

УДК 81'221:[17.022.1:37.011.3-051]

DOI <https://doi.org/10.32782/apv/2025.6.11>

Наталія СОВТИС

доктор філологічних наук, професор кафедри української мови та славістики, Рівненський державний гуманітарний університет, вул. Пластова, 31, м. Рівне, Україна, 32028

ORCID: 0000-0001-6025-545X

Наталія ПАВЛЮК

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української мови та славістики, Рівненський державний гуманітарний університет, вул. Пластова, 31, м. Рівне, Україна, 32028

ORCID: 0000-0002-4456-5682

Бібліографічний опис статті: Совтис, Н., Павлюк, Н. (2025). Роль невербальних сигналів у формуванні довіри та професійного іміджу майбутнього фахівця. *Acta Paedagogica Volyniensis*, 6, 77–84, doi: <https://doi.org/10.32782/apv/2025.6.11>

**РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНИХ СИГНАЛІВ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ
ТА ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ**

У статті досліджено роль невербальних сигналів у формуванні довіри, професійного іміджу та комунікативної компетентності фахівця в умовах інформаційного суспільства. Невербальна поведінка розглядається як складова професійної культури, що визначає ефективність взаємодії, рівень авторитету та сприйняття особистості. Проаналізовано основні підходи до класифікації невербальних засобів – кінесики, проксемики, окулесики, гаптики та паралінгвістики – з урахуванням сучасних досліджень (Ф. Азхар, В. Воронкова, В. Дено, М. Монтойя, Т. Осінова, Портер, І. Путра). Розкрито психологічні механізми впливу невербальних сигналів на довіру: ефект першого враження, швидкість когнітивно-перцептивної оцінки та емоційна узгодженість комунікативних проявів. Окреслено специфіку невербальної комунікації в освіті, менеджменті, ІТ та сервісних послугах. Доведено, що невербальні прояви педагога впливають на комфорт та мотивацію студентів, а поведінка менеджера чи маркетолога – на довіру клієнтів і корпоративну репутацію. Особливу увагу приділено цифровізації: у відеокommunікації значущими стають ракурс камери, освітлення, стабільність погляду, інтонація, фон та контроль міміки. Запропоновано поняття «цифрової невербальної грамотності» як нової компетенції XXI століття. Надано практичні рекомендації: підтримання відкритої пози, зорового контакту (40–60 % часу), регуляція темпу й гучності голосу, робота над мімікою, використання відеотренінгів. Зроблено висновок, що розвиток невербальної компетентності є передумовою професійного успіху та конкурентоспроможності; перспективні дослідження мають аналізувати адаптацію невербальної поведінки у віртуальному просторі, міжкультурні відмінності та створення тренінгових програм для нової генерації фахівців.

Ключові слова: невербальна комунікація, професійний імідж, комунікативна компетентність, цифровізація, професійна етика.

Natalia SOVTYS

Doctor of Philology, Professor at the Department of Ukrainian Language and Slavic Studies, Rivne State Humanitarian University, Plastova str., 31, Rivne, Ukraine, 32028

ORCID: 0000-0001-6025-545X

Natalia PAVLYUK

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Department of Ukrainian Language and Slavic Studies, Rivne State Humanitarian University, Plastova str., 31, Rivne, Ukraine, 32028

ORCID: 0000-0002-4456-5682

To cite this article: Sovtys, N., Pavlyuk, N. (2025). Rol neverbalnykh syhnaliv u formuvanni doviry ta profesiinoho imidzhu maibutnoho fakhivtsia [The role of nonverbal signals in forming trust and professional image of a future specialist]. *Acta Paedagogica Volyniensis*, 6, 77–84, doi: <https://doi.org/10.32782/apv/2025.6.11>

THE ROLE OF NONVERBAL SIGNALS IN FORMING TRUST AND PROFESSIONAL IMAGE OF A FUTURE SPECIALIST

The article explores the role of nonverbal signals in shaping trust, professional image, and communicative competence in modern professional interaction. Nonverbal behavior is defined as a key component of professional culture influencing interpersonal communication, authority, and perception in workplace environments. Theoretical approaches to nonverbal communication are analyzed through the lens of kinesics, proxemics, oculosics, haptics, and paralinguistics, based on recent studies (V. Voronkova, T. Osipova, F. Azhar, M. Montoya, Porter, I. Putra, V. Denault). The psychological mechanisms of nonverbal influence – first impression effect, cognitive-perceptual evaluation, and emotional congruence – are discussed.

