

по магазину или по коридору университета, в вашей походке должна чувствоваться уверенность. Походка должна быть энергичной, решительной и живой. Люди, ускоряющие свой шаг на 10 % по сравнению с другими, воспринимаются как успевающие много сделать. Поэтому ускорьте свой шаг!

Первые 12 слов, которые вы произносите при встрече, должны содержать некоторую форму благодарности, если, конечно, это уместно. Если встречаетесь с кем-то впервые, выразите ваше чувство признательности за эту встречу. Например, "спасибо за то, что нашли время для встречи со мной", "очень приятно познакомиться".

12 дюймов вниз от макушки вашей головы должны быть безупречно ухоженными. Ваша прическа, макияж, воротник, галстук и другие детали должны быть отражением вашего достоинства.

12 дюймов от пола должны быть на соответствующем уровне. Обувь должна быть начищена до блеска и выглядеть как новая, даже если это не так. Цвет носков должен соответствовать цвету одежды и не бросаться в глаза. Хотите узнать, хорошо ли одет человек? Посмотрите вниз [2].

Профессор, доктор педагогических наук Кан-Калик В. А. отмечал: преподаватель должен тщательно готовиться к первому общению со студентами, в этом деле нет мелочей. Первая встреча формирует представление о личности преподавателя, так как облик и внутренние свойства личности, конечно же, имеют взаимосвязь. От успешности начальной стадии общения в воспитательном процессе зависит успешность осуществления всего процесса коммуникации. Таким образом, акт формирования первого впечатления очень важен, поскольку именно он определяет весь дальнейший ход взаимодействия.

На основе первого впечатления формируется изначальный и нередко довольно устойчивый стереотип восприятия преподавателя. И также гласит русская пословица: "Первой встречи не спускают".

Имидж преподавателя должен соответствовать потребностям, интересам и системе ценностей личности и подкреплять ее социально-психологические установки. Даже самый яркий имидж не будет воспринят окружающими, если он находится вне сферы их потребностей, интересов, не соответствует системе ценностей и противоречит уже сложившимся социально-психологическим установкам.

Позитивный имидж преподавателя важен не только для его студентов – как личный пример успешного человека, которого они постоянно видят перед собой, но и для самого преподавателя – для моральной, психологической удовлетворенности своей значимостью в этом мире.

Главное в том, чтобы первое впечатление не оказалось ложным стимулом, а способствовало обнаружению в преподавателе умственной образованности, профессионализма и порядочности. Вот почему надо быть требовательным к своему имиджу в общении со студентами и в целом с людьми. Следует помнить: "Никакая работа не может быть плодотворной, если в ее основе не лежит какой-нибудь идеальный принцип", – утверждал русский оперный и камерный певец Шаляпин Ф. И.

Таким образом, игнорирование имиджевых правил приводит к тому, что вы можете быть неправильно поняты, а это, в свою очередь, приведет к отрицательному или плохому первому впечатлению.

/ Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с. 3. Седова Л. Н. Этика делового общения : учебное пособие. Ч. 1 / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с. 4. Нельке К. Проведение презентаций [Электронный ресурс] / Клаудиа Нельке. – Режим доступа : www.koob.ru. 5. Мермами Э. Коммуникация и коммуникабельность [Электронный ресурс] / Элизабет Мермами. – Режим доступа : www.koob.ru. 6. Бодалев А. А. Восприятие и понимания человека человеком [Электронный ресурс] / А. А. Бодалев. – Режим доступа : www.koob.ru. 7. Карнеги Д. Шесть способов расположить к себе людей [Электронный ресурс] / Дейл Карнеги. – Режим доступа : www.koob.ru.

Рецензент

ст. преподаватель Седова Л. Н.

Статья надійшла до редакції

07.07.2011 р.

УДК 354.153

Коротич А. А.

ЗРОСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЧЕРЕЗ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ ЛЮДИНИ

Анотація. Досліджено шляхи зростання соціального капіталу через розвиток особистих і професійних якостей та здібностей до ділового мовлення у професійній сфері кожної окремої людини.

Аннотация. Исследованы пути роста социального капитала через развитие личных и профессиональных качеств, а также способностей к деловой речи в профессиональной сфере каждого отдельного человека.

Annotation. Ways to increase social capital through the development of personal and professional qualities and abilities for business speech in the professional sphere of the individual have been explored.

Ключові слова: ділове мовлення, соціальний капітал.

