

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
г. Иркутск
АДМИНИСТРАЦИЯ
КОМИТЕТ ПО СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ И КУЛЬТУРЕ
МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ГОРОДА ИРКУТСКА СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА № 9

664007, г. Иркутск, ул. Иосифа Уткина, 15
Тел/факс 8 (3952) 20-89-07, e-mail: sch9@mail.ru
ОКПО 44269811, ОГРН 1023801013169, ИНН/КПП 3809023913/384901001

<p>ПРИНЯТО на заседании научно-методического Совета Протокол № 1 от <u>30 августа</u> 2020 г.</p>	<p>УТВЕРЖДАЮ Директор МБОУ г. Иркутска СОШ № 9 <i>Семенов</i> А.В. Семенов <u>30 августа</u> 2020 г. Приказ № 01-126/20 от 31.08.2020 г.</p> 
---	---

**ПРОГРАММА СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО
ТРЕНИНГА**

**«ИМИДЖ УСПЕШНОЙ ЛИЧНОСТИ
ВЫПУСКНИКА»**

**СОСТАВИТЕЛЬ:
ЧИКУНОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА,
ПЕДАГОГ-ПСИХОЛОГ**

ИРКУТСК, 2020

Содержание:

1. Оглавление	стр. 2
2. Аннотация тренинга	стр. 3
3. Расписание тренинга.....	стр. 5
3. Содержание тренинга (конспекты каждого дня работы).....	стр. 8
День первый	стр.8
День второй	стр.12
День третий	стр.24
День четвертый	стр.31
День пятый	стр.36
4. Список литературы.....	стр.41

Аннотация тренинга «Имидж успешной личности выпускника»

В настоящее время имиджелогия активно востребована представителями разного возраста. Теоретический анализ существующих социально-психологических тренинговых программ, используемых и рекомендованных к использованию в образовательных организациях, позволяет сделать вывод об отсутствии программ данного направления.

Мы считаем, что внедрение данного тренинга в образовательный процесс в выпускных классах школ и последних курсов ССУЗов необходимо, поскольку:

- во-первых, у современных выпускников образовательных учреждений на этапе социализации после окончания школ, лицеев, гимназий и ССУЗов существует потребность в знании психологических основ эффективной коммуникации, т.к. в процессе жизнедеятельности они достаточно часто сталкиваются с проблемами деловых и межличностных отношений;

- во-вторых, овладение базовым образовательным стандартом не предполагает гуманитарную подготовку и подготовку в сфере коммуникации для дальнейшей эффективной социализации.

Данный тренинг будет гармонично вливаться в современную образовательную программу старших классов, поскольку имиджелогия:

- одно из условий для психо- социального и эмоционально-нравственного развития личности обучающихся;

- источник для самопознания, саморазвития и самоактуализации;

- важная составляющая воспитанности современной личности, способной к интеграции в системе мировой и отечественной культур;

- залог формирования эмоционального интеллекта выпускника школы;

- необходимый компонент профессиональной компетентности специалистов различных профилей;

- гарантийный фактор здорового образа жизни.

Общие цели тренинга «Имидж успешной личности выпускника»:

- Оснастить обучающихся имидж – знаниями и оказать помощь в овладении и умелом использовании их при выстраивании межличностных и деловых отношений.

- Повысить уровень коммуникативной компетентности, эффективности деловых и межличностных отношений, более благоприятный климат в учебном коллективе.

- Активизировать саморазвитие, самосовершенствование и формирование субъектной позиции выпускника школы.

Рабочие цели тренинга «Имидж успешной личности»:

участники тренинга будут уметь:

• распознавать, учитывать или преодолевать характерные психологические барьеры в общении;

• осуществлять психологически правильные действия в различных ситуациях делового общения;

• проходить переговоры, осуществляя правильные действия на обязательных этапах;

- эффективно реализовывать себя в различных формах делового общения;
- эмоционально комфортно чувствовать себя в коммуникативных ситуациях.

Указанные выше цели реализуются через осуществление следующих **задач**:

- образовательные: формирование знаний о психологии общения в целом и о имиджологии в частности, об основных компонентах эффективного делового и межличностного общения;
- развивающие: развитие коммуникативных умений, самоменеджмента, эффективного взаимодействия в социуме;
- воспитательные: побуждение выпускников к самосовершенствованию, развитие интереса к практической психологии, воспитание культуры поведения, эмоционального интеллекта, тактичного и внимательного отношения к партнерам по общению.

Условия проведения тренинга:

- отдельная аудитория с возможностью свободного размещения 20 стульев;
- компьютер, проектор (интерактивная панель), по возможности документ-камера;
- матрица тренинга для тренера;
- правила работы группы;
- раздаточный материал по каждому дню;
- рабочая тетрадь участника тренинга.

Программа социально-психологического тренинга «Имидж успешной личности выпускника» рассчитана на обучающихся 10 (11) классов любого профильного направления, выпускников средне-специальных образовательных учреждений любого профессионального направления.

Тренинг рассчитан на 10 часов (5 дней по 2 часа работы). Одно двухчасовое занятие в неделю – продолжительность – 5 недель.

Количество участников тренинга – не более 20 человек.

Планируемые результаты программы тренинга:

По завершении работы тренинговой группы участники получают возможность:

- знать основные компоненты психологии результативного общения и формы эффективного имиджирования;
- иметь представление о невербальной и вербальной коммуникации;
- владеть микротехниками самоменеджмента и коммуникативными умениями;
- иметь навык межличностного взаимодействия в различных формах делового общения;
- уметь осуществлять деловую коммуникацию с учетом социально приемлемых, эстетических, этических норм и требований.

Приобретение новых знаний и умений в сфере деловой и межличностной коммуникации, повышение коммуникативной компетентности, саморазвитие и формирование субъектной позиции позволят учащимся, прошедшим программу

данного тренинга, улучшить процесс социализации после окончания школьного обучения и обучения в ССУЗе.

Расписание тренинга

Структурные единицы	Тема	Время проведения
День 1.		
Имидж: основные понятия, составляющие и функции имиджа.		
	Знакомство с группой	20
1	Позиционирование центрального понятия: Введение в имиджелогию. Имидж в жизни человека.	10
2	Составляющие и функции имиджа.	10
3	Практическое упражнение на проживание	10
4	Рефлексия практики	10
5	Перерыв	10
6	Патентованная связка. + Мини-лекция «Психологические механизмы построения имиджа»	15
7	Практическое упражнение	15
8	Рефлексия практики	10
9	Обратная связь по 1 дню	10
Итого: 120 минут		
День 2:		
Стратегия и технология самопрезентации.		
1	Вводное восстановление включенности в работу	10
2	Позиционирование центрального понятия: «Самопрезентация: основные понятия и принципы»	10
3	Мини-лекция: Стратегия самопрезентации	15
4	Практическое упражнение на проживание	10
5	Рефлексия практики	10
6	Перерыв	10
7	Патентованная связка. + Мини-лекция «Технология самопрезентации в процессе делового общения»	20
8	Практическое упражнение	15
9	Рефлексия практики	10
10	Обратная связь по 2 дню	10
Итого: 120 минут		
День 3.		
Базовая модель технологии имиджирования		
1	Вводное восстановление включенности в работу	10
2	Позиционирование центрального понятия и мини-лекция «Основы физиогномики»	20

3	Практическое упражнение на проживание	15
4	Рефлексия практики	10
5	Перерыв	10
6	Патентованная связка. + Мини-лекция «Основы колористики»	20
7	Практическое упражнение	15
8	Рефлексия практики	10
9	Обратная связь по 3 дню	10
Итого: 120 минут		
День 4.		
Базовая модель технологии имиджирования (продолжение темы)		
1	Вводное восстановление включенности в работу	10
2	Позиционирование центрального понятия и мини-лекция «Кинесика – речь тела»	15
3	Практическое упражнение на проживание	10
4	Рефлексия практики	10
5	Перерыв	10
6	Патентованная связка. + Мини-лекция Жест – средство коммуникации	20
7	Практическое упражнение	15
8	Рефлексия практики	10
9	Обратная связь по 4 дню	10
Итого: 120 минут		
День 5.		
Коммуникация и вербальная самопрезентация		
1	Вводное восстановление включенности в работу	10
2	Позиционирование центрального понятия: «Коммуникативные качества личности»	10
3	Мини-лекция «Манеры межличностного взаимодействия и моделирование поведения»	15
4	Практическое упражнение на проживание	10
5	Рефлексия практики	10
6	Перерыв	10
7	Патентованная связка. + Мини-лекция «Речевая самопрезентация»	10
8	Практическое упражнение	15
9	Рефлексия практики	10
10	Завершающее упражнение	15
11	Анкета- рефлексия тренинга	5

Содержание тренинга (конспекты каждого дня работы)

1 день.

Имидж: основные понятия, составляющие и функции имиджа.

1. Знакомство с группой

Сегодня мы с вами собрались на тренинг, посвященный очень важной теме в вашем ближайшем будущем – теме имиджа. Но для начала, давайте с Вами познакомимся.

Упражнение «Назови меня» (начинаю с себя)

Цель: развитие чувства принадлежности к группе; сближение друг с другом.

Время: 5 минут.

Инструкция: Сейчас этот разноцветный лист «побежит» по вашим рукам. Тот, у кого он окажется, должен назвать свое имя и имя всех, у кого лист уже побывал в руках. Как только круг завершится, лист будет идти в обратном направлении, и вы должны назвать имя, которым вас будут называть участники группы в период всего тренинга. Желательно, чтобы имена- нэймы не повторялись.

Ну вот, мы познакомились, а сейчас мы с вами будем заключать контракт нашей работы на время тренинга.

Выработка правил группы производится с помощью мозгового штурма, все выработанные правила записываются на листе ватмана.

Заготовка на случай заминки:

1. Закон «ноль-ноль» (о пунктуальности).
2. Правило поднятой руки: высказываются по очереди, когда один говорит, остальные молча слушают и, прежде чем взять слово, поднимают руку.
3. Без оценок: принимаются различные точки зрения, никто друг друга не оценивает, обсуждаем только действия: критика должна быть конструктивной.
4. Конфиденциальность: то, что происходит на занятии, остается между участниками.
5. Правило «Стоп»: если обсуждение какого-то личного опыта участников становится неприятным, тот, чей опыт обсуждается, может закрыть тему, сказав «Стоп».
6. Активность: чаще всего, те, кто проявляют активность на занятиях приобретают по окончании курса больше, чем те, кто был пассивен на занятиях.

Молодцы! Вы очень активны! А теперь приступим непосредственно к работе и начнем с Вами разбираться, что такое имидж и для чего он нужен человеку в современном обществе.

2. Позиционирование центрального понятия: Введение в имиджелогию.

Имидж в жизни человека.

Каждый из нас желает уважения со стороны своего ближайшего окружения. Никто не хочет оказаться с роли «гадкого утенка» или «мальчика для битья». И это во многом зависит от нас самих. Поскольку окружающие поступают с нами так, как мы сами им это позволяем.

Понятие «имидж» давно не только известно в деловом мире бизнеса, но и активно используется для деловых целей и продвижения по профессиональной лестнице. С этим понятием первыми активно в практическом аспекте начали работать зарубежные экономисты, занимающиеся предпринимательской деятельностью. Известно, что в 60-е годы американский экономист Болдуинг ввел в оборот понятие «имидж» и обосновал его необходимость в деловом преуспевании. Впоследствии имидж был взят на вооружение зарождающейся политологией, специалисты которой сделали имиджирование важной составляющей своей работы.

В настоящее время имидж стал ходовым товаром у всех, кто занимается предпринимательством и политической деятельностью. В связи с этим стало возможным появление новой профессии – имиджмейкер, то есть специалист по созданию имиджа личности и различных деловых и политических структур.

Так что же такое «имидж»?

Пожалуйста, попробуйте сформулировать своё определение имиджа. Если затрудняетесь в формулировании определения, то подберите 5 существительных, ассоциирующихся со словом «Имидж», 5 прилагательных и 5 глаголов. (Проводится заслушивание мнений учащихся).

Патентованная связка.