The specificity of nonverbal communication across various fields such as education, management, IT, and service industries is highlighted. Findings show that educators' nonverbal behavior affects students' motivation and engagement, while managers' and marketers' body language determines clients' trust and brand credibility. Digitalization is shown to transform nonverbal interaction, emphasizing camera angle, lighting, gaze stability, voice modulation, and background composition as essential factors of professional virtual presence. The concept of digital nonverbal literacy is introduced as a crucial skill for modern professionals.

The article provides practical recommendations for improving nonverbal competence, including maintaining open posture, establishing appropriate eye contact, regulating vocal tone and pace, and using video self-analysis for behavioral correction. It concludes that systematic development of nonverbal competence enhances professional success and communication efficiency. Future research should focus on cross-cultural aspects of nonverbal behavior, adaptation in virtual environments, and the design of training methodologies for 21st-century professionals.

Key words: *Nonverbal communication, professional image, communicative competence, digitalization, professional ethics.*

Вступ. У сучасному суспільстві, що характеризується високою динамічністю професійних взаємодій та інтенсивністю комунікації, зростає значення невербальних сигналів як засобу передавання змісту, емоцій та ставлення до інших. Саме через міміку, жести, інтонацію, позу та зоровий контакт формується перше враження про особистість та її компетентність. За даними сучасних досліджень, до 70% інформації у процесі спілкування людина сприймає через невербальні канали, тоді як вербальний компонент має допоміжну роль (Singh, 2024).

Невербальні прояви особливо важливі у професійній діяльності, де довіра, репутація та позитивний імідж є ключовими умовами ефективності. У педагогічній, управлінській та ІТ-сферах вони визначають рівень комунікативної культури, впливають на сприйняття лідерства, емпатії та надійності фахівця. Як зазначає F. Azhar, невербальні сигнали керівника безпосередньо корелюють із рівнем довіри колективу та результативністю комунікації (Azhar, 2024).

Цифровізація професійної діяльності та поширення дистанційних форматів створюють нові виклики у сфері невербальної взаємодії. Онлайн-спілкування, віртуальні переговори й публічні виступи вимагають адаптації поведінки до специфіки екранізованої комунікації. Зростає потреба у формуванні невербальної компетентності, що охоплює здатність інтер-

претувати жести, міміку та інтонацію, а також уміння свідомо керувати власними проявами.

В українському освітньому просторі актуальним є розвиток комунікативної та емоційної культури майбутніх фахівців. Формування позитивного професійного іміджу через гармонійне поєднання вербальних і невербальних засобів спілкування стає важливою складовою підготовки спеціаліста будь-якого профілю. Невербальна компетентність сприяє довірі, зниженню конфліктності, розвитку емпатії та створенню комфортного середовища.

Тому дослідження ролі невербальних сигналів у формуванні довіри та професійного іміджу є надзвичайно важливим у контексті гуманізації освіти, розвитку емоційного інтелекту, формування позитивної репутації та зміцнення комунікативної культури у професійному середовищі XXI століття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема ролі невербальних сигналів у формуванні довіри та професійного іміджу фахівця активно досліджується в сучасному науковому дискурсі, охоплюючи психологію, соціологію, педагогіку, менеджмент та комунікативні студії. Системний аналіз робіт останніх років засвідчує, що невербальна поведінка – це один із провідних чинників ефективності професійної комунікації.

У статті «Unspoken Impact: The Vital Role of Nonverbal Communication in Professional

Settings» наголошено, що невербальні засоби – міміка, пози, жести, погляд і проксемика – не лише супроводжують мовлення, а й мають самостійний змістовий вплив на формування міжособистісної довіри, керівництво командою та ділову репутацію. Дослідник підкреслює, що суперечність між вербальними й невербальними повідомленнями знижує довіру, тоді як гармонійне поєднання сигналів підсилює сприйняття професіоналізму (Singh, 2024).

