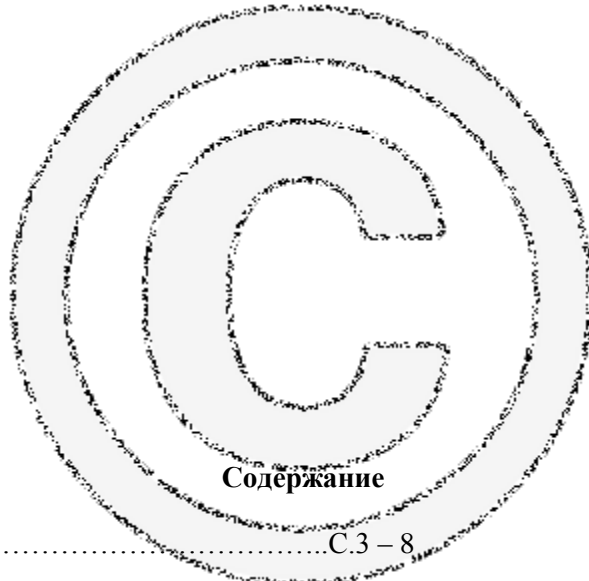


Князев А.М. Основы психологии ориентированной на клиента. – М., 2006. – 113 с.

Предлагаемая читателю работа представляется своевременной и важной в связи с возрастанием значения профессиональной деятельности ориентированной на обслуживание клиентов. Автор, опираясь на собственный опыт практической психологической работы, предлагает «азбуку» клиентской работы, построенную на изучении особенностей клиентов и направленную на достижение эффективных результатов в работе по оказанию им необходимых услуг.

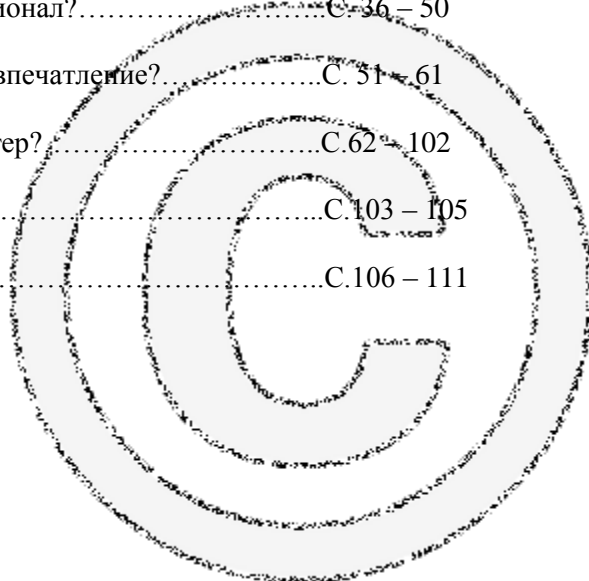
Предлагаемая работа представляет интерес для всех кто заинтересован в более глубоком понимании окружающих людей и коррекции на этой основе собственных взаимоотношений с ними.

Работа ориентирована прежде всего на специалистов включенных в сложную и ответственную работу по оказанию услуг клиентам, а также на соответствующих руководителей, которые обеспечивают отбор и подготовку специалистов по работе с клиентами.



Содержание

Введение.....	С.3 – 8
Глава 1. Что значит изучать клиента?.....	С.9 – 17
Глава 2. Что значит понять клиента?.....	С.18 - 35
Глава 3. А Вы – профессионал?.....	С.36 – 50
Глава 4. Как произвести впечатление?.....	С.51 – 61
Глава 5. Что такое характер?.....	С.62 – 102
Заключение.....	С.103 – 105
Приложение.....	С.106 – 111



ВВЕДЕНИЕ

Уважаемый читатель!