Понятие «имидж» в современной научной литературе используется в виде кальки английского слова image, которое переводится как «образ, изображение, отражение в зеркале, представления о чем-либо». Иначе, это то мнение о вас самих, которое сформировалось у вашего окружения в результате общения с вами. У своих домашних вы будете иметь один имидж, среди друзей он может быть совершенно другой, а у сверстников третий.

Как показывает анализ научной литературы, нет однозначного подхода к пониманию данного понятия. Открыт вопрос и о том, в чем же специфика именно имиджа, отделяющая его от других социально-психологических явлений, что, по-видимому, обусловлено как новизной проблемы и ее недостаточной изученностью, а также многогранностью данного феномена.

Мини-лекция с презентацией

Какие определения имиджа предлагают ученые, работающие над данной проблемой:

Шепель рассматривает имидж как особый психический образ;

Почепцов - как организацию коммуникативного пространства для воспроизводства желаемых впечатлений, информируемых в образах и символах.

Согласно Маркину, имидж - это образ, сложившийся в массовом сознании, в общественной психологии, имеющий характер стереотипа, который всегда эмоционально окрашен.

Наиболее целостное понимание данного понятия представлено у Федорова: имидж представляет собой своеобразную программу социального поведения людей и их объединений. Он есть закрепленная в символах и образах групповых норм ориентация поведения субъекта на образцы желаемого впечатления, используя в качестве средства самих себя.

Несмотря на разные подходы к пониманию термина «имидж», все определения основываются на психологическом понятии образ восприятия.

В понимании имиджа следует выделять, по крайней мере, два аспекта: рассматривать его как особое психологическое образование, как образ восприятия, процесс формирования, которого определяется перцептивными свойствами. В то же время необходимо учитывать, что специфика объекта восприятия определяет его содержание. Если объектом восприятия становится человек или социальная группа, то он характеризуется психологическими, личностными характеристиками. Если объектом восприятия являются экономические категории, то он приобретает экономические функции (например, рост объема продаж, увеличение или снижение прибыли, стоимости товара и т.д.). Интересно обратить внимание на то, что слово «образ» с русского языка на английский язык переводится как image только с точки зрения престижа, репутации. Выделение этой характеристики образа важно для понимания имиджа как социально-психологического явления.

Особенности имиджа

Имидж представляет собой достаточно сложный феномен, в котором переплетены совершенно разнородные компоненты, определяющие его содержание. Он может соответствовать самым разным объектам: человеку, организации, товару и т.д. Вне зависимости от того, каким объектам соответствует имидж, он может формироваться как стихийно, так и целенаправленно, а также он может отражать реальность объекта или изменять, улучшая или ухудшая его.

Имидж часто понимается, как искусственно сформированный образ, как стремление что-то скрыть, изменить, чтобы понравиться. Полагают, что жизнеспособность имиджа держится на эффекте восприятия: «главное – не то, что есть, а то, как мы это понимаем».

Другой взгляд на имидж заключается в том, что он рассматривается не как маска, не как приукрашивание своего профессионального, личного облика. Хотя признают, что в реальной жизни существует и это, но данный аспект в технологии имиджа не главный. Стержневое здесь - возможность передать (через определенные имидж - сигналы) информацию о себе, о своих истинных, глубинных (личностных, профессиональных) устоях, идеалах, которые человек стремится и способен реализовать.

Имидж выгоден людям и их объединениям потому, что позволяет сберечь психические силы за счет копирования чужих поведенческих образцов, выработки стереотипов поведения.

Но необходимо иметь в виду, что если при кратковременных контактах можно пустить в ход обаяние, умение обхождения с людьми, произвести благоприятное впечатление, то это не пригодно для длительных отношений. В имидже важна согласованность содержания и способа подачи его. Внешние характеристики должны реально отражать внутренние. Привлекательный образ для других не должен противоречить внутреннему образу.

Патентованная связка и упражнение

Каждый из Вас задумывался над тем, кем он хотел бы быть в будущем. Пожалуйста, в течение 5 минут составьте образ имиджа преуспевающего в выбранной вами профессиональной деятельности специалиста.

По истечении времени желающие зачитывают составленное описание, не называя профессию, а остальные угадывают, специалиста какой профессии описывал участник тренинга.

10 минут отводится на итоговую работу.

Рефлексия практики.

Вопросы: Для кого задание было легким и в чем? Для кого задание было сложным и в чем? Было труднее прописать имидж определенного специалиста или угадать его? Что не понравилось? Что понравилось в упражнении?

Патентованная связка

И вот на этой позитивной ноте мы с вами отправляемся на перерыв и встречаемся здесь же через 10 минут.

Патентованная связка

Вот мы с вами снова вместе. Давайте с вами поприветствуем друг друга невербально, жестами. Но не повторяемся!

Мини-лекция «Психологические механизмы построения имиджа»

Наверняка многие из вас слышали речевую конструкцию «Я-концепция». Что же такое «Я – концепция»?

Роджер Бернс даёт следующее определение: «Я – концепция – это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с его отношением к себе или к отдельным своим качествам, это называют самооценкой».

Самооценка отражает степень развития у человека чувства самоуважения, ощущения чувства собственной ценности и позитивного отношения ко всему, что входит в сферу его «Я».

Как указывают многие авторы, положительная «Я – концепция» определяется тремя факторами:

- 1) твердой убежденностью в том, что вы импонируете (нравитесь) другим людям;
- 2) уверенностью в способности к тому или иному виду деятельности;
- 3) чувством собственной значимости.

Описательную составляющую «Я – концепции» часто называют образом Я или картиной Я. Составляющую, связанную с отношением к себе или к отдельным своим качествам, называют самооценкой, или принятием себя. «Я – концепцию», в сущности, определяет индивид: что он о себе думает, как смотрит на свою деятельность и возможности развития в будущем.

Человек, работая со своей «Я – концепцией», не может не учитывать внешние данные. Во все времена в разных культурах возникали различные представления об идеальных размерах и пропорциях человеческого тела, предпочтение, как правило, отдавалось крупным мужчинам и относительно небольшим женщинам. Положительная оценка своего внешнего облика в сознании человека, а также в суждениях окружающих может существенно повлиять на позитивность его «Я – концепции», отрицательная же оценка влечет за собой существенное снижение общей самооценки.

Установлено, что степень удовлетворенности различными характеристиками своего тела значимо соотносится с общей самооценкой. «Тощий», «толстяк», «у сестры волосы намного красивее, чем у тебя» – подобные суждения, по мере того, как они включаются в образ Я, могут отрицательно влиять на общую самооценку. Рост человека, его вес, телосложение, состояние здоровья, зрение, цвет лица и т.д. способны стать ведущими составляющими его отношения к себе, главными факторами, определяющими чувство собственной ценности, адекватности и

приемлемости своей личности. Тело – зримая и осязаемая часть нашего Я. Мы чувствуем, видим, слышим самих себя, и никогда не в состоянии отрешиться от своего тела. К тому же оно выставлено на постоянное публичное обозрение. Низкорослый человек, носящий очки, живет в совершенно ином мире, чем его высокий, атлетически сложенный сверстник.

Задумайтесь на минуту над тем, как мы реагируем при первой встрече на невысокого полного или же на необыкновенно высокого и худого человека. Мы предполагаем, что они обладают целым рядом специфических личностных черт, ждем от них определенного поведения. Более того, мы готовы усматривать в их поведении особенности, подтверждающие наши ожидания. Но для этого человека ваши вербальные и невербальные реакции выступают как проявление универсальных установок культуры; тем самым действия обеих сторон способствуют упрочению стереотипов.

Исследования говорят также о том, что стереотипу мужественности соответствует мезоморфный тип, а стереотипу женственности – эктоморфный. Разберемся в этих понятиях. Заполним вместе следующую таблицу, внося в каждый столбец по 5 прилагательных, которые приходят вам на ум при упоминании слов «Мужественность» и «женственность».

(на ватмане таблица, которую заполняем маркером)

Мужественность	Женственность
----------------	---------------

А теперь то же самое сделаем со словами «Мужчина», «Женщина».

(алгоритм работы тот же, но уже с другим ватманом)

Мезоморфный тип телосложения считается идеальным типом мужской фигуры и ассоциируется с культурным эталоном. Эктоморфный тип женской фигуры соответствует идеальному образу женского тела. Это объясняется стереотипным представлением, согласно которому стройность – признак внешней привлекательности женщины. По аналогии легко прийти к заключению, что социально-ролевые черты женственности ассоциируются с идеальным образом женского тела.

Но, согласитесь, что далеко не всегда тип телосложения влияет на формирование положительной «Я -концепции» и люди разного пола зачастую реагируют друг на друга вопреки сложившимся стереотипам.

Человек живет среди людей и на протяжении всей своей жизни испытывает их влияние. В нас звучат голоса близких, которые мы запомнили с детства, голоса многих людей, встречавшихся в нашей жизни. Представления о добре и зле, оценка поступков и обстоятельств, наши взгляды и суждения сложились в контакте с другими людьми. Когда звучащие в нас голоса перебивают друг друга, несогласованны и противоречивы, нам трудно принять решение или вообще понять себя.

Может сложиться неправильная жизненная программа, которая не осознается, в которую человек сознательно не вносит коррективы. Люди как бы живут с чужого голоса – это неправильно. Еще неправильно не хотеть ничего об этом знать. Те, кто не хотят ничего в себе менять, всё равно не смогут не

измениться, хотя бы потому, что время меняет нас, не спрашивая ни совета, ни разрешения.

Патентованная связка

Давайте попробуем в этом разобраться. А для этого выполним следующее упражнение, которое расположено в вашей рабочей тетради:

Упражнение «Я – реальное, я-идеальное».

1. Задайте себе вопрос: «Кто я?» и запишите 10 первых пришедших в голову ответов в первую колонку.

2. Представьте себе значимого человека для Вас, какую характеристику он дал бы Вам? Запишите 10 ответов во вторую колонку.

3. Задайте себе вопрос «Кем бы я мог стать, если реализовал бы все свои возможности?» и запишите 10 ответов в третью колонку.

Рефлексия практики

У кого совпало большинство ваших характеристик? А у кого меньше всего совпадений? Какой образ вы считаете наиболее реалистичным и почему? Ответьте по кругу одним предложением.

Обратная связь по 1 дню

Ребята, мы с вами сегодня отлично поработали. Давайте сейчас по-очереди озвучим, что же каждый из нас взял особо ценного из сегодняшнего первого дня тренинга?

Спасибо всем большое! А для того, чтобы ваша самооценка стала еще более стабильной и хорошей, я предлагаю Вам дома прочесть Мини-гимн «Я – чудо!», который дан вам в рабочей тетради. И может быть у кого-то после прочтения появится желание написать собственный гимн «Я- чудо!».

Всем спасибо за работу. И до встречи на следующей неделе.

2 день.

Стратегия и технология самопрезентации.

Вводное восстановление включенности в работу

Всем доброго дня! И давайте с вами настроимся на активную работу, выполнив упражнение «Поймай палец».

Участники встают в круг, ставят палец правой руки на ладонь левой руки соседа справа. Таким образом, палец правой руки каждого участника стоит на ладони соседа справа, а палец соседа слева – на его ладони. По команде ведущего «раз-два-три» надо одновременно поймать чужой палец и не дать поймать свой.

Патентованная связка

Отлично! А теперь расслаживаемся и продолжаем работу. В скором времени вас ждет переход в новый коллектив, так как вы – выпускники. И каждому придется задуматься над самопрезентацией.

Позиционирование центрального понятия: «Самопрезентация: основные понятия и принципы»

Так что же такое самопрезентация? Попробуйте ответить на этот вопрос. Отлично!

Понятие самопрезентация происходит из английского слова «самоподача», то есть представление себя другим людям. В английском энциклопедическом словаре оно дословно обозначает «управление впечатлением о себе у других людей с помощью бесчисленных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям».

В американской традиции самопрезентация рассматривается как проявление демонстративного поведения в межличностном общении, а само демонстративное поведение – как одна из форм социального поведения.

В литературе часто встречаются следующие синонимы самопрезентации: управление впечатлением, самоподача, само предъявление.