У міждисциплінарному огляді наукових розвідок описано, що універсальні невербальні патерни – підтримання зорового контакту, усмішка, наслідування рухів співрозмовника (мімікрія) та фізична близькість – виступають ключовими детермінантами довіри незалежно від культурного контексту (Воронкова, 2024; Montoya, Porter, 2025).

У інших працях науковці доводять, що невербальна поведінка керівника (організатора, викладача) – інтонація, постава, контроль дистанції – істотно підвищує довіру в колективі, зміцнює авторитет та сприяє ефективному лідерству. Водночас надмірна жестикуляція або відсутність зорового контакту знижують рівень психологічного комфорту працівників (Осіпова, 2025; Azhar, 2024; Putra, Juliani, Putrawan, 2024).

Отже, аналіз сучасних досліджень підтверджує, що невербальні сигнали – це універсальний чинник довіри, що впливає на професійний імідж незалежно від галузі діяльності. Вони формують основу міжособистісного контакту, визначають соціально-психологічний комфорт взаємодії та є необхідним елементом професійної компетентності сучасного фахівця.

Мета розвідки – розкрити роль невербальних сигналів у формуванні довіри та професійного іміджу фахівця, визначити їхній вплив на ефективність професійної комунікації та запропонувати практичні рекомендації щодо розвитку невербальної компетентності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Невербальна комунікація – це важлива складова міжособистісної взаємодії, оскільки формує перше враження, визначає динаміку професійного спілкування та впливає на рівень довіри. Значна частина інформації передається несловесними засобами: мімікою, жестами, позою, поглядом, інтонацією та просторовими характеристиками, які забезпечують емоційне

навантаження, взаєморозуміння й психологічний комфорт.

Сучасна лінгвістика, психологія та педагогіка розглядають невербальну поведінку як багатоконпонентне явище, що поєднує природні та соціально зумовлені реакції. Вона проявляється у формах: кінесика (жести, міміка, пози), проксемики (дистанція), паралінгвістики (інтонаційні характеристики мовлення), хрономіки (роль часу) та зовнішньо-естетичних маркерів (зовнішній вигляд, іміджеві деталі). Сукупність цих елементів створює систему, що визначає ефективність професійного спілкування.

У фаховій сфері невербальна комунікація має особливе значення. Для педагогів, управлінців та IT-фахівців уміння контролювати власну поведінку є показником високої комунікативної культури. Від невербальної виразності залежить успішність контакту, сприйняття компетентності та авторитету. Як зазначає R. Singh (Singh, 2024), невербальні елементи можуть посилювати або суперечити змісту висловлювань, впливаючи на результати комунікації.

У цифровому суспільстві, де значна частина взаємодії відбувається онлайн, виникають нові аспекти невербальної поведінки. Відеоконференції та дистанційні співбесіди вимагають адаптації сигналів до специфіки віртуального простору. Камера, освітлення, стабільність погляду та інтонація стають чинниками підтримки довіри за відсутності фізичного перебування.

У педагогічній практиці невербальні прояви викладача (зоровий контакт, доброзичлива поза, усмішка, тепла інтонація) позитивно впливають на мотивацію здобувачів та формують довіру (Putra, Juliani, Putrawan, 2024).

Таким чином, невербальна комунікація – це багатовимірний феномен, що поєднує когнітивні, емоційні та культурні компоненти професійної взаємодії. Її дослідження має міждисциплінарний характер і потребує системного підходу – від психолінгвістичного аналізу до методик формування компетентності майбутніх фахівців.

Варто виокремити основні групи невербальних засобів: кінесика, проксемика, окулесика, паралінгвістика, гаптика, візуальні маркери.

Кінесика – жести, міміка, пози, що виражають емоційний стан та ставлення.

Проксеміка – дистанція між комунікантами, яка сигналізує про відкритість чи відчуження.

Окулесика – рухи очей та тривалість зорового контакту як показник впевненості.

Паралінгвістика – тембр, висота, темп мовлення, паузи, що формують емоційне сприйняття.

Гаптика – дотики (рукоштовання) як символ довіри й підтримки.

