

ПУБЛИЧНАТА РЕЧ КАТО СРЕДСТВО НА ЛИДЕРСКИТЕ ФУНКЦИИ В ДЕМОКРАТИЧНОТО ОБЩЕСТВО

Яни Узунов

НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“

Резюме. Процесът на осъществяване на лидерските функции в една организация (дори и без да се интересуваме от нейния характер) е свързан с пряк обмен на информация или комуникация човек – човек. Именно тук лидерът се изправя очи в очи с проблема общуване в надеждневна публична ситуация, каквато по същество представлява публичната реч като технология на комуникативното поведение в публична ситуация.

Основната цел на настоящата разработка е да се получат обобщени данни за тенденциите в развитието на комуникативните умения на българските лидери от гледна точка на публичната реч, които да послужат като база за разработване на приложни програми за тяхното развитие.

За изпълнението на поставената задача беше проведено изследване на факторите на публичната реч (или уменията за ефикасна публична комуникация) в работата на ръководители от различни сфери.

Събраните данни са подготвени и обобщени с помощта на специалисти в областта на статистиката, като е използван софтуерният продукт STATGRAPHICS 5.0. Обобщените данни от анкетите са представени в два вида таблици – едно- и двумерни.

Резултатите ясно сочат, че при общуване в надеждневна публична ситуация изследваните лидери срещат значителни затруднения.

Почти половината от анкетиранияте – 48,1%, приемат, че говорните умения са много важен фактор за успеха на техните публични изказвания и овладяването им носи успех. Над 45% признават, че срещат трудности в публичните изказвания, а като основна причина за това посочват страха от публичност.

Същевременно над 30% от анкетиранияте лидери категорично твърдят, че отделят повече от няколко часа за предварителна подготовка на изявите си. А 46% заявяват, че този процес им отнема дори няколко дена.

Над 70% от анкетиранияте са категорични, че след завършване на представянията си пред широка аудитория им се задават въпроси. За пореден път на повърхността изплува притеснението от „живия“ контакт на лидера с хората, които той ръководи.

Друго затруднение, което се изтъква от анкетираните, е нуждата да се говори на чужд език. Любопитно е, че нашите ръководители се притесняват най-малко от необходимостта да боравят с различни технически устройства, които подпомагат или посредничат за подобряване на комуникацията с аудиторията.

Над 66% от анкетираните заявяват твърдото си желание да усъвършенстват уменията си в допълнителни курсове или други подходящи форми на обучение. Това ясно говори за осъзнаване на слабост в подготовката и усещане за липса на достатъчно познание и умение.

Умение, или по-точно комплекс от умения, които се възпитават най-неприщадно и пълноценно на базата на натрупаното хуманитарно познание. Така е било още по времето на Демонстен и Цицерон и почти хилядолетие по-късно по времето на Августин Блажени и Тома Аквински, по времето на Робеспьер или на Хейстингс, Лабори и Чърчил. Така е и в днешната високотехнологична епоха. В това умение е заложена цялостната неделима социална природа на човека. Защото *homo sapiens* не може без *homo ludens*, както и *homo ludens* не може без *homo sapiens*. А лидерството се ражда от тези две същности на човека.

Публичната реч е свързана с ежедневието на всеки лидер независимо от това дали е лидер за една минута, един ден, една година или един живот.

Keywords: public speech, leader, live contact, functions, social activity

Това, което е направило човека човек, не са оръдията на труда, а словото. Очовечил го е не фактът, че се е научил да ходи на два крака или да използва дървото за рало и оръжие, а живата реч.

Nadine Gordimer, „The Essential Gesture“

От дълбока древност способността на човека да говори добре пред себеподобните си и с тях, се е считала не само за проява на социална активност, но и за висше изкуство и основен атрибут на обществения елит. В своето историческо развитие човечеството е преминало през различни етапи на осъзнаване и обособяване на комуникативните умения. Достигналите до нас свидетелства сочат, че Древен Рим и Древна Гърция са били не само икономически, културни и научни средища, но и едни от естествените центрове за обучение по „публично общуване“.

В миналото изучаването на ораторско изкуство и реторика е заемало основно място в подготовката на бъдещите обществени лидери. Още Аристотел говори, че изкуството на лидера, като обществен водач, е тясно свързано с уменията му да печели доверието на хората по пътя на убеждаването. Едно от най-ранните свидетелства за осъзнаване на значението на лидерството, в частност за приложението му във военното изкуство, се намира в произведенията на древногръцкия генерал Ксенофонт, датиращи отпреди повече

от 2000 години. Днес съществуват много определения и схващания за това какво е лидерство и кой е лидер. Най-общо, от гледна точка на комуникационния процес, лидерството е изкуството да вдъхновяваш другите да действат, а лидерът е човек, който умее да вдъхновява хората, да ги убеждава да правят това, което той иска от тях, като ги накара да осъзнаят и поемат отговорността за действията си.

Убеждаването е една от най-висшите прояви на общественото взаимодействие. Правото и умението на един лидер да убеждава и да бъде убеждаван, е критерий за нивото на демокрация в неговата организация, защото то е много по-етично от силовото налагане на волята. Нещо повече, възприемането на принципа на убеждаване предпазва от опасното отъждествяване на силата с правото. В развитите общества може да се постигне промяна на съзнанието и поведението на хората единствено по пътя на убеждаването. Това е призиванието на съвременния лидер. То предполага умения и тактики за оборване на аргументите на „противника“, които целят да разчистят пътя за промяна на нагласите и да провокират действие. Именно тук публичната реч може да бъде изключително полезна. Въпреки здравата си теоретична основа по своята същност тя е приложна дисциплина, а убеждаващото слово заема челно място сред арсенала от комуникативни техники.

