

зкладах України та набору студентів в ХНТУСГ за методологіє системного менеджменту тощо.

Концепція і програма курсу для магістрів філософії кафедри ЮНЕСКО університету „**Системний менеджмент зі сталого інноваційного розвитку**” (на прикладі розвитку українського села). Всього: 30 годин (один кредит) у тому числі: лекцій - 6 години, самостійна робота - 20 години, заключний семінар – 4 години.

На Харківщині реалізується «Стратегія сталого розвитку Харківської області до 2020 року», яка прийнята обласною Радою 23.12.2010 р. Істотно, одними із основних виконавців цієї Стратегії є сільські та селищні громади. Але цілеспрямовано виконувати якісно зазначену роботу керівний апарат громад НЕ МОЖЕ, так як в багатьох управлінців - депутати, керівники дитячих садочків, шкіл, бібліотек, творчих центрів та інших структур, у тому числі, виробничих – відсутні необхідні для цього хоча би елементарні знання з теорії і практики сталого розвитку. Вищезазначений курс уточнюється для використання також для зазначеної категорії працівників.

НАВИЧКИ ПЕРЕКОНУЮЧОГО ВПЛИВУ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЕТЕНЦІЙ КЕРІВНИКА

Пономарьов О. С., канд. техн. наук, професор кафедри педагогіки і психології управління соціальними системами

Семененко О. О., викладач-стажист кафедри педагогіки і психології управління соціальними системами

Семененко Л. П., директор науково-технічної бібліотеки

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Мрія будь-якого керівника — реалізувати поставлені цілі, виконати плани, розвивати виробництво, досягати успіху. Часто успішні професіонали, ставлячись керівниками, через короткий проміжок часу починають відчувати невдоволеність собою. А все із-за того, що у своїй професійній ефективності вони були впевнені, а ось як керівники — відчують себе не досить впевнено. Причина криється, на наш погляд, у відсутності системи знань й навичок, необхідних для виконання широкого кола завдань, які щоденно доводиться вирішувати керівникові.

У керівника-початківця проблем і питань значно більше, ніж у досвідченого, але ж практика доводить, що й ті, хто мають значний досвід в управлінні, не завжди використовують усі можливі ресурси задля того, щоб досягти максимуму своєї менеджерської ефективності. До основних навичок керівника відносять навички: управління власною ефективністю, діяльністю підлеглих, постановки цілей, навички комунікації, мотивування співробітників до праці, організації контролю підлеглих, управління змінами. Аналізуючи свої сильні й слабкі сторони керівники не завжди звертають увагу на те, чого у спілкуванні із співробітниками робити не варто, а що — робити обов'язково, чому не завжди вони впливають на людей,

на їх рішення, на продуктивність їх праці, на задоволеність роботою, на готовність до співпраці.

Основним інструментом взаємодії виступає спілкування. У спілкуванні немає дрібниць. Воно привертає увагу й інтерес не лише філософів, психологів, соціологів, педагогів, а й фахівців з проблем управління соціальними системами.

Серед численних цілей, завдань і функцій людського спілкування особливе місце посідає проблема впливу однієї людини на іншу, який майже завжди відбувається в процесі спілкування. Саме завдяки цьому впливу відбувається соціалізація особистості, передача досвіду матеріальної й духовної діяльності та її результатів від одного покоління до іншого. Можна виділити різні аспекти впливу однієї людини на іншу в процесі їх спілкування: психологічний, етичний, цільовий і діяльнісний. Суспільні потреби викликають необхідність у таких спеціально організованих видах впливу, як освіта і виховання, управління спільною діяльністю людей. Без впливу не могло б існувати, успішно функціонувати й розвиватися і саме людське суспільство, адже одна особистість впливає на іншу особистість, групи можуть впливати на особистість, а особистість — на групу, групи на групу, тощо.

Окрім того, залежно від цілей, способів і характеру впливу він може бути конструктивним або ж руйнівним.

Кожна людина вважає свої цілі, наміри та інтереси найбільш важливими, хоче, щоб партнери по взаємодії допомагали їй у їх досягненні і задля реалізації своїх цілей вона і здійснює відповідний вплив на партнерів. Вплив спрямовується на психіку людини,

яка регулює її вчинки і загальну поведінку, її відносини з іншими людьми.

Цілі впливу не завжди бувають пов'язані з матеріальними інтересами. Це може бути просто бажання, щоб вас уважно вислухали; спроба отримати від інших людей моральну підтримку, співчуття; сформувані певну установку (як певний погляд на якусь проблему); змінити психологічну установку; здійснити зміни в системі цінностей, здійснити соціалізацію і виховання, і все це задля того, щоб зробити життя краще

Існування істотних відмінностей у психічних і морально-вольових характеристиках різних людей призводить до того, що їхні впливи один на одного мають різну силу. У реальності відбувається вплив домінуючої особистості на її оточення. Мета ж будь-якого управління і відповідно впливу на людину полягає в максимальному досягненні влади над нею в ім'я забезпечення нормального функціонування соціальної організації.

Психологічний аналіз феномену впливу дозволяє дійти висновку, що людина, яка прагне впливати на думки, дії й поведінку інших людей, свідомо чи не свідомо виходить із схильності людей до стереотипного мислення. Людина почуває себе більш комфортно, коли вона автоматично виконує певні дії, стереотипно мислить, не напружуючи мозок складними логічними операціями.

Для успішного практичного здійснення ефективного впливу на людину керівникові необхідно знати основні способи цього впливу.

Сьогодні найбільшого поширення набули такі способи впливу на людей: привабити людину;

зацікавити, переконати, активізувати, завоювати її та допомогти їй.

Привернути, привабити її до себе.