Візуальні маркери – зовнішній вигляд, одяг, аксесуари, які створюють професійний імідж.

Невербальна поведінка – це й ще складова комунікативної компетентності, що входить до переліку базових *soft skills* – гнучких навичок, необхідних у будь-якій професійній сфері. Вона визначає ефективність міжособистісної взаємодії, здатність до лідерства, переговорів, презентацій, наставництва, роботи в команді. Її формування має здійснюватися системно: через тренінги, рольові ігри, відеоаналіз комунікативних ситуацій, моделювання публічних виступів. Уміння свідомо використовувати невербальні засоби спілкування забезпечує фахівцеві не лише успішність взаємодії, а й формує позитивний професійний імідж, що базується на довірі, відкритості й комунікативній культурі.

Варто акцент зробити й на невербальних сигналах, що сприймаються швидше й несвідомо, формуючи початкову оцінку співрозмовника. Мозок реагує на міміку, інтонацію, позу та погляд за 100–200 мс, тоді як вербальна інформація потребує більше часу. Це забезпечує миттєве виникнення довіри або настороженості. Позитивні патерни – відкрита поза, усмішка, стабільний контакт очей – активізують систему «соціальної безпеки», тоді як уникання погляду чи напруженість створюють бар'єр (Montoya, Porter, 2025).

Емоційні прояви невербальної поведінки визначають тональність взаємодії та рівень довіри. Послідовність і гармонійність сигналів сприяють позитивному контакту, тоді як суперечність між вербальним та невербальним повідомленням знижує достовірність інформації. Окремі дослідження (Putra, Juliani, Putrawan, 2024) показують, що усмішка, тепла інтонація й відкрита поза знижують психологічну напругу та створюють атмосферу безпеки. Емоційна регуляція – це вагомий складник професійної етики: стриманість, врівноважена міміка

та стабільність інтонацій формують відчуття професійності й надійності.

Невербальна поведінка формує й професійний імідж, що розглядається як цілісне уявлення про особистість фахівця, який формується на основі певних професійних досягнень, поведінки, мовлення, зовнішнього вигляду та морально-етичних якостей. Імідж є комунікативною категорією, у якій поєднуються вербальні, невербальні й поведінкові характеристики, що створюють відчуття надійності, компетентності та професіоналізму (Singh, 2024).

У сучасних умовах цифрової та гібридної комунікації імідж фахівця розвивається не лише в безпосередній взаємодії, а й у віртуальному просторі, де невербальні елементи (вираз обличчя, жести, поза, інтонація голосу) залишаються основними носіями емоційного змісту. Від того, наскільки узгодженою є невербальна поведінка, залежить сприйняття професійної етики, відкритості, емпатійності та готовності до співпраці.

А паралінгвістичні засоби (тембр, висота, темп, паузи, ритм мовлення) є потужним інструментом створення професійного враження. Де інтонаційна виразність, упевненість голосу та емоційна врівноваженість викладача (лектора, оратора) істотно впливають на довіру здобувачів (слухачів) і якість сприйняття інформації (Putra, Juliani, Putrawan, 2024).

Згідно з опрацьованим дослідженням, професійна комунікація в галузях безпеки, управління, освіти вимагає досконалого володіння паралінгвістикою, адже саме інтонаційна стабільність та контроль голосу – це ознаки достовірності, що формують довіру до фахівця (Denault, 2017).

Невербальні засоби спілкування є універсальним інструментом міжособистісної взаємодії, проте їхня роль і функції залежать від професійного контексту. У кожній сфері діяльності вони виконують власні комунікативні, етичні та іміджеві функції, забезпечуючи довіру, ефективність і психологічний комфорт взаємодії.

Хоча професійна діяльність представників ІТ-сфери часто орієнтована на аналітичні завдання й цифрові технології, невербальна комунікація залишається важливою складовою їхнього професійного успіху. Командна робота, розробка спільних проєктів, презентації перед

замовниками чи інвесторами потребують уміння подавати ідеї впевнено, підтримувати зоровий контакт та демонструвати зацікавленість. У сфері технологічних продажів до 90% ефективності сприйняття презентованого продукту визначається невербальними компонентами поведінки фахівця (Blog, 2024). Таким чином, навіть у технологічно орієнтованих професіях навички невербальної самопрезентації є важливою частиною професійної компетентності.

