

Таким образом, анализируя требования, предъявляемые к аргументам, и основные методы аргументирования, установим, что при оценке действенности аргументации следует проверить следующие основные положения:

- для положительной аргументации: приводимые данные должны быть выверены, в утверждениях не должно быть противоречия, должна быть соблюдена последовательность аргументации, необходимо использовать образные сравнения, необходимо проанализировать подходы, которые может применить оппонент;

- для контраргументации: возможность опровержения фактов и предпосылок, выявления противоречий; наличие в рассуждениях оппонента непоследовательности, ошибок в сравнениях; выявление уязвимых частей изложения или односторонность всего изложения; анализ оценки оппонента на предмет ошибочности или спорности; возможность использования упреждающих вопросов.

Анализ данных положений позволяет проверить аргументы, а также выстроить тактику поведения с использованием соответствующих ситуации методов аргументирования для успешного доказательства выдвинутого тезиса в дискуссии.

Литература: 1. Ивин А. А. Словарь по логике / А. А. Ивин, А. Л. Никифоров. – М. : ВЛАДОС, 1997. – 384 с. 2. Стернин И. А. Практическая риторика. Курс лекций / И. А. Стернин. – Воронеж, 2003 –140 с. 3. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. – М. : Дело, 2002. — 480 с. 4. Культура русской речи : учебник для вузов / отв. ред. Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. – М. : НОРМА, 2005. – 560 с. 5. Леммерман Х. Уроки риторики и дебатов / Х. Леммерман ; пер. с нем. – М. : Уникум Пресс, 2002. – 336 с.

Рецензент
ст. преподаватель
Седова Л. Н.

Стаття надійшла до редакції
23.02.2011 р.

УДК [808.5:174.4](477)

Гої В. В.

ЗНАЧЕНИЕ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В УКРАИНСКОМ БИЗНЕС-ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. Рассмотрено культуру речи украинского бизнес-общества как немаловажный элемент в его развитии. Акцентировано внимание на слабых сторонах культуры речи деловых людей и предложено способы ее усовершенствования.

Анотація. Розглянуто культуру мовлення українського бізнес-суспільства як важливий елемент в його розвитку. Акцентовано увагу на слабких сторонах культури мовлення ділових людей і запропоновано способи її удосконалення.

Annotation. The culture of speech of Ukrainian business-society as an important element in its development is considered.

The attention is paid to the weak sides of culture of speech of businessmen and the methods of its improvement are offered.

Ключевые слова: культура речи, деловое общение, нормы речевого этикета.

Культура речи сегодня является важной составляющей успеха в бизнесе и не только. Однако у большинства предпринимателей Украины крайне низка культура устной деловой речи, что существенно снижает их деловую активность и не позволяет максимально реализовать свои возможности.

Теория и практика управления показывают, что руководитель любого управленческого звена в повседневной работе сталкивается с проблемой общения, или коммуникации. Основная функция общения, его назначение – достижение взаимопонимания, на основе которого участники общения добиваются согласованного взаимодействия.

Американский психолог Дейл Карнеги утверждал [1], что успех человека в финансовых делах на пятнадцать процентов зависит от его профессиональных знаний и на восемьдесят пять – от умения общаться с людьми. Действительно, любой бизнес – это скоординированные действия множества людей, и эффективность этих действий напрямую зависит от их способности налаживать отношения. Общие моральные принципы человеческого общения изложены в категорическом императиве И. Канта: "Веди себя так, чтобы максима твоей воли всегда могла иметь также силу принципа всеобщего законодательства" [2]. В деловом общении основной этический принцип можно сформулировать следующим образом: при принятии решения о том, каким ценностям следует предпочесть в определенной ситуации, поступай так, чтобы максима твоей воли была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон [3].

Обмен интеллектуальной и эмоциональной информацией в деловой сфере очень важен. *Во-первых*, предприниматель при помощи общения со своим окружением, с сотрудниками получает информацию для принятия управленческих решений. *Во-вторых*, общение является наиболее действенным инструментом достижения положительных результатов. В книге "Карьера менеджера" президент компании "Крайслер" Ли Якокка пишет, что "...управление представляет собой не что иное, как настраивание других людей на труд". Такова сущность управления по мнению одного из лидеров современного бизнеса. Ли Якокка утверждает: "Единственный способ настроить людей на энергичную деятельность – это общаться с ними". В последнем случае он имеет в виду, как устное непосредственное общение, так и документальный обмен.

Устное непосредственное общение обладает рациональной и эмоционально-волевой полнотой и имеет поэтому важное преимущество перед письменным обменом – оперативность. Зато письменная информация более упорядочена, долговечна и юридически полноценна. Коммуникативное взаимодействие является именно взаимодействием, то есть совместной и одновременной деятельностью по чередующемуся говорению и пониманию. И хотя чаще говорят лишь о передаче логической и эмоциональной информации, не менее важной стороной при общении является слушание, восприятие и правильное истолкование этой информации.

В цивилизованном мире существует кодекс делового общения, который содержит ряд определенных правил. Согласно этому кодексу необходимо проникать в суть деловых отношений страны, с которой ведется бизнес. В деловой переписке используются имена людей или названия организаций, которые представили вас партнеру. Немаловажным яв-

ляется придерживание стиля одежды, соответствующей случаю. Во время деловых переговоров должны подчеркиваться оригинальные черты вашего предложения, отличающие вас от других аналогичных фирм. В то же время, фирма при контакте с партнером должна фиксировать свое внимание на его целях и на ее помощи в достижении этих целей [2].