Полагаю, что желание открыть эту книгу возникло у Вас в связи с интересом к людям и желанием более успешно удовлетворять их потребности в Ваших профессиональных услугах. Впрочем, если Вы будете внимательны, то Вам станет понятно, что предложения изложенные автором в этой книге распространяются и на другие ситуации жизнедеятельности, где мы неизбежно сталкиваемся с потребностями людей и взаимодействуем с людьми. А может быть, уделить время вопросам психологической работы с клиентами Вас сподвигли особенности Вашей профессиональной деятельности предполагающей управление специалистами, работающими с клиентами и обучение их. И это хорошо, ведь опираясь на свой жизненный и профессиональный опыт, дополнив его предлагаемой информацией, Вы вполне сможете проводить занятия с подчиненными и обучать их эффективной работе с клиентами в интересах Вашей организации.

В любом случае, уважаемый читатель для того, чтобы реализовать указанное, Вам предлагается познакомиться в данной книге с доступными для тонирования и применения положениями, правилами, рекомендациями и диагностическим инструментарием, что, несомненно, будет способствовать Вашему профессиональному и личностному росту. Так что держайте!

При этом, уже на основе простого анализа можно определить **наиболее востребованные качества, способствующие успеху современного специалиста в решении профессиональных задач в целом.** К таким качествам, учитывая современные тенденции развития профессиональной среды, следует причислить:

1. **Умение решать возникающие проблемы и задачи профессиональной деятельности.** Люди, способные правильно определять основания возникающих напряжений, находить и принимать эффективные решения, наиболее востребованы в клиентской работе.

2. **Умение общаться с людьми.** Организация заинтересована в построении эффективных для профессиональной деятельности взаимоотношений сотрудников с клиентами. Часто успех напрямую связан с тем, насколько совместимы сотрудники, насколько слаженно работают они в команде, как общаются, каковы их взаимоотношения с теми, кто востребует услуги организации.

3. **Наличие знаний и умений, позволяющих продуктивно использовать современные информационные и другие технологии** обеспечения профессиональной деятельности, что существенно увеличивает профессиональные возможности.

4. **Наличие психолого-педагогических знаний и умений:** Всегда будут востребованы люди обладающие способностями воспитания и обучения. Это относится не только к сфере образования, но и к социальным программам, к сфере менеджмента и коммерции. Умение убедить, вызвать нужную реакцию другого человека или группы является важнейшей в современном бизнесе. Для этого востребуются педагогические и психологические технологии, которыми желательно обладать профессионалу.

5. **Общая эрудиция и осведомленность,** которые делают человека заметным, способным представлять организацию на рынке услуг, делают его более адаптивным в различных условиях, способствуют профессиональному творчеству.

6. **Знание основ менеджмента; личная ответственность и дисциплинированность,** проявляющиеся в профессиональной деятельности. Специалист должен быть способен управлять собой, выполнять требования руководства, прислушиваться к клиентам.

7. **Владение иностранными языками.** Владение хотя бы одним из них увеличивает возможности специалиста во взаимодействии с клиентами, расширяет его языковое пространство ориентированное на потребителей услуг организации.

8. **Обладание техническими навыками,** способностями устанавливать, тестировать и ремонтировать сервисное оборудование придаёт специалисту солидное преимущество относительно тех, кто этого делать не умеет.

9. **Знание этикета и протокола.** Умение контролировать свое поведение в соответствии с принятыми нормами в определенных условиях является важным и способствует бесконфликтному взаимодействию с клиентами и другими сотрудниками в условиях организации.

10. **Безукоризненный имидж** позволяет формировать позитивное представление клиентов о сотруднике и организации, которую он представляет.

Действительно, в текстах поисковых объявлений организаций предлагающих работу Вы можете прочесть следующее: «Требуется добросовестный, исполнительный сотрудник...»; «Требуется специалист с опытом работы...», «Требуется специалист со знанием иностранного языка...», и все же перечень требований всегда ограничен относительно того, что же будет востребовано на самом деле.