Психологічною основою приваблення однієї людини до іншої є потреба кожної людини в позитивних емоціях. На знак вдячності за саму можливість задоволення цієї зовнішньої людської потреби, люди, зазвичай, відповідають щирим приверненням до того, хто зумів викликати у них позитивні емоції. Таке уміння людини викликати у інших людей емоційно позитивне відношення до себе є не що інше, як атракція.

Уміння людини привернути, привабити до себе співбесідника не тільки дозволяє успішно реалізувати бажаний вплив на нього, а й створює атмосферу відкритості й довірливості розмови. Це значною мірою сприяє «розкриттю» партнера зі спілкування та створює передумови для підвищення рівня вашого розуміння цієї людини і більш ефективного, і цілеспрямованого здійснення бажаного впливу на неї.

Психологічний механізм його здійснення можна подати у вигляді такої послідовності: «встановлення контакту з людиною — привернення її уваги — викликання її симпатії до вас — її готовність до розмови» [1, с. 9]

Для успішного застосування цього способу необхідно мати розвинений інтелект, широкий світогляд, ерудицію, бути дотепним та мати інші якості, які б робили спілкування з вами цікавим і приємним для іншої людини.

Зацікавити іншу людину у продовженні контакту з вами можна подаючи вигідні для неї сторони і можливості встановленого контакту, потім пробудити у неї інтерес до вас, поглибити цей інтерес і на його

основі визначити і зафіксувати вашу взаємну зацікавленість.

Переконати співбесідника легше за допомогою чіткої логіки ваших суджень, якій ваш співбесідник нічого не зможе протиставити; використання належної і переконливої аргументації тих положень, які ви висловлюєте; всебічного їх обґрунтування; підкресленої демонстрації вашої діловитості.

Конкретні діяння з використанням активності, високого рівня володіння вами мистецтвом переконання, належного мотивування своїх пропозицій безвідмовно викличе бажану для вас реакцію цієї людини.

Завоювати людину та її прихильність, зробити її своїм вірним союзником, у досягненні певної влади над нею можна через абсолютну вірогідність ваших суджень і непохитність позицій. Саме завдяки цьому і вдається встановити з нею належні довірчі відносини, на підставі яких людина стає готовою змінити свої позиції, погляди і установки в бажаному для вас напрямку.

Керівник має володіти прийомами створення у партнерів по діловому спілкуванню відповідного емоційного настрою. Завдяки цьому вони, погоджуючись з його думками і пропозиціями, часто здатні сприймати їх як такі, що вони й самі схильні так думати, і що керівник лише більш чітко сформулював те, що вони й хотіли йому запропонувати

Сферою використання прийомів формування атракції є сфера несвідомого. Проникаючи за допомогою вказаних прийомів до сфери несвідомого, ці сигнали здійснюють формування там позитивного ставлення людини до їх джерела, тобто в нашому випадку, визначають таке ставлення до особистості керівника або іншого індивіда, який спромігся

викликати позитивні емоції у цієї людини. Кожній людині надзвичайно важливо не лише виглядати цікавою і привабливою для інших людей, а й бути такою насправді.

Сформувати позитивне ставлення до себе набагато складніше й вимагає набагато більше часу, ніж зруйнувати позитивне враження про себе. Адже для цього інколи вистачає одного досить необережного слова чи необдуманого вчинку.

На сьогодні основні складові психологічного механізму впливу досить детально описані [2, 3, 4], розглянуто окремі дієві прийоми впливу [1, с. 12 – 23]. Проте навіть за наявності теоретичного обґрунтування механізмів впливу у взаємодії, поінформованості керівників щодо результатів таких досліджень, залишається відкритим питання щодо оволодіння ними технікою впливу. Оволодіння технікою переконання, психотехніками переконуючого впливу, спрямованого на зміну установок шляхом участі у серії тренінгів, буде найбільш ефективним засобом управління людьми як керівниками так і педагогами, і представниками будь-якої іншої професії, пов'язаної зі спілкуванням.

Задля того, щоб керівники володіли навичками впливу, послуговувалися ними у своїй діяльності доцільно запроваджувати в навчальні плани вищих навчальних закладів окремий практикум «Психологія впливу».

Використана література

1. Психологія впливу : навчально-методичний посібник / С. О. Заветний, О. С. Пономарьов, С. М. Пазиніч, О. В. Кострикін. — Х. : ХНТУСГ ім. Петра Василенка, 2011. — 52 с.

2. Потеряхин А. Психологическое воздействие в управленческом общении / А. Потеряхин // Персонал. — 1998. — № 8. — С. 56–59.
3. Самыгин С. И. Психология управления : учебное пособие / С. И. Самыгин, Л. Л. Столяренко. — Ростов н/Д. : Феникс, 2001. — 512 с.
3. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. — Спб. : Питер, 2000. — 272 с.

СПІЛКУВАННЯ ВИКЛАДАЧ – СТУДЕНТ ЯК ФАКТОР ВИХОВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

Моїсєєва Н.І., канд. філос. наук, доцент

Омельченко Г.Ю., викладач

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Поняття «спілкування» є одним із центральних у системі філософського та психологічного знання.

Спілкування – багатоплановий процес установалення й розвитку контактів між людьми, породжуваний потребами спільної діяльності, фактор узгодження інтересів різних соціальних суб'єктів, подолання суспільних конфліктів і суперечностей, що включає в себе інформацію, певну тактику і стратегію взаємодії, сприйняття й розуміння суб'єктами спілкування один одного. У спілкуванні людина реалізує інформаційно-комунікативну, трансляційну, організуючу, культурно-виховну функції.

Спілкування властиве всім видам людської діяльності, але в деяких професіях воно з фактору, що супроводжує діяльність, переходить у категорію професійного. Прикладом може бути педагогічна