От една страна, публичната реч е своеобразно естествено продължение на древното ораторско изкуство и реториката. От друга, тя е плод на нашето съвремие и отговаря на нуждата от нови специфични начини за комуникация между хората. В ползването ѝ попада практическото усвояване на „технологииите“ на словесното действие в качеството му на поведенческа проява. Публичната реч е способна практически да „обслужва обществените дейности“ (Sotirova, 1995: 8) без ограничения и да участва пряко в регулирането на отношенията в обществото, като стимулира и улеснява конкуренцията между неговите членове. Именно тя разполага с ресурса и необходимия набор от техники и инструменти, способни да окажат „бърза помощ“ на „заболелия говорен организъм“, като по този начин създава предпоставки и стимули за израстването на личността.

Както споделя известният американски изследовател в областта на комуникацията Макс Лансберг (Laansberg, 2002: 42), „Лидерството не е запазена територия само за главните изпълнителни директори или генералите от армията. В нашия свят на нарастващи възможности и на все по-големи изисквания за лична инициатива лидерството е житейско умение, което всички ние трябва да развиваме, ако искаме да реализираме напълно възможностите си. Лидерството може да бъде изучавано“.

Идеята да се разглежда лидерството като явление със собствени особености и разновидности, не е нова. Правените от около двеста години проучвания сочат, че значителна част от времето на хората, заемащи лидерски

позиции в Западна Европа и САЩ, преминава в преки разговори с техните подчинени. За съжаление, липсват сведения за подобни проучвания у нас. Тази липса стана силно осезаема през последните години, когато промените в нашето общество оказаха голямо влияние на отношенията и общуването между хората.

Във века на развиващото се информационно общество животът ни не е нищо друго освен низ от комуникационни модалности. Ние сме изправени пред две алтернативи – да развиваме своите умения да „комуникираме“ със себеподобните си, или да живеем като компютърни отшелници. А налагащата се в света форма на държавно устройство, каквато е демокрацията, изисква от нас, хората, да излезем от анонимността на груповата маска и да започнем активно да отстояваме и упражняваме правото си да общуваме свободно. Това е особено важно в публични ситуации, когато представянето и отстояването на собственото мнение в спора се превръща в жизнено необходимо умение както за лидерите на обществото, така и за всеки от нас. Направеното през 2005 г. проучване „Организационна промяна: Мотивация, комуникация и ефективно лидерство“⁽¹⁾ ясно показва „значително процентно отклонение от ефективността на лидера да осъществява промяна е определено от таланта за мотивиране на другите и на следващо място с почти същата важност е способността за ефективна комуникация“ (Gilley, Jerry, Heather & McMillan, 2009: 88).

Ето защо мястото и приложението на публичната реч, която събира основните „умения за извършване на целенасочени словесно-говорни действия в публична ситуация“ (Sotirova, 1995: 1), може да се определят като – днес, тук и сега.

Цел и задачи

Основната цел на настоящата разработка е да се получат обобщени данни за тенденциите в развитието на комуникативните умения на българските лидери, от гледна точка на публичната реч, които да послужат като база за разработване на приложни програми за тяхното развитие. Процесът на осъществяване на лидерските функции в една организация (дори и без да се интересуваме от нейния характер) е свързан с пряк обмен на информация или комуникация човек – човек. Именно тук лидерът се изправя очи в очи с проблема общуване в надеждна публична ситуация – каквото по същество представлява публичната реч като технология на комуникативното поведение в публична ситуация. С тази цел се предприема изследване на факторите на публичната реч (или уменията за осъществяване на ефикасна публична комуникация) в работата на ръководители от различни сфери.

Лидерство

„Организацията е една, а нейните публики – много... Масовата комуникация е важна, организационната – много важна, а междуличностната – наис-

тина важна“ (Petev, 2001: 11). Въпреки съществуването на много и различни теории за лидерството в съвременното общество и обществени организации различните автори и изследователи са единодушни, че всеки ръководител в своята работа изпълнява различни роли. Те най-общо могат да бъдат обединени в три основни групи: междуличностни, информационни и роли, свързани с вземането на решения. А безусловно тяхното изпълнение изисква добри комуникативни умения. „Ефективният мениджмънт изисква от всеки ръководител: 1) да знае принципите на делово общуване; 2) да знае как да ги прилага; 3) да иска да ги прилага; 4) да е способен да ги прилага“ (Bakardjieva, 2000: 1).

