

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-366-8-20>

**FEATURES OF NONVERBAL COMMUNICATION
IN BUSINESS ENGLISH**

**ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В ДІЛОВІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Lanskykh O. B.

*Candidate of Philosophical Sciences,
Senior Lecturer at the Department
of Foreign Languages
and International Communication
Cherkasy State Technological
University
Cherkasy, Ukraine*

Ланських О. Б.

*кандидат філософських наук,
доцент кафедри іноземних мов
та міжнародної комунікації
Черкаський державний
технологічний університет
м. Черкаси, Україна*

Dernova T. A.

*Senior Lecturer at the Department
of Foreign Languages
and International Communication
Cherkasy State Technological
University
Cherkasy, Ukraine*

Дернова Т. А.

*старший викладач кафедри
іноземних мов та міжнародної
комунікації
Черкаський державний
технологічний університет
м. Черкаси, Україна*

Slyvka N. P.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department
of Modern English Teaching Practices
Bohdan Khmelnytsky Cherkasy
National University
Cherkasy, Ukraine*

Сливка Н. П.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри сучасних практик
викладання англійської мови
Черкаський національний
університет імені
Богдана Хмельницького
м. Черкаси, Україна*

Англійська мова відіграє ключову роль у глобальній бізнес-комунікації, будучи офіційною мовою для численних міжнародних організацій. Приблизно половина європейських компаній вибирає англійську як мову внутрішньої комунікації. Наприклад, Philips, яка є голландською компанією, використовує англійську для корпоративного спілкування, незважаючи на те, що голландці складають частину персоналу. Схожа ситуація спостерігається у німецької автокомпанії Porsche, де англійська переважає, хоча

в компанії також працює багато німців. Тому можна стверджувати, що англійська мова сьогодні є основною мовою для міжкультурної комунікації на міжнародній арені.

Загальноприйнятим вважається, що лише близько 20% повідомлень при спілкуванні передаються за допомогою вербальної комунікації, тоді як до 80% інформації обмінюються без використання словесних форм [2].

Важливість невербальної комунікації в діловій англійській підкреслюється різними дослідженнями та статистичними даними. За словами доктора Альберта Мехрабіана, у бізнес-середовищі від 65 до 93% всієї комунікації є невербальною, і ця цифра підтверджується дослідженням Каліфорнійського університету в Лос-Анджелесі, яке показало, що 97% спілкування на робочому місці є невербальним. Це більшою мірою пов'язано з тим, що у діловому середовищі люди частіше переписуються, ніж комунікують словами. При цьому використання смайлів передають 93% невербальних сигналів, присутніх у спілкуванні віч-на-віч, що підкреслює важливість специфіки цифрової взаємодії.

В рамках дослідження особливостей невербальної комунікації у діловій англійській мові, можна виділити наступні ключові типи.

1. *Кінезіка* – категорія невербальної комунікації, що включає жести, міміку і рухи тіла. Доповнює або змінює вербальний обмін і може бути культурно специфічною.

2. *Окулесика* – вивчення зорового контакту як засобу невербальної комунікації. Зоровий контакт може вказувати на ступінь уваги, ставлення до співрозмовника та навіть емоційний стан.

3. *Проксеміка* – дослідження фізичної дистанції між людьми під час комунікації. Визначається культурними нормами і може впливати на успішність ділових переговорів.

4. *Паралінгвістика та метакомунікація*. Кожен з цих типів має свою важливість та специфіку взаємодії в діловому середовищі, і варто їх усіх розглядати для повноцінного розуміння процесу комунікації.

Кінезіка є важливим аспектом невербальної комунікації, яка відображає характер людини та її культурну приналежність. Мова тіла взаємодіє на різних рівнях, включаючи вираз обличчя, жести, позу тіла та способи привітань.

Окулесика, або взаємодія очима, є ключовою складовою ділової комунікації, особливо при проведенні переговорів англійською мовою. Взаємопогляд може відображати довіру, увагу, інтерес, або, навпаки, може сигналізувати про зневагу чи дезінтерес.

Проксеміка, або вивчення використання простору в комунікації, є іншою важливою складовою в ділових переговорах англійською. Розташування стільців, відстань між учасниками, а також використання простору для презентацій або демонстрацій – все це може мати значний вплив на хід і результат переговорів. Відстань між співрозмовниками може відображати ступінь довіри або формальності [1].

Паралінгвістика та метакомунікація дають глибший контекст для словесної інформації та можуть служити або сприяти, або заважати ефективній комунікації. Важливо мати увазі культурні різниці, щоб уникнути непорозумінь або конфліктів. Знання цих аспектів є ключовим для розуміння та ефективної міжкультурної комунікації.

Паралінгвістика стосується аспектів, таких як тон, гучність та швидкість мовлення. Вони виражають емоційний стан, який часто супроводжується іншими формами невербальної комунікації. Культурні відмінності в цих аспектах можуть призвести до непорозумінь. *Позитивний тон голосу* в ділових розмовах на англійській мові може суттєво вплинути на енергетику всієї конверсації. Підтримка позитивного тону сприяє створенню конструктивної атмосфери [4].

Метакомунікація включає в себе приховані значення та контекст, які можуть супроводжувати слова. Використання гумору, сарказму або іронії може бути дуже суперечливим і рекомендується уникати.

Хрономіка – спосіб, яким ми сприймаємо час, також варіюється в різних культурах. У монотонних культурах пунктуальність важлива, тоді як в поліхронних культурах є більша гнучкість.

Тиша та паузи – їх інтерпретація може бути суперечливою. У деяких культурах тишу цінують, у інших вона може вважатися ознакою нецікавості або незгоди [5].

Хоча деякі невербальні сигнали можуть бути універсальними, культурні відмінності часто призводять до різного сприйняття та інтерпретації цих сигналів. У ділових переговорах, проведених англійською мовою, кінезика, окулесика і паралінгвістика відіграють важливу роль в усіх аспектах комунікації. Кінезика, яка включає в себе жести, поставу та міміку, може контрастувати або навіть суперечити вербальному повідомленню, впливаючи на враження про авторитетність, відкритість, або ж надійність співрозмовника. Окулесика, або комунікація через зоровий контакт, може слугувати індикатором уваги, щирості та впевненості. Відсутність або занадто інтенсивний очний контакт може бути сприйнятим як дезінтерес або агресія. Паралінгвістика, що зосереджується на тоні, темпі та гучності

мовлення, може вказувати на емоційний стан та ступінь зацікавленості в темі. Невідповідний тон або темп може зіпсувати враження, навіть якщо саме повідомлення є релевантним та важливим. Особливо актуальним це стає в контексті глобалізації та зростаючої потреби в міжнародних ділових відносинах. Важливість розуміння та правильного використання невербальної комунікації в діловій англійській мові не може бути недооцінена.

Література:

1. Барташева Г. І. Автономне функціонування невербальних компонентів у комунікативній ситуації домінування. Вісник ХНУ. 2012. №11. С. 72-78. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/1174/1/04bgiksd.pdf>
2. Blahova, M. Specific role of non-verbal communication in business. *European Scientific Journal*. 2015. vol. 11. No. 10. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/236409304.pdf>
3. Gitnux, The Most Surprising Nonverbal Communication Statistics in 2023. URL: <https://blog.gitnux.com/nonverbal-communication-statistics/>
4. Herrity, J. 9 Examples of Nonverbal Communication in the Workplace. Indeed Career Guide. 2023, URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/nonverbal-communication-examples>
5. Maharramova V. Characteristic features of intercultural communication. *Journal of Bologna University*. 2022. 54. 5. DOI: <https://doi.org/10.23856/5407>