Глобалізація, інформатизація та інтелектуалізація економічних процесів вимагають сучасних підходів до розвитку трудових ресурсів підприємств. Підвищення ефективності ділового мовлення людини – одна з найбільш важливих складових процесу зростання соціального капіталу.

Соціальний капітал країни, регіону, підприємства формується на основі поєднання нагромаджених шляхом активного спілкування здобутків кожної людини, що входить до відповідної спільноти. Залежно від того, наскільки ефективним є спілкування людини, від її вміння висловлювати свої думки та переконувати співрозмовників, здібностей влучно відповідати на запитання та використовувати засоби ділового мовлення, особистий соціальний капітал може бути більшим або меншим. Оскільки у

сучасному конкурентному середовищі значної вагомості набуває наявний соціальний капітал кожного працівника, то як на індивідуальному рівні, так і на рівні управління розвитком персоналу підприємств доцільно розширювати знання щодо вдосконалення ділового спілкування та підвищення ефективності процесів обміну інформацією під час здійснення трудової діяльності.

Проблеми підвищення ефективності ділового спілкування відображені у працях таких відомих фахівців, як: М. Альберт, Т. Безверхнюк, О. Берегова, Г. Бороздіна, А. Вайсман, М. Василик, В. Верлока, Л. Володіна, Н. Драгомирецька, С. Єгорова-Гантман, А. Зверинцев, І. Ібрагімова, О. Карпуніна, А. Крусян, Л. Лаундес, О. Майло, М. Мескон, П. Мицич, Г. Осовська, А. Піз, Г. Почепцов, С. Самігін, Е. Соловійов, Ф. Снелл, Л. Столяренко, Л. Стровський, С. Резнік, Ф. Хедоурі, Дж. Честара, Ф. Шарков, В. Шепель, Л. Якокка.

Вагомим внеском у розроблення теоретичних та методичних засад сприяння розвитку людського і соціального капіталу є роботи таких авторів, як: П. Бурдье, М. Вуллок, Дж. Коулман, Я. Мінсер, М. Палдам, А. Портес, Р. Патман, Ф. Сабатіні, Ф. Фукуяма, Т. Шульц, А. Бова, Е. Гугнін, О. Демків, М. Дороніна, А. Колодій, С. Клімова, А. Нечепуренко, Ю. Привалов, А. Розсказов, О. Рогожин, Ю. Сасенко, В. Чепак та ін.

Головною метою статті є дослідження шляхів зростання соціального капіталу через розвиток особистих і професійних якостей та вміння спілкування у діловому колі кожної окремої людини. Соціальний капітал є унікальним невичерпним за своєю нематеріальною природою ресурсом, який найбільш активно накопичується під час навчання, трудової діяльності та спілкування всередині персоналу підприємства.

Спілкування – одна із базових потреб людей, бо визначає їх спільну діяльність і викликана об'єктивною необхідністю співіснування. Від вміння спілкуватись залежить успіх тієї чи іншої справи. Осовська Г. В., відзначаючи багатогранність спілкування, виділяє кілька складових цього процесу: формування та розвиток особистості; розвиток суспільства й суспільних відносин; соціалізацію особистості; створення та подальший розвиток суспільних способів взаємодії людей; соціально-психологічну адаптацію людей; обмін емоціями; навчання, передачу вмінь та навичок; обмін інформацією; обмін діяльністю; формування ставлення до себе, інших людей і суспільства в цілому [1, с. 7].

Усі ці складові впливають на формування та розвиток соціального капіталу людини, який становить суспільний ресурс, що формується та існує за умови наявності у сіспільстві довіри, соціальних мереж, загальних норм і здатності суб'єктів до співпраці [2, с. 4].

На особливу увагу з точки зору розвитку соціального капіталу людини, що працює, заслуговує ділове спілкування, метою якого є організація й оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників. Ділове спілкування включає обмін інформацією, пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем як усередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод чи встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями. До основних форм ділового спілкування доцільно віднести ділову бесіду, в тому числі переговори й службову нараду, та публічний виступ.

Під час ділової бесіди відбувається взаємне спілкування працівників з однієї ділової сфери, яке сприяє спільному пошуку нових робочих ідей і задумів, координації розпочатих ділових заходів, підтримці ділових

контактів та стимулюванню ділової активності [3, с. 56]. Оскільки ділове спілкування закріплює й поглиблює взаємини між людьми, то таким чином відбувається накопичення їх соціального капіталу. Крім того, через виробничу необхідність часто виникає потреба розширення кола людей, з якими доводиться спілкуватися шляхом ділової бесіди, що також примножує соціальний капітал людини.