Очевидно, что условия современного этапа развития экономики, характеризуются жесткой конкуренцией, сложными и нестабильными условиями, быстрыми темпами обновления технологий, увеличением объемов перерабатываемой информации, объемов работ и ответственности за их выполнение. На этом фоне зарубежные **бизнес структуры делают ставку на уникальные качества человека, работника, сотрудника.** И это справедливо, поскольку благодаря этим качествам человек создает продукты деятельности организации, именно от него зависит её развитие, внутренняя культура, имидж. Зарубежный и отечественный опыт свидетельствует, что наибольшего успеха достигают организации, внимательно изучающие персонал для того, чтобы востребовать его качества в работе с клиентами.

Следует признать, что **потребности различных организаций в специалистах способных эффективно работать в сфере обслуживания клиентов значительно выше количества профессионально подготовленных к такой деятельности специалистов.** Недостаточная подготовленность соответствующих специалистов и одновременно, вынужденная необходимость выполнения ими деятельности в области обслуживания клиентов, приводит зачастую к комплектованию организаций кадрами не способными в полной мере и успешно выполнять профессионально-важные задачи, снижению общей эффективности оказания услуг и как следствие снижению доверия клиентов к организации, а также к дискредитации самих специалистов.

В связи с этим, Вам, уважаемый читатель, **предлагается пособие, которое может быть полезно, если Вы,** в силу обстоятельств или функциональных обязанностей работаете с клиентами или осуществляете отбор специалистов которые в перспективе будут заняты такой работой. Цели их деятельности при этом могут быть различны, от изучения особенностей клиентов, удовлетворения их потребностей в обслуживании, до построения взаимоотношений с ними в логике профессиональной деятельности.

В связи с этим, **автор рассматривает в пособии технологии психологического изучения различных людей, как субъектов сервиса, чьи потребности необходимо удовлетворять.** В данной работе анализируются особенности организации и осуществления клиентской работы, приводятся психологические методы и методики не предполагающие особой сложности в применении, в то же время позволяющие получать необходимые сведения о клиентах, их потребностях, привычках, а также прогнозировать их поведение.

Беседы со специалистами, работающими в области социального управления и профессиологии в различных организациях, а также собственный многолетний опыт практической работы позволили определить **параметры,**

которым должен отвечать предлагаемый в данной работе инструментарий. К таким параметрам следует относить:

- достаточную информативность;
- доступность в понимании технологии применения и интерпретации полученного результата.

Названные критерии и легли в основу подбора рекомендаций и инструментария предлагаемого авторами в данной книге читателю.

Пособие лишено чрезмерной детализации, написано доступным для понимания языком, включает словарь наиболее сложных понятий и терминов. Предлагаемый материал, несомненно, потребует осмысления, отработки на практике, после чего предлагаемые рекомендации и приведенные методики могут успешно применяться.

Если же Вы, уважаемый читатель, полагаете, что изучение людей и удовлетворение их потребностей не входит в область Ваших профессиональных интересов, либо уверены, что и без этой предлагаемой автором информации все и всех знаете, то приобретите эту книгу для того, кому она необходима, наверняка таковые есть в Вашем окружении.

Если же Вы полагаете, что автор в определенной степени соотносится с Вашими профессиональными и личностными устремлениями, то смело вникайте в суть психологии клиентской работы и реализуйте профессиональные задачи с учетом предлагаемого опыта, конечно же, преломляя рекомендации автора через свое профессиональное видение.

В добрый путь к постижению знаний и умений!

Александр Князев

Хороший наблюдатель должен уметь «распространять» свое внимание на многочисленные детали.

М.Робер (психолог)

Глава 1. Что значит изучать клиента?

Какой он, наш клиент?

Что такое психический статус?

Итак, уважаемый читатель, наступило время компетентных организаций. Рынок структурировался, а **ценность клиента резко возросла**. Успешность организации сегодня все больше зависит не от удачных «схем» бизнеса, а от ежедневной регулярной работы с клиентами. Появилась необходимость создания такой «коммерческой философии», которая бы позволяла организации иметь всех на рынке длительное время. Многие специалисты полагают, что в качестве такой философии выступает активная ориентация на клиента.