Каждый бизнесмен должен овладеть навыками корректного поведения. Для этого следует придерживаться *правил представления и знакомства, установления деловых контактов, поведения на переговорах, требований к внешнему виду, манерам, деловой одежде, требований к языку, культуры служебных документов.*

Соблюдение норм речевого этикета — необходимое условие ведения любого делового разговора. Основу речевого этикета составляет вежливость, которая в обязательном порядке предполагает прежде всего приветствие.

Хотя общепринятым этикетом предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим, цивилизованному бизнесмену не следует дожидаться, пока с ним здоровается младший по возрасту или занимаемому положению партнер. Надо поприветствовать своего собеседника первым.

Существуют вполне определенные правила речевого этикета, которые касаются обращения к собеседнику. Обращение "вы" свидетельствует о культуре того, кто обращается, подчеркивает уважение к партнеру или коллеге. Обращение на "ты" в деловой обстановке нежелательно. Оно допустимо лишь тогда, когда может быть взаимным либо обусловлено неформальными отношениями.

К деловым партнерам, которые хорошо знакомы, а также к своим коллегам, предпочтительно обращаться по имени и отчеству или по фамилии с добавлением слов "господин".

В славянской культуре испокон веков принято уважительно называть людей по имени и отчеству, такова наша традиция. По имени можно обращаться к ближайшим коллегам, если они молоды и не возражают против такого обращения.

К незнакомому человеку можно обратиться со словами: "господин", "сударь" или "сударыня", "девушка", "молодой человек". В Украине пока еще нет устоявшейся формы такого обращения. И надо признать, что некоторые из названных слов в конкретных случаях не совсем удачны. Потому часто обращаются к незнакомому человеку безлично: "Извините...", "Позвольте..." или "Будьте так добры...".

Важным элементом вежливости в деловом мире является представление, с помощью которого можно установить нужные и полезные связи. Этикетом предусмотрены определенные нормы, указывающие, когда и как необходимо представлять и быть представленным, и ими не следует пренебрегать.

Момент представления имеет важное значение. При этом следует избегать вольностей, лучше употреблять простые фразы типа: "Это Иван, мой коллега", "Представляю вам Анну Николаевну" и т. п.

Для делового разговора большое значение имеет техника речи, составными частями которой являются постановка речевого дыхания, дикция и орфоэпия (то есть правильное литературное произношение)[2; 4].

Распространенным недостатком деловых людей являются ошибки в произношении и ударении, которые отвлекают их собеседников от существа сказанного и создают негативный психологический фон. Поэтому необходимо постоянно следить за правильным произношением и ударением.

Торопливость речи, вызываемая робостью, — также один из наиболее распространенных и серьезных недостатков. Слишком быстрая речь является следствием полного безразличия оратора к аудитории.

Вялая речь — порок флегматичных и ленивых людей. Такие ораторы долго раскачиваются, прежде чем вымолвят слово, а когда наконец добираются до конца высказывания, слушатель уже теряет способность следить за нитью их мысли.

Темп речи определяется также и длительностью звучания отдельных слогов и самих слов. Слоги, как и слова, можно растягивать и сжимать, что зависит от их значения и выражаемых ими чувств. Нервные, порывистые ораторы для наиболее выразительного звучания больше налегают на громкость, чем на протяжность звучания. В результате возникает неприятная для слуха резкость.

Наши чувства в речи передаются не только при помощи слов, но и посредством разнообразных интонаций. Иногда именно в интонации кроется истинный смысл сказанного.

Бизнесменам и менеджерам надо стремиться всячески избегать менторского тона при общении, а также остерегаться, чтобы с профессиональными успехами у них в голосе не начали появляться поучительно-назидательные нотки. Никакой позы, никакого проявления интеллектуального превосходства над людьми, игнорирования их реакции на излагаемую информацию.

Таким образом, значение коммуникативного воздействия переоценить очень трудно. Чтобы хорошо говорить, мало знать, что сказать, надо еще знать, как сказать, то есть владеть инструментарием ораторской речи, приемами риторики. К деловому разговору предъявляются требования правильности, точности, краткости и доступности речи. Рассмотрим каждое из них в отдельности [3].

Первое и непререкаемое требование к деловому разговору — правильность речи говорящих. Хотя нормы устной деловой речи не так строги, как у ее письменной формы, говорящие обязаны стремиться к правильности своего языка.

Чтобы речь была правильной, слова следует употреблять в строгом соответствии с их значением. Между тем ошибки в словоупотреблении — наиболее распространенный речевой недостаток участников деловых разговоров.

Употребление слов без учета их семантики часто меняет значение высказывания и может стать причиной нелогичности и даже абсурдности высказывания. Но чаще неправильное словоупотребление приводит к логическим ошибкам, которые обычно выражаются в подмене понятия.

Небрежное отношение к языку может стать причиной речевой недостаточности — пропуска слов, необходимых для точного выражения мысли. Речевая недостаточность обычно возникает, когда говорящий торопится и не следит за правильностью высказывания, что наносит серьезный ущерб смысловой стороне речи. В отдельных случаях пропуск слов может совершенно исказить мысль [5].

Очень часто в деловом разговоре наблюдается смешение паронимов, то есть слов, имеющих сходство в морфологическом составе и, следовательно, в звучании, но различающихся по значению, что приводит к грубым лексическим ошибкам. Грубые лексические ошибки в речи могут быть вызваны ложными ассоциациями, которые часто возникают под влиянием неправильного выбора паронима. Для правильного употребления слов в речи недостаточно знать их точное значение, необходимо еще учитывать лексическую сочетаемость слов, то есть их способность соединяться друг с другом. Непроизвольное нарушение лексической сочетаемости — весьма распространенный недостаток устной речи. Так,

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.