

Мы все глядим в пигмалионы

В нашем лексиконе давно прописалось модное слово «респектабельность». По своему смыслу оно довольно емкое и включает в себя умение человека вызывать к себе уважение - поведением, стилем общения, внешностью. Когда мы приходим в компанию, сразу чувствуем, респектабельная это компания или нет. Бывают компании с Ренуаром на стене, персидскими коврами на полу, - одним словом, богатые, но не респектабельные. А бывают небогатые, но очень респектабельные. Приведу пример. Допустим, вы впервые приходите в компанию, а на ресепшн никого не оказывается. Куда идти, вы не знаете. Мимо, не обращая на вас внимания, проходят люди. Вы начинаете расспрашивать их: не подскажете, где кабинет господина Иванова? Наконец кто-то объясняет: вам прямо, потом налево, потом направо... Очевидно, что здесь вас не уважают.

Другой пример. Человек, который приходит в вашу компанию или в ваш дом, получает статус гостя. Не важно, курьер это или руководитель компании - это в первую очередь гость. Конечно, руководителя встретят иначе, чем курьера. Но и того, и другого поприветствуют, и тому, и другому окажут знаки уважения, предложат проводить, например. Нужно помнить: клиент - это самое лучшее, что могло произойти в вашей жизни. На Западе есть такой постулат, и мы сейчас понемногу начинаем его осваивать: каждый из нас должен быть готов в любую минуту выполнить роль если не гостеприимного хозяина, то хотя бы принимающей стороны. Учтивый прием свидетельствует о высоком уровне корпоративной культуры или по крайней мере о том, что в организации работают прекрасно воспитанные люди, владеющие навыками деловой культуры. Представление о компании складывается прежде всего из того, как вас встречают, как с вами общаются. Это важнее, чем роскошный интерьер.

Деловой протокол - это система взаимоотношений между статусами, а не между личностями. Допустим, человек пришел ко мне как старший менеджер одной компании к старшему менеджеру другой компании. Как профессионал к профессионалу. Даже если я терпеть не могу этого человека, я ни в коем случае не выражу своего личного отношения. Это профессионализм. Я обязана оказать ему все знаки внимания, которые полагаются ему по статусу как представителю уважаемой компании. Мы априори должны относиться к организации-партнеру или клиенту как к уважаемой компании, независимо оттого, насколько это соответствует действительному положению вещей. Какие знаки внимания я должна оказать? Это тоже серьезный вопрос. Необходимо знать регламент. Менеджеры по персоналу солидных компаний организуют для своих сотрудников занятия по этикету, технике речи, мастерству актера, и это помогает им быть более убедительными в процессе общения, вести себя в соответствии со статусом.

Сила голоса

Специалисты утверждают, что в процессе общения 60-80% информации мы передаем и получаем на невербальном уровне, 10-20% - это паравербальные коммуникации и только 7% информации передает речь. Что мы можем определить по тому, как и что человек говорит? Очень многое. Например, можем узнать, где он родился - москвича выдаст специфическое «аканье», украинца - фрикативное «г» и особая певучая интонация и т.д. По манере говорить и интонировать многое можно узнать о возрасте человека, его воспитании, образовании, профессии - ведь у каждой профессии есть свои сленговые словечки. С другой стороны, грамотный человек, даже если он владеет профессиональным сленгом, не будет его использовать, общаясь с людьми, которые не имеют отношения к этой сфере деятельности. Чем выше статус человека, тем грамотнее должна быть его речь, тем богаче и точнее интонация. Интонационное богатство речи - признак высокой культуры.

В паравербальных коммуникациях важны дикция, артикуляция, тембр голоса. Если человек говорит сквозь зубы, не разжимая челюсти, невольно создается впечатление, что он всех ненавидит. Говорить невнятно - значит, проявлять неуважение к людям, которым адресована речь. Важная составляющая имиджа - фоногеничность, звучание голоса по телефону. Ведь голос создает определенный образ. Скажем, вы звоните в солидную компанию, и в трубке раздается визгливый голос, который, как вам кажется, может принадлежать только неуравновешенной даме с «мочалкой» на голове. Какое у вас остается впечатление? Вам кажется, что вас обманули: эта компания не может быть солидной, если в ней работает такой секретарь. Можно предположить и то, что у этой организации плохой менеджмент. И если у вас есть выбор - вы пойдете в другую компанию.

Другой пример. Вы звоните в солидную компанию и слышите низкий сексуальный голос, который, растягивая слова, произносит: «Приемная господина Иванова...» Что вы думаете о компании? Комментарии, как говорится, излишни. Но, нужно заметить, что в целом низкий голос воспринимается как статусный. И все же традиционно «деловой» тембр располагается в среднем регистре. Важно владеть своим голосом, использовать его выразительные возможности в соответствии с целями коммуникации.

