

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Приветствия. Представления. Обращения. Субординация

Приветствие – это первая демонстрация вежливости.

Богатый наш русский язык позволяет разнообразить выражения приветствий при сохранении доброжелательности: «Добрый день», «Добрый вечер», «Здравствуйте» и др. Есть еще и жаргонные словечки: «Здорово», «Приветик», «Салют» и др. Они могут быть уместны в дружеской обстановке. И все равно ими злоупотреблять нельзя. Неуместны они в служебной сфере, среди малознакомых людей. Употребление жаргонных слов свидетельствует о недостатках воспитания.

«Доброе утро» принято говорить до 12.00 часов, «Добрый день» - до 18.00 часов, «Добрый вечер» - после 18.00 часов. Данные приветствия не рекомендуется обращать к вышестоящим лицам, хотя они могут таким образом адресоваться к нижестоящим. Наиболее официальное приветствие: «Здравствуйте», прощание - «До свидания».

Этикетные правила рекомендуют всегда приветствовать знакомых, встречая их несколько раз в день. Если вежливые формулировки исчерпаны, можно лишь улыбнуться, но не делать вид, что не заметили человека. «По части учтивости лучше пересолить, чем недосолить», - остроумно заметил испанский писатель Сервантес.

Требования этикета соблюдают, независимо от настроения, психологического состояния. Например, несмотря на натянутые отношения, здороваются в форме корректной вежливости.

Молодой человек первым приветствует женщин, старших по возрасту и по положению мужчин. Но руку первыми протягивают они.

Вошедший в помещение парикмахерской, купе вагона, ложу театра здоровается первым, будь-то мужчина или женщина.

При встрече людей равного статуса здоровается первым тот, кто хорошо воспитан.

При встрече двух пар (женщины справа от мужчин) первыми здороваются женщины, затем женщины - с мужчинами, в последнюю очередь – мужчины.

Ритуальный жест снятия шляпы, фуражки, кепи при приветствии сохраняется. Тот, кто показывает свое лицо, производит дружелюбное впечатление, в отличие от того, кто прячет его. При этом зимнюю шапку, берет, трикотажную шапочку снимать не принято.

Если приветствие голосом нецелесообразно (большое расстояние между людьми и др.), то обмениваются поклонами.

Поклон – это не кивок головой. При поклоне голова фиксируется в наклоненном состоянии на 1 – 2 секунды.

Поклон может быть формальным, вежливым, заискивающим, пренебрежительным, холодным, теплым, полным уважения, изящным, глубоким,

В России мужчины приветствуют друг друга рукопожатием. При этом руку над столом не протягивают (допускается в официальной обстановке). Чтобы поздороваться, нужно выйти из-за стола. Ислам не приемлет при встрече мужчины и женщины не только рукопожатие, но даже простое соприкосновение. В странах Юго-Восточной Азии не принято обмениваться рукопожатиями.

Сидящий мужчина должен встать при входе женщины, поприветствовать ее, предложить ей сесть.

Придя в гости, в первую очередь, здороваются с хозяйкой и хозяином, затем с гостями, если их много, делают поклон или говорят всем: «Здравствуйте». Если гостей мало, здороваются с каждым из них.

Таким образом, согласно правилам вежливости, первым приветствует

мужчина – женщину;

младший – старшего;

проходящий – стоящего;

опаздывающий – ожидающего;

входящий – находящихся в помещении.

Сейчас приветствие служит для установления контактов, знакомств. Раньше приветствовали только того, кто уже представлен.

Представление. Для того, чтобы познакомиться с кем-либо или познакомить кого-то, следует представиться или представить. Предусмотренные этикетом правила указывают, когда и как необходимо представить или быть представленным.

Вспомним, как устанавливались торговые связи со средневековой Японией, которая до известной эпохи Мэйдзи была закрытой для остального мира. Коммерсант, купец, прибывший в страну восходящего солнца для установления деловых связей, представлялся императору.

Процедура представления была столь унижительной, что не каждому зарубежному гостю она была под силу. Иноземец должен был от двери приемной залы ползти на коленях к отведенному ему месту, а после приема таким же образом, пятась как рак, покинуть свое место и скрыться за дверью.

В соответствии с правилами хорошего тона мужчину представляют женщине, младшего – старшему, холостого мужчину – женатому, низшего по иерархии – высшему. Лектора или артиста обязательно представляют устроители.

Нового работника представляет начальник, но если он по какой-либо причине не смог это сделать, работнику следует самому представиться, назвав при этом свою должность, фамилию, имя, отчество.

В настоящее время деловая женщина может сама представиться без посредника.

Девушку представляют пожилому мужчине.

Гостей представляют хозяйка, хозяин или организаторы мероприятия. Тех, кто пришел позже, представляют тем, кто пришел ранее. Но молодых людей всегда представляют старшим, независимо от того, кто и когда пришел.

Как представляться? Каждый волен выбирать сам, независимо от пола, возраста.

По последовательности представления предлагаются: две рекомендации: называют фамилию мужчины даме, затем фамилию дамы; называют фамилию более молодого, потом – старшего.

При представлении принято говорить: «Добрый день», называя фамилию нового знакомого.

Представляющий, знакомя лиц одного пола, близких по возрасту и служебному положению, может воспользоваться формулировкой: «Познакомьтесь, пожалуйста, уважаемые коллеги», не акцентируя внимание на том, кто кому представлен.

После представления, для подтверждения знакомства, обычно принято обменяться несколькими любезными общими фразами, или непродолжительно побеседовать. Инициатива при этом - у женщины или лица более высокой должности, то есть у того, кому представляли.

Во многих странах придается особое значение титулам. Международный этикет в этой области упрощается. Лишь в церемониалах протокольного характера при представлении присутствующих называется полный титул.

Началом общения является обращение. Оно выражается в адресации к собеседнику по имени, отчеству, фамилии, должностному или профессиональному признаку. Это обычное выражение вежливости, оказание уважения человеку. Знакомство, беседа начинаются с обращения.

Выбор формы обращения с позиций современного этикета зависит от нескольких условий.

«Вы» - говорят незнакомым, малознакомым и уважаемым людям в официальной и неофициальной обстановке.

В условиях официального общения принято обращение на «Вы», даже среди близких, хорошо знакомых людей.

Молодой человек не может первым назвать на «Ты» более старшего, если последний не предложит первым называть его на «Ты».

Важно, чтобы обращение на «Ты» не навязывалось в деловой сфере или личной жизни.

Начальнику не следует называть подчиненных на «Ты», так как это воспринимается как покровительственное «тыканье». Подчиненные должны обращаться к начальнику на «Вы», независимо от степени близости и родства.

Обращение без имени – обращение формальное: будь то подчиненный или начальник, сосед или попутчик в общественном транспорте. Обращение по имени отчеству – это обращение к личности. Произнося имя, отчество, подчеркивают уважение человеческого достоинства, демонстрируют душевное расположение. Такое обращение, приветствие говорит о культуре человека и создает ему репутацию деликатного, воспитанного, тактичного человека. Эти качества воспитываются, потом становятся привычкой.

В деловых отношениях деловой человек соблюдает субординацию (служебное подчинение младшего старшему). Он не забывает о соподчиненности и не отдает без особой необходимости распоряжения в обход нижестоящего руководителя, чтобы не подорвать авторитет последнего.

