

**РОЛЬ ТА МІСЦЕ НЕВЕРБАЛЬНИХ (ПАРАМОВЛЕННЄВИХ) ЗАСОБІВ
СПІЛКУВАННЯ В ФОРМУВАННІ ДІЛОВОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО
МЕНЕДЖЕРА**

Шупта І. М., к. п. н., доцент кафедри менеджменту

Полтавська державна аграрна академія

Сьогодні в умовах постіндустріального суспільства створення позитивного ділового іміджу є актуальною проблемою для менеджера будь-якого рівня управління, бо скільки від цього значною мірою залежить його професійний успіх. Як стверджує Ю. І. Палеха, сам імідж охоплює три групи основних характеристик людини: зовнішній вигляд (привабливість, адекватність зовнішнього вигляду в певній ситуації, поведінка, звички тощо), внутрішній зміст (інтелект, ціннісний потенціал, внутрішня культура), психологічний тип (схильність до лідерства, спрямованість на авторитет, людські взаємовідносини тощо) [3, с. 159]. Невербальне спілкування включає такі форми самовиразу, що не спираються на слова та інші мовленнєві символи.

Хоча на сьогодні думки фахівців із невербального спілкування розходяться щодо цифрового значення даних, можна переконливо стверджувати про те, що все ж таки невербальне спілкування займає приблизно половину міжособистісного спілкування [1, 4, 5]. Саме тому в управлінській діяльності так важливо вміти користуватися мовою жестів.

Слід зазначити, що для кожного народу характерною є власна культура невербального спілкування, в якій одні й ті ж рухи мають різне сенсове навантаження. В багатьох європейських і східних культурах висококультурною прийнято вважати ту людину, яка мінімально користується жестикуляцією, та здатна до самоконтролю власних рухів. Учені виокремлюють шістнадцять невербальних засобів спілкування – рухів тіла, жестів (рухів рук і ніг), просторового поля між співрозмовниками, виразу очей та спрямованості погляду, виразу обличчя, акустичних засобів (пов'язаних із мовою й не пов'язаних із нею), тактильних засобів (потиску рук, поцілунків), посмішки, косметики, реакцій шкіри

(почервоніння, збліднення), запахів (парфумів, алкоголю), одягу та його кольору, манер (наприклад, тримати сигарету) та ін. [2, с. 188–191].

Невербальне спілкування поділяють на п'ять підсистем: просторову підсистему (межособистісний простір), погляд, оптико-кінетичну підсистему (зовнішній вигляд співрозмовника, міміка, тобто вираз обличчя, пантоміміка, зокрема пози й жести), паралінгвістичну чи коломовленнєву підсистему (вокальні характеристики голосу, його діапазон, тональність, тембр), екстралінгвістичну чи позаомовленнєву підсистему (темп мовлення, використання пауз, сміху тощо).

Хоча вербальними символами (словами) ми користуємося як основним засобом для кодування ідей, для трансляції ж повідомлень ми використовуємо невербальні символи. В невербальній комунікації можуть використовуватися будь-які символи, крім слів. Найчастіше невербальна передача відбувається одночасно з вербальною, й служить для посилення чи зміни змісту слів.

Управлінське спілкування – це спілкування, що зумовлене необхідністю виконання управлінських функцій із урахуванням зворотного зв'язку. Невербальна поведінка в процесі даного спілкування підтримує рівень психічної близькості між тими, хто спілкується. Вона виступає в якості показника статусно-рольових відносин. Саме тому в більшості випадків менеджерів доводиться прикладати достатньо активних зусиль, щоб створити позитивний особистий імідж й особливо діловий імідж.

Все, що людина спостерігає, вона поєднує з тим, що чує, і про що думає – так здійснюється інформаційний синтез. Тому менеджерів необхідно потурбуватися про конгруентність своєї поведінки – відповідності невербальних засобів вираження вербальним повідомленням. Якщо більше, ніж половина враження про менеджера складається на основі того, яким його бачать інші, необхідно й важливо вміти передавати правильні зорові сигнали: відповідно одягатися, мати доглянуту зовнішність та адекватні жести, міміку й поставу (позу).

Якщо зовнішність, одяг, жести та міміка передають адекватні сигнали, вони працюють на користь менеджерів, в протилежному випадку – проти нього. В діловому світі є надзвичайно важливим те, щоб зорові сигнали, котрі отримують від менеджера інші, передавали необхідну для нього інформацію й

характеризували його як професіонала. Для підтримання позитивного враження управлінцю вкрай необхідно розглядати себе як члена команди. Командна ж гра потребує дотримання відповідних правил. Ця гра вимагає також і відповідної форми (невербальних засобів), оскільки вона є частиною цієї гри.

Таким чином, невербальні (парамовленнєві) засоби спілкування займають поряд із вербальними досить вагоме значення в формуванні ділового іміджу менеджера. Сучасному менеджеру необхідно дотримуватися конгруентності власної поведінки – відповідності невербальних засобів вираження вербальним повідомленням.

Список використаних джерел

1. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Мескон М. Х, Альберт М., Хедоури Ф. ; пер. с англ. – М. : Дело, 1997. – 704 с.
2. Кочетков В. В. Психология межкультурных различий : [учеб. пособ. для вузов] / В. В. Кочетков. – М. : ПЕР СЭ, 2002.– 416 с.
3. Палеха Ю. І. Ділова етика : [навчальний посібник] / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського університету, 2001. – 180 с.
4. Пасинок В. Г. Основы культуры мовлення : [навчальний посібник] / В. Г. Пасинок. – К. : «Видавництво «Центр учбової літератури», 2012. –184 с.
5. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам / А. Пиз ; пер. с англ. – М. : ЭКСМО, 2003. –138 с.