УДК 81’221-057.212

ТИМКОВА Валентина

ПРОКСЕМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ МЕНЕДЖЕРА

У статті розглянуто питання невербальних засобів ділового спілкування, що недостатньо висвітлені в науковій літературі. Аналізується відповідна поведінка людей, яка нероздільно пов’язана з їхнім психічним станом. Певна увага приділена невербальним контактам з представниками деяких народів зарубіжних країн, коли їх зовнішні прояви не збігаються із загальновизнаними. Подано висновок, що знання невербальних засобів ділового спілкування може суттєво допомогти передусім керівникам підприємств у процесі їх перемовин з бізнес-партнерами та в управлінні персоналом.

Ключові слова: невербальна комунікація; невербальні засоби; жести; ділове спілкування; менеджер; культура співрозмовника.

Вступ. Невербальна комунікація – комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність). Психологами встановлено, що в процесі взаємодії менеджера до 80% комунікації здійснюється за рахунок невербальних засобів. Австралійський спеціаліст «з мови рухів тіла» А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається лише 7% інформації, тоді як за допомогою звукових засобів (тон голосу, інтонація тощо) – 38%, а за допомогою міміки, жестів, пози – 55% [5, с. 37].

Спілкування як живий процес безпосередньої комунікації виявляє емоції тих, хто спілкується, утворюючи невербальний аспект обміну інформацією. Засоби невербальної комунікації як «мова почуттів» значно посилюють смисловий ефект вербальної комунікації, а за певних обставин можуть її змінювати. У діловій розмові вони мають часом більше значення, ніж слова. Для ділової людини винятково важливо, з одного боку, уміти контролювати свої рухи і міміку, а з іншого боку – розуміти мову жестів і міміку співрозмовника, правильно інтерпретувати їх. Неувага до невербальних засобів у діловому спілкуванні може дезорганізувати співрозмовника, якщо неправильно сприймати його міміку, жести, поведінку у типових ситуаціях або необачно самому поводитися.

Аналіз досліджень і публікацій. Відзначимо, що проблема інтерпретації невербальних аспектів міжособистісного спілкування має багатовікову історію. Проте детально ця проблема почала розроблятися лише в останні десятиліття в працях А.Б. Коваленко, Ч. Моріса, В.О. Лабунської [1], О.О. Леонтьєва, Л.Е. Орбан-Лембрик, А. Піза [4; 5], Дж. Фаст та ін.

У сучасній літературі ще недостатньо розкриті всі складові зазначених засобів. Низка питань, пов’язаних з невербальною «мовою», має місце у народів деяких країн, причому значення їх не збігається із загальновизнаними. Тому **завдання статті** полягає в дослідженні невербальних засобів комунікації, особливостей невербальної передачі інформації, з’ясуванні лінгвокультурних особливостей невербальних засобів спілкування, розгляді національних особливостей та жителів інших країн з питань нетрадиційного спілкування.

Американський антрополог Едуард Т. Холл був одним з основоположників в галузі вивчення просторових потреб людини, і на початку шістдесятих років він запровадив термін «проксеміка», дослівний переклад якого означає «близькість». Його дослідження в цій галузі призвели до нового розуміння наших взаємин з іншими людськими істотами.

Невербальна поведінка людини нероздільно пов’язана з її психічним станом і служить засобом його вираження. Це є показник прихованих від безпосереднього спостереження індивідуально-психологічних характеристик особистості. На цій основі розкривається внутрішній світ людини, здійснюється формування психологічного змісту спілкування та спільної діяльності.

У більшості народів виявлені спільні жести, які можна об’єднати в такі групи: *комунікативні* (жести привітання, прощання, привертання уваги, запитання, вдоволення, заперечення і т.п.); *моральні,* тобто ті, що виражають оцінки і певні відхилення (жести схвалення, довіри і недовіри, розгубленості і т.п.); *описові* жести, які становлять суть лише в контексті словесного (мовного) висловлення. Відомі невербальні сигнали, що в різних країнах несуть різну інформацію. Наприклад, більшість європейських народів передають згоду, хитаючи голову згори донизу, болгари цим жестом передають незгоду, японці – лише підтверджують, що уважно слухають співрозмовника.