Существуют принципы имиджирования (самопрезентации) – слайды!

1. Принцип самовоспитания и самосовершенствования.

Самовоспитание – путь формирования мастерства. Основу этого принципа составляет самооценка собственных качеств и анализ существующего имиджа, как следствие этого составляется программа самовоспитания, основанная на индивидуальном подходе. Усовершенствовать свой образ (визуальный и профессиональный), представляемый окружающим, можно только через понимание самого себя.

2. Принцип гармонии визуального образа.

Нельзя недооценивать значение такого социально-психологического явления, как межличностная перцепция. Наряду с умением воздействовать на людей действиями и словом, весьма существенна визуальная привлекательность индивида – гармония его внешнего облика.

Гармония визуального образа – это, прежде всего согласованность, стройность в сочетании пропорций (соотношение частей тела), формы лица и тела, цветовой тип личности и тип силуэта. И здесь – основной фактор - принцип коррекции.

3. Принцип коммуникативного и речевого воздействия.

Каждый человек должен владеть культурой речевого воздействия. Речь должна соответствовать современным нормативным требованиям. Нормативная речь позволяет нам сохранять коммуникативное лидерство в таких формах речи, как диалог, полилог, монолог.

4. Принцип саморегуляции.

Основу его составляет ортобиотика - наука о технологии самосбережения тела и души, об ортобиозе как разумном образе человеческого бытия. Основателем ортобиотики считается лауреат Нобелевской премии И.И. Мечников.

Оптимизация режима личной жизни, трудового ритма и условий среды – основа ортобиоза. Чем объективнее наши знания о состоянии своего организма, чем надежнее информация о происходящих в нем процессах и индивидуальных особенностях их протекания, тем продуманнее могут быть усилия в обращении с ним. А физическое, психологическое и нравственное здоровье человека – основа успешного имиджа.

Мини-лекция: Стратегия самопрезентации

Ознакомление со стратегией самопрезентации имеет несколько практических целей.

1. Помочь нам понять, как складывается технологическая цепочка самопрезентации, а потому грамотно выстраивать свой личностный имидж, обходясь без советов специалистов.

2. Обезопасить себя от недоброкачественного исполнения функций специалистов по созданию имиджа, которые используя стандартные варианты, иногда неоправданно завышают цену своих услуг.

3. Благодаря изучению реакции окружающих людей на свой имидж, мы сможем осуществлять самоконтроль за своим поведением и принимать меры по его совершенствованию.

Проблема качества результата самопрезентации является проблемой номер один. Важно не оперативное создание имиджа, главное наиболее визуально выделить наши лучшие личностно-деловые качества. Вот почему необходимо всегда помнить слова, сказанные Леонардо да Винчи: «Не столь важно знание фактов, сколько знание связи между ними».

Подобное знание даёт ознакомление с логикой построения эффективной стратегии самопрезентации, которая операционно состоит из четырех основных технологических позиций:

1. Визуализация облика.
2. Коммуникативная механика.
3. Вербальный эффект.
4. Флюидное излучение.

Рассмотрим подробнее каждую из четырех позиций.

Визуализация облика

Составляющими первой технологической позиции – визуализацией облика, являются 3 мини – процедуры:

- Фейсбилдинг – гигиена лица, физиогномика, косметологическая коррекция, макияж или визаж, уход за волосами и подбор соответствующей прически;

- Кинесика – язык тела: пластика тела, элегантность поз и манер, искусство жеста, здоровый образ жизни;

- Стиль одежды – современные тенденции в мире мужской и женской моды, умение носить одежду, эффект аксессуаров.

Внешний облик человека является наиболее наглядным его проявлением, поэтому эффективно воздействует на такой анализатор наших ощущений, как зрение. Через зрение гораздо проще войти в психическое пространство личности; предоставить информацию о себе, вызвать определенные эмоции, дать интеллекту «пищу» для размышлений.

Безусловно, в самопрезентации огромное значение имеет пластика движений тела и элегантность манер. Умение правильно сидеть или двигаться, достойно смотреться во время деловых переговоров, искусно используя мимику и жесты, соответствие вашей одежды требованиям веяний моды и конкретной ситуации, правильное использование аксессуаров – всё это придает человеку внешнюю уверенность и респектабельность.

Коммуникативная механика

Составляющими второй технологической позиции – коммуникативной механики являются следующие мини- процедуры:

- закрепление своего облика в психическом пространстве личности, то есть использование коммуникативного, перцептивного и интерактивного общения;
- создание так называемых «следов памяти» у личности, на которую оказывается воздействие, в виде ярких впечатлений производимых обликом;
- умение «не сжигать мосты общения», то есть прикладывать все усилия, в виде такта, комплимента, намека на заинтересованность дальнейших и продолжительных контактов, чтобы сформировать положительную установку на себя.

Коммуникативность – это интеграция всех визуальных средств, благодаря которым он активно включается в человеческое взаимодействие, позволяет держать кого-то на той дистанции, в которой заинтересована, используя при этом «эффект фейсбилдинга».

В первой стадии коммуникативной механики все наши усилия направлены на актуализацию внимания к себе. Наиболее результативно это можно выполнить благодаря различным вопросам взаимодействия с людьми.

Если иметь в виду интерактивное (диалоговое) общение, то здесь мы говорим непосредственно о деловом сотрудничестве. То есть важно организовать информационный обмен. В этой связи полезно использовать различные виды деловых встреч, переговорных процессов.

Перцептивное общение – это углубленное восприятие человека человеком за счет использования ими невербальных средств воздействия. Не случайно в имиджелогии существует формула «80 – 20», в которой первая цифра – эффект воздействия в общении людей визуальных характеристик, вторая цифра – эффект речевого воздействия. Это подтверждает, что наглядная выразительность личности является очень мощным фактором вхождения в наше психическое пространство. Если учитывать существование 20000 мимических выражений, огромного количества разновидностей смеха, разнообразие поз и манер, видов и цветов одежды, то не требуется приводить аргументы о важности умелого использования перцептивных приемов общения.

Чем эффективнее и лучше выстроено общение с людьми, тем больше шансов у нас окружить себя ореолом внимания и признания. И самое главное – создать и произвести благоприятное впечатление в виде откровенных симпатий, желаний продлить с ними деловые контакты.

Вербальный эффект

Составляющими этой технологической позиции являются следующие мини – процедуры:

- психолого-дидактическое обеспечение речевого воздействия;
- минимизация дисперсионных потерь;
- использование стилей речевого общения;
- включение в речь «риторических уловок».

Несмотря на то, что речевому (вербальному) воздействию в имиджелогии отводится всего 20 %, в «социальных» профессиях оно является самым универсальным способом формального и неформального общения, личного и профессионального восприятия людей.

Нам следует учитывать, что людям, перед которыми мы держим речь, нравится, когда выступающий улавливает их настроение и самочувствие, говорим о том, что их волнует или вызывает у них интерес; оперативно реагируем на их ожидания и претензии; предлагаем различные варианты решения актуальных проблем; соблюдаем логику изложения вопроса; толково обосновываем свою точку зрения; умеем найти необходимый консенсус при разрешении проблемы; умеем тонко использовать юмор и шутки в речи.

Флюидное излучение.

Составляющие данной технологической позиции:

- эмоциональное биополе;
- харизматическое воздействие.

У каждого человека в той или иной мере имеется биоэнергетический потенциал. Источники его образования весьма разнообразны: физические и физиологические производители нашего биоса, душевное и духовное состояние, черты характера, магнитные колебания, искусственные ионизаторы, помогающие повысить работоспособность. Человек может обладать как положительной, так и отрицательной биоэнергетикой. Поэтому необходимо прилагать максимальные волевые усилия и жестко контролировать своё общение.

Любое общение – это значительные энергетические затраты. Чем больше энергетический потенциал человека, тем более сильное воздействие на собеседника он оказывает во время общения.

Особым успехом в вербальном общении пользуются те личности, которые наделены харизмой, что в переводе с греческого обозначает дар в виде мудрости, героизма или святости. Такой человек бывает одарен особой способностью притягивать к себе людей.

Харизматическим людям охотно доверяют окружающие. Эффект флюидного излучения можно повысить с помощью правильно поставленной улыбки, эффектного интонирования, умению экспрессивно держаться, дарить людям доброжелательный взгляд.

Типичные ошибки, которые допускают люди

при несоблюдении требований к самопрезентации

1. Непринятие во внимание формы своего лица. В зависимости от роста и фигуры необходимо так подобрать стрижку, макияж, стиль одежды и т.д., что могло бы приблизить форму головы к овальной форме или не делать лицо самым выступающим компонентом своего имиджа.

2. Неумение улыбаться, соблюдать корректную или доброжелательную мимику. При смехе работают 80 мышц лица, что способствует доставке кислорода в мозг, снижению кровяного давления и обезвреживанию стресса.

3. Недооценка физической тренировки тела, правильных поз и жестов. Недаром говорят, что с выправкой тела выправляется и душа.

4. Неправильно поставленные голос и речь. Плохой или неприятный голос раздражает людей, а потому отнимает у нас до 60% нашего имиджа.

Достоинный имидж человека – это наглядный показатель его отношения к себе и к людям, с которыми он взаимодействует. Самопрезентация – это подтверждение высокого уровня нашей умственной зрелости, нравственной ответственности и уважительного отношения к людям.

Патентованная связка

Как известно, для того, чтобы эффективно выстроить самопрезентацию, необходимо сначала хорошо разобраться в себе самому. Для этого я предлагаю Вам пройти Тест - опросник самооотношения. Для этого откройте свои рабочие тетради участников тренинга. Там дан бланк этого теста. Я Вам буду зачитывать вопросы, а вы будете на них отвечать, чтобы в дальнейшем выявить ваше реальное самооотношение.

Практическая часть: Тест - опросник самооотношения (В.В. Столин, С.Р. Пантелеев).

Цель: исследование самооотношения и установок в отношении собственного «Я».

Инструкция:

Прослушайте утверждения и выразите ваше согласие или несогласие с ними, обозначив ответы знаками «+» и «-» в бланке ответов. Нейтрального ответа быть не может.

Текст опросника:

1. Думаю, что большинство моих знакомых относится ко мне с симпатией.
2. Мои слова не так уж часто расходятся с делом.
3. Думаю, что многие видят во мне что-то, сходное с собой.
4. Когда я пытаюсь себя оценить, я прежде всего вижу свои недостатки.
5. Думаю, что как личность я вполне могу быть притягательным для других.
6. Когда я вижу себя глазами любящего меня человека, меня неприятно поражает то, насколько мой образ далек от действительности.
7. Моё «Я» всегда мне интересно.
8. Я считаю, что иногда не грех пожалеть самого себя.
9. В моей жизни есть, или, по крайней мере, были люди, с которыми я был чрезвычайно близок.
10. Собственное уважение мне еще надо заслужить.
11. Бывало и не раз, что я сам себя остро ненавижу.
12. Я вполне доверяю своим внезапно возникшим желаниям.
13. Я сам хотел бы во многом себя переделать.
14. Моё собственное «Я» не представляется мне чем-то достойным глубокого внимания.
15. Я искренне хочу, чтобы у меня было всё хорошо в жизни.
16. Если я и отношусь к кому-нибудь с укоризной, то, прежде всего к самому себе.
17. Случайному знакомому я скорее всего покажусь человеком приятным.
18. Чаще всего я одобряю свои планы и поступки.
19. Собственные слабости вызывают у меня что-то наподобие презрения.
20. Если бы я раздвоился, то мне было бы довольно интересно общаться со своим двойником.
21. Некоторые свои качества я ощущаю как посторонние, чуждые мне.
22. Вряд ли кто-нибудь сможет почувствовать сходство со мной.

