

часто говорят: встреча созвана, беседа прочитана, завершить обязательства, усилить внимание, повысить кругозор. Нередко можно услышать фразу "удовлетворять современным потребностям", в которой смешаны сочетания удовлетворять требования и отвечать потребностям.

Очень важно не только правильно подбирать слова, но и строить из них предложения. Между тем в деловых разговорах очень часто не обращают внимания на правильность построения высказываний.

Ошибки возникают тогда, когда будь то деловые люди, или преподаватели вместо беспредложных конструкций неоправданно употребляют предложные сочетания, например: *показатели по использованию* (вместо: *показатели использования*), *оперировать с этими данными* (вместо: *оперировать этими данными*).

Особенно часто в деловом разговоре используется без должных оснований предлог "по". Например: *"Инструктаж проведен по той же теме"* (вместо: *на ту же тему*). *"Составлен график по проведению дополнительной доставки товаров"* (вместо: *график проведения*). *"Предприятие добилося большого успеха по снижению себестоимости своей продукции"* (вместо: *успеха в снижении*).

Точность и ясность речи – важнейшее требование к любому деловому разговору. Под точностью деловой речи понимается соответствие высказываний мыслям говорящего. Чтобы речь делового человека была точной, нужно употреблять слова в соответствии с теми значениями, которые за ними закреплены. Точность и ясность высказываний взаимосвязаны. Точность придает им ясность, а ясность высказываний вытекает из их точности [5].

Между тем в деловом разговоре не всегда добиваются точности словоупотребления. Злоупотребление книжной лексикой мешает говорить просто и понятно. Особенно вредит ясности и точности высказываний злоупотребление иностранными словами. Часто этому сопутствует и элементарное незнание смысла слова.

К явным недостаткам деловой речи относится использование в ней слов-паразитов: *"так"*, *"так сказать"*, *"понимаете"*, *"значит"*, *"вот"*, *"это самое"*, *"скажем так"*, *"в принципе"* и др. Такие слова не украшают деловую речь, а только вызывают раздражение слушателей. Однако многие так привыкли к ним, что заполняют ими все паузы в речи.

Использование штампов и канцеляризмов в деловой речи вполне закономерно, однако это совершенно не означает, что ими можно злоупотреблять. Между тем речь многих бизнесменов часто страдает от обилия именно таких слов и словосочетаний, которые придают ей бездушно-казенный характер и без нужды усложняют.

Некоторая доля ошибок, связанных с неточностью речи, возникает от того, что многие отечественные бизнесмены не имеют должного образования и слабо разбираются в специальной терминологии. Поэтому они часто заменяют непонятное им слово знакомым или близким по звучанию [6].

Снижает точность сообщаемой информации проникновение в речь деловых людей просторечных и жаргонных слов цехового обихода, которые употребляются вместо соответствующих терминов.

Краткость — важнейшее требование к любой форме деловой речи. Это означает, что говорящий не злоупотребляет временем и терпением слушателя, избегая ненужных повторов, излишней детализации и словесного мусора. Каждое слово и выражение служит здесь цели, которую можно сформулировать следующим образом: по возможности точнее и короче изложить слушателям суть дела. Поэтому слова и сло-

восочетания, не несущие никакой смысловой нагрузки, должны быть полностью исключены из деловой речи [4; 7].

Многословие, или речевая избыточность, чаще всего проявляется в употреблении лишних слов, которые свидетельствуют не только о стилистической небрежности, они указывают также на нечеткость, неопределенность представленной говорящего о предмете речи, что часто идет в ущерб информативности, затемняя главную мысль высказывания.

В заключение следует отметить: для того чтобы процесс коммуникации был эффективным, недостаточно знать специфику деловой речи, ее лексику, грамматику и стилистику, надо еще научиться пользоваться речью так, чтобы заинтересовать партнера, повлиять на него, привлечь на свою сторону, успешно говорить и с теми, кто симпатизирует вам, и с теми, кто против вас, участвовать в беседе в узком кругу и выступать перед широкой публикой.

Таким образом, коммуникативное взаимодействие является одной из важных составляющих ведения бизнеса. Нарушая те или иные нормы поведения в быту и в обществе, человек рискует, прежде всего, своей репутацией воспитанного человека. В бизнесе такие ошибки могут стоить больших денег и карьеры.

