

Автор:

Карюкин Александр Валерьевич

студент

Научный руководитель:

Дивненко Ольга Владимировна

канд. пед. наук, доцент, профессор

НОУ ВО «Национальный институт бизнеса»

г. Москва

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

***Аннотация:** в статье рассматривается актуальная проблема взаимодействия между людьми посредством невербальной коммуникации. Особая «ценность» невербальных средств по сравнению с языком заключается в том, что они более естественны и в меньшей степени находятся под контролем сознания, поэтому бывают более правдивы в плане отражения чувств и отношений. Цель данной статьи – проанализировать то, как можно научиться распознавать невербальные сигналы, посылаемые нам оппонентом по коммуникации.*

***Ключевые слова:** невербальные средства коммуникации, язык тела, кинесика, сенсорика, проксемика, тактильное поведение, деловое общение.*

Деловое общение как вид коммуникации актуально для взаимодействия руководителя и подчиненных; сотрудников в рамках трудового коллектива; партнеров, а также представителя организации и клиента (реального или потенциального) [2; 3]. Основная цель делового общения – эффективное взаимодействие, достижение цели, получение результата, в том числе выраженного в моральной или материальной прибыли.

В связи с этим важно специалисту, изучающему деловое общение, важно не только знать принципы деловой этики, применять этикетные нормы, но и иметь развитые компетенции в области психологии. Понимать особенности вербальной коммуникации, исследовать аспекты мотивации и целеполагания важно для

делового человека. Не менее значимыми являются знания в области невербальной стороны поведения человека. Так, П. Тайгер в своей книге «Читать человека как книгу» сказал: «Все люди имеют различную внешность. И уж конечно свой, уникальный характер... Изучение характера человека самый лучший и надежный способ предсказания поведения отдельной личности» [5].

Невербальные средства коммуникации могут передавать достаточно большой объем информации. Зная виды невербальной коммуникации, можно лучше понять способы их выражения, поскольку коммуникация данного типа осуществляется всеми органами чувств, из которых собственно и формируется коммуникативный канал. Рассмотрим основные сегменты вербальной коммуникации. Так, кинесика представляет совокупность телодвижений, жестов и поз, применяющихся для дополнения выразительности средств коммуникации. Главными элементами кинесики являются мимика, позы, жесты и взгляды, имеющие физиологическое или социокультурное происхождение. В деловом общении применяемые жесты должны быть однозначными, конкретно понимаемыми всеми партнерами по коммуникации, поскольку неправильная интерпретация жестов могут повлечь за собой негативные последствия.

Тактильное поведение, то есть разнообразные типы прикосновений к тем собеседникам, которые находятся в непосредственной близости, также наблюдается в деловом и профессиональном общении. Каждый тип прикосновения необходим человеку для ослабления или усиления процесса коммуникативной связи.

Сенсорика – является одним из видов невербальной коммуникации, в основе которого лежит чувственное восприятие. Отношение к партнеру складывается на ощущении органов чувств: запахов, ощущения вкуса, восприятия звуковых и цветовых сочетаний, ощущения тела собеседника и тепла, исходящего от него.

Проксемика предполагает уважительное в деловой коммуникации отношение к пространственным отношениям. Данный вид общения подразумевает влияние расстояний и территорий на проявление межличностных отношений между людьми. Так, в результате проведения ряда исследований были выявлены четыре

зоны невербальной коммуникации пространственного типа: интимная, личная, социальная и публичная.

Невербальная коммуникация в деловом общении играет важную роль. Важно понимать, что невербальное деловое общение начинает выстраиваться именно с оценки внешних атрибутов индивида. Приемлемый в деловом мире внешний вид зависит от следующих характеристик: опрятности, воспитанности, естественности поведения, наличие манер, грамотности речи, адекватной реакции на критику или похвалу, харизмы. Каждому индивиду в жизни очень важно уметь правильно использовать возможности собственного тела при передаче информации собеседнику. Невербальная коммуникация в деловом общении совершенно необходима. Ведь деловым людям часто приходится убеждать в чем-то оппонента, склонять их к собственной точке зрения, и совершению определенных поступков (заключению сделок либо вложению серьезной суммы в развитие предприятия). Добиться этого будет проще, если удастся продемонстрировать партнеру, что собеседник честен и открыт.

Таким образом, помимо вербального аспекта, всегда стоит помнить о невербальном, который отражает культуру человека, выступает источником дополнительной информации и облегчает общение. Знание невербального языка помогает лучше понимать то, что происходит внутри человека, каково его психическое состояние, его отношение к другому.

Список литературы

1. Горянина В.А. Психология общения: Учебник для студентов вузов. – М., 2006.
2. Дивненко О.В. Основы делового общения: Учебное пособие. – М.: Национальный институт бизнеса, 2004.
3. Дивненко О.В. Формирование коммуникативной компетентности: теоретико-методологические основы. – М.: Ин-т междунар. социально-гуманитарных связей, 2004.
4. Лабунская В.А. Невербальное поведение. – М., 1986.

5. Тайгер П. Читать человека как книгу / П. Тайгер, Б.Б. Тайгер. – М.: АСТ, 2000.