Американськими вченими Екслайном і Л. Вінтерсом було доведено, що погляд завжди пов’язаний з процесом формування певного висловлювання або труднощами, пов’язаними з цим процесом. Коли людина формує думку,

© Тимкова В., 2018

наприклад, вона найчастіше дивиться в бік, а коли вона готова – на співбесідника. Фізіономічна маска – домінантний вираз обличчя людини, що формується впродовж життя під впливом думок, які переважають, почуттів, ставлень. Одяг часто є свідченням професійної належності. Стиль одягу викликає у партнерів по спілкуванню очікування певного способу поведінки.

Жест – соціально сформований рух, що виражає певний психічний стан [4, с. 112]. Жести людини дуже різноманітні. Вони можуть бути комунікативними (замінюють мовлення у спілкуванні і виконують самостійну функцію, наприклад, піднімання руки для привітання при зустрічі), жестами підкреслення (супроводжують мовлення і посилюють його вплив), модальними (слугують для вираження оцінки чи ставлення до ситуації). Міміка і жести розвиваються як суспільні засоби комунікації, хоч деякі елементи є природженими. На результат спілкування впливає міжособистісний простір, тобто дистанція між партнерами, їх розташування. Наприклад, виявлено, що чим тісніші стосунки між людьми, тим на меншій віддалі вони розташовуються в процесі спілкування. Водночас, дуже близька і занадто віддалена дистанції негативно позначаються на діловому спілкуванні.

У роботі В.О. Лабунської [1] підпадають загальному обговоренню питання про функції невербального спілкування. Кажучи про те, що невербальне спілкування в міжособистісній взаємодії поліфункціональне, автор вказує на низку функцій, з яких відзначимо найбільш істотні на наш погляд. Отже, невербальне спілкування: 1) створює образ партнера по спілкуванню; 2) виступає як спосіб регуляції просторово-часових параметрів спілкування; 3) виступає як показник стосунків; 4) є індикатором актуальних психічних достатків особи; 5) виконує функцію економії мовного повідомлення; 6) виступає в ролі уточнення, зміни в розумінні вербального повідомлення, підсилює емоційну насиченість сказаного; 7) виконує функцію розрядки, полегшення, регулює процес збудження.

Класифікація засобів невербальної поведінки (спілкування) за В.О.Лабунською [1, с. 73] побудована на базі основних атрибутів буття, матерії, загальних формах її існування – русі, часі, просторі. Згідно з такою схемою, в структуру невербального спілкування входять практично всі перераховані в інших класифікаціях підструктури невербальної поведінки, в основу яких покладені основні характеристики невербальних засобів, системи їх віддзеркалення і сприйняття (оптична, акустична, тактильна, ольфакторна), а також елементи цих систем і їх взаємозв'язок.

Науковці З. Мацюк та Н. Станкевич [2] пропонують, наприкалад, такий поділ невербальних засобів: 1. Оптичні – жести, міміка, поза, хода, контакт очей, одяг. 2. Акустичні – темп мовлення, тембр, висота, сила голосу, паузи, інтонація. 3. Кінетичні – дотик, потиск руки, поцілунок, обійми. 4. Ольфакторні – запах тіла, запах косметики. 5. Просторово-часові – відстань між співбесідниками, розміщення їх у просторі, тривалість контакту [2, с. 138].

Слід відзначити, що невербальні засоби спілкування у менеджменті є не менш важливими, ніж вербальні. Деякі вітчизняні і зарубіжні вчені (А.Герасимчук, О. Тимошенко, Я. Шашкевич, Б.Добек-Островська та ін.) навіть вважають, що понад 50% комунікації між людьми здійснюється за допомогою невербальних засобів спілкування, які можуть підсилювати або, навпаки, послабити дію вербальних засобів.

Актуальність вибраної **теми** цієї роботи визначається тим, що вона спрямована на поповнення знань про невербальну взаємодію між людьми, недолік яких виник через недостатню увагу до цієї проблеми. Уміння читати і застосовувати знаки невербальної системи спілкування допоможуть менеджерові досягти успіху не лише в діловій сфері, але і в повсякденному житті.