**Литература:** 1. Гриценко С. П. Этика делового общения / С. П. Гриценко. – К. : Центр учебной литературы, 2005. – 217 с. 2. Коваль А. П. Культура деловой речи / А. П. Коваль. – К. : Высшая школа, 1977. – 224 с. 3. Кубрак А. В. Этика делового и повседневного общения / А. В. Кубрак. – Сумы : ВТД "Университетская книга", 2002. – 208 с. 4. Кузин Ф. А. Делайте бизнес красиво. Этические и социально-психологические основы бизнеса : практическое пособие / Ф. А. Кузин. – М. : ИНФРА-М., 1995. – 288 с. 5. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. – М. : ТК Велби, Проспект, 2000. – 352 с. 6. Богдан С. К. Языковой этикет: украинские традиции и современность / С. К. Богдан. – К. : Родной язык, 1998. – 475 с. 7. Шейнов В. П. Психология і етика ділового контакту / В. П. Шейнов. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 515 с.

Рецензент  
ст. преподаватель  
Седова Л. Н.

Стаття надійшла до редакції  
30.08.2010 р.

УДК 378.124:159.922

**Криворучко А. С.**

## ХАРИЗМА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ КАК ОСНОВА ЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА

*Аннотация. Рассмотрено понятие "харизма" как основа профессионального успеха преподавателя. Выделены основные ее составляющие, необходимые для формирования харизматичной личности.*

*Анотация. Розглянуто поняття "харизма" як основа професійного успіху викладача. Виділено головні її складові, необхідні для формування харизматичною особистості.*

*Annotation. The concept of "charisma" is defined as the basis of professional success. The components of charisma that are needed for creating the charismatic personality are identified.*

*Ключевые слова: харизма, харизматичная личность, каналы распознавания, стратегия самосовершенствования, визуальный имидж.*

В настоящее время мы все чаще сталкиваемся с незнанием преподавателем основ и правил ораторского искусства, в результате самая интересная и безупречная по содержанию речь не имеет успеха и не вызывает заинтересованности у студентов, так как она произнесена вяло, скучно и "серо". К преподавателю высшего учебного заведения сегодня предъявляются самые высокие требования: он должен быть энергичным, мобильным, ориентироваться во многих вопросах, при этом оставаться оптимистичным, мудрым и обаятельным, выделяться из "серой массы", а для этого нужно приложить очень много усилий, чтобы стать харизматичным. Проблема формирования харизматичной личности становится актуальной в педагогической деятельности. Таким образом, становление педагога как гармонично развитой личности является основой его успешной профессиональной деятельности.

Цель данной статьи – определение понятия "харизма" и ее основных составляющих, необходимых для формирования харизматичной личности.

Р. Гандопас объединяет специалистов, изучающих вопрос харизмы в четыре группы: мистики, психологи, специалисты по имиджу и специалисты по коммуникации [1].

*Мистики* утверждают, что харизма – данная свыше, для реализации миссии, способность оказывать влияние на других людей, увлекать своими идеями, вести за собой.

*Психологи* сводят харизму к набору психологических черт, которые в совокупности приводят к способности человека оказывать влияние на других людей, увлекать своими идеями, вести за собой.

*Имиджмейкеры полагают*, что харизма – плод воображения окружающих. И именно этот плод – имидж, позволяет носителю оказывать влияние на других людей, увлекать своими идеями, вести за собой.

*Специалисты по коммуникации признают* то, что харизма сводится к набору коммуникативных навыков человека. И эта совокупность навыков приводит к тому, что человек может оказывать влияние на других людей, увлекать своими идеями, вести за собой.

Таким образом, *харизма – это интегрированное явление, которое сочетает в себе и личностные качества человека, и определенные свойства его имиджа, и способ осуществления коммуникаций, и, безусловно, что-то мистическое и необычное.*

Харизма настолько же врожденная вещь, как, например, фигура человека, данная природой, но ее можно корректировать. Поэтому, харизму точно также можно нарабатывать в течении жизни, если поставить перед собой цель.

Для этого необходимо:

- *выработать индивидуальную стратегию постоянного самосовершенствования и саморазвития, другими словами свой персональный "рецепт" развития харизмы.* Каждый человек индивидуален и специальных

конкретных советов по развитию харизмы нет. Однако есть основные составляющие харизмы, корректирование которых помогают ее развивать;

- *выработать уверенное поведение.* Чтобы зарекомендовать себя как уверенного в своих силах преподавателя необходимо учитывать все четыре канала распознавания: а это то, как вы выглядите, как вы действуете, как говорите и то, как вы пишете.

