

СЕМАНТИКА СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ «ІМІДЖ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ»

Науменко В.О., гр. ХТ-29

Науковий керівник – канд. філол. наук, проф. С.М. Руденко
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Знання про імідж ділової людини та його роль у налагодженні оптимальної взаємодії з діловими партнерами та суспільством. Імідж – це самопрезентація, конструювання людиною свого образу, «мистецтво керувати враженням», як сказав відомий соціолог Е. Гофман. Імідж ділової людини – це знакові характеристики, що мають форму та зміст. Як багатогранне явище, він вбирає сутнісні (внутрішні) та зовнішні прояви. До зовнішніх належать належні міміка, жести, пози, погляд, постава, хода, зачіска, макіяж, дрес-код, аксесуари, уміння використовувати простір для спілкування тощо. Внутрішній бік іміджу неможливо побачити одразу, однак він впливає на сприйняття людини оточенням через її вміння правильно будувати спілкування, розуміти співрозмовника та справляти враження. Імідж керівника, наприклад, складають професіоналізм, компетентність, динамізм, швидка реакція на ситуацію, активність, моральна надійність, уміння впливати на людей справою, словом і зовнішнім виглядом, гуманітарна освіченість, психологічна культура, турбота про інтереси підлеглих та належні умови праці, процвітання організації, відкритість і широке коло спілкування.

Велику роль у створенні іміджу відіграє знання діловою людиною етикетних формул вітання, прощання: *Доброго ранку!, Добрий день!, Доброго дня!, Добрий вечір!, Прощайте!, До зустрічі!, До побачення!, Дозвольте попрощатись!*; пропозиції, поради: *Дозвольте висловити мою думку щодо..., А чи не варто б..., Чи не спробувати б Вам..., Чи не були б Ви ласкаві прийняти мою допомогу (вислухати мою пропозицію, раду)...*, *Чи не погодилися б Ви на мою пропозицію...* тощо. У діловій бесіді варто уникати категоричності суджень та оцінок. Для цього бажано вживати слова: *мабуть, мені здається, хочеться сподіватися, що..., хочеться думати, що..., може бути, цілком вірогідно...* Важливим є також дотримання орфоепічних норм, усунення з мовлення діалектних, жаргонних, вульгарних, а також іноземних слів, що вживаються без особливої необхідності тощо.

Отже, імідж ділової людини формується не лише завдяки зовнішньому вигляду, враженню, яке комунікатор створює протягом перших 5 секунд розмови, а й завдяки сприйняттю його поведінки, манери спілкування з людьми, грамотному та виваженому мовленню.