Постановка проблеми. Невербальні засоби комунікації – невід'ємна частина нашого життя. Чи можемо ми, наприклад, розмовляти, не жестикулюючи? Напевне, ні. Спілкування стане ускладненим, адже міміка, інтонація та жестикуляція посилюють, доповнюють смисл мовлення та дають додаткову інформацію. Ще дві тисячі років тому Цицерон учив ораторів: «Усі рухи душі повинні супроводжуватися жестами, здатними пояснити справи душі і думки: жести кисті руки, пальців, усієї руки, простягнутої уперед, ноги, що вдаряє об землю, особливо міміка очей; жести подібні до мови тіла, яку розуміють навіть дикарі та варвари».

До невербальних засобів учені відносять рухи тіла, жести (рухи рук, ніг), просторове поле між співрозмовниками, вираз очей та неправильність погляду, вираз обличчя, акустичні засоби (пов'язані з мовою і не пов'язані з нею), тактильні засоби (потиск рук, поцілунки), посмішка, косметика, реакції шкіри (почервоніння, збліднення), запахи (парфуми, алкоголь), одяг та його колір, манери та ін.

Суттєву допомогу у веденні справ менеджера можуть надати засоби невербального спілкування. Менеджерові необхідно розуміти психологічні особливості людей, закономірність рухів їхнього тіла, жестів рук, м'язів обличчя, виразу очей, висоти голосу тощо з метою набуття вміння передбачити поведінку співрозмовни-

ків. Дослідження цих питань становить **мету** зазначеної публікації. Такі знання неодмінно посприяють у виконанні професійних обов'язків всім, хто контактує з людьми, здійснюючи функції виховання, займається підприємницькою, правоохоронною чи управлінською діяльністю.

Компоненти невербального спілкування. Так, невербальні засоби спілкування доповнюють і уточнюють вербальну форму спілкування, невербальні сигнали, такі, як характерний рух головою, що означає «так або ні», жест, знак можуть замінювати слова і вирази; невербальні сигнали (рухи, пози, міміка, жести) дають можливість виразити почуття й емоції в гіперболізованому плані: здивування, обурення, смуток, страх, радість, хоч насправді людина не переживає так сильно, як хоче продемонструвати це партнерові; невербальні сигнали-регулятори, які передаються поглядом у процесі зорового контакту, можуть бути задіяні для контролю і регуляції ділової бесіди, переговорів. Наприклад, час від часу партнери поглядом повідомляють одне одному, що уважно слухають, що стимулює подальшу бесіду.

Погляд, його напрям, частота контакту очей – ще один з компонентів невербального спілкування. Напрям погляду показує спрямованість уваги співрозмовника і разом з тим дає зворотний зв'язок, що показує те, як ставиться співрозмовник до тих чи інших повідомлень. Погляд використовується також для установлення взаємин. Коли людина прагне до встановлення більш теплих взаємин, вона шукає погляд співрозмовника. Однак якщо хтось дивиться нам в очі занадто довго, то це насторожує.

За допомогою очей передаються найточніші і відкритіші сигнали з усіх сигналів міжособистісної комунікації, тому що вони займають центральне місце на обличчі людини, при цьому зіниці поводяться цілком незалежно.

При денному освітленні зіниці можуть розширюватися і звужуватися залежно від того, як змінюється ставлення і настрій людини – від позитивного до негативного і навпаки. Коли людина радісно збуджена, її зіниці розширюються в чотири рази більше порівняно з нормальним станом. Навпаки, сердитий, похмурий настрій змушує зіниці звужуватися, при цьому виходять так називані «очі-бусинки» чи «зміїні очі».

Основа для дійсного спілкування може бути встановлена тільки тоді, коли ви спілкуєтеся з людиною віч-на-віч. Якщо при спілкуванні з одними людьми ви почуваєте себе затишно, то з іншими – дискомфортно. Це пов'язано, головним чином, з тим, як вони дивляться на вас, яка тривалість їхнього погляду і як довго вони можуть витримати ваш погляд. Саме тому дуже важливо під час ділових бесід і переговорів контролювати вираз своїх очей [3, с. 359].

Ваш погляд повинен зустрічатися з очима партнера близько 60–70% від усього часу спілкування. Скутий, затиснутий співрозмовник, що зустрічається з вами поглядом менш 1/3 від часу спілкування, рідко користується довірою. Під час переговорів і ділових бесід ніколи не слід надягати темні окуляри, тому що в партнера з'являється відчуття, що його розглядають впритул.