Редица изследвания показват, че значителна част от ръководители на различно ниво посочват неефективните комуникации като основна причина за неуспеха на ръководените от тях организации. Например в проведената в началото на тази година от Interact/Harris Poll²⁾ анкета ясно се вижда, че около 91% от работещите са на мнение, че комуникацията или липсата на такава може да срине един началник. Междувременно в същото изследване 69% от анкетираните, които заемат лидерски позиции, споделят, че има нещо в ролята им на лидери, което ги кара да се чувстват неудобно, когато трябва да разговарят с подчинените си очи в очи. А 37% от тях споделят, че изпитват истински трудности, ако се налага да дават оценка за работата на подчинените в пряк диалог с тях. Известният съвременен специалист по публична реч Ник Морган³⁾ в статията си „Защо се страхуваме от публични изказвания и как да преодолеем този страх“ ясно показва силата ѝ. Според посочените от него данни 10 на сто от хората са т.нар. глософоби, тоест те се страхуват истински от изказвания пред публика и всячески се стараят да ги избегнат. Точно толкова е броят на хората, които се определят като безстрашни, а останалите 80% вечерта преди публична изява са раздразнителни, не могат да спят и др. Авторът показва, че със средствата на публичната реч това притеснение може да бъде не само намалено, но и накарано да работи в полза на говорителя.

Подготовка и провеждане на изследването – резултати и изводи

Методи за изследване

Формулирането на основните фактори е първата стъпка към разработването на тестова методика за проследяване на изменението на отделните елементи на публичната реч в работата на лидерите от различните сфери на обществена дейност. Следва процесът на самото тестване, чиято цел е максимален брой специалисти от различни сфери на общественно-политическия ни живот, които заемат лидерски позиции, да попълнят анонимна анкета. Отчита се и статистическото обобщаване на резултатите, както и тяхното визуализиране. Това дава възможност за изводи относно мястото и взаимоотношенията на елементите на публичната реч в ежедневната работа на лидерите.

Настоящата разработка, от една страна, дефинира точно факторите на публичната реч и от друга – показва някои основни тенденции във взаимодействието на тези фактори при отделния лидер (индивид), което може да послужи в бъдещи практически занимания и разработки в тази насока.

Основни принципи/фактори на публичната реч, които се изследват:

– **Говорителят с неговата подготовка.** Подготовката на специалиста по реторика се опира на философията и езиковзнанието, докато подготовката на говорителя е аналогична на тази на актьора. Най-осезаемата структуроопределяща художествена матрица за театралния актьор се съсредоточава в представата за драматическата роля, на която говорителят противопоставя социалната си роля, обосноваваща мнението, идеята и интересите, които отстоява.

Както пише по проблематиката проф. Елисавета Сотирова (Sotirova, 1995:29), тези роли понякога са много близки, но имат и своите нюанси. „Драматическата роля е поведение, чрез което актьорът решава драматическата ситуация в пиесата. Тя е социално натоварена, но това социално съдържание се разтваря в нейната уникалност и неповторимост.

Социалната роля е траен поведенчески модел, чрез който се идентифицират мястото и функцията на индивида в групата, тя е само една „драматическа метафора“. Онова, което най-точно характеризира актьорското майсторство на говорителя и формулира специфичните му задачи, не бива да се търси в самия естетически процес, а в развитието на публичните комуникации като цялостна система за функциониране на обществото“.

Универсалните проблеми на обществените комуникации са и частни проблеми на публичната реч. В нашето хилядолетие те като че ли все повече се съсредоточават в езиковата дилема – в конфликта между атрактивността на визуалния език и незаменимостта на логоса като присъщо на човека качество, чрез което се осъществяват човешкият прогрес, знанието, духовното развитие, цивилизацията; между явната власт на атрактивното и скритата власт на същностното. Именно затова в този случай изследването на говорителя и неговата социална (лидерска) роля е от толкова голямо значение за настоящата разработка.

– **Осъществяването на говорния акт.** Тук е важно да се вземат под внимание няколко основни неща. От една страна, на изпълнителско равнище разликата между драматичната и социалната роля може да бъде понякога много деликатна. Но категорично тя винаги се долавя чрез усещането за истинност или респективно фалш. Отново проф. Елисавета Сотирова говори, че когато говорителят се увлече недопустимо в „театралната игра“ и прекрачи границите на социалната си роля, той нарушава възприетия, договорения с аудиторията комуникативен код, чрез който знаците на неговото поведение придобиват определена стойност. „Говорителят не може

да се държи като Тартюф или Хамлет, защото публиката не е готова да го приеме като такъв дори когато представя подобни образи и ситуации. Тя продължава да възприема една и съща (неилюзорна) реалност и го възприема като говорител. В този смисъл, импровизацията също е система, а спонтанността – качество на системата, начин на действие, който я характеризира. Импровизацията не променя целта, причината и адреса (отговор на основните въпроси какво, защо, спрямо кого и т.н.), а адаптира поведението към нови, непредвидени, неочаквани условия на комуникативната ситуация, доближавайки го по-плътено до адресата“ (Sotirova, 1995: 96). Тоест импровизира се изказът, не същността. Колкото по-леко и пъргаво се импровизира, толкова по-осезаем е ефектът на спонтанността. Но спонтанността на един депутат в парламента, на водещия развлекателно шоу и на актьора в театъра са нещо различно, така както е различна спонтанността на амбулантния търговец, на професора и неговия студент и др., защото се проявява в различни системи и социални роли с различни правила както в реалния, така и в илюзорния свят.

От друга страна, съвременният говорител преди всяка своя изява или презентация се изправя пред хамлетовския въпрос: трябва или не трябва, може или не може да впрегне растящата визуална агресия в колесницата на словесното действие. Отговорът се съдържа в изкуството на презентацията, в тайните на поведенческата игра, в играта с живото човешко присъствие, което има неизчерпаем потенциал. Това означава преди всичко освобождаване на поведението от сковващото проникване на писмената реч в живите механизми на устната комуникация.