23. У меня достаточно способностей и энергии воплотить в жизнь задуманное.
24. Часто я не без издевки подшучиваю над собой.
25. Самое разумное, что может сделать человек в своей жизни – это подчиниться собственной судьбе.
26. Посторонний человек на первый взгляд найдет во мне много отталкивающего.
27. К сожалению, если я сказал что-то, это не значит, что именно так и буду поступать.
28. Своё отношение к самому себе можно назвать дружеским.
29. Быть снисходительным к собственным слабостям вполне естественно.
30. У меня не получается быть для любимого человека интересным длительное время.
31. В глубине души я хотел бы, чтобы со мной произошло что-то катастрофическое.
32. Вряд ли я вызываю симпатию у большинства моих знакомых.
33. Мне бывает очень приятно увидеть себя глазами любящего меня человека.
34. Когда у меня возникает какое-либо желание, я, прежде всего, спрашиваю себя, разумно ли это.
35. Иногда мне кажется, что, если бы какой-то мудрый человек смог увидеть меня насквозь, он тут же бы понял, какое я ничтожество.
36. Временами я сам собой восхищаюсь.
37. Можно сказать, что я ценю себя достаточно высоко.
38. В глубине души я никак не могу поверить, что я действительно взрослый человек.
39. Без посторонней помощи я мало что могу сделать.
40. Иногда я сам себя плохо понимаю.
41. Мне очень мешает недостаток энергии, воли и целеустремленности.
42. Думаю, что другие в целом оценивают меня достаточно высоко.
43. В моей личности есть, наверное, что-то такое, что способно вызывать у других острую неприязнь.
44. Большинство моих знакомых не принимает меня так уж всерьез.
45. Сам у себя я довольно часто вызываю чувство раздражения.
46. Я вполне могу сказать, что уважаю себя сам.
47. Даже мои негативные черты не кажутся мне чужими.
48. В целом, меня устраивает то, какой я есть.
49. Вряд ли меня можно любить по-настоящему.
50. Моим мечтам и планам не хватает реалистичности.
51. Если бы моё второе «Я» существовало, то для меня это был бы самый скучный партнер по общению.
52. Думаю, что я мог бы найти общий язык с любым разумным и знающим человеком.
53. То, что во мне происходит, как правило, мне понятно.
54. Мои достоинства вполне перевешивают мои недостатки.

55. Вряд ли найдется много людей, которые обвиняют меня в отсутствии совести.

56. Когда со мной случаются неприятности, как правило я говорю: «И поделом тебе».

57. Я могу сказать, что в целом я контролирую свою судьбу.

Порядок подсчета:

Показатель по каждому фактору подсчитывается путем суммирования утверждений, с которыми испытуемый согласен, если они входят в фактор с положительным знаком, и утверждений, с которыми испытуемый не согласен, если они входят в фактор с отрицательным знаком.

Ключ для обработки:

Приводятся номера пунктов и знак, с которым пункт входит в соответствующий фактор.

Шкала S (28): измеряет интегральное чувство «за» или «против» собственного «Я» испытуемого:

«+» - 2, 5, 23, 27, 33, 42, 46, 48, 52, 53, 57.

«-» - 6, 9, 13, 14, 16, 18, 30, 35, 38, 39, 41, 43, 44, и 45, 50, 56.

Шкала самоуважения (20):

«+» - 2, 23, 53, 57.

«-» - 8, 13, 25, 27, 31, 35, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 49, 50, 56.

Шкала аутосимпатии (16):

«+» - 12, 18, 28, 29, 37, 46, 48, 54.

«-» - 4, 9, 11, 16, 19, 24, 45, 56.

Шкала ожидания положительного отношения других (13):

«+» - 1, 5, 10, 15, 42, 55.

«-» - 3, 26, 30, 32, 43, 44, 49.

Шкала самоинтереса (8):

«+» - 7, 17, 20, 33, 34, 52.

«-» - 14, 51.

Опросник содержит так же 7 шкал, направленных на изменение выраженности установки на те или иные внутренние действия в адрес «Я» испытуемого:

Шкала самоуверенности (8):

«+» - 2, 23, 37, 42, 46.

«-» - 38, 39, 41.

Шкала ожидания отношения других (8):

«+» - 1, 5, 10, 52, 55.

«-» - 32, 43, 44.

Шкала самопринятия (7):

«+» - 12, 18, 28, 47, 48, 54.

«-» - 21.

Шкала самопоследовательности (саморуководства) (7):

«+» - 50, 57.

«-» - 25, 27, 31, 35, 36.

Шкала самообвинения (8):

«+» - 3, 4, 9, 11, 16, 24, 45, 56.

«-» - нет.

Шкала самооинтереса (7):

«+» - 17, 20, 33.

«-» - 26, 30, 49, 51.

Шкала самопонимания (7):

«+» - 53.

«-» -6, 8, 13, 15, 22, 40.

Чтобы узнать выраженность у вас данных шкал, необходимо количество полученных при подсчете баллов по каждой шкале разделить на количество возможных баллов и умножить полученную разность на 100.

В итоге мы можем начертить индивидуальный график самовосприятия. Очень хорошо, если по всем шкалам, кроме шкалы самообвинения у вас получился высокий балл. Если это не так, то вам необходимо работать над собой, повышать вашу самооценку, чему будут способствовать наши дальнейшие занятия. График вы начертите дома.

Рефлексия практики

При ответе на вопросы теста все ли вопросы были легки для ответа?

Были ли вопросы, отвечая на которые хотелось слукавить?

Глядя на перечисленные шкалы, как вы считаете, какая шкала по своим показателям совпадает с тем мнением, которое у вас присутствовало до теста?

Патентованная связка

Мы с вами отлично поработали и отправляемся на заслуженный отдых. Встречаемся здесь же через 10 минут.

Патентованная связка

И вот мы с вами снова вместе. Я предлагаю Вам по-очереди спрогнозировать, что мы будем делать на второй части сегодняшнего дня!

Мини-лекция «Технология самопрезентации в процессе делового общения»

Сегодня во времена рыночной экономики, по мнению Р. Джонса, уже нельзя просто надеяться, что вам улыбнется счастье, и что-нибудь подходящее само подвернется. Вместо того, чтобы полагаться на волю случая, нам следует брать на себя ответственность за свою судьбу, и прежде всего заняться своим самомаркетингом.

Самомаркетинг – это ежедневное систематическое совершенствование рыночной стоимости самой дорогостоящей продукции – самих себя.

Как утверждают специалисты, в настоящее время борьба на рынке в основном ведется не между теми или другими товарами и фирмами, а между имиджами. При общении с представителями фирмы, знакомстве с её товарами, услугами партнеров, хотим мы этого или не хотим, складывается определенный образ.

Положительный образ.

Если участнику деловой коммуникации не удастся так преподнести себя, чтобы сформировать у партнера положительный и престижный образ, рассчитывать на успех нельзя.

Наш образ – это наш портрет, который мы показываем окружающим. Он должен работать на нас, а не против нас.

В большинстве своём мы не можем оценивать себя объективно. Кроме того, то, что мы считаем важным в своей внешности, порой оказывается незамеченным другими, в то время, как редко видимые нами детали, к примеру выражение лица, язык тела, становятся источниками своеобразных сигналов, которые принимаются и оцениваются нашими деловыми партнерами. Всего 4 секунды нужно для того, чтобы произвести на партнера первое впечатление, и если вдруг оно оказалось негативным, то понадобится 4 года, чтобы изменить ситуацию, продемонстрировать себя в лучшем свете, вызвать симпатию. Вот почему каждому деловому человеку нужно владеть самомаркетингом, искусством создания положительного имиджа.

Как мы уже знаем, на формирование имиджа оказывает влияние весь ряд факторов, проявляющихся в таких аспектах делового взаимодействия, как умение представиться, вызвать к себе симпатию, привлечь к себе внимание.

Анализ своих целей.

Деловому партнеру приходится поддерживать свой имидж всю профессиональную жизнь. Даже если вы достигли основных целей, связанных с карьерой, вам постоянно придется заниматься самопрезентацией, чтобы оставаться конкурентоспособной личностью. Поэтому важно знать, чего еще вы хотите достичь, в какой области? Амбициозны ли вы? Что для вас важно в жизни? Как вы хотите выглядеть в глазах людей? Какое хотите производить впечатление в конкретной ситуации при взаимодействии с теми или иными партнерами? Что влияет на их ожидания и их благожелательное отношение к вам?

Известный психолог Карл Юнг считал, что о человеке судят по личине, которую каждый из нас надевает, для того, чтобы соответствовать требованиям общества. Многие тратят усилия на то, чтобы отшлифовать фасад, внешний образ, публичный имидж и таким образом продемонстрировать тот или иной стиль. Однако стиль, как правило, обусловлен внутренним содержанием личности человека.

Каждая грань личности формируется под влиянием того, какие поступки совершают окружающие, как они одеваются, как ходят, как говорят, как слушают. При определенных обстоятельствах в деловой коммуникации такая информация может быть весьма полезной, и она становится более значимой, если от неё зависит достижение ваших личных целей.

Приемы установления контакта.

Взаимодействие двух партнеров начинается с контакта. Для установления контакта с партнером важны следующие приемы:

- улыбка, доброжелательный взгляд;
- приветствие, включающее рукопожатие и слова;
- обращение к партнеру по имени и отчеству (с этой целью – представление, знакомство, обмен визитными карточками);
- проявление дружеского расположения, использование для этого шуток, юмора, комплиментов, видимого участия;
- подчеркивание значимости партнера, фирмы, которую он представляет; проявление уважения к нему, демонстрируемое словами, мимикой, жестами, позой, организацией пространственной среды;

- подчеркивание общности с партнером, поиск взаимных интересов, выяснение позиций, мнений, связанных с актуальными позициями;
- представление партнеру возможности почувствовать превосходство над вами. Д. Карнеги отмечает, что любой человек может быть в какой-то сфере более компетентным, чем вы. Поэтому ваше открытое признание в этом способствует установлению эффективного контакта, так как дает возможность партнеру почувствовать свою значимость.

Дипломат Янош Нергеш вспоминает ситуацию, которая возникла у него в 70-х годах, когда он вел за рубежом переговоры об экспорте текстиля и имел дело с представительницей соответствующего промышленного министерства, которая, как было известно, всеми средствами хотела исключить импорт текстиля. «Моей задачей было, - как пишет дипломат, - найти у неё понимание. Дама приняла меня в весьма холодном, демонстративно простом рабочем кабинете. Я представился так: «Меня зовут Даниэль, и я нахожусь в клетке со львом. Что мне делать?» Она посмотрела на меня с дружелюбной улыбкой и ответила так: «Молитесь!» Контакт установился в течение минуты и беседа с этого момента продолжалась без напряжения...».

Практическая часть:

Сейчас вам будут предложены примеры моделей поведения в деловой ситуации, а ваша задача – наполнить каждую модель содержанием, характерным для создания эффективного имиджа в подобной ситуации. Ответы нужно продемонстрировать в виде инсценировки, показа поведения с вербальными пояснениями.

Примеры моделей поведения в деловой ситуации (после каждой модели – 2-3 ученических показа)

1 - Создание первого позитивного впечатления:

(информация для взрослого: уважительное приветствие традиционными фразами; спокойный и доброжелательный тон; внимательный мягкий взгляд в глаза собеседнику; приветливая легкая (интеллектуальная) улыбка; открытые поза и жесты; Одежда, подходящая для ситуации, отвечающая ожиданиям партнера).

2 - Притягательный психогигиенический образ партнера:

(человек внешне и внутренне спокоен; активен, в хорошем настроении, доброжелателен, оптимистичен, миролюбив; эмоции изменяются адекватно обстоятельствам, они под контролем).

3 - Уважение к партнеру

(Приветливый, открытый взгляд, внимательное восприятие слов партнера, никаких отвлекающих действий в момент общения).

Выражение лица оживленное, свидетельствующее о заинтересованности разговором и о понимании собеседника. Открытые поза, жесты. Ориентация тела на партнера).

4 - Безразличие к партнеру

(Невнимательное слушание, отсутствие интереса в глазах, блуждающий по сторонам взгляд, недостаточная эмоциональная отзывчивость на слова и состояния партнера, беспристрастное выражение лица. отвлечение внимания

(например, манипуляции ручкой, нетерпеливое постукивание пальцем по столу).