Часто зустрічається так називаний погляд скоса. Він використовується для передачі інтересу чи ворожості. Якщо такий погляд супроводжується злегка піднятими бровами чи посмішкою, то він означає зацікавленість і часто використовується для того, щоб затягти співрозмовника. Якщо він супроводжується опущеними вниз бровами, нахмуреним чолом чи опущеними куточками рота, то він означає підозріле, вороже чи критичне ставлення.

Найбільше нас дратують люди, які під час розмови опускають повіки. Це підсвідомий жест, що є спробою людини «забрати» вас зі свого поля зору, тому що ви йому набридли чи стали нецікаві або він почуває свою перевагу над вами. При нормальній частоті моргання 6–8 разів у хвилину віки цієї людини закриваються на секунду чи більше, начебто людина моментально стирає вас зі своєї пам'яті.

Якщо людина підкреслює свою перевагу над вами, то його прикриті повіки сполучаються з відкинутою назад головою і довгим поглядом, відомим як «зверхній погляд». Якщо ви помітили схожий погляд у вашого співрозмовника, це означає, що ваша поведінка викликає в нього негативну реакцію і потрібно щось змінити, щоб успішно завершити розмову.

У деяких слов'янських народів (чехів, словаків, а особливо поляків), прийнято жінці цілувати руку. Це робиться в таких випадках: при знайомстві, в процесі вітання, запрошення на танець і після нього. На наш погляд, поцілунок руки представницям слабкої статі може вважатися проявом не лише певного рівня культури чоловіка, але й жестом поваги щодо жінки.

Цілком суттєвою вважається ходьба людини, тобто стиль пересування, за яким не важко розпізнати її емоційний стан. Наприклад, у рамках досліджень відповідних фахівців з точністю пізнавалися такі емоційні стани, як гнів, страждання, чорний настрій, гордість. При цьому виявилось, що найбільш тяжка ходьба має місце при гніві, найлегша хода – у стані радості; в'яла, пригнічена – стражданнях, а найбільша довжина кроку притаманна стану гордості.

Правила взаємодії в діловому спілкуванні і невербальні сигнали. У діловому спілкуванні існують правила взаємодії, їх треба знати і виконувати залежно від того, яке місце за

столом переговорів займають учасники перемовин. Розглянемо розміщення учасників переговорів в умовах робочого кабінету за стандартним прямокутним столом при чотирьох положеннях вашого співрозмовника: кутове розташування; позиція ділової взаємодії; конкуруюча оборонна позиція; незалежна позиція.

Кутове розташування характерне для людей, зайнятих дружньою невимушеною бесідою. Ця позиція сприяє постійному контакту очей і має простір для жестикуляції і можливість для спостереження за жестами співрозмовника. Кут столу служить частковим бар'єром у разі небезпеки або загрози з боку співрозмовника. При такому розташуванні відсутній територіальний розподіл столу.

Коли дві людини працюють у співавторстві над якою-небудь проблемою, вони зазвичай займають позицію ділової взаємодії, розміщуючись поруч, з одного боку столу. Це одна з найвдаліших стратегічних позицій для обговорення і вироблення загальних рішень.

Положення партнерів один проти одного зазвичай створює атмосферу суперництва. Таке розташування співрозмовників сприяє тому, що кожна сторона дотримуватиметься своєї точки зору. Стіл між ними стає своєрідним бар'єром. Люди займають за столом таке положення у тому випадку, якщо вони знаходяться у відносному суперництві, або коли один з них критикує іншого. Крім того, якщо зустріч відбувається в кабінеті, то таке розташування свідчить також про стосунки субординації. Слід пам'ятати, що конкуруюча оборонна позиція утрудняє розуміння точки зору співрозмовників і не створює невимушеної атмосфери. Більшого взаєморозуміння можна досягти у позиції кутового розташування і в позиції ділової взаємодії. Розмова в такій позиції має бути короткою і специфічною.