Формирование визуального имиджа во многом зависит от того, как вы одеваетесь и причесываетесь, как вы ухаживаете за собой и как выглядит ваше рабочее место. У человека, желающего стать харизматичной личностью, должны быть некие стигматы (признаки), выделяющие его из окружения. Стигматами могут быть [1]: *врожденные физические особенности; увечья; элементы одежды; аксессуары.* В качестве примера, следует проанализировать популярного украинского политика – Юлию Тимошенко. Итак, врожденная физическая особенность – маленький рост, узкие плечи, широкие бедра; приобретенные физические особенности – коса, уложенная вокруг головы; элементы одежды – особый стиль, красное сердечко на одежде слева, приверженность определенной марке и дизайнеру, преобладание светлых оттенков в одежде, обувь на высоких каблуках; аксессуары – жемчужные бусы и другие украшения из жемчуга. Следовательно, можно смело утверждать, что Юлия Тимошенко – харизматичная личность, и в каком-то смысле она даже заложница своего визуального имиджа.

Выработанный способ поведения предполагает определенную ответную реакцию на действия разных людей в разных ситуациях и обстоятельствах. Преподавателю, не будучи профессиональным оратором, следует правильно и творчески грамотно действовать в ряде случаев, связанных с профессиональными задачами, а также тонко чувствовать настроение аудитории и активно влиять на нее.

От того, что и как именно вы будете говорить о предмете, зависит заинтересованность слушателей. Поэтому речь должна быть *простой и последовательной*, что достигается через формирование четкого логического каркаса высказывания; *артикуляционно и интонационно оформленной; с четкой и понятной дикцией; орфоэпически, морфологически, лексически, синтаксически и стилистически грамотной;*

- *использовать приемы ораторского искусства.* Для этого, необходимо тщательно готовиться к занятиям, прописывать свою речь и отрабатывать ее перед зеркалом. Опытные ораторы советуют записывать свое выступление на диктофон или видеокамеру, затем внимательно и критично прослушивать и просматривать. Для преодоления "ораторской лихорадки" важно научиться правильно управлять дыханием во время речи, для этого существует целый ряд упражнений [2]. Это позволит сделать речь яркой, эмоциональной, сильной, убедительной, понятной и красивой;

- *выработать умение находить подход к слушателям.* Нужно "влюбить" в себя студентов своим отношением к предмету, умением его интересно преподнести. Преподаватель, который не учит мыслить, не учит ничему, поэтому необходимо исключить из обучения простое репродуктивное воспроизведение информации, а развивать у студентов навыки рационального мышления и самостоятельного поиска решений;

- *наличие чувства юмора.* Юмор помогает человеку отвести свою агрессию в безопасное русло и снимает напряженность в стрессовых ситуациях, которые так часто встречаются в повседневной жизни. От умения пошутить в нужное время и в нужном месте иногда зависит очень многое. Поэтому, смех поможет устранить многие психологические блоки и зажимы, которые возникают в преподавательской деятельности [3].

Таким образом, *харизматичный преподаватель – уникальный преподаватель.* Помимо высокого профессионализма, он может иметь неповторимую внешность и отличную физическую подготовку, обладать уникальной памятью и хорошим вкусом. Этот список можно продолжать до бесконечности. Главное то, что харизматичный преподаватель умеет преподнести свой предмет так, что на него хотят прийти студенты, а свои лекции делает яркими, интересными, увлекательными и живыми, активно используя при этом жесты, интонации, визуальный контакт, все то, что вызывает у студентов восхищение и вдохновение. Помимо этого, можно смело утверждать, что основные составляющие харизмы преподавателя очень тесно связаны с основами ораторского искусства, это обусловлено спецификой преподавательской деятельности. Так, уверенное поведение – результат отменной подготовки к занятиям, а также разумный учет основ риторики – каналов распознавания. Умение находить подход к слушателям, имидж, непредсказуемость и наличие чувства юмора, это не только составляющие харизмы, но и важнейшие приемы искусного оратора, которые каждый преподаватель должен не только знать, но и умело ими пользоваться в своей профессиональной деятельности. Если не согласится со мнением мистиков, касаясь того, что харизма – это данная свыше способность, то напрашивается достаточно четкий и обоснованный вывод: харизматичный преподаватель – это умелый оратор, который оперирует множеством приемов и навыков искусства публичного выступления. А уже на имеющийся фундамент, можно надстраивать значительные массивы дополнительных компетенций, поскольку приделов всестороннего развития человека не существует.

---

**Литература:** 1. Гандопас Р. Харизма лидера в бизнесе [Электронный ресурс] / Р. Гандопас. – Режим доступа : [www.oratorica.ru](http://www.oratorica.ru). 2. Седова Л. Н. Этика делового общения : учебное пособие. Ч. 1. / Л. Н. Седова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с. 3. Власова Н. Тайны харизмы / Н. Власова. – М. : АлМи, 2001. – 252 с. 4. Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя / А. А. Калюжный. – М. : Владос, 2004. – 222 с.

Рецензент  
ст. преподаватель  
Седова Л. Н.

Стаття надійшла до редакції  
18.03.2011 р.

