



*Невербальные средства
коммуникации*





- *Язык мимики и жестов в деловой коммуникации. Понятие жестов и их классификация. Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе общения. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.*
- *Визуальная (невербальная) коммуникация – передача информации посредством невербальных средств общения (жестов, мимики, телодвижений, цвета, пространственной среды и т.д.). Визуальный облик задается временем и господствующими в этот период тенденциями. Спортивные тенденции нашего века диктуют образ делового человека. Чтобы человека не воспринимали отрицательно, он обязательно должен выдавать определенную информацию невербальным способом. По невербальному поведению партнера по коммуникации мы можем определить его установку на общение. Различают следующие установки: доминирование – равенство - подчинение; заинтересованность – незаинтересованность; официальность – доверительность; закрытость – открытость. Наиболее ярко эти установки проявляются в стиле приветствия: установка на превосходство – человек с такой установкой подает руку для приветствия ладонью вниз; установка на подчинение – ладонь вверх; установка на равенство – ладонь перпендикулярно полу. Если Вам протянули руку ладонью вниз, пожимая ее, шагните вперед – ладони выровняются.*
- *Э.Сэмпсон предлагает таблицу положительных и отрицательных сигналов, встречающихся при невербальной коммуникации.*



- **Положительные сигналы** **Отрицательные сигналы** Человек, выступая с докладом **Использует пространство** **Не использует пространство** **Демонстрирует спокойствие** **Демонстрирует нервозность** **Удобно стоит** **Крутит какие-то предметы** **Имеет контакт глазами с аудиторией** **Дотрагивается до лица** **Держит ладони открытыми** **Сжимает кулаки** Существуют различные зоны визуальной коммуникации: 1. Интимная зона (15-45 см) – допускаются только самые близкие люди. В каждой культуре свой размер интимной зоны. 2. Личная зона (45-120 см) – общение деловых партнеров. 3. Социальная зона (120-350 см) – общение в малой группе (10-15 чел.). Пресс-конференции, круглый стол, семинар и т.д.. 4. Публичная зона (от 350 см) – общение с большой группой людей, массовой аудиторией. Соблюдение зон и границ взаимодействия является элементом делового этикета. Знание зон позволит правильно построить коммуникацию и достичь наибольшего эффекта.

<i>Положительные сигналы</i>	<i>Отрицательные сигналы</i>
<i>Человек, выступая с докладом</i>	
<i>Использует пространство</i>	<i>Не использует пространство</i>
<i>Демонстрирует спокойствие</i>	<i>Демонстрирует нервозность</i>
<i>Удобно стоит</i>	<i>Крутит какие-то предметы</i>
<i>Имеет контакт с аудиторией</i>	<i>Дотрагивается до лица</i>
<i>Держит ладони открытыми</i>	<i>Сжимает кулаки</i>