Бувають випадки, коли дуже важко або недоречно займати позицію кутового розташування при поданні свого матеріалу. Припустимо, вам треба запропонувати зразок, схему або книгу на розгляд людині, що сидить навпроти вас за прямокутним столом. Спочатку покладіть те, що ви хочете запропонувати, на центральну лінію столу. Якщо він нахилиться вперед, щоб краще розглянути ваш матеріал, але не присуне його на свою сторону, то це означає, що йому ваш матеріал малоцікавий. Якщо ж він присуне матеріал на свою сторону столу, то це означає, що він виявив до нього інтерес. Це дає можливість попросити дозволу пройти на його сторону і зайняти або кутову позицію, або позицію ділової співпраці. Проте, якщо він відштовхне те, що ви йому принесли, означає, угода не відбудеться і можна закінчувати розмову.

Люди, не охочі взаємодіяти за столом один з одним, займають незалежну позицію, розміщуючись по діагоналі. Найчастіше таке положення займають відвідувачі бібліотек, відпочиваючі на лавці в парку або відвідувачі ресторанів і кав'ярень. Ця позиція свідчить про відсутність зацікавленості. Її слід уникати у тому випадку, коли потрібно вести відверту бесіду або зацікавлені перемовини.

На створення психологічного клімату істотний вплив чинить не лише розташування співрозмовників за столом, але і форма самих столів. Так, квадратний стіл сприяє створенню стосунків суперництва між людьми, рівними за посадами. Квадратні столи хороші для проведення короткої ділової бесіди або для того, щоб підкреслити стосунки субординації. Тут стосунки співпраці встановлюються швидше з тією людиною, яка сидить за столом поряд з вами, причому людина, яка сидить праворуч від вас, буде уважніша до вас, ніж той, хто сидить ліворуч. Максимальний опір робитиме та людина, яка сидить прямо навпроти вас. За прямокутним столом на зустрічі людей однакового соціального статусу основним вважається те місце, на якому сидить людина, обернена лицем до дверей. Круглий стіл створює атмосферу неофіційності і невимушеності і за ним найкраще проводити бесіди людям однакового соціального статусу. Крім того, коли доводиться вести ділову бесіду з двома співрозмовниками, один з яких дуже балакучий, а інший, навпаки, дуже мовчазний, бажано розташуватися за круглим столом.

Для того, щоб усі партнери брали в бесіді активну участь, слід використовувати простий, але дуже ефективний прийом: коли балакучий співрозмовник ставить питання, під час відповіді подивіться спочатку на нього, а потім поверніть голову в бік мовчазного співрозмовника, потім знову в бік балакучого, а потім знову – у бік мовчазного. Цей прийом дозволяє небалакучому співрозмовникові відчути, що він теж залучений до розмови, а вам – завоювати розташування цієї людини (це означає, що ви у разі потреби зможете отримати підтримку з його боку).

Таким чином, квадратний (чи прямокутний) стіл, який зазвичай є робочим столом, використовується для ділових бесід, перемовин, брифінгів. Круглий стіл найчастіше використовується для створення невимушеної, неофіційної атмосфери і доцільний у тому випадку, коли вам треба досягти угоди.

Слід не лише правильно вибрати форму столу, але й уміти посадити за нього вашого співрозмовника так, щоб створити максимальний психологічний комфорт. Це особливо важливо, коли ви запрошуєте його на урочистий обід до себе додому або в ресторан. Постарайтеся зробити так, щоб ваш співрозмовник сидів спиною до стіни.

Психологами доведено, що у людини підвищується частота дихання і серцебиття, якщо він сидить спиною до відкритого простору, особливо якщо за спиною – постійне ходіння. Крім того, напруга збільшується, коли спина людини повернена до вхідних дверей або до вікна, особливо якщо це вікна першого поверху.

Як ми бачимо, ці, здавалося б, дрібниці мають важливе значення в діловому спілкуванні. Саме тому дуже важливо не лише знати, але й уміти застосувати усе, що ми використовуємо на практиці для досягнення ефективного результату. Для того щоб мати успішну професійну діяльність, менеджеру необхідно навчитися читати невербальні сигнали. Вміючи це робити, менеджер може про клієнта, партнера, співробітника, або про будь-яку іншу людину, яку бачить вперше, довідатися ще до того, як вона почне говорити.

