перед аудиторией доходчиво, увлекательно и убедительно»<sup>11</sup>.

В 2009 г. Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации провела специальное социологическое исследование, посвященное имиджу государственных служащих. Основными факторами, влияющими на формирование положительного образа чиновничества в глазах населения, опрошенные (а ими были эксперты из числа государственных служащих федерального и регионального уровня) называют способность эффективно решать проблемы, с которыми обращаются граждане (74,2%), и реальные результаты деятельности (69,1%)<sup>12</sup>. Как заметил П. Бурдьё, в политике говорить – значит делать<sup>13</sup>. Не всегда действия политиков соответствуют их обещаниям, важным фактором становится то, как сказали, а не то, что сделали. Эффективности же государственной службы во многом способствовало бы повышение эффективности системы профессионального образования управленцев (33,2% опрошенных)<sup>14</sup>. Выразительность и грамотность речи, а также разнообразие используемых языковых средств могут многое сказать об общей культуре человека, а также о степени его образованности.

Образ политика может серьезно повлиять на восприятие того, что он говорит. Политику нужно демонстрировать некий набор черт и качеств, чтобы последователи увидели в нем лидера. Лидер должен конструироваться как лицо деятельное, активное. Образ деятельного лидера создается в глазах публики не только реальными действиями и инициативами, но, скорее, с помощью слов и речей. Впечатляющие решения, предложения и перспективы, будут способствовать его популярности больше, чем постепенные и малозаметные действия<sup>15</sup>.

Поскольку речь является одной из главных составляющих личности политика, ему следует тщательно относиться к подготовке своих публичных выступлений, учитывая как вербальные, так и невербальные компоненты. Очень важно подгото-



вить интересное выступление, но не менее важно умение представить его. Владение искусством красноречия очень эффективно способствует формированию яркого, оригинального имиджа. Именно одновременное использование вербальных и невербальных средств помогает произвести впечатление и достичь желаемого успеха.

#### Примечания

- <sup>1</sup> Вебер М. Избранные произведения / Пер. с нем./ Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл П.П. Гайденко. М., 1990. С. 666.
- <sup>2</sup> Викторова Е.Ю. Вспомогательные коммуникативные единицы в речи российских и американских президентов // Изв. Саратов. ун-та. 2008. Т. 8. Сер. Филология. Журналистика, вып. 2. С. 22–31.
- <sup>3</sup> Морозов В.П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация. М., 1998. С. 129.
- <sup>4</sup> Там же. С. 86.
- <sup>5</sup> См.: Баландина Л.А., Давидян Г.Р., Кураченко Г.Ф., Симонова Е.П. Учебные и методические материалы

по дисциплине «Русский язык и культура речи» / Финансовая академия при Правительстве РФ. М., 2005.

- <sup>6</sup> Там же.
- <sup>7</sup> См.: Социология власти. 2007. № 1. С. 45.
- <sup>8</sup> Шаилов М.Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования // Актуальные проблемы политологии: Сб. науч. работ студ. и аспирантов Рос. ун-та дружбы народов / Отв. ред. проф. В.Д. Зотов. М., 2001. С. 84–92.
- <sup>9</sup> См.: Гринштейн Ф.И. Личность президента и лидерство // Социология власти. 2007. № 1. С. 175–186.
- <sup>10</sup> Там же. С. 179.
- <sup>11</sup> Ножин Е.А. Основы советского ораторского искусства. М., 1981. С. 9.
- <sup>12</sup> Барциц И.Я. Мастер государственного управления. [Электронный ресурс]. [www.rags.ru/articles/](http://www.rags.ru/articles/)(дата обращения: 8.04.2010).
- <sup>13</sup> См.: Бурдые П. Социология политики. М., 1993. С. 206.
- <sup>14</sup> См.: Барциц И.Я. Указ. соч.
- <sup>15</sup> См.: Имидж лидера: психологическое пособие для политиков. М., 1994.

УДК 316.334.2

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ОСНОВ СОЦИОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

В.А. Алексеев

Саратовский государственный университет  
E-mail: [alekvladi@yandex.ru](mailto:alekvladi@yandex.ru)

В данной статье рассматриваются основополагающие понятия, связанные с историей, становлением и развитием социологии организации, подходы к анализу организации, модели (концепции) организации исходя из взглядов как западных ученых-социологов, так и отечественной высшей школы социологов.

**Ключевые слова:** социология организаций, интерпретация, социальная организация.

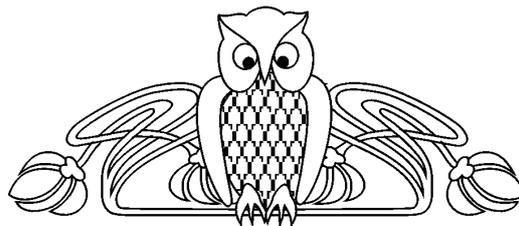
### Conceptual Interpretations of the Foundations of the Sociology of Organizations

V.A. Alekseev

This article deals with key notions, related to history, formation and development of the sociology of organizations, approaches to organizations' analysis, organizations' patterns (conceptions), based on the opinion of Western and Russian scholars (sociologists).

**Key words:** sociology of organizations, interpretation, social organization.

Социологические данные, фиксируемые в понятиях, важны как средство дальнейшего познания и решения практических задач. Для того чтобы понятия науки могли выполнять эту роль, требуется проведение процедуры интерпретации общих понятий, суть которой состоит в рекон-



струкции схемы процесса познания, приведшего к определенной формулировке интерпретируемого понятия. Основное назначение процедуры интерпретирования состоит в обеспечении правильного понимания понятий, используемых в процессах обучения и управления.

Чтобы лучше понять и раскрыть основы социологии организации, необходимо вернуться к истокам и зарождению данного направления, рассмотреть ключевые понятия с разных точек зрения.

Вначале рассмотрим вопрос, что такое организация. Определений понятия «организация» как в отечественной, так и в западной научной литературе достаточно много. Исходя из этого А.И. Пригожин пишет, что «вопрос о том, что такое организация, имеет беспокойную историю, наполненную борьбой между различными научными тенденциями, претендующими, однако, на универсальность. Подобное состояние не преодолено и сегодня. Пока нет какой-либо общей теории организации, признанной всеми»<sup>1</sup>.

Серьезная трудность в определении того, что такое организация и почему никак не складывается единая и общепризнанная теория организаций, заключается в том, что слишком ограничен набор