Ко всем сотрудникам у руководителя должно быть ровное и выдержанное отношение, независимо от личных симпатий или антипатий. Не злоупотребляют личными просьбами к подчиненным во избежание фамильярности во взаимоотношениях. Излишняя доступность руководителя ведет к панибратству.

Соблюдение субординации вне службы (в театре, ресторане, на отдыхе и др.) нелепо.

Визитные карточки

Визитная карточка – это карточка с именем, отчеством (у россиян), фамилией, указанием служебного положения, адресом, телефоном и другими сведениями о лице, вручающем или оставляющем ее при официальном знакомстве, посещении кого-либо и т.п.

Визитных карточек имеется несколько видов: стандартная; для специальных и представительских целей; для неофициального общения (семейная); карточка организации (фирмы) и др.

В странах с развитой рыночной экономикой визитные карточки играют важную роль в современном деловом этикете. В большинстве случаев они могут заменять удостоверение личности. Визитные карточки популярны также и в России.

Прообраз настоящей визитной карточки появился в XVI в. Германские студенты, учившиеся в итальянском университете Падуя (основанного в XIII в.), перед отъездом домой на каникулы наносили визит своим профессорам и в знак дружеского отношения оставляли им цветные миниатюры, на которых был изображен фамильный герб. Визитер писал на ней от руки свое имя, дату. Самая ранняя карточка датируется 1731 г. (Флоренция).

Затем появляются гравированные карточки, рельефные (с выдавленным именем или монограммой), литографические (литос – камень). Типографским способом визитные карточки начали изготавливать в начале XX в.

Визитная карточка представляет собой тонкий, гибкий лист картона размером примерно от 40х70 до 70х100 мм.

В России распространены визитные карточки с двусторонним текстом: на русском языке с одной стороны и на иностранном – с другой. В соответствии с протокольными требованиями, это не совсем верно, так как на оборотной стороне визитной карточки принято делать записи, пометки. В международной практике принято иметь две визитки: одну на родном языке, другую – на иностранном. Цвет карточек – белый.

Основные цели использования визитных карточек:

информирование о своем существовании. Мягкая ненавязчивая форма проявления интереса к адресату; сообщение дополнительной информации о себе и своей фирме в момент знакомства; поддержание контактов:

- поздравления с праздниками и событиями;
- выражение признательности, благодарности;
- сопровождение подарка, сувенира, цветов;
- выражение соболезнования.

Запись делают в левом нижнем углу простым карандашом, обязательно в третьем лице.

Например: «Благодарит за новогодние поздравления», «Выражает соболезнование по случаю ...».

Раньше была распространена международная символика (сокращения французских слов). Сегодня они стали редкостью, но все-таки используются. Значение этих сокращений:

p.f. (pour feliciter) - поздравляет;

p.f.N.a. (pour feliciter nouvel an) – поздравляет по случаю Нового Года;

p.r.f.N.a. - благодарит и поздравляет с Новым Годом (поздравление получено раньше, поэтому надо поблагодарить и поздравить, если праздник еще не прошел);

p.c. (pour condoleances) - выражают соболезнование;

p.r.p. (pour prendre part) – с выражением соболезнования и готовностью помочь;

p.p.c. (pour prendre conge) – прощается при отъезде из страны.

Визитные карточки с сокращениями p.c., p.r.p и p.f. дают ответ своей визитной карточкой с сокращением p.g (pour remercier) , что означает «спасибо».

Если проходит несколько дней после праздника, то употребляют сокращения о благодарности и пожелания счастья, например, p.g.p.f.

Чтобы представить людей друг другу используют сокращение p.p. (pour presenter), что означает «для представления». При этом посредник пишет указанное сокращение на своей карточке и отправляет адресату две визитные карточки: свою и представляемого человека.

Визитными карточками обмениваются при знакомстве, а также оставляют при нанесении визита. Завезенная лично визитная карточка – знак особого уважения. При этом загибают ее правую сторону по ширине. Посылаемые визитные карточки не загибаются. На завезенную визитную карточку отвечают в течение 24 часов, на полученную по почте, так же.

При знакомстве первым вручает свою визитную карточку гость, то есть тот, кто пришел в офис или, чье положение ниже, при равенстве должностей – младший по возрасту. Если должность и возраст практически одинаковы, первым вручает визитную карточку тот, кто окажется вежливее.

При визите за рубеж первыми вручают визитные карточки хозяева. Строго этому следуют корейцы и японцы.

При получении визитной карточки произносят вслух фамилию ее хозяина, с целью избежать неправильного произношения. При вручении визитной карточки принято называть свою фамилию и обмениваться легкими поклонами. Представителям Ближнего Востока карточку принято вручать только правой рукой, в Японии и других азиатских странах – обеими руками.

Принимают визитные карточки правой рукой или обеими руками.

Визитными карточками принято обмениваться. При невозможности вручить визитную карточку сразу, это можно сделать в течение 24 часов.

На приглашение или поздравление принято отвечать визитной карточкой. Текст, написанный на ней, вынужденно краткий. Подобным образом пользуются для рекомендаций, приветствий и коротких сообщений. На визитной карточке не пишут заголовка, не ставят подписи.

После представления женщине мужчина в течение недели должен отправить свою визитную карточку ей и ее мужу, хоть ему и не был представлен.

Женщина никогда не оставляет свою визитную карточку в доме холостого мужчины.

При изменении адреса новую визитную карточку вместе со старой отправляют по почте своим знакомым.

Деловому человеку рекомендуется иметь при себе не менее десяти визитных карточек. В соответствии с общепринятыми международными нормами наличие визитной карточки способствует деловому общению.

Деловые подарки и сувениры

Делать подарки – искусство, проявление внутренней культуры человека. Подарок должен быть выражением хорошего отношения к человеку.

Как память о посещении города, фирмы, дома гостям вручают различные предметы, художественные изделия - сувениры. Обычно на них имеется эмблема, знак фирмы и др.

Во время первой встречи подарки вручают хозяева, а не гости. Поэтому преподносят подарок прибывшему зарубежному гостю в знак того, что его рассматривают как почетного клиента и предполагают длительные деловые отношения. При последующих встречах обмен

подарками становится обязательным.

Подарки следует дарить строго по рангам. Чувствительны к нарушению субординации представители азиатских стран. Серьезным нарушением этикета считается повторение подарка.

Самым популярным подарком являются цветы. Однако в Индии они не приняты в качестве подарка. К посылаемому букету или корзине цветов следует приложить визитную карточку. Мужчинам цветы не дарят, за исключением юбилея. Женатый мужчина не дарит цветов девушке, а женщина – мужчине. При этом помнят, что в Германии не дарят белые и желтые цветы. В Японии хризантемы считаются символом императорского трона. Их могут дарить только члены императорской семьи, а во Франции хризантемы считаются цветами скорби. В Норвегии принято дарить четное количество цветов.

Для японцев число четыре является смертельно опасным, поэтому им не дарят ничего в количестве четырех штук.

Не следует никому и нигде дарить иконы, жемчуг, носовые платки, часы, зеркала, ножи. Не рекомендуется дарить матрешки и самовары. Их дарят всегда, так что они есть почти у каждого иностранного гостя. Во Франции женщинам не принято дарить духи, так как этот подарок означает очень интимные отношения. Гостям из Индии не дарят изделия из воловьей кожи, так как корова является священным животным. Мужчине не принято дарить галстук. Его мужчина выбирает себе сам.

Принимать подарки следует тактично. Получив подарок, надо поблагодарить за красивую упаковку. Затем развернуть и поблагодарить еще раз за приятный подарок.