– *Обратната връзка с аудиторията.* Всяка изява на говорителя представлява търсене на езикови средства „тук и сега“, търсене на думите в присъствие на аудиторията и с нейна помощ, което активизира и дообогатява невербалното поведение. За човека, който възприема посланията и начините по които са отправени, точно тези дискретни прояви на поведението на говорителя са най-сигурната гаранция за достоверност. Говорителското актьорско майсторство изпълнява значими обществени функции и се осъществява като специфичен комплекс от поведенчески умения. То има отношение към активизирането на естествената човешка комуникативност, преодоляването на страха от публичност, психофизическо освобождаване и овладяване на средствата на словесното действие, съвместно с обогатяването на езиковите познания и разширяване на речниковия фонд на говорителя и усъвършенстване на техниката му на говора.

Някои от посочените проблеми се отнасят до подобряване на качеството на публичното присъствие на личността и са пряко свързани с културата и цивилизацията. Други са задължително професионално условие за един говорител.

Безусловно налице е и поне още една категория специфични говорителски проблеми, които имат отношение към функцията на публичното говорителство, като посредничество между различни сфери на реалната обществена дейност.

Провеждане на изследването

В хода на изследването са анкетирани над 100 специалисти с лидерски позиции в различни сфери на обществения живот, чиято дейност е пряко свързана с работа в надеждна публична ситуация.

Обработка на резултатите

Събраните данни са подготвени и обобщени с помощта на специалисти в областта на статистиката, като е използван софтуерният продукт STATGRAPHICS 5.0. Обобщените данни от анкетите са представени в два вида таблици – едно- и двумерни.

Едномерни таблици – „това е статистически метод за анализ на данни, които се получават от повече от две извадки и са популярни още като ANOVA. Тези методи са едни от най-популярните в поведенческите науки и науките за човека“ (Djonev, 1996: 276)

В едномерните таблици данните са посочени в три колони. В първата се представят вариантите на отговор на съответния въпрос от анкетната карта, във втората – броят на получените отговори към всеки вариант на отговор, като най-отдолу е даден броят на неотговорилите на този въпрос (ако има такива), в третата са процентите, изчислени на база брой участници в анкетата.

Пример 1. На първия въпрос: „Притеснявате ли се да отговаряте устно на зададени Ви въпроси?“, са отговорили общо 108 души, което представлява 100% от всички анкетирани. Положителен отговор (Да) са дали общо 11 души, което е 10,2% от всички анкетирани. Отрицателно са отговорили 51 души, или 47,2% от общия брой отговорили. А уклончиво и несигурно с „*Понякога*“ са отговорили 46 души, или 42,6%. По подобен начин в посочените едномерни таблици са дадени и отговорите на останалите въпроси в анкетата.

Двумерни таблици – „факторен експеримент“ или „процедури за проверка на хипотези с още една независима променлива (фактор)“ (Djonev, 1996: 277). При двумерните таблици се засичат отговорите на даден въпрос с тези на друг. В случая целта е да се проследи зависимостта между въпроси, отговарящи за различни фактори на публичната реч.

Пример 2. В таблица 1 е разгледано „кръстосването“ между отговорите на въпроса „Обичате ли да говорите пред публика?“ и отговорите на три други въпроса. За по-голяма яснота трябва да се посочи само един от тях: „Пред каква аудитория?“. В таблицата се показва каква част от отговорилите положително на първия въпрос, това са (10) души, или 15,9% от всички отговорили, са отговорили така и на втория въпрос и каква част от тях предпочитат да говорят пред малка и позната аудитория. По този начин, „кръстосвайки“ отговорите на въпроси, може да се засекат тенденциозни отговори.

Най-важните данни от проведеното изследване са включени в подробния анализ на резултатите, които са оформени в табличен вид (приложение 1).

Указани са също и процентите, изчислени на база брой участници в анкетата. Освен това са направени сравнения между отговорите в отделните точки, като по този начин се създава предпоставка за по-добро анализиране на тенденциите за истинност при ключовите въпроси.

Коментар на резултатите

От получените резултати се правят няколко основни извода както за комуникативните умения на анкетиранияте лидери, така и за съотношението на основните фактори на публичната реч в тяхната практика. Това дава ясна представа доколко публичната реч „присъства“ и има значение в тяхната работа.

Факторен анализ. Както вече беше посочено, факторите на публичната реч, произтичащи от нейната сфера на действие и кръга на общуване, са три:

- първи фактор – говорителят със своята подготовка;
- втори фактор – осъществяване на говорния акт;
- трети фактор – обратна връзка с аудиторията.

От едномерния анализ се вижда, че на първия въпрос положително отговарят едва 10,2% от анкетиранияте. Част от лидерите (около 47%) твърдят, че категорично не се притесняват да отговарят устно на зададени им въпроси, а 42,69% са склонни да признаят, че съществуват ситуации, при които изпитват притеснение, когато трябва да отговарят устно на въпроси.

Последните два резултата ясно показват, че немалка част от лидерите наистина се чувстват некомфортно, когато трябва да попаднат в центъра на вниманието, т.е. в надеждна публична ситуация. Тези резултати са наистина тревожни. Те ясно говорят, че не се осъзнава достатъчно необходимостта от ефективно общуване с останалите хора в компанията и удоволствието от речевата комуникация.