Для започаткування гарних ділових стосунків велике значення має вдала самопрезентація співрозмовників, основним завданням якої, на думку Володіної Л. В. та Карпуніної О. К., є щонайкраще подання власних професійно корисних ділових та особистих якостей [4], серед яких найбільш важливими є: професійні знання та досвід роботи, цілеспрямованість і готовність працювати з максимальною віддачею, активність життєвої позиції, ступінь самостійності у прийнятті рішень і відповідальність за результати своєї роботи, інтелектуальний рівень, здатність творчо підходити до вирішення проблем, вміння переконливо говорити й уважно слухати, зовнішність і манера поведінки, чесність і порядність людини.

Пристаючи до ділової бесіди, треба пам'ятати, що є заборонені прийоми, застосування яких заважає встановленню взаєморозуміння із співрозмовником, дратує його і не сприяє ухваленню прийнятного для кожної сторони рішення. Отже, під час ділової бесіди у жодному разі не треба перебивати партнера, негативно оцінювати його особистість, підкреслювати різницю між собою і партнером, різко пришвидшувати темп бесіди, уникати просторової близькості, дивитися повз партнера, лишати поза увагою психологічний стан партнера. Крім того, для успішного проведення ділової бесіди та накопичення соціального капіталу доцільно враховувати особливості особи співрозмовника та підбирати відповідний стиль спілкування [5, с. 242–243].

Якщо у співбесіді задіяне невелике коло співрозмовників, то аудиторія слухачів при публічному виступі може налічувати десятки, сотні, а із застосуванням телекомунікацій – тисячі і, навіть, мільйони осіб. Тим не менше, доповідь має будуватися з урахуванням принципів, пріоритетів і ставлення до певних проблемних питань основних груп слухачів та окремих зацікавлених осіб, думка яких є дуже важливою для доповідача.

Як зазначає Осовська Г. В. [1, с. 74–75], спілкування ніколи не буває легкою справою, навіть для людей, у яких багато спільного в цінностях, які вони поділяють. На думку автора, для правильного сприйняття повідомлення необхідно: добре знати тематику зустрічі, спланувати своє повідомлення, не хутувати фактами, постаратися сподобатися слухачам і привернути їх до себе, стежити за своєю мовою, говорити заради досягнення цілі, а також говорити про себе, а не про іншу сторону.

Під час доповіді слід уникати помилок ораторів, класифікацію яких, посилаючись на А. Монро, надають Самігін С. І. та Столяренко Л. Д.: красномовець, що говорить більше для демонстрації власної персоні, ніж для спілкування; віщун (оракул), який демонструє, що знає все, і більше піклується про аплодисменти, ніж про розуміння; відлюдник, що ігнорує аудиторію; винуватий оратор, що соромиться того, що він говорить; базіка, що пригнічує аудиторію словесним потоком [6, с. 411].

Як при виголошенні промови, так і під час наступного обговорення актуальних проблем ділове спілкування передбачає застосування спеціального ділового мовлення, яке сприятиме ефективній передачі інформації через використання точних і зрозумілих термінів, логічну побудову послідовності подання матеріалу, застосування художніх засобів передачі думок, довіру до доповідача як високоосвіченої людини. Бороздіна Г. В. зазначає, що

культура усного мовлення полягає у свідомому відборі й використанні тих мовних засобів, які допомагають спілкуванню [3, с. 94]: знання норм літературної мови, дотримання основних вимог до мови виступу, виразність мови, що досягається шляхом використання спеціальних мовних засобів.

Для того щоб доповідь добре сприймалась слухачами і в подальшому слугувала накопиченню соціального капіталу через розширення кола спілкування та краще порозуміння, доповідач має уникати таких помилок, як неправильний підбір слова, помилковий наголос, граматична (але відчутна на слух) помилка у словах, неправильна побудова речень. Крім того, неприємне враження на слухачів справляють застосування канцеляризмів, уживання неусталених нововведень та перемішування двох мов, яке призводить до перекручування слів. Такого доповідача важко розуміти, бо доводиться витратити додаткові зусилля на тлумачення того, що він говорить.