У сфері освіти невербальна комунікація відіграє визначальну роль у формуванні довіри між викладачем та здобувачами освіти. Міміка, інтонація, пози, жести, контакт очей створюють емоційний фон навчального процесу, впливають на мотивацію, рівень залучення студентів та сприйняття інформації. Учені довели, що позитивні невербальні прояви викладача (усмішка, відкрита поза, виразна інтонація) сприяють активізації уваги й підвищенню академічної успішності здобувачів (Putra, Juliani, Putrawan, 2024). Натомість байдужість чи напруженість поведінки знижують довіру й послаблюють навчальну взаємодію.

Для фахівців управлінських та маркетингових професій невербальна поведінка – це основний інструмент створення довіри під час переговорів, презентацій, виступів або спілкування з клієнтами. У науковій праці про невербальні прояви лідера встановлено, що постава, стабільний погляд, врівноважена інтонація підвищують сприйняття його авторитету та формують довіру до управлінських рішень (Azhar, 2024). Для маркетологів і брендінг-спеціалістів невербальні елементи – жести, інтонація, посмішка – стають частиною «емоційного капіталу» компанії, який формує ставлення клієнтів до продукту чи послуги.

У сфері обслуговування невербальна поведінка фактично є складником якості послуги. Вираз обличчя, поза, жестикуляція, тембр голосу працівника визначають рівень задоволеності клієнтів та їх готовність до повторної взаємодії. Як зазначають учені, у сервісному спілкуванні невербальні сигнали (доброзичливий погляд, співпереживання, м'яка інтонація) підвищують рівень довіри клієнтів та сприяють кращому психологічному контакту (Lin, 2020).

Таким чином, специфіка невербальної комунікації в різних професійних сферах зумовлю-

ється характером діяльності, але в усіх випадках вона виконує одну ключову функцію – це створює довіру як основу професійного успіху й позитивного іміджу фахівця.

У сучасному комунікативному просторі саме цифровізація радикально трансформує способи професійної взаємодії. Онлайн-конференції, дистанційне навчання, цифровий етикет та віртуальні презентації створюють нову систему невербальної поведінки, у якій традиційні жести, пози, зоровий контакт і просторові характеристики набувають іншого значення. Дослідження показує, що під час відеоспілкування до 80% враження про учасника формується не змістом його повідомлення, а невербальними візуальними ознаками: положенням тіла, освітленням, якістю зображення, фоном та стабільністю камери (Blog, 2024).

У цифровому середовищі невербальна поведінка фахівця має адаптуватися до особливостей віртуальної присутності. Значення набувають ракурс камери, освітлення, візуальний фон, мікрожести, тембр та темп голосу, які створюють загальне враження про професіоналізм, упевненість і відкритість.

Згідно з відповідним дослідженням (Diao, 2024) стабільність інтонації, відповідність міміки емоційному змісту та прямий «погляд у камеру» позитивно корелюють із рівнем довіри глядачів у відеопрезентаціях та онлайн-навчанні. Натомість невідповідність між змістом повідомлення й невербальними проявами (наприклад, закрита поза, уникання погляду, монотонність голосу) знижує довіру аудиторії навіть за високої якості контенту.

Відеокомунікація позбавляє учасників багатьох природних невербальних маркерів – запахів, фізичної дистанції, дотиків, тому зростає значення інтонаційної виразності та мікрожестів. Дослідники відзначають, що в умовах екранізованого спілкування особливо важливими є посмішка, рухи голови, природні нахили корпусу та підтримання «візуального контакту» з камерою як замітника прямого погляду (Montoya, Porter, 2025).

Цифрове середовище сформувало нове поняття – *кіберетикет*, що охоплює норми віртуальної невербальної культури. Він включає контроль міміки, стабільність пози, відповідність погляду камері, чіткість мовлення, раціональне використання пауз та зорової уваги.

Як зазначає О. Кокун, невербальна культура онлайн-взаємодії потребує навчання: від вибору одягу й фону до керування невербальними проявами в режимі відеозв'язку, оскільки саме вони формують цифровий імідж фахівця та впливають на довіру колег та клієнтів (Кокун, 2024).