Недостатъчното осъзнаване на силата на живото слово и необходимостта от развиване на умение за ефективно общуване с останалите хора в една компания се потвърждава и от отговорите на втория въпрос, свързан с първия фактор на публичната реч. В този случай почти половината – 49,1% от запитаните, са склонни да признаят, че само понякога се чувстват добре, когато говорят пред публика. Но ако съдим по отговорите на третия въпрос, тяхната аудитория трябва да е по възможност по-малка и позната. Над половината от анкетиранияте – 58,3%, по категоричен начин заявяват точно тези свои предпочитания. И само 13 на сто допускат, че когато слушателите в залата са много, те не се притесняват и се чувстват в „свои води“.

Ако обобщим резултатите от отговорите, свързани с първия фактор на публичната реч, може да се каже, че при общуване в надеждна публична ситуация изследваните лидери срещат значителни затруднения. Средно

над половината от ръководителите, отговорили на трите първи въпроса, признават комуникативните си проблеми в публични ситуации. Същевременно над 30% от тях категорично твърдят, че отделят повече от няколко часа за предварителна подготовка на изявите си. А 46% заявяват, че подготовката за изказване им отнема няколко дни. Тук логично възниква въпросът как е възможно при такава подготовка да са налице толкова негативни резултати? Вариантите са два – или подготовката не е била подходяща и на необходимото добро ниво, или анкетираните не са били достатъчно открити в своите отговори.

Резултатите от едномерния анализ са показателни. Над 70% от анкетираните са категорични, че след завършване на представянията им пред широка аудитория им се задават въпроси. От една страна, това може да е показател, че говорителят умее добре да провокира обратна връзка с аудиторията. От друга обаче, възможно е породилите се въпроси да са резултат от непълно и неясно представена тема.

При следващия въпрос 48,1% от лидерите признават, че говорните умения са много важен фактор за успеха на техните публични изказвания и овладяването им носи успех. С „понякога“ отговарят 46,3%. Едновременно с това 45,5% признават, че срещат трудности в публичните изказвания. Над половината от отговорилите отново споделят, че основната причина е страхът от публичност. За пореден път на повърхността изплува притеснението от „живия“ контакт на лидера с хората, които той ръководи.

Друго затруднение, което се изтъква от анкетираните, е нуждата да се говори на чужд език. Нашите ръководители се притесняват най-малко от необходимостта да боравят с технически устройства, които подпомагат или посредничат за подобряване на комуникацията с аудиторията.

Всичко това има пряко отношение към третия фактор на публичната реч – умението да се създава ефективна обратна връзка с аудиторията и необходимостта от подобряване на комуникативните умения.

Над 66% от анкетираните заявяват твърдото си желание да усъвършенстват умението си в допълнителни курсове или други подходящи форми на обучение. Което ясно говори за осъзнаване на слабост в подготовката и усещане за липса на достатъчни познания и умения в областта.

Изводи от проведеното изследване на факторите на публичната реч

След проведеното изследване може да се твърди, че у повечето анкетиранци българи на лидерски позиции се забелязва липса на взаимодействие между поне два от изследваните фактори. Например уменията за осъществяване на успешно вербално общуване в надеждна ситуация и споделяне на опит и познания пред широка аудитория – в това число подготовката на публичните изказвания, презентации и др. Едновременно с това се декларираат нужда и желание за подобряване на уменията, свързани с

публичната активност. Получените резултати дават достатъчно основание да се направят заключения за отношенията между изследваните величини. Това би било от голямо значение при едно бъдещо планиране и разработване на специализирани програми за усъвършенстване на комуникативните умения.

Приложимост и полезност. От проведените изследвания могат да се направят няколко основни извода.

– Дефинирането на отделните комуникативни елементи и тяхното обобщаване във фактори на публичната реч доказва своята състоятелност.

– Изследването на зависимостта между отделните фактори дава достатъчна информация за хода на комуникативния процес.

– Тези зависимости заедно с инструментариума на публичната реч са достатъчно основание да се планират и приложат мерки за цялостното подобряване на комуникативния процес.

Това, на практика, означава, че получените резултати и зависимости от анкетите със специалистите на лидерски позиции отразяват реални тенденции. Нещо повече, със сигурност може да се твърди, че комуникативните умения на участниците могат да се подобрят с целенасочена работа, свързана с дейности, които имат отношение и към трите фактора на публичната реч. В тази насока могат да се направят две програми за подготовка – обща, или базисна (ползвайки резултатите от анкетата), и индивидуална – за отделен лидер след провеждането на необходимите тестове и наблюдения.

Предвид мащаба и обхвата на направените изследвания крайните резултати не могат да се приемат за представителни от социологическа гледна точка. Въпреки това те са напълно приемливи и могат да послужат за някои изводи по отношение представителите на изследваната професионална група.

Няколко думи вместо заключение

След всичко казано дотук може със сигурност да се твърди, че публичната реч е едно от крайно необходимите и доказано успешни лидерски умения.

Умение, или по-точно комплекс от умения, които се възпитават най-непринудено и пълноценно на базата на натрупаното хуманитарно познание със средствата на „актьорската игра“. Така е било още по времето на Демонстен и Цицерон и почти хилядолетие по-късно по времето на Августин Блажени и Тома Аквински, по времето на Робеспьер или на Хейстингс, Лабори и Чърчил. Така е и в днешната високотехнологична епоха. В това умение е заложена цялостната неделима социална природа на човека.