При этом, отметим, что прописные истины рынка в связи с клиентской работой стали ощущаться в непосредственном экономическом измерении - неловкие реакции на запрос клиента, невозможность выбрать соответствующую роль по отношению к клиенту, невозможность гибко отреагировать на конфликтные ситуации, отсутствие спонтанного ответа на вопрос, для чего мы нужны клиенту - все это стало причиной потерь клиентов, их переориентации на другие организации.

Но что кажется особенно важным, ориентация на клиента в современных условиях становится стратегической необходимостью организаций. А это, безусловно, требует проработки всех аспектов коммерческой деятельности, которая часто упрощалась и сводилась к комплексу экономических показателей, процентов от продажи услуг или отрывочных знаний о языке общения. Руководители компаний все больше осознают, что в условиях современной конкурентной продажи услуг, основная прибыль будет определяться эффективным коммерческим штатом специалистов, искренне ориентированных на клиентов и профессионально подготовленных к работе с ними. Такие специалисты - следствие целенаправленной политики всей организации по подбору, отбору, обучению, изучению деятельности кадров, коррекции недостатков и стимулирования успехов.

При этом, сами клиенты стали более критичны, а это проявляется, прежде всего, в том, что они более требовательны к качеству и стоимости предлагаемых услуг. Самоуверенность клиентов возрастает в связи с существенными изменениями на рынке: одну услугу становится все легче заменить альтернативной другой, поэтому клиенты больше не привязаны к одному предложению услуг. Если они не удовлетворены обслуживанием одного предприятия, то достаточно легко находят себе другие, которые предлагают аналогичные услуги. На сегодняшний день рынки насыщены разнообразными услугами. Все труднее становится привлечь и завоевать новых клиентов,

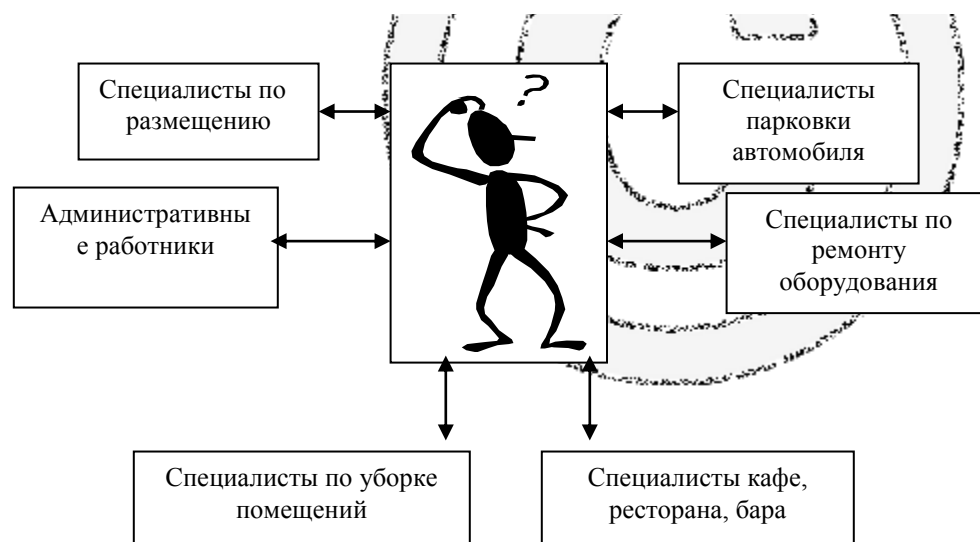
Конкуренция становится жестче, и для предприятий все важнее становится сохранить привязанность клиентов к своей торговой марке. Для этого как раз и нужна ориентация на клиента.

Такая ориентация - это распознавание потребностей и ожиданий клиентов в соответствии с их установками и чертами характера, с последующей попыткой их удовлетворения в условиях организации (гостиницы, ресторана, сервис-центра и др.). Цель ориентации на клиента заключается в повышении потребительской полезности, установлении долгосрочных и стабильных отношений с ним.