Этикет в культуре внешности

Впервые увидев человека, люди непроизвольно обращают внимание на его внешность. «Одежда составляет девяносто процентов всего того, что люди видят перед собой, когда смотрят на вас», - подчеркивает Дебра Гай Кокс, консультант по имиджу. Одежда воздействует на окружающих, так как, независимо от сознания человека, мгновенно фиксируется его органами чувств. Поэтому не зря говорят, что о человеке вначале судят по его внешности, затем по разговору, а далее по интерьеру его кабинета.

Внешний вид, как правило, отражает внутреннее, нравственное содержание человека. «Люди судят о нас – то есть определяют, кто мы, где мы живем и где мы были – на основе одного лишь взгляда на нашу одежду», - говорит Кокс.

Культуру человека подчеркивает его одежда. Она является, своего рода, визитной карточкой человека. Одежда несет партнерам по общению информацию о человеке, его вкусах, принадлежности к тому или иному социальному или профессиональному слою.

Со вкусом подобранная одежда, аксессуары, опрятный вид делают его уверенным, собранным, энергичным. Не зря Рокфеллер начал свой бизнес с того, что купил себе на последние деньги дорогой костюм и стал членом гольф-клуба.

«Уменьше одеваться более важно, нежели уменьше входить в комнату или уменьше кланяться. Ничто так не бросается в глаза, как одежда человека», - наставляли в старину.

Глядя на предпринимателя впервые, сразу составляют впечатление о нем самом и его благосостоянии.

Большое значение имеет цвет одежды. Воздействие цветом – мощный психологический раздражитель: им можно успокоить, настроить партнеров на «деловой лад», можно в определенной ситуации вызвать неприязнь или, напротив, положительные эмоции. Цветовые сигналы воспринимаются партнерами на подсознательном уровне. Этим и объясняется «тайная» сила их воздействия.

Согласно данным М. Люшера, создателя широко известного в современной психодиагностике цветового теста, каждый цвет имеет свое психологическое значение. Это подтверждают и отечественные психологи.

Одежда должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. Чем светлее костюм, тем лучшего качества он должен быть.

Одежда для мужчин

Одежда формирует внешний облик делового человека. Она привлекает внимание людей, озабоченных межличностными отношениями. По словам Элисон Лурье, автора книги «Язык одежды»: «... социологи говорят нам, что мода... является языком знаков, невербальной системой коммуникации».

Главное в одежде мужчин – костюм. Наиболее распространены следующие стили мужских костюмов:

английский;
европейский;
модифицированный европейский;
американский «мешочный».

Общепринятые цвета костюмов: синие - от темно-синего до синего цвета средней насыщенности; серые – от средней насыщенности до цвета темного гравия; допускаются коричневые – от средней насыщенности – до бежевого, в мелкую клеточку. Минимум власти демонстрируют светлые тона. Для торжественных случаев – предпочтителен черный цвет.

Накладные карманы на пиджаке увеличивают бедра.

Пиджаки, застегивающиеся ниже талии, удлиняют торс и соответственно зрительно укорачивают ноги.

Мужчины с короткими ногами не носят длинные пиджаки.

В официальной обстановке мужской пиджак должен быть застегнут. В застегнутом пиджаке входят в кабинет на совещание, сидят в президиуме или выступают с докладом, а также входят на прием, в зрительный зал театра. Но при этом нижнюю пуговицу никогда не застегивают, конечно, если она не одна. Этим подчеркивается талия.

Расстегнуть пиджак можно, сидя в кресле или за столом, во время завтрака, обеда, ужина.

В зимний период современные деловые мужчины вместо сорочек предпочитают свитеры. В этом случае во время работы пиджак можно не всегда застегивать, руки не возбраняется держать в карманах. При этом мужчина чувствует себя более раскованно и в то же время по-деловому

Деловой мужчина для различных мероприятий должен иметь не менее трех костюмов и 12 хлопчатобумажных сорочек различных цветов, преимущественно пастельных. Они должны подходить к костюмам по тону. Обязательно нужно иметь белые сорочки, но белого ледянистого цвета. Допускается тонкая полоска или клетка. Рукав - длинный.

Воротник сорочки – классический. Однако выбор воротника важен для мужчин с нестандартной шеей и формой лица. У стройных мужчин с длинной худой шеей суженные воротники (со сближенными углами) или длинные и острые воротники подчеркивают те черты, которые нужно приглушить. Им больше идут широкие воротники. Они как бы расширяют шею. Мужчины с полным лицом и короткой шеей выглядят эффектнее в сорочках с узкими воротниками. Воротники с петелькой и завышенной горловиной хороши для мужчин со средней шеей

На сорочке, как и на пиджаке, также не допускаются элементы спортивного или военного стиля – погончики, накладные карманы со складочками или кокетками. Допустим один накладной карман. Обычно на кармане имеется логотип (словесный товарный знак) фирмы-изготовителя.

Джон Т. Моллой в книге «Одежда для успеха» пишет: «Если у вас есть намерение воспринять все, что я написал в этой книге, всерьез... то вы никогда на протяжении всей своей жизни не наденете сорочку с коротким рукавом на деловую встречу, независимо от того, работаете ли вы совсем недавно в качестве простого курьера или же вы президент компании. Короткий рукав является символом низшего социального слоя среднего класса и потому не может чисто психологически вызывать чувства уважения и власти».

Элегантные сорочки должны быть без карманов, но если они есть, то в них не принято ничего класть.

Уголки воротника при завязанном галстуке не должны отставать, как в дешевых сорочках.

Манжеты у сорочек бывают простые, застегивающиеся на пуговицу, и двойные (французские), застегивающиеся на запонки. Двойные - придают имиджу лоск. За счет ширины и деталей таких манжет руки не кажутся длинными.

Запонки должны быть золотые, серебряные, перламутровые, возможно, с натуральными камнями нежного цвета типа «Оникс». Искусственные материалы неприемлемы.

Частью дневной мужской одежды является галстук. Он отражает индивидуальность.

Галстук – это единственная вещь в мужском гардеробе, служащая исключительно для украшения.

Ширина и длина галстука, форма и размер его узла подчиняются моде. Цвет, рисунок зависят от костюма, места и времени суток. Зимой повязывают галстуки глубоких и темных тонов, летом – светлых и ярких. Каждый сезон диктует свою манеру на цвет.

Галстуки передают важную информацию о мужчинах другим людям.

Цвет и рисунок говорят о настроении, в котором пребывает его обладатель. Галстуки выглядят изысканно тогда, когда они не бросаются в глаза.

Моллой называют галстук «геральдическим щитом Америки XX века».

Идеальный – это репсовый галстук с полосками по диагонали. За ним следует галстук в точках (мелких: чем мельче, тем больше изысканности и утонченности), далее – фуляровый (с маленькими геометрическими фигурами); «клубный» - с повторяющимся рисунком животных, эмблем и значков. Галстуки с рисунком животных и людей уместны на отдыхе.

Для галстука не рекомендуются цвета: фиолетовые, сиреневые, розовые и ярко-красные.

Черный галстук уместен во время траура.

Не только галстук, но и туфли указывают на общественный статус и удачливость мужчины. Элегантно дополняют костюм легкие полуботинки на шнуровке из натуральной кожи (верх, низ, стельки). С верхней одеждой носят ботинки.

Возможны мокасины, если они изготовлены из первоклассной натуральной кожи и просты по стилю. Не носят обувь на высоких каблуках, а также лакированную.