Защото *homo sapiens* не може без *homo ludens*, както и *homo ludens* не може без *homo sapiens*. А лидерството се ражда от тези две същности на човека.

Публичната реч е свързана с ежедневието на всеки лидер независимо от това дали е лидер за една минута, един ден, една година или един живот.

Приложение 1

Резултати – компютърна обработка на данните от анкетата (Използван е софтуерният продукт STATGRAPHICS 5.0)

Едномерни разпределения

1. Притеснявате ли се да отговаряте устно на зададени Ви въпроси?

<input type="checkbox"/> Да	(11)	10,2%
<input type="checkbox"/> Не	(51)	47,2%
<input type="checkbox"/> Понякога	(46)	42,6%
Общо	(108)	100%
2. Обичате ли да говорите пред публика?

<input type="checkbox"/> Да	(23)	21,3%
<input type="checkbox"/> Не	(32)	29,6%
<input type="checkbox"/> Понякога	(53)	49,1%
Общо	(108)	100%
3. Пред каква аудитория предпочитате да говорите?

<input type="checkbox"/> Малка и позната	(63)	58,3%
<input type="checkbox"/> По-голяма, включваща различни специалисти	(14)	13%
<input type="checkbox"/> Няма значение	(31)	28,7%
Общо	(108)	100%
4. Колко време обикновено отделяте за предварителна подготовка на презентация?

<input type="checkbox"/> Няколко часа	(54)	50%
<input type="checkbox"/> Няколко дни	(50)	46,3%
<input type="checkbox"/> Не отделям време за подготовка	(3)	2,8%
<input type="checkbox"/> Неотговорили	(1)	0,9%
Общо	(108)	100%
5. След приключване на Вашето изказване аудиторията обикновено:

<input type="checkbox"/> Задава допълнителни въпроси	(76)	70,4%
<input type="checkbox"/> Аплодира	(15)	13,9%
<input type="checkbox"/> Не реагира	(13)	12%
<input type="checkbox"/> Неотговорили	(4)	3,7%
Общо	(108)	100%
6. Постигали ли сте успех в публично изказване благодарение на уменията си да говорите ясно, точно и приятно?

<input type="checkbox"/> Да	(52)	48,1%
<input type="checkbox"/> Не	(6)	5,6%
<input type="checkbox"/> Понякога	(50)	46,3%
<input type="checkbox"/> Общо	(108)	100%
7. Срещате ли трудности при публичните си изказвания и презентации?

<input type="checkbox"/> Да	(23)	21,3%
-----------------------------	------	-------

- Не (36) 33,3%
 Понякога (49) 45,4%
 Общо (108) 100%

8. От какъв характер са те според Вас?

- Притеснявам се да говоря пред много хора (55) 50,9%
 Езикови (вкл. необходимостта от говорене на чужд език) (17) 15,7%
 Притеснение от работа с техника (шрайбпроектори, компютри и др.) (10) 9,3%
 Неотговорили (26) 24,1%
 Общо (108) 100%

9. Изпитвате ли потребност да подобрите уменията си за комуникация с широка аудитория и медиите? Бихте ли участвали в курсове или семинари с такава цел?

- Да (72) 66,6%
 Не (6) 5,6%
 Само ако са в подходящо време и място (30) 27,8%
 Общо (108) 100%

Двумерни разпределения. При двумерното разпределение въпросите са „кръстосани“ по факторите на публичната реч.

Таблица 1
Обичате ли да говорите пред публика?

	Да	Не	Понякога
Пред каква аудитория?			
Малка и позната	(10) 15,9%	(27) 42,9%	(26) 41,2%
По-голяма, включваща различни специалисти	-	(2) 14,3%	(12) 85,7%
Няма значение	(13) 41,9%	(3) 9,7%	(15) 48,4%
Колко време отделяте за подготовка?			
Няколко часа	(13) 24,1%	(15) 27,8%	(26) 48,1%
Няколко дни	(7) 14%	(16) 32%	(27) 54%
Не отделям време за подготовка	(3) 100%	-	-
Неотговорили	-	(1) 100%	-
След Вашето изказване аудиторията обикновено:			
задава допълнителни въпроси	(11) 14,5%	(17) 22,4%	(48) 63,1%
аплодира	(7) 46,7%	(3) 20%	(5) 33,3%
не реагира	(3) 23,1%	(10) 76,9%	-

Таблица 2

Срещате ли трудности при публичните си изказвания и презентации?

	Да	Не	Понякога
От какъв характер са те?			
Притеснявам се да говоря пред много хора	(19) 34,5%	(4) 7,3%	(32) 58,2%
Езикови (чужд език)	(3) 17,6%	(7) 41,2%	(7) 41,2%
Притеснение от работа с техника (шрайб-проектори, компютри)	-	(6) 60%	(4) 40%
Неотговорили	(1) 3,8%	(19) 73,1%	(6) 23,1%
Бихте ли участвали в курсове за придобиване на умения за правене на публични изказвания и общуване с медиите?			
Да	(17) 23,6%	(19) 26,4%	(36) 50%
Не	-	(4) 66,7%	(2) 33,3%
Само ако са в подходящо време и място	(6) 20%	(13) 43,3%	(11) 36,7%

