

ЗРОСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЧЕРЕЗ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ ЛЮДИНИ

УДК 354.153

Коротич А.А.

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

Ключові слова: ділове мовлення, соціальний капітал.

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

Ключевые слова: деловая речь, социальный капитал.

Annotation: explored ways to increase social capital through the development of personal and professional qualities and abilities in business speech at the professional sphere of the individual.

Key words: business speech, social capital.

Глобалізація, інформатизація та інтелектуалізація економічних процесів вимагає сучасних підходів до розвитку трудових ресурсів підприємств. Підвищення ефективності ділового мовлення людини одна з 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 удосконалення 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. Бороздина, А. Вайсман, М. Василик, В. Верлока, Л. Володина, Н. Драгомирецька, Є. Єгорова-Гантман, А. Зверинцев, І. Ібрагімова, О. Карпухина, А. Крусян, Л. Лаундес, О. Майло, М. Мескон, П. Мищич, Г. Осовська, А. Пиз, Г. Почепцов, С. Самигін, Е. Солов'йов, Ф. Снелл, Л. Столяренко, Л. Стровський, С. Резник, Ф. Хедоури, Дж. Честара, Ф. Шарков, В. Шепель, Л. Якокка.

Вагомим внеском у розроблення теоретичних та методичних засад сприяння розвитку людського та соціального капіталу є роботи П. Бурдье, М. Вулкок, 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. Розказов, О. Рогожин, Ю. Саєнко, В. Чепак та інших науковців.

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 уміння спілкуватись залежить успіх тієї чи іншої справи. Г. В. Осовська, 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].

Всі ці складові впливають на формування та розвиток соціального капіталу людини, який являє собою суспільний ресурс, що формується та існує за умови наявності у суспільстві 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, є ділове спілкування, метою якого є організація і 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 всередині 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 та 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, за думкою Л. В. Володиної та О. К. Карпухиної, 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 в прийнятті рішень й відповідальність за результати своєї роботи, інтелектуальний рівень, здатність творчо підходити до вирішення проблем, уміння 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 й 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 із урахуванням принципів, пріоритетів та ставлення до певних проблемних питань основних груп слухачів та окремих зацікавлених осіб, думка яких є дуже важливою для доповідача.

Як зазначає Г. В. Осовська [1, С. 74-75], спілкування ніколи не буває легкою справою, навіть для людей, у яких багато спільного в цінностях, які

вони поділяють. За її думкою для правильного сприйняття повідомлення необхідно: добре знати тематику зустрічі, спланувати своє повідомлення, не гребувати 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, С. І. Самигін та Л. Д. Столяренко: красномовець, що говорить більше для демонстрації власної персони, 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. Г. В. Бороздина 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, учитися 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].

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. посіб. / Г. В. Осовська. – К.: «Кондор». – 2003. – 218 с.
2. Розказов А. Г. Розвиток соціального капіталу в Україні в умовах євроінтеграції: Автореф. дисертації канд. наук з держ. управління: 25.00.01 /

А. Г. Розказов / Харк. регіон. ін-т. держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. – Х., 2010. – 20 с.

3. Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник. / Г. В. Бороздина – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 295 с.

4. Володина Л. В. Деловое общение и основы теории коммуникации. Учебное пособие / Л. В. Володина, О. К. Карпухина [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.dvo.sut.ru/libr/sotciolo/volod/index.htm>

5. Основы менеджмента: Учеб. пособие / Под ред. В. С. Верлоки, И. Д. Михайлова. – Х.: Основа, 1996. – 352 с.

6. Самыгин С. И. Психология управления: Учебное пособие. / 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 / Пер. с англ. Ф. Н. Красавина. – Киев: Наук. думка, 1989. – 224 с.

Автор
аспірантка

А. А. Коротич

Науковий керівник
д. е. н., професор

О. М. Ястремська