Деловой человек не носит туфли из велюровой кожи. Они не допустимы в деловой сфере.

Лакированная обувь соответствует только фракку и смокингу.

Обувь всегда должна быть безукоризненно чистой как внутри, так и снаружи. За сутки нога выделяет 200 мл пота.

Деловой мужчина носит тонкие шерстяные носки. Впитывая пот, такие носки остаются на ощупь сухими.

Носки должны быть длинными. В этом случае, положив ногу на ногу, не видно из-под брюк голое тело (эрогенные зоны).

Нежелательны носки с узорами.

Цвет носков создает переход от цвета костюма к цвету обуви, сочетается с ними.

Предпочтительны темные однотонные носки. Белые носки недопустимы. Их носят в основном, спортсмены. Об этом читаем в одной из заповедей, как надо одеваться начинающему бизнесмену, в школе бизнеса во Франкфурте-на-Майне: «Джентельмен не носит белые носки! Бизнесмен, если он джентельмен, - тоже».

Фетровую шляпу мужчины надевают с солидным пальто. Кепка гармонирует с костюмом. Шляпу из кожи или ткани носят с плащом, с курткой спортивного покроя. Трикотажные шапочки предназначены для спортивной одежды.

Берет в качестве головного убора в деловой одежде недопустим.

Мужские перчатки должны быть черными или темными и обязательно подходить к пальто или плащу.

Верхняя одежда должна по цвету и фактуре ткани соответствовать костюму, чтобы в тот момент, когда деловой человек снимает плащ или пальто, не было дисгармонии в одежде. Цвет для верхней одежды предпочтителен серый, черный, синий. Мужской зонт – черный.

Одежда для женщин

Стремление женщины быть заметной – глубинная потребность ее. Повышать или снижать ауру власти и обаяние женщины может цвет костюма.

Требования, предъявляемые к одежде деловой женщины, в принципе мало чем отличаются от требований, предъявляемых к одежде делового мужчины. Однако деловой этикет позволяет женщине отходить от жестких мужских стандартов.

Женский деловой костюм может быть традиционных цветов (красный, желтый, коричневый, зеленый, синий, белый, черный). практически любого цвета, кроме ярких оттенков и резких контрастных сочетаний.

Лучшие цвета делового платья – темно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, темно-коричневый, серый, умеренно-синий, светло-синий и др.

Черный деловой костюм в последнее время вытесняется. Он подходит для конференций, заседаний советов и др. мероприятий, которые носят более торжественный характер, чем обычная трудовая деятельность.

Одежда женщины должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. Например, не принято принимать гостей или ходить в гости в вечерних платьях в дневное время. Для этого случая подойдет элегантное платье или платье-костюм, но не пиджак и юбка.

Хороший вкус требует умения комбинировать имеющуюся одежду. Комплект можно дополнить новой юбкой, джемпером, шарфом, платком.

Юбку носят с кожаным поясом, под цвет костюма. Если у женщины высокая талия, то цвет пояса подбирают под цвет блузки, если низкая – под цвет юбки.

Деловая женщина не должна носить дешевый или плохо сидящий жакет. Спущенные, бесформенные плечи на работе выглядят вяло и беспомощно. Поэтому используют небольшие плечики. Но при этом помнят, что плечики сужают бока.

Застегнутый жакет должен быть удобным и соответствовать размеру. Оптимальная длина его – не ниже бедер. Для женщин с высокой талией рекомендуются длинные жакеты, с низкой – короткие. Не забывают и о направлении моды.

Блузки должны быть просты, элегантны и выглядеть дорогими. Сложный дизайн блузки не гармонирует с деловым жакетом. Рюши, кружева придают женственность. Прозрачные или облегающие блузки годятся только под жакет.

Летняя одежда должна быть из натуральных материалов или с небольшим вложением синтетических или ацетатных волокон.

Дамы с открытыми плечами, большим декольте на работе выглядят непрофессионально, незащищенно. О вырезе платья говорят: «Чем больше откроете, тем меньше авторитета завоеуете».

Нежелательна в рабочей обстановке обтягивающая одежда, тесная юбка.

Исключаются из деловой одежды трикотажные джемперы, жилеты и др.

Полный человек выглядит еще полнее в костюме или платье из ткани в поперечную полоску, с крупным рисунком, очень светлых. Полнят любую фигуру юбки в форме буквы «А». В широких пышных юбках высокие женщины не производят делового вида. Лучше надеть длинную юбку, скроенную по косой линии.

Для женщин обувь является важнейшей частью туалета. Наиболее элегантными являются лодочки с закрытыми носком и пяткой. В деловой сфере белые туфли неприемлемы. Они выглядят дешево и не являются символом успеха. Желательны туфли цвета слоновой кости, беж, бежево-серые и др. К темным платьям подходят темные туфли.

Неприемлемы в деловой сфере туфли с цветными деталями, «металлических цветов», с украшениями. Туфли с каблуками «клевш», а также закрытые туфли носят только с брюками.

Лакированные туфли предпочтительны в вечернее время.

В летний период допустимы босоножки с открытой пяткой, но с закрытым носком.

С цветом обуви, как правило, сочетаются чулки, колготки. Они не должны иметь рисунок.

Зрительно уменьшают ступни ног туфли и чулки темного цвета.

Средством самовыражения у женщины служит головной убор. Фасон шляпы должен соответствовать наряду, месту, где этот наряд будут демонстрировать. По словам М. Дитрих: «Шляпы могут доставить много радости и привести женщину в хорошее расположение духа. Кто иронически хмыкает, тот не имеет представления о важности этой маленькой вещицы». С вечерним туалетом шляпку не надевают.

Хозяйке не принято надевать шляпку ни на дневные, ни на вечерние приемы.

Из верхней одежды предпочтительны пальто, плащ, меховое пальто. Шарф должен быть только фабричного изготовления, не ручной вязки. Исключаются куртки как разновидность спортивной одежды.

Аксессуары

Деловой человек всегда имеет аксессуары высокого качества, которое он только может себе позволить.

Сумочка или кейс у женщины должны быть из лучших сортов натуральной кожи, как и портфель, папка, портмоне (бумажник) - у мужчины.

Портфель необходим для каждого преуспевающего человека.

Папки используют лишь для внутреннего пользования (совещания, заседания и др.).

В деловой сфере женщина обязательно должна носить часы, иначе она дает понять окружающим, что не ценит время. Часы она предпочитает с четким циферблатом, классического дизайна. Их подбирают в соответствии с полнотой запястья. Маленькие часы - мельчат, большие – тяжелы, неудобны. Электронные часы, а также с указателем - неэлегантны.

Часы – самый важный, дорогой и престижный аксессуар делового мужчины. В классическом деловом стиле предпочтение отдается элегантным механическим часам со стрелками. Кварцевые - более практичны и просты в обращении, но механические престижнее.

Искажают имидж мужчины часы из пластика, резины, с различными украшениями, издающие звон, писк, с нечетким циферблатом. Удобны часы, у которых стекло находится на одном уровне с корпусом. Выпуклое стекло подвергается наибольшему трению, затемняется циферблат. Ремешок рекомендуется из телячьей кожи, или имитированный под крокодиловую, а также металлический браслет. С фрактом носят карманные часы.

В деловом мире принято носить украшения золотые, серебряные, жемчужные или их комбинации. Украшения с драгоценными камнями носят только в вечернее время.