NOTES / БЕЛЕЖКИ

1. Ann Gilley, Jerry W. Gilley and Heather S. McMillan (2009). Organizational Change: Motivation, Communication, and Leadership Effectiveness, Published online in Wiley InterScienceю видно на www.interscience.wiley.com
2. Interact/Harris Poll видно на: <https://hbr.org/2015/06/the-top-complaints-from-employees-about-their-leaders> и на: <http://www.interactauthentically.com/articles/research/many-leaders-shrink-straight-talk-employees/>
3. Morgan, N. (2011) Why We Fear Public Speaking And How To Overcome It. Forbes, 30 March 2011, видно на: <http://www.forbes.com/sites/nickmorgan/2011/03/30/why-we-fear-public-speaking-and-how-to-overcome-it/#69e756fdea43>

REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА

- Bakardjieva, M. (2000). *Bizneskomunikirane*. Svishtov: AI Cenov [Бакърджиева, М. (2000). *Бизнескомуникиране*. Свищов: АИ Ценов]
- Vasilev, K. (1989). *Krasnorechieto*. Sofia: UI Sv. Kliment Ohridski [Василев, К. (1989). *Красноречието*. София: УИ „Св. Климент Охридски“]
- Daskalov, R. (1992). *Vavedenie v sotsiologiyata na Max Weber*. Sofia: UI Sv. Kliment Ohridski [Даскалов, Р. (1992). *Въведение в социологията на Макс Вебер*. София: „УИ Св. Климент Охридски“]
- Dzhonev, S. (1996). *Sotsialna psihologiya.t.3. Malki grupi*. Sofia: Sofi-R [Джонев, С. (1996). *Социална психология. т.3 Малки групи*. София: Софи-Р]

- Илиев, Вл. (2004). *Risk i obshtuvane*. Pleven: Lege Artis [Илиев, Вл. (2004). *Риск и общуване*. Плевен: Лече Артис]
- Kalinov, K. (2002). *Statisticheski metodi v povedencheskite i sotsialnite nauki*. Sofia: IK Nov balgarski universitet [Калинов К. (2002). *Статистически методи в поведенческите и социалните науки*. София: ИК Нов български университет]
- Karabelyova, S. (2004). *Upravlenie i razvitie na choveshkiya potentsial*. Sofia: Klasika i stil [Карабельова, С. (2004). *Управление и развитие на човешкия потенциал*. София: Класика и стил]
- Quantilian, M.F. (1982). *Obuchenieto na oratora*. Sofia: Nauka i izkustvo [Квинтилиан, М. Ф. (1982). *Обучението на оратора*, София: Наука и изкуство]
- Metodieva, L. (2004). *Koy e nay-dobriyat orator v 39-to NS*. Sofia: UI Sv. Kliment Ohridski [Методиева, Л. (2004). *Кой е най-добрият оратор в 39-о НС*. София: УИ „Св. Климент Охридски“]
- Minkov, M. (2001). *uvod HOFSTEDE Geert Kulturi i organizatsii: Softuer na uma*. Sofia: Klasika i Stil OOD [Минков М. (2001). *увод ХОФСТЕДЕ Хеерт. Култури и организации: Софтуер на ума*. София: Класика и Стил ООД]
- Petev, T. (2001). *Komunikatsiya i etika v publichnata administratsiya – I ch*. Sofia: Institut po publichna administratsiya i evropeyska integratsiya [Петев, Т. (2001). *Комуникация и етика в публичната администрация – I ч*. София: Институт по публична администрация и европейска интеграция]
- Portodorov, T. (1992). *Omiletika. Teoriya na propovedta. Tom I*. Sofia: UI Sv. Kliment Ohridski [Поптодоров, Т. (1992). *Омилетика. Теория на проповедта. Том I*, София: УИ „Св. Климент Охридски“]
- Raykov, Z. (2003). *PR Tehnologiya na uspeha*. Sofia: Darmon [Райков З. (2003). *PR Технология на успеха*. София: Дармон]
- Radev, S. (2004). *Stroiteli na savremenna Balgariya*, Sofia: IK Zahariy Stoyanov [Радев, С. (2004). *Строители на съвременна България*. София: ИК Захарий Стоянов]
- Rusinova-Hristova, A. & Karastoyanov, G. (2000). *Psihologicnitate tipove po Carl Jung i stresat*. Sofia: Propeler [Русинова-Христова, А., Г. Карастоянов. (2000). *Психологичните типове по Карл Юнг и стресът*. София: Пропелер]
- Semov, M. (1987). *Balgarinat – poznat i nepoznat*, Sofia: Voenno izdatelstvo [Семов, М. (1987). *Българинът – познат и непознат*, София: Военно издателство]
- Sotirova, E. (1995). *Kratak kompendium po Publichna rech*. Sofia: NATFA Kt. Sarafov [Сотирова Е. (1995). *Кратък компендиум по публична реч*. София: НАТФИЗ „Кр. Сарафов“]

