

стать своеобразным мостом, соединяющим Беларусь и Корею, и оказать существенную помощь в налаживании взаимовыгодного сотрудничества в экономической и культурной сферах между двумя странами.

## **Н. Вараксин**

### **ФЕНОМЕН ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ, ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ**

Процесс восприятия человека человеком является важным этапом в построении межличностных отношений. Этой проблеме посвящено много теоретических и прикладных исследований, проведенных как у нас, так и за рубежом. Особое внимание в них уделяется *феномену первого впечатления*. Исследования, проведенные российским ученым А. А. Бодалевым, показали, что оно складывается в течение первых 2–3 минут. Первое впечатление обладает определенной устойчивостью, способно сохраняться длительное время и оказывать влияние на психологические установки (позитивные или негативные) при последующих контактах.

Первое впечатление складывается на основе трех компонентов общения: вербального, визуального и поведенческого.

**Вербальный компонент** – это то, как мы как говорим (мягко, жестко) и что мы говорим. При вербальном общении важны смысл первых десяти слов, куда входят слова приветствия, представление себя и проч. В них отражается отношение к конкретной встрече и к людям, с которыми человек вступает в контакт. При этом важно, как мы говорим – каковы наши интонация, тембр, громкость, скорость, ударение. Но самое главное – что мы говорим. Это настолько важно, что все серьезные организации, фирмы разрабатывают и доводят до совершенства процедуры взаимодействия с партнерами, клиентами, потребителями услуг.

Немалую роль играют и **визуальные компоненты** (как мы выглядим). Как показывает практика, человек доверяет внешнему облику оппонента гораздо больше, чем его словам. Желая оставить о себе приятное впечатление, всякий человек (часто бессознательно) в первую очередь обращает внимание на то, как он выглядит. Во внешнем облике человека специалисты выделяют три основные зоны.

**Верхняя зона**, где важнейшим показателем является прическа. Важно иметь ухоженные волосы и четкую форму прически. Для деловых мужчин длина волос должна быть от двух до пяти сантиметров. Для деловых женщин прическа с распущенными волосами не должна быть более, чем до плеч. Если волосы длиннее, то они убираются назад или вверх. Цвет – естественный, одного тона, у дам возможны мягкие оттенки и переходы, у серьезных мужчин это исключается.

**Центральная зона**. В первую очередь здесь следует выделить область шеи, где женщины обычно носят украшения, а мужчины – галстук. Главное требование (оно касается как мужчин, так и женщин) – уместность и элегантность.

Бизнес-леди могут носить украшения, но в небольшом количестве и гармонично подобранные друг к другу. Что касается цветов мужских галстуков, то необходимо исключить очень яркие тона и бросающиеся в глаза рисунки. У деловых мужчин допустимым украшением считается только обручальное кольцо.

И, наконец, нижняя зона – это обувь. Важны ее ухоженность и состояние. Классической обувью для деловых мужчин считаются полуботинки со шнурками и на тонкой подошве под цвет костюма. Туфли для дам под цвет наряда, с закрытым носком и пяткой, высота каблука не более пяти-шести сантиметров.

Многое из того, что человек хочет сказать или показать, передается, подчеркивается манерой его поведения. Если человек гармоничен, находится в равновесии со своим «внутренним я», то и его поведение не бросается в глаза и не вызывает раздражения, пристального к себе внимания.

В заключение хочется заметить, что очень часто люди судят о других именно по первому впечатлению. И хотя оно зачастую бывает обманчивым, пренебрегать им не следует, поскольку первое впечатление может оказывать воздействие на восприятие и оценку человека достаточно длительное время. А на то, чтобы поменять его, понадобится затратить немалые усилия и время.

## **В. Кротович**

### **ОДЕЖДА ДЕЛОВОГО МУЖЧИНЫ**

Выбор одежды для делового мужчины – вопрос непростой. Внешний вид говорит о том, как мужчина относится к себе, к партнерам, к ситуации, в которой придется решать рабочие вопросы, взаимодействовать с партнерами. Обратим внимание на основные рекомендации при решении данного вопроса.

Деловой стиль базируется на международном стандарте, в котором ценятся сдержанность, высокое качество одежды, отсутствие ярких деталей. Главное требование – уместность. Важно, чтобы одежда указывала на достаточно серьезную позицию ее обладателя и на наличие некоторого творческого потенциала. Выбирая одежду для деловых ситуаций надо помнить, что она всегда подвержена веяниям моды. Моду нельзя игнорировать, но нельзя и быть ее рабом.

Основа внешнего облика делового мужчины – к о с т ю м. Необходимо помнить, что костюм обязателен при осуществлении представительских функций, при участии в официальных мероприятиях. При этом предпочтение отдается строгим формам. Классическими цветами делового костюма считаются синий, черный и серый. Покрой пиджака – двубортный или однобортный, с широкими или узкими лацканами – зависит не только от моды, но и от позиции, занимаемой сотрудником. Двубортный пиджак говорит о большей солидности, однобортный предназначен для более прос-