Кольца должны гармонировать с туалетом и внешним видом хозяина. Их принято носить на безымянном пальце. Нежелательно носить маленькие кольца, так как они врезаются в палец, оставляя глубокий след, остающийся надолго, даже если такие кольца уже не надевают.

Кольцо, которое носят на мизинце, укорачивает и расширяет руку. Значительно подчеркивают ширину руки маленькие изящные кольца.

Кольцо на указательном пальце – признак плохого вкуса.

Изящество руки подчеркивает небольшой камень в тонкой оправе, крупный – всегда подчеркивает лишь свою собственную красоту.

Любые кольца хорошо смотрятся на узкой руке с длинными пальцами. На такой руке кольцо с камнем в выпуклой оправе выглядит красиво даже на среднем пальце.

Кольца с камнями насыщенных цветов подходят для всех рук, а неяркие, прозрачные – для смуглых.

Украшения на мужчинах действуют на клиентов отпугивающее. Допускается носить два кольца: обручальное и печатку. Предпочтение отдается украшениям, сделанным из самого «мужского» драгоценного металла – платины. Желательно, чтобы запонки сочетались с зажимом для галстука.

Оправа очков не должна точно копировать форму лица, а только сохранять его линию. Верхняя часть оправы должны быть на одной линии с бровями, а глаза располагаться в середине стекол.

Оправа не должна быть шире лица и ниже середины щек, то есть ниже уровня ноздрей, чтобы не исказить форму лица.

Хорошо, когда оправа очков гармонирует с цветом волос, бровей, одежды. К темным волосам, темным бровям выбирают темную оправу. Но помнят, что тяжелая темная оправа увеличивает нос.

К светлым волосам подходит металлическая или мягко тонированная пластиковая оправа.

На ручку делового мужчины, а также женщины обращают внимание не меньше, чем на другие аксессуары. Наряду со швейцарскими часами и изящными очками, хорошая ручка относится к разряду вещей, которые могут раскрыть истинный социальный статус своего владельца. Среди престижных фирм, выпускающих дорогие авторучки, наибольшей популярностью в России пользуются фирмы Parker, Sheatter, Mont Blanc и Cross.

Салонная одежда

Для официальных посещений, торжественных приемов служит салонная одежда (фрак, смокинг). Ношение их строго регламентировано. В какой одежде надо быть на деловом приеме, указывают в приглашении по-английски или по-французски.

Cravate noire (фр.) – дословно «черный галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть в смокинге.

Black tie (англ.) – дословно «черный галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть в смокинге.

Cravate blanc (фр.) – дословно «белый галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть во фраке.

White tie (англ.) – дословно «белый галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть во фраке.

Смокинг не надевают до 17 часов, за исключением свадьбы и торжественных приемов. В нем ходят на послеобеденные и вечерние торжества, в театр, на премьеры. К смокингу надевают белую сорочку, черный жилет, галстук-бабочку, черные лакированные полуботинки, черные

носки. На брюках, по швам с внешней стороны проходит атласная тесьма – галун.

Фрак – парадная одежда для особо торжественных случаев. В дипломатическом мире во фраке являются только на вечерние аудиенции. С фраком носят черные брюки без обшлагов, с двумя шелковыми галунами по боковым швам, белый пикейный жилет с перламутровыми пуговицами, сорочку с накрахмаленным пластроном (туго накрахмаленная грудь верхней мужской сорочки под открытым жилетом при фраке или смокинге) и манжетами, белый галстук-бабочку, лакированные черные туфли, черные носки.

Во фраке не ходят по улице без пальто или плаща.

Элегантная одежда уживается только с элегантным хозяином, который имеет достойную осанку, владеет хорошими манерами и красивой речью.

Не бывает отдельно взятых манеры одеваться и манеры вести себя – все очень тесно связано между собой. При всем многообразии правил этикета, относящихся к культуре внешности человека, главный смысл остается прежним – это чувство меры, гигиеничность и здравый смысл, значение которых подчеркивали еще древние греки.

Стиль одежды демонстрирует принадлежность к определенному кругу, поддерживает в человеке чувство собственного достоинства и уверенности в успехе. Результаты исследований в области типологии одежды немецких предпринимателей показывают: «Ваша одежда сегодня должна соответствовать тому посту, который вы хотели бы занять завтра». И далее: «Одежда является фактором корпоративного поведения».

Невербальные средства общения

В аспекте человеческого общения большая часть информации передается посредством жестов, поз, расположения и соблюдения дистанции между партнерами. Она находится в информативных сигналах близкого контакта собеседника с глазу на глаз.

Изучая поведение людей, стремясь больше узнать о поступках своих партнеров, люди получают возможность больше узнать о себе и улучшить взаимоотношения с другими людьми.

Когда говорят, что человек чувствителен и обладает интуицией, это значит что он может читать едва уловимые сигналы другого человека и сравнивать эти сигналы со звуковыми сигналами, включая тон голоса, интонации, способность замечать разногласия между языком жестов и сказанными словами.

Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения. В процессе общения невербальное поведение выступает объектом истолкования не само по себе, а как показатель скрытых для непосредственного наблюдения, индивидуально-психологических и социально-психологических характеристик личности.

Особенностью языка телодвижений является то, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания. Эти импульсы подделать нельзя. Их часто не замечает человек. Они более правдивы, чем вербальные.

Невербальные знаки могут соответствовать или не соответствовать словам человека, которые они сопровождают. Если соответствие имеется, они усиливают вербальную информацию, а если отсутствуют, ориентироваться нужно на невербальные знаки, поскольку их информативность примерно в пять раз выше, чем слов.

Многие политики используют копирование языка тела в своей предвыборной компании. Они стараются добиться расположения избирателей и заставляют поверить их словам «опытных» политиков.

Основные невербальные средства общения:

- кинесика;
- просодика и экстралингвистика;
- такесика;
- проксемика.

От умения интерпретировать язык телодвижений во многом зависит возможность заинтересовать клиента, партнера своей продукцией, квалифицированно провести презентацию товара, добиться оформления заказа или заключения контракта.

Различные вспомогательные средства помогают людям добиться успеха в деловых переговорах с партнерами.

Установлено, что 60 – 80 % коммуникации осуществляется за счет невербальных средств выражения и только 20 – 40 % - за счет вербальных.

Владеть языком телодвижений жизненно необходимо не только в деловой, но и в бытовой сфере. Ошибки в общении могут привести к непониманию и даже к конфликтам.

Кинесические средства

Кинесические средства – зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении. К кинесике относятся выразительные движения, проявляющиеся в позе, жестах, мимике, взгляде, походке. Одним из признанных знатоков психологии человеческого общения является Аллан Пиз, автор методики обучения основам коммуникации. Понимать человека по его движениям, взглядам чрезвычайно важно, поскольку слова могут быть лживы, а движения, положения тела, выражения лица, зрительный контакт, если их сознательно не контролировать, никогда не солгут и выдадут всю информацию, которую человек не захочет передать посредством слов. Язык тела является наиболее древней формой обмена информацией между людьми.

Доисторический человек, не имевший словесного языка, общался с окружающими его людьми с помощью невербального языка. До сих пор люди продолжают использовать язык тела, хотя не всегда понимают это на уровне сознания, а потому не всегда придают значения этому языку.

Информацию несут такие движения, положения человеческого тела, как поза, жест, походка, а также мимика, визуальный контакт.