Віртуальна невербальна етика також включає *екологію комунікації* – утримання від надмірної експресивності, жестів поза кадром чи «цифрової втоми». Успішний професіонал XXI століття має не лише володіти мовою тіла, а й адаптувати її до цифрового простору, де кожен рух та погляд сприймається крізь об'єкти камери.

Формування невербальної компетентності – це важлива складова професійного становлення фахівця, оскільки саме вона забезпечує довіру, ефективність комунікації та позитивний імідж. На основі аналізу сучасних наукових досліджень (Singh, 2024; Azhar, 2024; Montoya, Porter, 2025; Putra, 2024) та педагогічної практики сформульовано низку практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення невербальної поведінки у професійному спілкуванні щодо: *контролю постави та тілесної відкритості, підтримання зорового контакту, регулювання голосу та інтонаційної виразності, роботи над мімікою та емоційною виразністю, самоаналізу та самокорекції невербальної поведінки, формування цифрової невербальної культури.*

1. Контроль постави та тілесної відкритості. Відкрита поза (прямі плечі, незакриті руки, природне положення корпусу) сигналізує про готовність до взаємодії, впевненість та довіру. Як показують результати дослідження (Azhar, 2024), професіонали, які демонструють стабільну поставу та відкриті рухи, сприймаються аудиторією як більш надійні та компетентні. Варто уникати «жестів-бар'єрів» – схрещених рук, опущеного підборіддя, стискання предметів, які створюють враження замкненості.

2. Підтримання зорового контакту. Психологи рекомендують зберігати зоровий контакт із співрозмовником протягом 40–60 % часу спілкування. Це оптимальний показник, що забезпечує баланс між увагою та комфортом. Відсутність або надмірний контакт погляду можуть сприйматися як байдужість чи тиск. Саме стабільний зоровий контакт є одним з уні-

версальних маркерів довіри в міжособистісній взаємодії (Montoya, Porter, 2025).

3. Регулювання голосу та інтонаційної виразності. Паралінгвістичні характеристики (тембр, темп, гучність, паузи) суттєво впливають на сприйняття професійної компетентності. Упевнена, чітка й емоційно контрольована інтонація формує відчуття достовірності та стабільності комунікації. Під час публічних виступів або переговорів доцільно використовувати варіацію темпу та інтонацій для підтримання уваги слухачів (Denault, 2017).

4. Робота над мімікою та емоційною виразністю. Міміка – один із найпотужніших каналів передачі емоцій. Доброзичливий вираз обличчя, легка посмішка, природні зміни виразу очей створюють атмосферу довіри. Позитивна міміка викладача підвищує мотивацію здобувачів та якість сприйняття навчального матеріалу. У професійній діяльності важливо уникати надмірної емоційності або «застиглої» міміки, яка може сприйматися як байдужість (Putra, 2024).

5. Самоаналіз та самокорекція невербальної поведінки. Ефективним методом удосконалення невербальних навичок є відеозапис власних виступів або комунікативних ситуацій із подальшим аналізом. Це дозволяє оцінити відповідність жестів, міміки та інтонації змісту повідомлення. Практика тренінгів, рольових ігор, коучингу з невербальної поведінки сприяє розвитку саморефлексії та професійної впевненості.

6. Формування цифрової невербальної культури. У віртуальних форматах (Zoom, Meet) важливо контролювати ракурс камери, освітлення, вираз обличчя та «погляд у камеру» як еквівалент очного контакту. Під час онлайн-комунікації доцільно залишати кадр відкритим, використовувати помірну жестикуляцію та підтримувати доброзичливий тон голосу.

Таким чином, систематичне вдосконалення невербальної поведінки – шлях до формування довіри, розвитку комунікативної культури та створення професійного іміджу сучасного фахівця, який ефективно взаємодіє як у реальному, так і в цифровому середовищі.