5 - Наличие чувства собственного достоинства

(Непринужденная осанка, спокойно опущенные плечи, полностью выпрямленная голова, общая мускульная мобилизованность кверху. Живая и хорошо модулированная речь. Сила голоса соответствует содержанию речи. Спокойные и адекватные смыслу речи жесты).

6 - Отсутствие чувства собственного достоинства

(Поза «зависимости и покорности»- опущенная или втянутая в плечи голова, сутулость, блуждающий или безразличный взгляд. Небрежность в средствах самовыражения (в одежде, словах, жестах, походке). Подобострастная, угодническая мимика (частые одобрительные кивки головой, улыбка в знак поддержки сильного партнера, повторение его интонации).

7 - Активный интеллект

(Поза «внимание и интерес»: корпус развернут на партнера, контакт глаз, заинтересованность в глазах. Интеллектуальное участие в общении – уточняющие, наводящие и развивающие вопросы, приведение фактов и доводов, последовательность рассуждений, учет мнений партнера. Оживленная и образная речь, подчеркивание голосом важных слов, богатство ответных эмоциональных реакций).

8 - Затрудняющийся интеллект

(Сигналы «интеллектуального напряжения»: устремленный в одну точку взгляд, растерянность в глазах, наморщенный лоб, замедленная речь, долгий подбор слов, фактов. Паузы в ответах на простые вопросы, замещение отсутствующих слов и мыслей мимикой, жестикуляцией. Неумение выслушивать мысль партнера до конца, прерывание его высказываний вопросами, неуместными дополнениями (случайными ассоциациями, второстепенными деталями). Обилие речевых штампов, междометий (ну, э, так сказать)).

Рефлексия практического упражнения

Мы с вами рассмотрели и проговорили особенности поведения человека в межличностном взаимодействии, направленные на создание положительного имиджа.

Какие модели были для вас наиболее привлекательны?

Демонстрация каких моделей вызвала сложности или внутреннее противоречие?

Вам дома предоставляется возможность проанализировать наиболее важные невербальные компоненты, входящие в структуру коммуникативных умений и навыков и создающие позитивный образ, эффективный имидж. Они даны в ваших Рабочих тетрадях.

Обратная связь по второму дню:

Ребята, что вам особо понравилось сегодня на тренинге?

Что нового вы для себя узнали?

А теперь давайте по-кругу, не повторяясь, назовем положительные качества нашей с вами группы.

Всем до свидания. И до встречи на следующей неделе.

3 день.

Базовая модель технологии имиджирования

Вводное восстановление включенности в работу

Всем доброго дня! И давайте с вами настроимся на активную работу, выполнив упражнение «Фруктовый салат».

Упражнение, аналогичное предыдущему. Разница состоит в том, что участники изначально рассчитываются (делятся) на «яблоки», «бананы», «апельсины». Ведущий может назвать один из фруктов, например, «яблоки» (тогда «яблоки» меняются местами), или сказать «фруктовый салат» – тогда все участники меняются местами. Как и в предыдущей игре, одного стула не хватает и тот, кто не успел сесть, становится следующим ведущим.

Патентованная связка

Отлично! А теперь рассаживаемся и продолжаем работу. На прошлой неделе мы с вами говорили об имиджировании. Что это такое? Кто помнит? Для чего оно нам нужно?

Быть обаятельным – своего рода мужество, ибо требуется непрерывная работы над собой. Для этого необходимы знания и умения по имиджированию – самопрезентации. Самопрезентация составляет суть имиджирования.

Но в самопрезентации недостаточно опираться на собственные дарования и интуицию. Необходима специальная подготовка, специфические знания, и прежде всего умение ориентироваться в основных составляющих этого процесса. Базовая модель технологии имиджирования состоит из следующих позиций самопрезентации:

- фейсбилдинг – создание лица с учетом всех сопутствующих факторов (основы физиогномики);
- кинесика – телесное информирование;
- дизайн одежды (колористика – эстетика цвета; мода);
- владение словом – риторическая оснащенность (постановка голоса, речевой этикет);
- флюидное излучение – создание личностного «биоэнергетического поля»;
- коммуникативная механика – мастерство общения;
- «Я – концепция» - морально – психологическая подготовка.

И сегодня мы с вами поговорим о физиогномике.

Позиционирование центрального понятия и мини-лекция «Основы физиогномики»

В восьми случаях из десяти человек воспринимает другого человека по впечатлению о внешнем виде. Важнейший элемент в физическом облике человека – его лицо, и большинство людей в процессе общения чаще всего концентрируют своё внимание на лице собеседника и на его глазах.

Специфика технологии личного обаяния в том, что значительная часть времени в ней отводится на так называемое строительство лица – фейсбилдинг.

Итак, мы начинаем изучать «строительство» внешности с познания своего лица: его формы, деталей и их «прочтения» с помощью науки физиогномики, с выяснения эффекта мимики и комплекса упражнений по фейсбилдингу.

Лицо – одна из характеристик внешности человека. Зная ключи прочтения лица, владея соответствующим умением снять информацию с лица собеседника, можно значительно обогатить свою технологию общения.

Физиогномика (по-гречески: «physis «- природа и «gnosis» -знание, познание.) – изучение или познание природы. Некоторые учёные считают физиогномику искусством, иные называют её наукой. Так В.М. Шепель в книге «Имиджелогия: секреты личного обаяния» пишет, что физиогномика – «наука о типах лица, об умении их читать и выявлять по их чертам скрытые характеристики личности».

Физиогномика как искусство познавать по чертам лица и выражению глаз характер человека зародилась в Древнем Китае, а на западе получила распространение в Древней Греции.

На лице человека отражены его жизнь и жизненный опыт. Вот почему люди стремились на основании видимых внешних признаков сделать вывод о внутреннем состоянии человека. То возможно потому, что всё, что бы ни делал человек, выражает его сущность. Об этом еще 5000 лет назад писал Гермес Трисмегист: «Что внутри, то и снаружи, что снаружи, то и внутри».

Итак, правильно используя ключи, которые даёт наблюдение, можно найти шифр к пониманию человека.

Лицо – своего рода «азбука» по «чтению» людей. Ж. Ледо писал о «языке лица» так: «Черты лица как буквы и слова, скомбинированные между собой, составляют фразы физиогномического языка, ансамбль которых, будучи приложен к индивидуальному типу, даёт вполне ясное представление о последнем».

Чтение лица начинается с определения его формы. Все лица по форме имеют сходство с геометрическими фигурами: ромбом, квадратом, треугольником, овалом, трапецией, кругом. Отсюда названия – ромбовидная, треугольная и т.п. формы.

Существуют **5 типичных форм лица**, эталонные черты которых несут конкретную информацию: продолговатое, треугольное, круглое, трапециевидное, квадратное. Познакомимся с основными физиогномическими типами лица. Тип лица – понятие более широкое – оно включает данные о характере, индивидуальных особенностях человека, а также о форме лица и деталях.

Чтобы правильно определить характер человека, следует сначала определить форму лица, а затем изучить каждую черту как саму по себе, так и в связи с остальными деталями лица.

Форма лица.

Идеальным считается овальное лицо. Оно имеет хорошие пропорции деталей (длина в полтора раза больше ширины), которые словно вписаны в овал. Очертания нижней челюсти, подбородка, особенно скул, - плавные. Лицо овальной формы принято считать эталоном, его называют классическим. Такое лицо с правильно очерченным овалом встречается крайне редко.

Продолговатое лицо (овальное и прямоугольное) свидетельствуют об интеллекте, чувствительности, уравновешенности и рассудительности. Люди, имеющие такое лицо, обладают организаторскими способностями и ярко выраженной целеустремленностью. Это так называемый аристократический тип.

Треугольное лицо присуще высоко одаренным и чувствительным людям с тонко выраженной интуицией. Однако они не склонны к привязанности и преданности. Они могут быть пылкими и задорными, упрямыми и хитрыми, непокорными и скрытными.

Трапецевидное лицо принадлежит людям интеллигентным, чувствительным, артистичным. У них дружелюбный характер, отсутствуют качества борца.

Круглое лицо характерно для людей добродушных, миролюбивых. Зачастую натура оптимистичная и беспечная, веселая и любезная. Ум у такого человека гибкий, но поверхностный. Его прямая и честная душа не знает ни хитростей, ни обмана. Стремление оказать услуги делает его жертвой недоброжелательных людей. Однако тщеславие и честолюбие им не чуждо.

Квадратное лицо указывает на человека сурового, мужественного, энергичного и динамичного, стремящегося к лидерству. В общении он настойчивый и прямолинейный, нередко бывает грубым и жестоким. Он хороший исполнитель и может быть умным администратором.

Часто в лице соединяются 2 или 3 формы. В этом случае лицо следует отнести к той форме, черты которой в нём преобладают.

Зоны лица

В начале XX века крупнейший исследователь мимики К. Хутер дал подробное описание, как по пропорциям основных частей (зон) человеческого лица можно понять сущность личности: увидеть напряжение силы воли и стремление к самовоспитанию, противоречие между благоразумием и идеальными устремлениями, с одной стороны, и чувственными импульсами и низменными инстинктами – с другой.

К. Хутер делит лицо на 3 зоны: верхняя – лоб, форма которого определяет образ мыслительной деятельности, реальное понимание жизни; средняя – отражает степень чувствительности и нрав, душевную глубину и внутреннее содержание; нижняя – дает представление об энергии человека, его любви к наслаждениям и о низменных инстинктах.

По *соотношению частей лица* Хутер предлагает определять характер и темперамент человека.

1. Все 3 зоны равны. Человек обладает гармоничным равновесием между физиологией и эмоционально-интеллектуальной сферой. Он сдержан, сердечен, коммуникабелен, активен, верен жизненным идеалам.

2. Верхняя и нижняя зоны равны, а средняя – длиннее. Длинный нос не нарушает гармонии форм. Такая конфигурация наблюдается у натур творческих, у которых гармонично жизненное направление и благородство души. Такого человека отличает выдержка и талант, он обладает представительностью.

3. Верхняя зона меньше, средняя и нижняя большие. Такой человек импульсивен и груб, стремится к доминированию, агрессивен, склонен к

безрассудному применению энергии, он зачастую ориентирован на реальную жизнь и обладает большой силой убеждения.

4. Нижняя зона меньше, верхняя и средняя – длиннее. Интеллектуально одаренный человек, но с проблемным характером. Он упорен, строг и педантичен, волевой, но наряду с выдающимися способностями проявляет отрицательные склонности.

5. Нижняя зона длинная, средняя короче, верхняя еще короче. Полная, мягкая, большая нижняя часть указывает на жажду наслаждений. Такой человек практичен и приземлен, консервативен во взглядах, не склонен к перемене мест. У него нет ни эмоциональных, ни духовных взлетов. Его трудно расшевелить, но если это удастся, трудно остановить.

6. Верхняя и нижняя части лица больше, а средняя (нос) маленькая. Интеллектуальная жизнь высока, как и стремление к удовольствию. Он впечатлителен, мягкосердечен, добродушен. Ему свойственны душевное тепло и эмоциональное сопереживание. Он с трудом делает карьеру.

7. Верхняя и нижняя части лица больше, а нос слишком мал и курнос. Сильны разум и чувственные инстинкты. Он агрессивен и нагл, вспыльчив, полон внутреннего беспокойства. Активна его мыслительная жизнь, но в работе отсутствуют дисциплина и терпение. Обладая высоким интеллектом и богатыми идеями, он высказывает острые критичные замечания, хотя сам не умеет устранить недостатки, на которые указывает другим.

8. Верхняя зона высокая, а средняя и нижняя маленькие. Такие пропорции характеризуют человека мысли и чувств, натуру творческую. Активность и жажда наслаждений у него отсутствуют. Он верен своим идеалам, честен и бескорыстен, прост и скромн, нежен в чувствах и обладает интуицией.

9. Верхняя зона длиннее, чем средняя, а средняя длиннее, чем нижняя. Такой человек владеет инстинктами и разумно регулирует жизнь чувств, он натура творческая и служит высоким жизненным идеалам.

Верхняя зона – лобная часть – рассказывает об унаследованных интеллектуальных способностях, о духе и здоровье человека. Эта часть лица служит средством определения умственных способностей.