Для розвитку виразності мови треба багато читати, вчитися в майстрів слова, використовувати їх здобутки під час власних доповідей, ретельно готуватися до виступів, добре знати проблеми, яким присвячується доповідь, бути фахівцем своєї справи. Поряд з цим доцільно використовувати спеціальні психологічні прийоми впливу на слухачів або співрозмовників, що дозволяють практично відразу завойовувати довіру аудиторії та викликати почуття симпатії: промовляння вголос ім'я та по батькові співрозмовника, уважне вислуховування його думок, доброзичливий вираз обличчя, звернення до особистого інтересу партнера, використання компліментів. З метою забезпечення успішної участі у діловому спілкуванні доцільно використовувати також низку рекомендацій, розроблених Д. Карнегі [7].

Таким чином, соціальний капітал людини є основою для формування групових, регіональних, державних та світового соціальних капіталів. Особливої уваги потребує формування соціальних капіталів підприємств та організацій, що є підвидами групового соціального капіталу. Слід зазначити, що соціальний капітал підприємства не просто складається з індивідуальних капіталів, а примножується за допомогою синергетичного ефекту. Тому треба використовувати кожну можливість для підвищення ефективності ділового спілкування кожної людини.

Література: 1. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навч. посібн. / Г. В. Осовська. – К. : Кондор, 2003. – 218 с. 2. Розказов А. Г. Розвиток соціального капіталу в Україні в умовах євроінтеграції : автореф. дис. канд. наук з держ. управління : 25.00.01 / А. Г. Розказов ; Харк. регіон. ін-т. держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Х., 2010. – 20 с. 3. Бороздина Г. В. Психологія ділового об'єднання : учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 295 с. 4. Володина Л. В. Деловое общение и основы теории коммуникации : учебн. пособ. [Электронный ресурс] / Л. В. Володина, О. К. Карпухина. – Режим доступа : <http://www.dvo.sut.ru/libr/sotciolo/volod/index.htm>. 5. Основы менеджмента : учебн. пособ. / под ред. В. С. Верлоки, И. Д. Михайлова. – Х. : Основа, 1996. – 352 с. 6. Самыгин С. И. Психология управления : учебн. пособ. / С. И. Самыгин, Л. Д. Столяренко. – Ростов н/Д : Изд-во "Феникс", 1997. – 512 с. 7. Карнеги Д. Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги ; пер. с англ. Ф. Н. Красавина. – К. : Наукова думка, 1989. – 224 с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЛИЯНИЯ МЕНТАЛЬНЫХ ЗАКОНОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ И ПРИОРИТЕТОВ СТУДЕНТОВ

Аннотация. Рассмотрены основные ментальные законы, их трактовка и восприятие. Представлен анализ приоритетности влияния ментальных законов на повседневную жизнь с точки зрения жизненного опыта студентов пятого курса.

Анотация. Розглянуто основні ментальні закони, їх трактування і сприйняття. Наведено аналіз пріоритетності впливу ментальних законів на повсякденне життя з точки зору життєвого досвіду студентів п'ятого курсу.

Annotation. The article describes the main experimental laws, interpretations and perceptions of them. The analysis of the influence of priority mental laws in everyday life from the perspective and experience of a fifth-year student has been made.

Ключевые слова: материальные запасы, матрица парных сравнений, приоритетность.

Извечные споры материалистов, идеалистов, а также людей с религиозным мировоззрением основываются на вопросах: что первично – идея или материя, мысль, предмет или форма; на что человек может положиться – на разум или собственные ощущения. Еще древнегреческий философ Протагор Абдерский разделял материалистические убеждения, сомневался в существовании богов, а Пиррон из Элиды считал достоверным лишь чувственное восприятие. Дальнейшее развитие философии сформировало позиции для выявления и трактовки ментальных законов. Например, Давид Юм показал, что в научном эксперименте и в обыденном опыте следствие отличается от причины и потому не может быть в ней выявлено. Иммануил Кант считал, что то, чем вещь является для нас, и то, что она представляет сама по себе, принципиально различны. Они дали человеку основу понимания мира с позиций наблюдателя, деятеля, а с вековым накоплением опыта эти знания модернизировались, трансформировались и адаптировались относительно потребностей человечества. В современном мире синтез течений рационализма, иррационализма и сенсуализма дал обществу новых индивидов, которые смотрят на мир сквозь призму ментальных законов, формируя свои жизненные позиции.

Общество формирует свои роли, рыночные отношения в экономике требуют соответственного шаблона поведения. Как выжить человеку со стандартным обывательским типом мышления, как принять правильное решение в будущем, которое даст положительный результат? Это вопросы, которые может задать человек с собственным "жизненным опытом", а также студент любого университета.