Висновки. Невербальні сигнали – це фундаментальна складова професійної комунікації, що визначає її емоційний, етичний та психологічний рівні. Вони формують довіру, авторитет та позитивний імідж фахівця, а також забезпечують до

70% першого враження, що безпосередньо впливає на ефективність спілкування та репутацію. Поєднання вербальних і невербальних засобів підвищує переконливість, сприяє гармонізації взаємин та розвитку професійної етики.

Дослідження підтвердило, що специфіка невербальної поведінки залежить від професійного контексту: для педагогів вона є чинником мотивації здобувачів; для менеджерів та маркетологів – засобом формування довіри клієнтів; для ІТ-фахівців – елементом командної взаємодії та презентації результатів. Цифровізація професійного середовища трансформувала невербальну взаємодію: у віртуальних форматах ключовими стають ракурс камери, стабільність погляду, тембр голосу, контроль міміки та

фон. Це свідчить про актуальність нової компетенції – цифрової невербальної грамотності. Такі особливості невербальної комунікації системно опановуються здобувачами різних спеціальностей в межах курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)», що сприяє формуванню їхньої комунікативної та професійної культури.

Перспективи подальших досліджень. Перспективи подальших досліджень вбачаються у поглибленому вивченні цифрової невербальної грамотності як складника професійної комунікативної компетентності фахівців різних галузей, зокрема в розробленні методик її цілеспрямованого формування в умовах дистанційної та змішаної освіти.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Воронкова В. Філософсько-антропологічне підґрунтя невербальної комунікації та її роль у спілкуванні людини. *Філософія*, 2024. № 20(97). С. 21–30. <https://doi.org/10.32782/hst-2024-20-97-02>.
2. Кокун О. М. Психофізіологічне забезпечення життєстійкості фахівців соціономічних професій в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення : практич. посібн. / О. М. Кокун, О. М. Корніяка, Г. В. Гуменюк, та ін.; за ред. О. М. Кокуна. Київ : Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2024. 203 с.
3. Осіпова Т. Невербальна комунікація та своєрідність її омовлення в українському дискурсі: феномен вербалізації невербаліки : монографія. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2019. 338 с.
4. Azhar F. The role of nonverbal communication in enhancing effective leadership in organizational contexts. *Gema Wiralodra*, 2024. Vol.15(1). P.325-333. <https://gemawiralodra.unwir.ac.id/index.php/gemawiralodra>.
5. Blog. Nonverbal communication in a digital world. *AIB*. 2024. <https://www.aib.edu.au/blog/communication/nonverbal-communication-in-a-digital-world/>.
6. Diao Ch., Arboleda St., Raake A. Effects of Delay on Nonverbal Behavior and Interpersonal Coordination in Video Conferencing. *IEEE International Workshop on Multimedia Signal Processing*. At: Purdue. USA, 2024. <https://www.researchgate.net/publication/384473327>.
7. Denault V., Dunbar N. E., Jupe L. M. Nonverbal communication in the courtroom : new findings and implications. *Annual Review of Law and Social Science*, 2017. Vol. 47 (3). P. 280–308. <http://store.thomsonreuters.ca/product-detail/the-advocates-quarterly/>.
8. Goldenberg A. Digital emotion contagion. *Trends in Cognitive Sciences*, 2020. Vol. 24 (4).
9. Montepare J. Nonverbal Behavior in the Digital Age: Explorations in Internet Social Communication. *Journal of Nonverbal Behavior*, 2014. Vol. 38 (4).
10. Indriani R. Bridging Traditions in Politeness and Identity: From Cross-Cultural Studies to Online Discourse and Computational Approaches. *Journal of Cultural Narratives in Digital Society*, 2025. Vol. 1 (2). P. 1–12. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jcnds/article/view/46051>.
11. Montoya R. M., Porter B. An interdisciplinary investigation into the behaviors that build (and express) interpersonal trust. *Social Psychological Bulletin*, 2025. Vol. 20 (3). P. 1–34.
12. Putra I., Juliani N., Putrawan I. Implementation of Nonverbal Communication in the Learning Process in Higher Education. *Samā Jiva Jnānam (International Journal of Social Studies)*, 2024. Vol. 2 (2).
13. Singh R. Unspoken Impact: The Vital Role of Nonverbal Communication in Professional Settings. *International Journal of Science and Research*, 2024. Vol. 13. №9. P. 1606–1610.
14. Lin H., Gursoy D. Impact of customer-to-customer interactions on overall service experience: a social servicescape perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102376>.