Лоб – знак юности и характера. Высокий и квадратный свидетельствует о выдающихся качествах личности. Округлый, ровный отличает человека сдержанного, спокойного. Округлый низкий не предвещает удачу в начале жизненного пути. Идеальный лоб свидетельствует о прекрасном состоянии духа и тела. Очень большой и бесформенный лоб означает склонность к лени и в то же время обширные умственные способности. Диоген и Сократ имели обширное чело, Геркулес и Ахиллес – небольшое. Низкий лоб, который по форме напоминает треугольник, характеризует невысокие интеллектуальные способности. У Гитлера был лоб низкий, но необыкновенно широкий, что свидетельствовало об уме и бесстрашии.

Очень важна для определения характера **линия волос**. Форма лежащего прямоугольника – это лоб практиков (математиков, предпринимателей, менеджеров, инженеров). Форма стоящего прямоугольника – лоб ученого чьи интересы ограничиваются узкой областью науки (руководитель исследовательской

лаборатории). Люди, имеющие одновременно высокий и широкий лоб, используют дарованный им разум в течение всей жизни. Волосы, растущие мыском в центре лба, предвещают раннее вдовство. Треугольник на лбу означает склонность к флирту, указывает на романтика и авантюриста. Залысины по обеим сторонам лба считаются хорошей приметой. У таких людей широкий кругозор и созидательный дух, они отличаются артистизмом, живостью и подвижностью, но у них порой противоречивый характер. Изломанная линия – признак способности к администрированию и изобретательности – указывает на человека с амбициями.

Морщины

Если на лбу есть горизонтальные морщины – то перед вами личность умная и опытная. Одна горизонтальная морщина, если она расположена высоко, сулит удачу, а если расположена низко – возможные трудности в устройстве судьбы. Две морщины повествуют о вашем уме и инициативе, о способности добиваться поставленных целей, об удаче в предпринимательском деле и бизнесе. Три морщины сообщают о том, что судьба подарит хорошее положение в жизни и обещает успех. Прерывающиеся, короткие – свидетельствуют о слабом здоровье.

Лоб с глубокими зигзагообразными морщинами – неудачи в делах. 2 вертикальные морщины между бровями – знак мыслителя, хорошего администратора. Одна (её называют «подвешенная игла») – означает помехи и препятствия: у человека есть проблемы, решение которых от него зависит. Зачастую человек с этим знаком блестяще начинает свою карьеру, но в жизни он испытывает множество разочарований, а мечты его потерпят крах. Лоб гладкий и без морщин может принадлежать человеку поверхностному и легкомысленному, счастливому и беззаботному.

Лоб и глаза находятся под особым влиянием ума, именно здесь вы найдете вернейшие указания на умственные способности.

Патентованная связка

Остальные зоны лица «расшифрованы» в ваших рабочих тетрадях. С этим материалом вы можете ознакомиться в любое время и проанализировать особенность личности известных вам актеров и певцов.

Практическое упражнение на проживание

А сейчас я Вам предлагаю разделиться на 3 группы. Каждой группе будет задание: в течение 10 минут проанализировать верхнюю зону лица и дать характеристику личности данных вам фотографий известных актеров и исторических личностей.

После этого – презентовать всей группе полученные результаты.

Рефлексия практики

Итак, мы с вами сейчас прикоснулись к древнейшей науке – физиогномике. Как вы считаете, полезно ли владеть ее приемами?

Где вы планируете применять полученные сейчас знания и навыки?

Патентованная связка

А теперь мы уходим на перерыв, чтобы отдохнуть и через 10 минут приступим к изучению очередной интересной темы.

Патентованная связка

И вот мы с вами снова вместе. Я предлагаю Вам такую игру. Мы с вами по очереди должны не повторяясь называть известные цвета. Кто не называет – выбывает из «круга».

Как вы думаете, о чем же мы сейчас будем с вами говорить?

Мини-лекция «Основы колористики»

Наиболее яркое, живое описание основных цветов можно встретить у И. Гёте, в его трудах, посвященных цвету. Это слова поэта, который знал, что видят его глаза. Гёте утверждал, что выразить то, что видят его глаза.

Гёте попытался охарактеризовать чувственно-эмоциональное воздействие не только отдельных цветов, но и их разнообразных сочетаний. Основным, определяющим признаком качества цветовой гармонии он признал целостность цветового впечатления. Согласно Гёте, глаз неохотно терпит ощущение одного какого-либо цвета и требует другого, который составил бы с ним целостность цветового круга.

1. Цвета, стоящие на концах диаметра спектрального круга, всегда воспринимаются как гармоничные;

2. «Характерными» называют сочетания цветов, расположенных на хордах с проскакиванием одного цвета (всё характерное возникает только благодаря своему выделению из целого);

3. Сопоставление цветов на короткой хорде – бесхарактерны, они не могут произвести значительного впечатления.

4. Тёплые цвета выиграют при сопоставлении с чёрным, а холодные – с белым.

Концепция цвета была выработана Гетте: все темные цвета успокаивают, светлые возбуждают. Из тьмы выходит первым синий цвет, из света – желтый. Это основные цвета, из них идут остальные. Цвета могут оказывать физическое (очень мимолетное) и психическое (при долгом взгляде на определенный предмет) воздействие.

Цвета воспринимаются через ассоциацию, например – синий – холодный. От зрения восприятие цвета идет на органы и доходит до тактильных ощущений.

Цвет оказывает влияние на кровяное давление – оно повышается от синего к зеленому, к желтому и красному (в совокупности и по отдельности), обратный процесс при обратном предъявлении.

Надо обращать внимание на форму – одни цвета поглощают форму (желтый, белый), другие ею поглощаются (синий, черный). Все цвета делятся по типу движения:

- Эксцентрические (желтый)
- Концентрические (синий квадрат вызывает тревогу).

Сила и тип движения – цвета и тьмы усиливаются при затемнении, из света – “при осветлении”.

Не следует злоупотреблять темными тонами – углубление в цвет вызывает тревогу.

Каждый цвет имеет множество значений. Существует взаимодействие цвета и времени – каждая эпоха выбирает свой цвет: серый – пуританство и

послевоенная Британия, Древний Рим – пурпур, как символ власти. Очень большое разнообразие цветов – нация процветает.

Существует также школа исцеления с помощью цвета. Впервые над этим задумались древние греки: проходя через окно храма цвет разбивается на спектр, таким образом человек вбирал тот цвет, который хотел. В Древнем Китае на солнце лежали в красном шелке – излечение следов оспы. В 18 веке в Европе были распространены цветные витражи.

Если человек устал от одного цвета, то надо посмотреть на противоположный, то есть состояние меняется на противоположное. Красный всегда влияет на физическое состояние, желтый – на умственное, а голубой – на эмоции. Соответственно влияют и их оттенки.

- 1 – фиолетовый
- 2 – красно –фиолетовый
- 3 – красный
- 4 – оранжевый
- 5 – желтый
- 6 – зеленый
- 7 – голубой
- 8 – синий

Предпочитаемый цвет дает представление о сиюминутном состоянии, отвергаемый цвет дает информацию о причинах, которые побуждают совершать ошибки. Например, голубой любят люди, предпочитающие отдохнуть и не любят трудоголики.

Практическая работа

Краткий тест «Три цвета». Напишите или нарисуйте на выданном вам листе какой-либо цвет. Теперь еще один. И, наконец, последний.

Первый цвет, называемый человеком, характеризует личность в настоящий момент, второй цвет является рабочим, третий показывает взаимоотношения с окружающими, как человек к ним относится. Подпишите под каждым цветом, что есть что.

На следующем листе изобразите цветовым пятном: а) свою душу; б) своё прошлое; в) своё настоящее; г) своё будущее.

Теперь мы с вами будем подробно рассматривать различные цвета, а вы сможете дать себе характеристику, встретив выбранные вами цвета.

Все характеристики цветов даны в ваших «Рабочих тетрадях участников тренинга». На работу вам дается 15 минут.

Рефлексия практики

Считаете ли вы полезной колористику для выстраивания своего имиджа и отношений с окружающим миром?

Как вы планируете применять полученные знания и умения из области колористики?

Рефлексия третьего дня работы

Сегодня мы с вами прикоснулись к основам физиогномики и колористики. Поделитесь, какое научное направление вам больше понравилось и почему?

4 день.

Базовая модель технологии имиджирования (продолжение)

Вводное восстановление включенности в работу

Всем доброго дня! И давайте с вами настроимся на активную работу, выполнив упражнение «Фруктовый салат».

Упражнение, аналогичное предыдущему. Разница состоит в том, что участники изначально рассчитываются (делятся) на «яблоки», «бананы», «апельсины». Ведущий может назвать один из фруктов, например, «яблоки» (тогда «яблоки» меняются местами), или сказать «фруктовый салат» – тогда все участники меняются местами. Как и в предыдущей игре, одного стула не хватает и тот, кто не успел сесть, становится следующим ведущим.

Патентованная связка

Отлично! А теперь рассаживаемся и продолжаем работу. На прошлой неделе мы с вами начали говорить о базовых моделях самопрезентации. Я напомним, что в самопрезентации недостаточно опираться на собственные дарования и интуицию. Необходима специальная подготовка, специфические знания, и прежде всего умение ориентироваться в основных составляющих этого процесса. Базовая модель технологии имиджирования состоит из следующих позиций самопрезентации:

- фэйсбилдинг – создание лица с учетом всех сопутствующих факторов (основы физиогномики);
- кинесика – телесное информирование;
- владение словом – риторическая оснащенность (постановка голоса, речевой этикет);
- флюидное излучение – создание личностного «биоэнергетического поля»;
- коммуникативная механика – мастерство общения;
- «Я – концепция» - морально – психологическая подготовка.

И сегодня мы с вами поговорим о кинесике.

Позиционирование центрального понятия и мини-лекция «Кинесика – речь тела»

Прежде чем сказать какую-либо фразу вслух, мы уже «произнесли» её своей мимикой и жестами, поэтому часто внимательный собеседник оказывается «осведомлённым» о наших мыслях ещё до того, как мы начали говорить. В.М. Бехтерев писал: «Нет ни единого мыслительного процесса, лишённого внешнего физического выражения».

Закономерность телодвижений по принципу информационных моделей изучает кинесика.

Кинесика – это молчаливый язык, язык тела, с помощью которого можно многое сказать и многое понять, если уметь видеть.

Особенность языка телодвижений в том, что он проявляется благодаря импульсам нашего подсознания и подделать эти импульсы невозможно. Это позволяет доверять языку тела больше, чем обычному, словесному языку. Умение «читать» и выражать действиями свои желания способствует взаимопониманию,

карьере, симпатии со стороны окружающих людей. Если внимательно наблюдать и научиться осознанно воспринимать, как люди общаются друг с другом в пространстве, которое их окружает, можно сделать удивительные открытия.

Народная мудрость подметила: чем прямее выглядит человек внешне, тем ровнее он и внутренне. Такой человек не кажется ни неуверенным (наклон вперед), ни заносчивым (наклон назад). Но это только один из сигналов. Это впечатление должны усиливать другие аспекты. В качестве второго аспекта мы можем принять открытость или закрытость позы. Прежде всего, имеется в виду область шеи и груди. С древнейших времён живые существа в момент опасности защищают, прежде всего, свою сонную артерию. Человек делает то же самое: он поднимает плечи или втягивает голову. Смотря по обстоятельствам, он дополнительно прикрывается руками или предметом, например, папкой для бумаг), которую использует в качестве щита.

Итак, руки, направленные в сторону окружения, свидетельствуют чаще всего о властности, напористости, агрессивности. Понаблюдайте за ораторами на митингах. У одного оратора руки протянуты к народу ладонями книзу. Это «жест подавления». Когда мы сто-то придавливаем рукой, наша ладонь принимает именно такое положение. Если же ладони повернуты ладонями вверх, то это открытая поза. Такому поверят скорее.

Как сознательно строить то, что в природе своей должно быть произвольным? Выстроив логику действий, можно ту же пристройку превратить в сознательное цельное действие, осваивая его путем упражнений, формирований навыков.