Поза – это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения человека. Общее количество различных устойчивых положений, которые способно принять человеческое тело, около тысячи. Поза наглядно показывает, как данный человек воспринимает свой статус по отношению к статусу других присутствующих лиц. Лица с более высоким статусом принимают более непринужденные позы, чем их подчиненные.

Одним из первых указал на роль позы человека как одного из невербальных средств общения психолог А. Шефлен. В дальнейших исследованиях, проведенных В.Шубцем, было

выявлено, что главное смысловое содержание позы состоит в размещении индивидом своего тела по отношению к собеседнику. Это размещение свидетельствует либо о закрытости, либо о расположенности к общению.

При закрытой позе человек старается не показывать переднюю часть тела и занять, как можно меньше места в пространстве. При этом он выражает недоверие, несогласие, противодействие, критику.

Поднятые плечи и опущенная голова говорят о том, что собеседник замкнут. При открытой позе руки раскинуты, направлены ладонями вверх, ноги выпрямлены.

Отмечается проявление доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта.

Человек, заинтересованный в общении, будет расслаблен, спокоен, наклоняться в сторону собеседника, смотреть ему прямо в глаза. И, наоборот, человек, подчеркивающий свой статус, будет находиться в напряженном состоянии, развернув плечи, опершись руками в бедра, стоять прямо и т.д. Например, человек, стоящий в позе «Руки в боки», показывает свое превосходство, вызов.

Жесты – это разнообразные движения руками и головой, смысл которых понятен для общающихся сторон, телесное проявление эмоций и мыслей. Их называют духовными инструментами общения. Они несут в себе огромное количество разнокачественной информации, чаще наиболее искренней, чем произносимые слова. Благодаря жесту мысли говорящего образно понятнее.

Жесты исторически предшествовали появлению речи, поэтому они менее контролируемы интеллектом. Жесты являются своеобразной аранжировкой манер поведения людей.

Английский психолог Майкл Арчил, изучая язык жестов во время кругосветного путешествия, установил, что на протяжении часового разговора финн прибегает к жестикуляции 1, итальянец – 80, француз – 120, мексиканец – 180 раз.

Жесты классифицируются на коммуникативные (жесты приветствия, прощания, привлечения, внимания, запреты, утвердительные, отрицательные, вопросительные и т.д.); жесты, выражающие оценку и отношение (жесты одобрения, неудовлетворения, доверия и недоверия, растерянности и т.д.);

описательные жесты (имеют смысл только в контексте речевого высказывания).

Речевые высказывания и сопровождающие их жесты должны дополнять друг друга, совпадать. На неконгруэнтность вербальных и невербальных сигналов указывают ложные суждения.

Коммуникативные жесты и их значение:

барабанит пальцами - скучает, нервничает, пожимает плечами – неинтересно, не обращает внимания

стискивает руки - отчаяние, ощущение безнадежности;

сжимает кулаки - агрессия, пытается контролировать свой гнев;

руки скрещивает на груди - вызов, осуждение;

руки расслаблены, ладони поворачивает

вверх перед собой - удивлен, озадачен;

расстегивает пиджак - готов к активным действиям;

ладонью подпирает щеку - заинтересованность, удивление

ударяет себя по подбородку - озадачен, вспомнил что-то

трогает, потирает нос - размышляет, думает;

смотрит поверх очков - хочет большего..., фактов;

ладони сложены домиком - проявляет интерес;

сдавливает переносицу - устал;

сидит на краю стула - чего-то ждет, проявляет интерес;

сидит, положив ногу на ногу и слегка

покачивает ногой - скучает;

рука, сжатая в кулак за спиной,

другая рука держит ее за запястье - замкнут, напряжен.

Жестикуляция помогает оратору удерживать внимание аудитории и доносить до нее свои мысли. Она бывает произвольной и целенаправленной. Жесты усиливают эмоциональную сторону выступления, подчеркивают значение произносимых слов.

Некоторые люди проявляют неискренность, ложь прикрытие рта рукой, подрагиванием ямочки (желобка) под носом, потиранием пальцем века, оттягиванием воротничка.

Почесывание шеи и носа показывает сомнение, неуверенность, потирание же затылка – огорчение по поводу забывчивости.

Непонимание жестов может послужить причиной возникновения подозрений, страха, неприязни и даже агрессии со стороны человека, неправильно понявшего культурные смыслы жестов другого.

Походка – это устойчивая фиксация телодвижения, своеобразная картограмма личности.

Воспитанный человек имеет ровную, твердую и негромкую поступь.

Походка должна быть легка и естественна, без всякой принужденности и аффектации*.

Избегая при ходьбе всяких излишних движений, всему туловищу дают такое положение, которое составляло бы одно гармоническое целое. Всякая дама и девушка должна следить, чтобы походка у нее была грациозная, плавная.

Прямая осанка, гибкие и размеренные движения – главные составляющие красивой походки. Бальзак называл походку физиономией его тела, с ее составляющими ритмом, динамикой шага, амплитудой переноса тела при движении, массой тела.

По походке судят о настроении, здоровье человека, его возрасте, характере. По словам А.К. Тарасовой: «Не все могут находить физическое спокойствие даже при внутренней собранности. Надо уметь управлять своим телодвижением».

Отсутствие культуры телодвижения затрудняет язык общения.

Походка женщины должна быть легкой. При этом должны двигаться только ноги, а не голова, бедра, руки. Наступать надо на полную ступню. Колени должны полностью распрямляться. Независимо от высоты каблука, женщина не должна семенить на «цыпочках» или топтать пятками. Конечно, походка более грациозна у женщины, которая носит обувь на высоких каблуках и узкую юбку.

Обувь существенно влияет на походку. Утяжеляют шаг туфли с жесткой, не сгибающейся подошвой или на очень высоком каблуке. Должны быть согласованы движения верхних и нижних конечностей. При ходьбе руки, вытянутые в локтевом суставе и кисти со свободно согнутыми пальцами (а не сжатыми в кулак) приближаются к корпусу, чуть касаясь его.

Естественная и легкая походка, правильная осанка помогают женщине выглядеть стройной и привлекательной. Всегда следят за тем, чтобы при ходьбе спина была прямая, живот слегка втянут, ноги в коленях прямые, но без напряжения, руки чуть согнуты в локтях.

Мужчин привлекает походка женщин с легким покачиванием бедрами.

Высокий каблук делает ноги красивыми, зрительно удлиняя их. При этом мышцы икр и ягодиц подтягиваются, делая щиколотку более тонкой, силуэт гармоничным.

Каблук шпильку называют одним из самых распространенных и сильных эротических символов.

О походке дочери княгини Лиговской М.Ю. Лермонтов в произведении «Герой нашего времени» пишет: «Ее легкая, но благородная походка имела в себе что-то девственное, ускользающее от определения, но понятное взору».

А о походке Печорина говорит: «Его походка была небрежна и ленива, но я заметил, что он не размахивал руками – верный признак некоторой скрытности характера».

Человек, уверенный в себе, идет быстро, руки висят свободно, подбородок поднят. И наоборот, подавленный, упавший духом человек идет, волоча ноги, руки в карманах, голова опущена низко. Озабоченный человек нервничает, расхаживает взад, вперед.

Мимика (от греч. *mimikos* – подражательный) – выразительные движения

мышц лица, являющиеся одной из форм проявления чувств, настроений человека. Через выражение глаз лица передается различное душевное состояние человека: радость, робость, печаль, злоба, скепсис и т.д.