Нарешті, як виявлено, спілкування людей завжди просторово організовано. На завершення розгляду теми необхідно зазначити, що якими б не були важливими почуття, емоції, стосунки людей, все-таки ділове спілкування передбачає не стільки передачу емоційних станів, скільки передачу належної інформації. Її зміст передається за допомогою мови, тобто приймає вербальну, словесну форму. Якщо відійти від загальних теоретичних моделей до звичайної життєвої практики, то для змістовного ділового спілкування необхідно насамперед вміння говорити і вміння слухати. Вступаючи в контакт зі своїм діловим партнером, в процесі управління необхідно особливо стежити за своєю мовою. Літературний стиль неодмінно викликатиме повагу до співрозмовника та сприятиме ефективності спілкування. В іншому разі ця обставина здатна суттєво вплинути на авторитет промовця або гальмувати переговірний процес.

Висновки. Таким чином, на підставі проведеного дослідження, можна зробити такі висновки: по-перше, невербальні засоби ділового спілкування можуть надати певну допомогу в досягненні бажаного результату в процесі перемовин з бізнес-партнерами або в управлінні персоналом; по-друге, які б не були почуття, емоції, стосунки людей, все-таки ділове спілкування передбачає не стільки передачу емоційних станів, скільки передачу належної інформації, зміст якої переглядається за допомогою мови, тобто вербальних засобів. Мовна культура, в цьому випадку, повинна відповідати нормам сучасної української літературної мови і словесному етикету, прийнятому у відповідному колі людей, що є віддзеркаленням інтелектуального рівня, професійної та загальної культури співрозмовника.

Список використаної літератури

1. Лабунская В.А. Невербальное поведение / В.А. Лабунская. – Ростов-на-Дону: издательство Ростовского университета. – 1986. – 135 с.

2. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : навч. посіб./З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2010. – 352 с.

3. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер. – 2001. – 656 с.

4 .Пиз Аллан. Язык жестов: как читать мысли других людей по их жестам / Пиз Аллан. – М. : Ай-Кью, 1995. – 257 с.

5. Пиз Аллан. Язык жестов: увлекательное пособие для деловых людей / Пиз Аллан. – М. : Ай-Кью, 1992. – 112 с.

6. Рюкле Хорст. Ваше тайное оружие в общении: мимика, жест, движение / Рюкле Хорст. – М. : Интерэксперт: Инфра. – М., 1996. – 227 с.

7. Чмут Т.К. Культура ділового спілкування / Т.К. Чмут. – К. : Знання, 2007. – 231 с.

8. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців / С.В. Шевчук. – К. : Арій, 2008. – 424 с.

REFERENCES

1. Labunskaia V.A. *Non-verbal behavior* [Neverbalnoe povedenye] / V.A.lnoe povedenye. – Rostov-na-Donu: yzdatelstvo Rostovskoho unyversyteta. – 1986. – 135 s.

2. Matsiuk Z.*Ukrainian language of professional communication: tutorial* / [Ukrainska mova profesiinoho spilkuvannia : navch. posib.] / Z. Matsiuk, N. Stankevych / Ukrainska mova profesiinoho spilkuvannia : navch. posib. – K. : Karavela, 2010. – 352 s.

3. Pocheptsov H.H.*The theory of communication* [Teoriia komunikatsii] / H.H. Pocheptsov / Teoriia komunikatsii. – M. : Refl-buk, K. : Vakler. – 2001. – 656 s.

4. Pyz Allan. *Language of gestures: how to read the thoughts of other people by their gestures* [Yazыk zhestov: kak chytat mыsly druhykh liudei po ykh zhestam] / Pyz Allan / Yazыk zhestov: kak chytat mыsly druhykh liudei po ykh zhestam. – M. : Ai-Kiu, 1995. – 257 s.

5. Pyz Allan. *Sign Language: Fascinating Benefit for Business People* [Yazыk zhestov: uvlekatelnoe posobye dlia delovыkh liudei] / Pyz Allan / Yazыk zhestov: uvlekatelnoe posobye dlia delovыkh liudei. – M.: Ai-Kiu, 1992. – 112 s.

6. Riukle Khorst. *Your secret weapon in communication: mimicry, gesture, movement* [Vashe tainoe oruzhye v obshchenyy: mymyka, zhest, dvyzhenye] / Riukle Khorst / Vashe tainoe oruzhye v obshchenyy: mymyka, zhest, dvyzhenye. – M. : Ynterэkspert: Ynfra. – M., 1996. – 227 s.