Патентованная связка

Чтобы научиться владеть своим телом, не надо обладать какими-то особыми физическими данными. Важно этого хотеть и уметь. В этом поможет кинесика. Она призвана научить людей придавать телу наилучшую выразительность. По утверждению Ф. Ларошфуко, «изящество для тела – это то же, что здравый смысл для ума». В этом высказывании удачно выражено всё то, что относится к кинесике.

От умения правильно держаться и двигаться в значительной степени зависит наш внешний вид. Привлекательная наружность влияет на психику, на самочувствие и, таким образом, способствует успеху.

Чтобы оживить свою кинесическую лексику, можно воспользоваться специальными упражнениями. Попробуем выполнить некоторые из них.

Практическое упражнение на проживание

Упражнение № 1.

Вам по очереди нужно вынимать по карточке с изображениями животных, а после - постараться изобразить движения выбранного вами животного. Если вы справились с поставленной задачей, то группа с легкостью отгадает животное.

Упражнение № 2.

Попробуйте различные походки. Встаем друг за другом и выполняем инструкцию:

- пройдите так, как ходит канатоходец;
- кукла с не сгибающимися руками и ногами;
- как будто ваши ноги из пластилина и при каждом шаге ко всему прилипают;

- как будто вы легки, как перышко, и вас колеблет каждое дуновение ветерка.

Рефлексия практики

Считаете ли вы, что умение непринужденно, красиво двигаться, хорошая физическая форма придают человеку больше уверенности в себе?

Доставляет ли вам удовольствие наблюдать за красивыми, элегантными движениями других людей?

В ваших рабочих тетрадях для вас даны «Методические советы по исправлению осанки». С ними вы ознакомитесь дома и сможете в свободном режиме заняться своей осанкой.

Патентованная связка

А сейчас все поднимаемся и идем на отдых походкой уверенного в себе человека. И я жду вас на продолжение тренинга через 10 минут.

Патентованная связка. + Мини-лекция «Жест – средство коммуникации»

Через 10 минут тренер молча приглашает всех в аудиторию, жестами просит присесть, сосредоточить внимание. После нужно выдержать паузу.

Язык мимики и жестов существовал еще задолго до появления разговорного языка. Однако научное изучение этого явления началось только в последние тридцать лет и особую популярность приобрело в 70-х годах. В последнее время особое внимание данному вопросу уделяет психология, хотя я считаю, что языку телодвижений и его значению для общения людей следует изучать в учебных заведениях, ведь жесты, мимика и движения человека - это точные индикаторы его внутреннего душевного состояния, мыслей, эмоций и желаний.

Никто не может сказать что-либо без интонации, мимики, жестов. Мы постоянно находимся в какой-то позе, которую можно каким-либо образом истолковать. Фактически, окружающая действительность является лучшим научным и испытательным полигоном. Сознательное наблюдение за своими собственными жестами и жестах других людей является лучшим способом исследования приемов коммуникации, используемых самым сложным и интересным биологическим организмом - человеком.

Практическое применение языка телодвижений мы наблюдаем во всех сферах жизни. Возьмем, например, ситуацию «Подчиненный в кабинете начальника с просьбой». Как правило, начальник сидит свободно, откинувшись на спинку кресла, ноги скрещены в «американской» позе, руки переплетены на груди. Мимика начальника: уверенный, спокойный взгляд, иногда даже диктаторский. В целом данная поза свидетельствует о полном превосходстве этого человека. В результате этого подчиненный сидит на краю стула (если начальник позволил ему сесть), поза в целом скованная, руки на коленях, корпус и подбородок поданы вперед, взгляд носит неуверенный и даже просящий характер.

Невербальная коммуникация охватывает все средства общения, кроме самих слов и их прямых значений.

Значение невербального языка для взаимопонимания людей.

Умение устанавливать доверительный контакт с собеседником как залог успеха любого делового общения. Невербальные средства необходимы для того, чтобы:

- создавать и поддерживать психологический контакт, регулировать течение процесса общения;
- придавать новые смысловые оттенки словесному тексту, направлять истолкование слов в нужную сторону;
- выражать эмоции, оценки, приятную роль, смысл ситуации.

Правила интерпретации языка тела:

А) не выхватывать какую-либо отдельную деталь и не делать из нее далеко идущих выводов. Если у человека руки скрещены на груди, это может означать, что он «закрыт». Но это также может быть и позой отдыха.

Б) Стараться не приписывать свой опыт, свое состояние другому.

В) Учитывать, что у различных наций язык тела имеет свою специфику. На невербальные средства накладывает сильный отпечаток каждая конкретная культура, поэтому нет общих норм для всего человечества. Невербальный язык другой страны приходится учить так же, как и словесный.

Наиболее важные элементы языка тела

Выражение лица

Во время деловых переговоров можно наблюдать самый широкий спектр выражений лица. Если позиция собеседника агрессивно-жесткая, то он обычно смотрит прямо в глаза собеседнику, широко открыв свои глаза; губы твердо сжаты, брови нахмурены; даже говорит он иногда сквозь зубы, почти не двигая губами.

Люди склонны к контакту глаз в большей степени когда они слушают, чем когда они говорят. Они отводят глаза также тогда, когда задаются вопросы, от которых они чувствуют себя неудобно, ощущают вину. С другой стороны, когда люди испытывают злость, агрессию или уходят в защиту, контакт глаз резко возрастает.

Позитивные жесты

Раскрытие руки ладонью вверх – дружелюбие, открытость, желание сотрудничества.

Рука у щеки – раздумья, нерешительность.

Наклоненная набок голова – интерес.

Почесывание подбородка – процесс принятия решения.

Прищуривание глаз – поиски решения.

Манипуляция с очками – медленно снять очки, протереть стекла, даже если этого не требуется – пауза для размышления.

Манипуляция с предметами. Покусывание зубами кончика какого-либо предмета: карандаш, ручку, дужку очков – пауза для размышления.

Пощипывание переносицы с закрытыми глазами – глубокая сосредоточенность, напряженное раздумье.

Потрагивание, легкое потирание носа, при этом ерзанье на стуле, поворот боком – сомнение.

Потираание за ухом или перед ухом, потирание глаз – сомнения, обдумывание ответа собеседнику.

При рукопожатии протягивает руку ладонью вверх – открытость, желание достичь соглашения.

Устойчивый визуальный контакт с собеседником – открытость, но слишком устойчивый визуальный контакт может быть воспринят как подозрительность.

Негативные жесты

Руки скрещены на груди – оборонительная реакция.

Опирается подбородком на ладонь, указательный палец вытянут вдоль щеки, остальные пальцы ниже рта – критическая оценка.

Рука закрывает нижнюю часть лица, большой палец подпирает подбородок – критическая оценка.

Взгляд в сторону – подозрение и сомнение.

Поворот головы в сторону на 45° - вежливый отказ от общения.

Пожимая руку, поворачивает ее так, что она находится поверх ладони собеседника, - превосходство, самодовольство.

Посматривает на часы – спешит, торопится закончить встречу.

Сжатый кулак – властность, решимость.

Пальцы сплетены в замок – закрытость для общения.

Межличностное пространство

Расстояние между собеседниками является еще одним важным средством общения. Различают следующие зоны общения:

- интимная (от 0 до 40 см), расстояние на котором общаются люди, находящиеся в близких отношениях.

- личная дистанция (от 40см до 1,5 м), расстояние для разговора друзей, беседы на официальных приемах.

- социальная зона (от 1,5 до 4 м), расстояние для деловых отношений. Общение носит формальный или официальный характер (руководитель – подчиненный; лектор – аудитория; т.д.)

- общественная зона (от 4 м и более), публичное расстояние, когда общение адресуется большой группе людей, когда нет нужды в непосредственном контакте с ними.

А сейчас поупражняемся в считывании и интерпретации языка тела и межличностного пространства.

Практическое упражнение

Сейчас мы с вами посмотрим короткий фрагмент диалога героев из незнакомого фильма без звука 3 минуты, попытаюсь угадать смысл диалогов по невербальным признакам.

Затем просмотрите фрагмент снова, включив звук.

Проанализируйте проведенное микроисследование по следующим вопросам:

- Удалось ли определить, о чем говорили участники диалога?
- Какие выражения лиц послужили причиной тех или иных выводов?
- Отметили ли улыбку или хмурый вид?
- Какие чувства удалось угадать?

- Каков был визуальный контакт телегероев?
- Когда каждый из них смотрел на собеседника больше: когда говорил, или, когда слушал?

Рефлексия практики

Насколько легко было отследить те или иные жесты?

Что было легче – отслеживать жесты и межличностное пространство, или интерпретировать их?

«Обратная связь» четвертого дня тренинга

Упражнение «Ощущения».

Задачи: оценка занятия в двух аспектах: эмоциональном (понравилось – не понравилось, было хорошо – было плохо и почему), и смысловом (почему это важно, зачем мы это делали).

5 день.

Коммуникация и вербальная самопрезентация

Вводное восстановление включенности в работу

Всем доброго дня! И сегодня, чтобы настроиться на работу и взаимодействие, мы начнем работу с упражнения «Меняющаяся комната».

Инструкция:

Давайте сейчас будем медленно ходить по комнате...

А теперь представьте, что комната наполнена жвачкой и вы продираетесь сквозь нее...

А теперь пошел дождь, все вокруг стало голубым и серым. Вы идете печально, грустно, усталые...

А теперь комната стала оранжевой – оранжевые стены. Пол и потолок, вы чувствуете себя наполненными энергией, веселыми и легкими как пузырьки в «Фанте»...

И вот вы устали передвигаться и рассаживаетесь по стульям.

Патентованная связка

Одним из основных принципов современной жизни является поддержание нормальных, желательно взаимовыгодных отношений между людьми.

Каждый из нас, наверное, согласится, что общение с одними людьми доставляет радость и приносит уверенность в себе. С другими же людьми радости не приносит, а уверенность в себе уменьшается. Дело в том, что мы общаемся или не с теми, или не так. Конечно, живя в обществе, мы не можем постоянно выбирать себе партнеров для общения, и вынуждены общаться, нравится нам это или нет. Но знание положительных коммуникативных качеств и их применение, развитие в себе снижает вероятность появления негативных эмоций.

Позиционирование центрального понятия и мини-лекция «Коммуникативные качества личности»

Первородную суть латинского слова "communico" можно интерпретировать как "делаю общим", "связываю", "общаюсь". Именно к этому слову нисходят

понятия коммуна (община), коммунизм, коммуникабельный и т.д. В содержании слова - первоосновы ясно вычленяется его суть: установление связи, контактов и их поддержание. Отсюда и определение понятия *коммуникативные качества личности - это свойства и особенности человека, способствующие успешному установлению контактов и связи с другими людьми, их поддержанию и развитию, а также преодолению возникающих в общении разногласий и противоречий.*

Коммуникативные качества - это чаще всего не какие-то уникальные исключительные параметры личности, а **многие обычные ее проявления**, ориентированные на других людей. Последнее означает, что истинно коммуникабельный индивид (коммуникабельный - склонный, способный к коммуникации) стремится предстать перед другими "в своем лучшем варианте", в наиболее приемлемом для других виде, в то время как личность со слабыми коммуникативными качествами не имеет таких стремлений и склонностей.

В целом же *коммуникативные качества всегда имеют минимум три аспекта:*

- ◆ во-первых, *способность правильно воспринять и понять других людей;*
- ◆ во-вторых, *сформированную готовность к приему чувств и влияний партнеров по общению;*
- ◆ в-третьих, *умение так выразить свои мысли и переживания, так "подать себя", чтобы это вызвало адекватные внутренние и внешние реакции взаимодействующих лиц.*

Для саморазвития вам в «Рабочих тетрадах» представлены методы совершенствования коммуникативных навыков. Используя их, вы сможете самостоятельно совершенствовать свои коммуникативные навыки.