REFERENCES:

1. Voronkova, V. (2024). Filosofsko-antropologichne pidgruntia neverbalnoi komunikatsii ta yii rol u spilkuванні liudyny [Philosophical and anthropological basis of nonverbal communication and its role in human communication]. *Filosofia*, 20(97), 21–30. <https://doi.org/10.32782/hst-2024-20-97-02> [in Ukraine].

2. Kokun, O. M. (2024). Psykhofiziologichne zabezpechennia zhyttiistiikosti fakhivtsiv sotsionomichnykh profesii v umovakh voiennoho stanu ta pisliavoiennoho vidnovlennia [Psychophysiological support of the life-sustaining capacity of specialists in socio-economic professions in conditions of war and post-war recovery] : praktychnyi posibnyk / O. M. Kokun, O. M. Korniiaka, H. V. Humeniuk, ta in.; za red. O. M. Kokuna. Kyiv : Instytut psykholohii imeni H. S. Kostiuka NAPN Ukrainy, 203 [in Ukraine].
3. Osipova, T. (2019). Neverbalna komunikatsiia ta svoieridnist yii omovlennia v ukrainskomu dyskursi : fenomen verbalizatsii neverbaliky [Nonverbal communication and the peculiarity of its articulation in Ukrainian discourse : the phenomenon of verbalization of nonverbality]: monohrafiia. Kharkiv : Vyd-vo Ivanchenka I. S., 338 [in Ukraine].
4. Azhar, F. (2024). The role of nonverbal communication in enhancing effective leadership in organizational contexts. *Gema Wiralodra*, Vol.15(1), 325-333. <https://gemawiralodra.unwir.ac.id/index.php/gemawiralodra> [Czech Republic].
5. Blog. (2024). Nonverbal communication in a digital world. *AIB*. <https://www.aib.edu.au/blog/communication/nonverbal-communication-in-a-digital-world/> [in Australian].
6. Diao, Ch., Arboleda, St., Raake, A. (2024). Effects of Delay on Nonverbal Behavior and Interpersonal Coordination in Video Conferencing. *IEEE International Workshop on Multimedia Signal Processing*. At: Purdue. <https://www.researchgate.net/publication/384473327>. [in USA].
7. Denault, V., Dunbar, N. E., Jupe, L. M. (2017). Nonverbal communication in the courtroom : new findings and implications. *Annual Review of Law and Social Science*, 47 (3), 280–308. <http://store.thomsonreuters.ca/product-detail/the-advocates-quarterly/> [in USA].
8. Goldenberg, A. (2020). Digital emotion contagion. *Trends in Cognitive Sciences*, 24 (4) [in USA].
9. Montepare, J. (2014). Nonverbal Behavior in the Digital Age: Explorations in Internet Social Communication. *Journal of Nonverbal Behavior*, 38 (4) [in Great Britain].
10. Indriani, R. (2025). Bridging Traditions in Politeness and Identity : From Cross-Cultural Studies to Online Discourse and Computational Approaches. *Journal of Cultural Narratives in Digital Society*, 1 (2), 1–12. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jcnds/article/view/46051> [in Great Britain].
11. Montoya, R. M., Porter, B. (2025). An interdisciplinary investigation into the behaviors that build (and express) interpersonal trust. *Social Psychological Bulletin*, 20 (3), 1–34 [in USA].
12. Putra, I., Juliani, N., Putrawan, I. (2024). Implementation of Nonverbal Communication in the Learning Process in Higher Education. *Samā Jiva Jnānam (International Journal of Social Studies)*, 2 (2) [in India].
13. Singh, R. (2024). Unspoken Impact: The Vital Role of Nonverbal Communication in Professional Settings. *International Journal of Science and Research*, 13(9), 1606-1610 [in India].
14. Lin, H., Gursay, D. (2020). Impact of customer-to-customer interactions on overall service experience: a social servicescape perspective. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102376> [International journal].

Дата першого надходження рукопису до видання: 18.11.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 23.12.2025
Дата публікації: 30.12.2025