7. Chmut T.K. *The culture of business communication* [Kultura dilovoho spilkuvannia] / T.K. Chmut / Kultura dilovoho spilkuvannia. – K. : Znannia, 2007. – 231 s.

8. Shevchuk S.V. *Business Language for Civil Servants* [Dilove movlennia dlia derzhavnykh sluzhbovtsiv] / S.V. Shevchuk / Dilove movlennia dlia derzhavnykh sluzhbovtsiv. – K. : Arii, 2008. – 424 s.

В. ТЫМКОВА

ПРОКСЕМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ МЕНЕДЖЕРА

В статье рассмотрены вопросы невербальных средств делового общения, что недостаточно высветлено в научной литературе. Анализируется соответственное поведение людей, которое непосредственно связано с их психическим состоянием. Определенное внимание уделено невербальным контактам с представителями некоторых народов зарубежных стран, когда их внешние проявления не совпадают с общепринятыми. Представлены выводы, что знания невербальных средств делового общения могут существенно помочь прежде всего руководителям предприятий в процессе их переговоров с бизнес-партнерами и в управлении персоналом.

Ключевые слова: невербальная коммуникация; невербальные средства; жесты; деловое общение; менеджер; культура собеседника.

V. TYMKOVA

PROXEMIC FEATURES OF MANAGER'S NON-VERBAL BUSINESS COMMUNICATION

The article deals with non-verbal means of business communication that have not been researched yet. The appropriate behavior of people is analyzed that is inseparable linked with their mental state. Certain attention is paid to non-verbal contacts with representatives of some foreign countries peoples, when their external manifestations do not coincide with the generally acknowledged ones. It is concluded that the knowledge of non-verbal means of business communication can significantly help, above all, the managers of enterprises in the process of their negotiations with business partners and in the personnel management.

Key words: non-verbal business communication; non-verbal means; gestures; business communication; manager; culture of the interlocutor.

V. TYMKOVA

PROXEMIC FEATURES OF MANAGER'S NON-VERBAL BUSINESS COMMUNICATION

The article deals with non-verbal means of business communication that have not been researched yet. The appropriate behaviour of people is analyzed that is inseparably linked with their mental state. Certain attention is paid to non-verbal contacts with representatives of some foreign countries peoples, when their external manifestations do not coincide with the generally acknowledged ones.

The relevance of the chosen theme of this work is determined by the fact that it is aimed at replenishing knowledge about non-verbal interaction between people, the lack of which arose due to insufficient attention to this problem. Ability to read and apply signs of a non-verbal business communication system will help the manager to succeed not only in business, but also in everyday life.

The manager must understand the psychological characteristics of people, the regularity of movements of their bodies, hand gestures, facial muscles, expression of the eyes, height of voice, etc. in order to gain the ability to predict the behaviour of the interlocutors. The study of these issues is the purpose of the article. Such knowledge will inevitably facilitate the performance of professional duties for all who come in contact with people, performing functions of education, engaged in entrepreneurial, law enforcement or management activities.

The article states that the key to successful communication between people, especially those of different nationalities and different cultures, is not only their language. One of the most important aspects in intercultural communication is non-verbal communication. The system of non-verbal means of communication is the simplest and the most economical system that eliminates unnecessary formal means and allows us to reach the uniqueness of communication under the general and polysemantic nature of our own linguistic means.

The generally accepted rules of ethics of business relations, taking into account the national features of their partners, and the psychology of their behaviour contribute to the successful conduct of cases, since in some countries the culture of communication varies greatly in colloquial form, while in others it is based on gestures, facial expressions and other non-verbal actions. Business communication becomes more effective, the better it is associated with all means of communication.

It is concluded that the knowledge of non-verbal means of business communication can significantly help, above all, the managers of enterprises in the process of their negotiations with business partners and in the personnel management. Still, no matter how important feelings, emotions, human relationships, business communication implies not so much the transfer of emotional states, but the transfer of proper information. Its content is transmitted using the language, that is, it accepts a verbal form.

Key words: non-verbal business communication; non-verbal means; gestures; business communication; manager; culture of the interlocutor.

Стаття надійшла до редакції 4.04.2018