«Держать лицо»

Огромное значение имеет мимика. Часто люди даже не подозревают о том, какое впечатление они производят своим выражением лица. Например, есть лица с характерными бровями «домиком», как у маски Пьеро из итальянской комедии дель арто. Когда люди с такой особенностью внешности хотят выразить какую-то эмоцию, их лицо тотчас принимает страдальческое выражение, а с несчастными, со страдальцами нам неприятно общаться. При этом человек на самом деле является успешным и даже не представляет, какую реакцию вызывает у окружающих. Сам себя он не видит, и никто ему не подсказал, что нужно изменить мимику, снять эту «маску», внушающую неприязненное отношение. Нас часто выдает выражение лица. Одна из самых сложных задач - держать лицо.

У актеров есть такое понятие - мышечный зажим. «Маска стервы» - самая распространенная форма зажима. Человек опасается, что на него сейчас начнут нападать и поэтому бросается атаковать первым. Важно уметь различить подлинную агрессивность или забитость и зажим как средство защиты. И в зависимости от этого по-разному выстраивать коммуникацию с людьми.

Какую позу предпочесть

Все, что вы подумали о человеке в первые 30 секунд знакомства, скорее всего, соответствует действительности. Почему? Работают интуиция, ощущения. Мы невольно фиксируем позу, взгляд, костюм, прическу, выражение лица и «считываем» их значения.

Интересно, например, наблюдать, как ведут себя люди в публичных местах, например в транспорте. Старушки часто используют уменьшительные формы слов: «Прокомпостируйте мне талончик». Это «чик» - «талончик» - указывает на заискивание, это своего рода способ попросить: не обижайте меня, я такая слабенькая. Конечно, в речи взрослого человека это выглядит неприятно. О многом может сообщить поза. О чем человек думает, то его тело и показывает. Часто мужчины сидят, широко расставив ноги. И невольно взгляд попадает в точку пересечения двух прямых (в данном случае - ног). И поза воспринимается

как акт сексуальной агрессии: заходи, никому отказано не будет. А человек об этом даже не подозревает, он просто сидит. И это драматично, если человек не понимает, какое впечатление он производит своей позой. Если женщина в юбке сидит, расставив ноги, мужчина-собеседник видит внутреннюю сторону бедер, и ни о чем другом он уже думать не может. Женщина выглядит вуль-гарно, призывно, она дразнит мужчину как самца. Если она знает об этом и делает это сознательно, чтобы выглядеть смелой, чтобы достичь каких-то определенных целей, и при этом она готова отвечать за это впечатление, тогда в такой позе есть смысл. Но чаще всего женщина даже не догадывается, что означает для мужчины эта поза, и когда он начинает соответствующим образом реагировать, возмущаться: «Что вы себе позволяете?» - глупо. Еще пример. Человек намеренно принимает расслабленную позу. Люди приходят, видят его в такой позе и уходят. Он своей цели достиг - никому не нагрубил, а все ушли. Но может быть и такая ситуация: человек ждет, например клиента, в расслабленной позе. К нему приходят, но, увидев его в такой позе, предпочитают уйти. Он удивлен: почему они ушли, я ведь даже не успел ничего сказать? Он не понял, какое впечатление произвел. Когда человек расслабляется, у него расслабляются мышцы лица, расслабляются мышцы речевого аппарата, речь становится невнятной... Поэтому важно держать мышцы в тонусе, поддерживать хорошую осанку. Хорошая осанка, развернутая грудная клетка ассоциируются со здоровьем и чувством собственного достоинства.

Очень многие вещи в коммуникациях и этикете строятся на базовых инстинктах. У всех есть инстинкт самосохранения, он обуславливает многие реакции. Допустим, открывается дверь, и все оборачиваются на вошедшего. Почему? А вдруг это опасно, угрожает жизни? Это инстинкт, и его нужно научиться контролировать. Что делают воспитанные люди? Периферийным зрением оценивают, что опасности нет, и продолжают заниматься своими делами. Люди всегда реагируют на движущийся объект. Почему бабушки на рынке трясут вещами? Чтобы привлечь к ним внимание. Если кто-то совершает импульсивные движения - качает ногой, например, что бы ни происходило в кабинете, о чем бы ни говорил докладчик, - все будут наблюдать только за ногой. Важно осознавать, что тело всегда откликается не на то, о чем мы говорим, а на то, что мы думаем на самом деле. Тело всегда предаст, если мы его не натренируем. Интонация нас выдаст. Необходимо хорошо владеть собой, своим физическим аппаратом, чтобы производить то впечатление, которое нужно, а не то, которое получается в трудную минуту.

О пользе разведки

Произвести хорошее впечатление легче, если заранее собрать сведения о том, с кем предстоит встречаться. На каждого партнера или клиента полезно завести деловое досье, в котором будет собрана информация о том, когда и где он родился, что ему дарили в течение последних 10 лет, каковы его вкусы и пристрастия, какой у него характер. Готовясь к встрече, нужно расспросить о нем коллег, людей, которые его знают, чтобы понять, как одеться, выглядеть, держать себя, чтобы создать такой имидж, который будет воспринят благосклонно. Тогда деловое общение будет более эффективным. Чем больше информации о человеке, тем более гибким можно быть в процессе коммуникации. В этом случае можно заранее выбрать тактику поведения, просчитать варианты. Но даже если такого досье нет, если общение складывается спонтанно, имидж уважаемого делового человека, уважающего себя и других, безусловно, будет способствовать достижению поставленных целей.