- Stoitsova, T. (2000). *XXI vek – vek na hipermanipulatsiyata*. Sofia: Propeler [Стоицова, Т. (2000). XXI век – век на хиперманипулацията. София: Пропелер]
- Aditia, R., House, R. & Kerr, S. (2000). *Theory and Practice of Leadership: Into the New Millennium Industrial and Organizational Psychology: Linking Theory with Practice*. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers
- Aries, E. (1996). *Men and women in interaction: Reconsidering the difference*. New York: Oxford University Press
- Bass, B. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: Free Press
- Bennis, W. (1994). *On Becoming a Leader*. Perseus Books
- Bennis, W. (1996). *Research on Leadership Selection and Training: One View of the Future*. Administrative Science Quarterly
- Bargoon, D., Buler, D. & Whoodal, W. (1995). *Nonverbal Communication: The Unspoken Dialogue*. McGraw-Hill College, 2 edition.
- Beall, A. & Sternberg, R. J. (1993). *The psychology of gender*, New York: Guilford Press
- Blake, R. & Mouton, J.S. (1969). *Building a Dynamic Corporation Through Grid Organizational Development*. Addison-Wesley Pub. Co
- Blake, R. & Mouton, J.S. (1985). *Managerial Grid III*. Houston, Texas: Gulf
- Cotler, F. & Andersen, A. (2005). *Strategicheski marketing za nestopanskite organizatsii*. Sofia: Klasika i stil [Котлер, Ф., Андерсен, А. (2005). Стратегически маркетинг за нестопанските организации. София: Класика и стил]
- Fiedler, F. (1967). *Theory of Leadership Effectiveness*. New York: McGraw – Hill
- James, D., & Clarke, S. (1992). *Interruptions, gender, and power: A critical review of the literature, women, men, and interruptions: A critical review: Gender and conversational interaction*. New York: Oxford University Press
- Hofstede, G. (2001). *Kulturi i organizatsii: Softuer na uma*. Sofia: Klasika i Stil [Хофстеде, Г. Култури и организации: Софтуер на ума. София: Класика и Стил]
- Iacocca, L. (1994). *Prezident na Kraysler Avtobiografiya*. Sofia: Nauka i Izkustvo [Якока, Л. (1994). Президент на Крайслер Автобиография. София: Наука и изкуство]
- Laansberg, M. (2002). *Osnovi na liderstvoto Ideya, Vdahnovenie, Impuls*. Sofia: Klasika i Stil [Ландсбърг М. (2002). Основи на лидерството Идея, Вдъхновение, Импулс. София: Класика и стил]

- Lacker, D. (2004). *Patyat na Toyota: 14 upravlenski printsipa ot nay-golemiya proizvoditel v sveta*. Sofia: Roy Komyunikation [Лайкър, Д. (2004). *Пътят на Тойота: 14 управленски принципа от най-големия производител в света*. София: Рой Комюникейшън]
- Trompenaars, F. & Hampden-Turner, Ch. (2005). *Da se nosish po valnite na kulturata*. Sofia: Klasika i stil [Тромпенаарс, Ф., Ч. Хемпдън-Търнър, (2005). *Да се носиш по вълните на културата*. София: Класика и стил]
- Whelge, G. & Burn, J. (2005). *Napravo ot sartseto. Liderstvo i lideri*. Sofia: Klasika i stil [Велге, Г. & Бърн, Дж. (2005). *Направо от сърцето, Лидерство и лидери*. София: Класика и стил]

PUBLIC SPEAKING AS AN INSTRUMENT OF LEADERSHIP FUNCTIONS IN DEMOCRATIC SOCIETY

Abstract. The main objective is to obtain summary data about trends in the development of Bulgarian leaders' communicative skills to serve as a basis for the elaboration of applied skill enhancement programs. Exercising leadership functions in any organization (irrespective of its character) is a process directly related to information exchange and interpersonal communication. The leader faces the problem of communication in a non-everyday public situation, what Public Speaking actually is as a communicative behavior technique in a public situation.

The factors of Public Speaking (or effective public communication skills) are studied in the work of managers from various fields and a year-long observation is done of a special leaders' group.

Collected data is processed in STATGRAPHICS 5.0. Summary survey results are given in two types of tables: single-factor and two-factor dispersion analysis tables with examples.

Results indicate that the studied leaders experience considerable difficulties communicating in a non-everyday public situation. On average, over half the managers admit having communicative problems in public situations. At the same time, over 30% categorically state they dedicate more than several hours to prepare their public appearances and 46% claim it takes them several days.

The single-factor analysis shows that over 70% of respondents get questions from the audience after the end of their presentations. 48.1% believe their speaking skills are a decisive factor for their successful public statements, whereas 46.3% hesitate and find these skills 'sometimes' determine their success. 45.5% report public speaking difficulties and more than half of all respondents account this is largely due to their fear of publicity.

Another difficulty identified in the survey is the need to speak a foreign language, which is getting more and more important after Bulgaria's accession to the EU.

Over 66% firmly state they would like to improve their skills through additional courses and other appropriate forms of training.

Based on the survey, Public Speaking can certainly be said to be a most needed and definitely effective leadership skill.

Skill or rather a set of skills that are taught most easily and effectively on the basis of accumulated humanitarian knowledge by 'acting' means.

This is the way it was in the time of Demosthenes and Cicero, and almost a thousand years later in the time of Aurelius Augustinus and St. Thomas `Aquinas, in the time of Robespier and Hastings, Labori and Churchill. So it is in today's high-tech era.

It is a skill that involves man's complete and indivisible social nature. Because there can be no *homo sapiens* without *homo ludens* and no *homo ludens* without *homo sapiens*. Leadership is born out of these two essential parts of the human being.

Public speaking is connected with the daily life of every leader, irrespective whether one is leader for a minute, a day, a year or a lifetime.

✉ **Mr. Yani Ouzounov**

National Academy for Theatre and Film Arts

Sofia, Bulgaria

E-mail: yaniuz1@abv.bg