Мини-лекция «Манеры межличностного взаимодействия и моделирование поведения»

Манеры – это есть внешние формы поведения человека, его способ держать себя, его привычки. В манере общения, взаимодействия с людьми проявляются различные качества человека. Если они оцениваются людьми положительно, то создается привлекательный образ. Манеры, как пишет Ершов, это как бы поверхность поведения. Их можно уподобить инструментам во взаимоотношении с людьми. Но хорошие инструменты могут быть употреблены с самыми разными целями. За хорошими манерами нередко скрывается самое неприглядное содержание. Воспитанность, хорошие манеры вследствие их универсальности нивелируют людей и поэтому скрывают их подлинные качества, устремления. Хотя качества человека, его вкусы и интересы не только скрываются, но и обнаруживаются в том, в каких именно обстоятельствах всего отчетливее проявляется его воспитанность и как именно она обнаруживается в каждом случае, в самых, казалось бы, незначительных мелочах. И, кроме того, вежливость, внимание к интересам партнера, постоянная мобилизованность, подтянутость в общении, такие и подобные им манеры признаются целесообразными едва ли не в любом человеческом коллективе. Так как при прочих равных условиях с воспитанным человеком всегда легче иметь дело, чем с тем, кто лишен этих навыков. Хорошие манеры противопоставлены не только враждебности,

конфликтности, но и неумеренной дружелюбности, переходящей в фамильярность. Они требуют хотя бы формы дружелюбного поведения, стимулируют поиски хотя бы минимальной близости интересов и содействуют использованию найденной. Поэтому человек может вести успешно дела и с таким партнером, с которым человек, лишенный их, порвет отношения при первой же встрече. Постоянная шлифовка своих манер, своего стиля поведения – это то, что облегчает и украшает взаимоотношения с людьми. В манерах человека присутствует не только общее с другими людьми, но и то, что одному ему свойственно. Своеобразие выступает на фоне общих норм, господствующих в данное время, в данной среде, что создает привлекательный имидж, отличающийся индивидуальностью.

Моделирование поведения

Моделирование понимается как осмысление своих действий в процессе общения, взаимодействия. Если заранее эти действия продумываются, «укладываются» в соответствующие модели, образцы поведения, то общение будет более успешным, образ удачным.

Модель проявляется в невербальном, речевом поведении, в поступках человека. Освоение эффективных моделей поведения помогает человеку действовать разумно, с чувством меры. В них содержатся рекомендации о том, как вести себя для того чтобы достичь цель. Например, человек обдумывает, какие слова сказать собеседнику, как показать ему готовность к сотрудничеству, как завоевать симпатию. При выборе модели важно знание этических предписаний, этикетные модели поведения. Необходимо учитывать конкретную ситуацию, которая может быть, например, официальной (служебная, общественная, деловая) или неофициальной (семейная, товарищеская, бытовая). Важным критерием выбора модели является конкретная цель, которую ставит человек перед собой. Необходима также самокритичная оценка собственных возможностей использования конкретной модели поведения.

Существует типичный набор моделей для определенных ситуаций (деловая встреча, презентация, и т. д.), что не исключает использования каких – то других моделей, обусловленных конкретной обстановкой. Анализ своих моделей поведения и при необходимости их коррекция помогает человеку адаптироваться к новой роли, работе, взаимоотношениям, иметь большую влияние на партнеров.

Этикетная модель поведения

Владение этикетом, манерой вести себя в деловом общении является одним из важнейших профессиональных качеств, необходимых деловому человеку. Деловой этикет-это фактор, который может определять успех не только одного человека, но подчас и всей организации. Поэтому этикет, рассматривается как одна из стратегий ведения дел.

Упражнение для самоанализа «Правила делового этикета»

Инструкция и бланк для выполнения даны в Ваших «Рабочих тетрадях».

Если сумма полученных баллов составила менее 15 баллов, то представленные в тетрадях методы совершенствования коммуникативных навыков – именно для вас. И являются обязательными к изучению.

Рефлексия практики

Как часто в жизни вам приходилось сталкиваться с требованиями и правилами делового этикета?

Какие правила делового этикета вызывали у вас отрицательные эмоции?

Какие правила делового этикета вы считаете обязательными для выполнения?

Патентованная связка

Первая часть нашего занятия подошла к концу. Сейчас я предлагаю вам отдохнуть. И я жду вас на продолжение тренинга через 10 минут.

Патентованная связка

Настраиваемся на работу. вспоминая правила делового этикета.

Мы с вами выяснили, что деловой этикет встречается в нашей жизни очень часто. А приходилось ли вам в своей жизни осуществлять речевую самопрезентацию?

Мини-лекция «Речевая самопрезентация»

В ситуации общения речевая самопрезентация участников предопределяется целью общения, социальной ролью и учетом ожидания собеседника.

Приведем пример речевой самопрезентации из романа Т.Драйзера «Финансист»). Разговор уже состоявшегося, богатого бизнесмена Батлера («он подыскивал надежного молодого человека, способного и честного, который действовал бы по его указаниям, делая все, что ему прикажут») с Каупервудом, начинающим бизнесменом. Как иллюстрирует этот отрывок, Каупервуд тщательно продумал какое он хочет произвести впечатление, какие свои деловые качества он хочет подчеркнуть, что проявляется в отборе лексики, в интонации реплик. Кроме того, его речевое поведение точно соответствует тому, что ожидает от него партнер.

- Я буду счастлив сотрудничать с вами, мистер Батлер, любым удобным вам образом, - произнес Каупервуд. – Я не скажу, что у меня уже сейчас большое дело, это еще первые шаги. Но связи у меня хорошие. Я приобрел собственное место на нью-йоркской и филадельфийской биржах. Те, кому приходилось иметь со мною дело, по-моему, всегда оставались довольны результатами.

- О вашей работе мне кое-что уже известно, - повторил Батлер.

- Очень хорошо, когда я вам понадобится, вы можете быть, зайдете в мою контору или напишите мне, и я приду к вам. Я сообщу вам свой секретный код, так что все нами написанное останется в строжайшей тайне.

- Ладно, ладно! Сейчас мы больше не будем говорить об этом. Скоро мы вновь встретимся, и тогда в моем банке вам будет открыт кредит на определенную сумму.

Примеры Р.С. Немова социальных ситуаций общения, вызывающие у людей наибольшие психологические трудности, и примеры умелого обращения одного партнера к другому в подобного рода ситуациях.

Характеристика социально-психологической ситуации	Как обычно ведет себя в этой ситуации человек, хорошо владеющий умениями и навыками общения	Примеры правильного вербального обращения к партнеру по общению в подобной ситуации
Обращение к другому человеку с какой-либо просьбой	Прямое высказывание своей просьбы в вежливой форме без каких бы то ни было колебаний, смущения и извинений перед партнером.	«Я был бы искренне признателен, если бы вы помогли мне решить этот вопрос»
Отказ в просьбе, обращенной лично к Вам	Прямое, недвусмысленное высказывание, содержащее вежливый и аргументированный отказ выполнить просьбу	«Искренне сожалею, но не смогу выполнить Вашу просьбу по той причине, что...»
Высказывание одобрения, комплиментов в адрес человека	Прямое, искреннее высказывание с добрыми чувствами и улыбкой на лице, свидетельствующей о безусловно положительном отношении к данному человеку или совершенному им поступку.	«Мне нравится ваш поступок»; «Мне в вас особенно нравится»
Осуждение человека, высказывание в его адрес критики или неодобрения	Прямое недвусмысленное, но вежливое заявление, определенно указывающее на то, что вы недовольны данным человеком, не одобряете его поступок	«Я не могу, к сожалению, согласиться с вами»; «Я не одобряю вашего поведения и делаю это по той причине, что ...»
Выражение понимания позиции другого человека, но без ее одобрения и принятия	Высказывание, в котором выражено понимание позиции другого, признание за ним права придерживаться ее, но без принятия и одобрения как правильной	«Мне понятна ваша позиция, в ней есть своя логика»
Обращение к кому-либо с просьбой высказать свое мнение	Открытое и прямое высказывание, содержащее просьбу высказать свое мнение другому лицу, не скрывая своей позиции, отношения и оценки в связи с обсуждаемым вопросом	«Я хотел бы знать, что лично вы думаете по данному вопросу?»

Упражнение «Сказочная самопрезентация»

Цель: показать участникам, что, используя навыки самопрезентации и абстрагируясь от своих собственных моделей поведения, можно быть очень успешным в самопрезентации.

Используемые материалы: карточки с названием сказочного персонажа (Буратино, Колобок, кот Леопольд, Кашей+ баба Яга – как резерв). Алгоритм подготовки к самопрезентации при собеседовании – в «Рабочей тетради».

Условие проведения: каждый участник, получивший бумажку с персонажем, должен устроить самопрезентацию от имени этого персонажа, выбрав при этом должность, на которую персонаж претендует. Время подготовки – 5 минут. Остальные участники из хода самопрезентации должны были угадать, что же это за персонаж.

Рефлексия упражнения

Легко ли было выбирать должности и службы для персонажей?

Легко ли было их представлять?

Завершающее упражнение «Чемодан в дорогу»

Группа садится по кругу.

Инструкция:

Мы завершаем нашу работу. Сейчас каждый из вас по очереди будет ставить перед собой этот стул (ведущий ставит стул в центр круга). Все участники группы в том порядке, в котором вам будет удобно, будут подходить к вам, садиться на стул и называть одно качество, которое, на их взгляд помогает вам, и одно, которое мешает. При этом надо помнить, что называть следует те качества, которые проявились в ходе работы группы и поддаются коррекции. После того, как все выскажут свое мнение, следующий участник берет стул и ставит напротив себя. Упражнение повторяется и т.д.

Анкета- рефлексия тренинга

Пожалуйста, ответьте на следующие вопросы, оценив их по десятибалльной шкале:

1. Теперь я разбираюсь в особенностях построения имиджа успешной личности - ____ балл.
2. Я знаю и разбираюсь в себе - _____ балл.
3. Я знаю и разбираюсь в людях - _____ балл.
4. Работа на элективном курсе удовлетворила мои ожидания - ____ балл.

Ритуал прощания.

Аплодисменты.

Литература

Основная литература для тренера (психолога)

1. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. - М., 1996.
2. Альтшуллер А.А. Практическая психология делового менеджера/ Серия «Бизнес-класс».- Ростов н/Д: Феникс, 2004.
3. Архангельская М.Д. Бизнес – этикет, или игра по правилам. – СПб.: Речь, 2000.
4. Бойко В.В. Энергия эмоции в общении: взгляд на себя и других. - М.: «Филинь», 1996.
5. Вечер Л.С. Секреты делового общения. – Минск, 1996.
6. Джеймс Дж. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа. - М., 1998.
7. Моисеев Р.Н. Международные этические нормы и психология делового общения. - Воронеж, 1997.
8. Панасюк В. А. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. - М., 1998.
9. Поль л. Сопер. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. - Ростов-на-Дону, 1998.
10. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М.: Рефл-бук, 2000.
11. Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов. – Киев: АДЕФ-Украина, 1997.
12. Смелкова З.С. Деловой человек: Культура речевого общения. - М.: Изд-во «КУБК-а», 1997.
13. Таранов П.С. Приемы влияния на людей. – М.: Гранд, 2000.
14. Федоров И.А. Имидж как социально-управленческое программирование / Автореферат док. диссертации. - М., 1996.
15. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1994.
16. Ягер Джек Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - М., 1994.

Рекомендуемая литература для учащихся

1. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – Минск, 2000.
2. Карнеги Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. – Минск, 1990.
3. Кроленко А. Т. Самоменеджмент. Для тех, кому от 16 до 20. - М., 1996.
4. Кузин Ф.А. Культура делового общения. – М., 2003.
5. Лабунская В.А. Невербальное поведение. - Ростов - на - Дону: издательство Ростовского университета, 1986. - 135с.
6. Пиз Аллан. Язык телодвижений: как читать мысли других людей по их жестам. - М. : Ай - Кью, 1995. - 257с.
7. Пиз Аллан. Язык жестов: увлекательное пособие для деловых людей. - М. : Ай - Кью, 1992. - 112с.
8. Рюкле Хорст. Ваше тайное оружие в общении: мимика, жест, движение. - М. : Интерэксперт: Инфра - М, 1996. - 277с.