Главной характеристикой мимики является ее целостность и динамичность. По данным В.А. Лабунской, в мимическом выражении шести основных эмоциональных состояний (гнева,

радости, страха, страдания, удивления и отвращения) все движения мышц лица скоординированы.

Все люди, независимо от национальности и культуры, в которой они выросли, с достаточной точностью и согласованностью интерпретируют эти мимические конфигурации как выражение соответствующих эмоций. При этом основную информативную нагрузку несут брови и губы. Проще всего можно опознать эмоции радости, удивления, отвращения, гнева, сложнее – печали и страха.

Своеобразным мимическим знаком расположения к себе людей является улыбка. Она повышает настроение и работоспособность. Выражение лица способствует созданию соответствующего настроения. Мимические мышцы тесно связаны со структурами мозга. Доказано, что при изображении на лице веселья, радости у человека включаются механизмы, обеспечивающие естественную улыбку. Настроение человека улучшается.

Покраснение лица происходит из-за ослабления мышечных мелких артерий, наполняющих капиллярные сосуды кровью. Данное ослабление зависит от возбуждения сосудодвигательных центров. Мелкие сосуды наполняются кровью под влиянием эмоции стыда почти у всех человеческих рас. На лицах чернокожих мало заметно.

Пристыженный человек не может встретиться взглядом с присутствующими, поэтому он почти всегда опускает глаза и смотрит искоса. Резкое покраснение иногда сопровождается незначительным выделением слез, беспокойным движением глаз.

Эти эмоциональные сигналы бывают едва заметными. Высоко поднятые брови говорят о смущении, растерянности, удивлении.

С мимикой очень тесно связан взгляд или визуальный контакт.

Американскими психологами Р. Экслэйном и Л. Винтерсом показано, что взгляд связан с процессом формирования высказывания и трудностью этого процесса. Когда человек только формирует мысль, он чаще всего смотрит в сторону (в «пространство»), когда мысль полностью готова, - на собеседника. Слушающий же больше смотрит в сторону говорящего и «посылает» ему сигналы обратной связи.

С помощью глаз передаются самые точные и открытые сигналы из всех сигналов человеческой коммуникации, потому что глаза занимают центральное положение в человеческом организме, а зрачки ведут себя полностью независимо. Общаясь, люди стремятся к обоюдности и испытывают дискомфорт, если она отсутствует.

Когда человек возбужден, его зрачки расширяются и, наоборот, сердитое, мрачное настроение заставляет их сокращаться. Расширение и сужение зрачков не контролируется человеком.

Взгляд служит средством установления контакта, синхронизации взаимодействия, средством получения «обратной связи» - информации и о том, что партнер «включен» в общение, слушает, понимает.

Длительный, неподвижный взгляд в глаза собеседнику – стремление подчинить его, отведенный в сторону взгляд может означать скрытность или несогласие.

Различают взгляды: деловой, неформальный или социальный и интимный.

Деловой взгляд охватывает «символический» треугольник на лице собеседника: лоб – зрачок правого глаза – зрачок левого глаза – лоб. Начальник должен смотреть на подчиненного деловым взглядом.

Если глаза движутся на лице собеседника по линии глаза – рот, то это неформальный (социальный) взгляд. Мы пользуемся им на приемах, вечеринках и т.д.

Интимный взгляд проходит через линию глаз собеседника и опускается ниже рта. Чем ниже, тем интимнее.

По мнению К. Станиславского, взгляд – это непосредственное общение в чистом виде, из души – в душу. Немало образных выражений имеется в поэзии, художественной литературе о женских чарах, против которых не могли устоять ни былинные, ни смертные люди. Объясняется это тем, что посредством взгляда осуществляется психическое давление, то есть мощный по своей концентрации флюидный выброс. Психический эффект взгляда усиливается еще тем, что он, как правило, несет в себе информацию. Собственно говоря, благодаря информативности взгляда мир поддается прочтению. В повседневном общении всегда можно наблюдать, насколько разнообразна и оперативна информация, передаваемая этим языком.

Современные этнографы считают, что все цивилизации подразделяются на две группы в зависимости от направленности их взгляда при общении с другими.

Одни направляют взгляд при разговоре в глаза собеседника (арабы, европейцы, латиноамериканцы). Но длительность взгляда различная. Русские, шведы смотрят больше и дальше, чем англичане.

У других народов во время разговора взгляд направлен в сторону (японцы, корейцы). Представители этих двух цивилизаций взгляд понимают по-своему. Они считают дерзким невежливым смотреть прямо в глаза.

Взгляд в сторону японского оратора американец сочтет за лицемерие, за утаивание чего-то. Русские воспринимают такой взгляд как стеснительный, неискренний.

Для африканцев контакт глаз при общении не обязателен. Разговаривая, негр смотрит прямо в глаза европейцу, американцу. Это говорит об уважении. Азиатские женщины не смотрят в глаза мужчинам, а мужчины – в глаза женщинам. Но муж жене может смотреть в глаза, а она ему – нет.

Исследования показывают, что человек чаще смотрит на того собеседника, который ему не нравится или которому он не доверяет. Но есть случаи, когда человек смотрит гневно, с неприязнью на того, кто является объектом его раздражения.

Чем ближе друг к другу стоят собеседники, тем более благожелательно и дружелюбно они настроены.

Если человек не смотрит прямо в глаза, значит он обманывает. Но бывают случаи, когда человек будет опускать глаза и отводить их в сторону и говорить неправду, и наоборот, робкий человек, говоря правду, будет опускать глаза. Поэтому нужно быть внимательным, по возможности осведомленным.

Взгляд, устремленный в пространство, подглядывание на часы, говорит о скуке.

Взгляд поверх очков действует на собеседника негативно. Он чувствует себя виноватым, скрещивает руки на груди, кладет ногу на ногу.

Прикрытые глаза свидетельствуют о неуверенности человека. У замкнутого человека губы плотно сжаты, у расстроенного – уголки рта опущены.

Если во время разговора собеседник опускает веки, значит он не хочет продолжать разговор. Он чувствует свое превосходство. Его голова откинута назад, взгляд свысока. Людям, носящим очки, следует снимать их, когда они говорят, и надевать, когда они слушают. Это действует успокаивающе на собеседника и позволяет тому, кто в очках, контролировать течение разговора. Очки сняты – не прерывают собеседника, надеты – нужно говорить.

Имеются случаи, когда языку тела специально учат для достижения благоприятного впечатления, например, конкурсанток «Мисс Америка», «Мисс Вселенная». Чем с большим мастерством участницы конкурса смогут передавать эти сигналы, тем больше очков они получают от судей. Но имитировать нужные движения можно только в течение короткого времени. Вскоре организм произвольно передаст сигналы, противоречащие его сознательным действиям.

Некоторые политики, чтобы завоевать расположение избирателей, копируют язык тела. О таких говорят, что у них есть «божий дар».

Просодические и экстралингвистические средства

Просодика – это общее название таких ритмико-интонационных сторон речи, как высота, громкость голосового тона, тембр голоса, сила ударения.

Экстралингвистика – это включение в речь пауз, а также различного рода психологических проявлений человека: плача, кашля, смеха, вздоха и т.д.

Просодическими и экстралингвистическими средствами регулируется поток речи, экономятся языковые средства общения, они дополняют, замещают и предвосхищают речевые высказывания, выражают эмоциональные состояния.

Энтузиазм, радость и недоверие передаются высоким голосом. Так же довольно высоким голосом более широкого диапазона тональности, силы и высоты звуков передаются гнев и страх.

Однако взаимосвязь между голосом и характером до сих пор однозначно не установлена.

Ясное и четкое произношение слов, отчетливое произнесение звуков, а также окончаний и частиц, то есть отчетливая артикуляция указывает на внутреннюю дисциплину, осознанную жизненную позицию, в то же время может быть отражением недостатка живости.

Скорость речи также отражает чувства: быстрая, речь – взволнованность, обеспокоенность чем-либо или личные проблемы. Медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, высокомерии или усталости. Спокойная, медленная манера говорить указывает на спокойствие, невозмутимость, вдумчивость, рассудительность собеседника.

Замедляющаяся речь (и жестикация) свидетельствует о задумчивости, «включении» внутренних тормозов по поводу сказанного, потери уверенности, покорности из-за усталости или истощения сил. Заметные колебания скорости речи могут быть признаком уравновешенности, возбудимости человека.

Ускоряющийся темп речи (и жестикации) указывает на то, что говорящий весь погружен в предмет разговора, вдохновлен тем, о чем говорит.

Оживленная, бойкая (вплоть до торопливой) манера говорить, быстрый темп речи указывают на то, что собеседник человек темпераментный, импульсивный, живой уверенный в себе, беспрепятственно самовыражающийся (при ненарушенном течении речи). В то же время беспокойная, торопливая, беспорядочная манера говорить, почти всегда сопровождающаяся чрезмерным жестикулированием, срывающийся голос свидетельствует о робости (возможно только в данной ситуации), неуверенности или возбуждении, торопливости, непостоянстве, неуправляемости.

Восточная мудрость гласит: «Истина лежит не на устах говорящего, а в ушах слушающего». Умение слушать – это один из самых важных и эффективных элементов хорошего тона. «Не слушать, - писал Бальзак, - это не только отсутствие вежливости, но и признак пренебрежения... Ничто так не окупается в общении с людьми, как милостыня внимания...».

Строго цикличное, правильное говорение указывает на жесткость, любовь к порядку, педантичность, твердость, холодность чувств. Умение слушать – профессиональная черта руководителя.

Хорошо подготовленный человек может по голосу определить, какое психологическое движение совершается в момент произнесения той или иной фразы, и, наблюдая за жестами в ходе речи, может определить, каким голосом говорит человек. Поэтому не нужно забывать, что иногда жесты и движения могут противоречить тому, что сообщает голос. Следовательно, необходимо контролировать данный процесс и синхронизировать его.

Богатство языка предоставляет человеку различные возможности для описания себя. Чем больше в языке человека слов и выражений, относящихся к его внутреннему миру, к особенностям его личности, тем более позволяет этот язык понять изменить себя, тем больше различий между собой и другими людьми он может заметить. Люди по-разному используют возможности, данные им языком. Руководитель должен знать последствия употребления им слов и выбирать те, что работают на созидание, а не на разрушение.

Такесические средства

К такесическим средствам общения относятся динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя. Использование человеком в общении динамических прикосновений определяется многими факторами. Среди них особую силу имеют статус партнеров, возраст, пол, степень их знакомства.

Рукопожатия, например, делятся на три типа: доминирующее (рука сверху, ладонь развернута вниз), покорное (рука снизу, ладонь развернута вверх) и равноправное (ладони рук вертикально). При доминирующем рукопожатии ладонь повернута вниз, в жесте появляется оттенок начальственности. При покорном рукопожатии человек протягивает руку, развернув ее ладонью вверх. В этом случае отдается инициатива другому человеку. Так поступают люди, страдающие артритом рук. Слабым рукопожатием обмениваются хирурги, артисты, художники

и музыканты, для которых профессионально важны чуткие руки. Друзья всегда используют равноправное рукопожатие, подавая ладони рук вертикально.

Такой тактильный элемент, как похлопывание по плечу, возможен при условии близких отношений, равенства социального положения общающихся.

Благотворное воздействие прикосновения доказал американский врач С. Шенберг. Отмечено, что лучше чувствуют себя те люди, к которым в детстве постоянно прикасались. Они, как правило, более раскованны, уверены в себе. Они более коммуникабельны, контактны. Им проще и легче жить. Они реже испытывают стрессы.

Профессор медицины, директор Международного научно-исследовательского центра традиционной медицины «ЭНИОМ» Я.Г. Гальперин утверждает, что прикосновением один человек действительно может исцелить другого. Прикосновение к человеку оказывает влияние на формирование здоровых клеток мозга, способствуют развитию памяти, органов чувств, создают условия для здоровой и полноценной жизни.

Не только физическим прикосновением, но и сочувствием можно помочь человеку, сделать ему приятное, чтобы он ощутил прикосновение. Я.Г. Гальперин убежден, что прикосновение, сочувствие оказывают сильное и благотворное воздействие на развитие любого человека.

Проксемические средства общения

Проксемика (от англ – близость) исследует расположение людей в пространстве при общении. Это понятие ввел в начале 60-х годов американский антрополог Эдвард Холл. К проксемическим характеристикам относятся ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними.

Человек как и животные, рыбы, птицы имеет определенное воздушное пространство вокруг своего тела, а также личную территорию – квартиру, дом и т.д.

Размеры воздушной оболочки человека зависят от плотности населения людей в месте их проживания. Следовательно, размеры личной пространственной зоны социально и национально обусловлены. По данным Д.Левиса, при беседе предпочитают близкое расстояние - японцы, греки, датчане, испанцы и др., так как они привыкли к перенаселенности. Среднее расстояние между собеседниками занимают англичане, немцы, шведы, австрийцы, жители Швейцарии и др.

Предпочитают широкие открытые пространства, любят сохранять дистанцию американцы, австралийцы, новозеландцы.

Психический и этический комфорт в процессе общения во многом определяется дистанцией между собеседниками. Знание расстояния – нормы приближения человека к человеку, называемых дистанциями, позволяет прогнозировать реакцию людей в процессе общения.

Независимо от района проживания, размеры личной пространственной территории человека среднеобеспеченного социального уровня в принципе одинаковы. Ее можно разделить на четыре четкие пространственные зоны:

интимная (от 0 до 45 см), включая сверхинтимную зону (0 – 15 см) – общение с близкими людьми;

личная или персональная (46 – 120 см) - общение со знакомыми людьми;

социальная (120 – 400 см) - общение с незнакомыми и малознакомыми людьми;

публичная (свыше 400 см) - общение лектора со слушателями и др.

У разных народов эти пространственные зоны различны. Так, у североамериканцев интимная зона больше, чем у латиноамериканцев или японцев. Плохо переносят близкую дистанцию интроверты.

Существует ряд неписаных правил поведения для европейцев в условиях скученности людей, например, в автобусе или лифте:

ни с кем не разрешается разговаривать, даже со знакомыми;

не рекомендуется смотреть в упор на других;

лицо должно быть совершенно беспристрастным, никакого проявления эмоций не разрешается; чем теснее в транспорте, тем сдержаннее должны быть движения людей;

в лифте следует смотреть только на указатель этажей.

Воспринимая невербальную информацию, следует иметь в виду, что это прежде всего сигнал, требующий внимания собеседника. Но прежде, чем приступить к реагированию на этот сигнал, необходимо рассматривать его в общем контексте беседы и в сравнении с другими средствами передачи информации.

Знание невербальных средств общения поможет деловым людям правильно оценить поведение людей, улучшить с ними взаимоотношения.