В связи с этим особенно известен в западной экономике, так называемый «тонкий менеджмент» (*Lean Management*). Его цель - гибкая ориентация на клиента при минимальном по возможности вложении ресурсов и одновременно высоком качестве обслуживания.

В то же время, каждый раз, когда клиент пользуется предлагаемыми услугами, возникают различные ситуации, когда он вступает в контакт с предприятием и сотрудниками. Подобные компоненты контакта можно проанализировать, если процесс оказания услуг разделить на отдельные этапы. Простой пример анализа контактов приведен в схеме на примере размещения клиента в гостинице (см. схему 1).

Анализ контактов специалистов с клиентом на примере его размещения и проживания в гостинице.



Впечатления клиента от взаимодействия с сотрудниками создают особое психологическое пространство, внутри которого накапливается общее впечатление и эмоционально окрашенное отношение. Совпадает ли поведение, действия или деятельность сотрудников, специалистов с теми ожиданиями, которые существовали у клиента? То, что происходит в эти моменты истины, не может регулироваться управлением непосредственно. Решающими в таких случаях являются сотрудник (специалист) и его умение правильно строить взаимодействие с клиентом, учитывая его особенности и возможные изначальные ожидания.

В связи с этим необходимо формировать у сотрудников психологические знания и умения, предполагающие способность сохранения в процессе взаимодействия заинтересованно-положительного отношения клиента к организации и оказываемым в ней услугам. При этом важно прежде всего совершенствовать набор знаний относительно различения особенностей психики клиентов, прежде всего различения особенностей их психического статуса.

Под психическим статусом понимается условно определяемое место человека в социальной группе, относительно особенностей его психики и характерных черт. Это своего рода рейтинговое место личности с учетом состояния её психического здоровья и возможных проявлений психического напряжения во взаимодействии и деятельности в связи с определенными признаками.

Обозначенный психический статус может достаточно ярко проявляться уже в процессе первого взаимодействия с человеком. **В качестве «признаков риска» (признаков нежелательного психического статуса) следует различать поведение и отношение, негативно влияющее или способное негативно влиять в перспективе на других людей, препятствовать совместному проживанию, общению, успешному решению профессиональных задач.**

Такое негативное поведение людей входящих в "группу риска" может проявляться, по мнению специалистов в области психиатрии и психологии, в виде определенных эмоциональных реакций или активно-волевых актов (См. таблицу 1).

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ РЕАКЦИИ И АКТИВНО-ВОЛЕВЫЕ АКТЫ, ПРОЯВЛЯЮЩИЕСЯ КАК НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ РЕАКЦИИ	АКТИВНО-ВОЛЕВЫЕ АКТЫ
Неустойчивость установки	Выраженная чрезмерная активность или пассивность
Повышенная вспыльчивость	Болтливость или замкнутость
Острота симпатий и антипатий	Безудержность в поступках
Импульсивность в поведении	Бесцельность и рассеянность
Пугливость и наличие страхов	Деспотизм и издевательство
Пессимизм и равнодушие	Черствость и лживость
Гневливость	Негативизм
Страстность	Недангизм

Проявлен
ия людей
«группы риска»
наверняка
известны
уважаемому
читателю по

опыту работы и жизни. Причем людей включенных в социальное взаимодействие и профессиональную деятельность при выраженных трудностях их социальной и профессиональной адаптации достаточно много, что предполагает внимательное их изучение и наблюдение за ними, построение особого (терпеливого) взаимодействия с ними.

При этом специалисты, работающие в области психологии и психиатрии давно определили, что негативные тенденции в проявлениях человека предопределены генетически, физиологически и социально. **Общую негативную предопределенность (заданность) проявлений личности можно выявить, детально фиксируя качества, определяющие её психический статус. К таким качествам чаще всего относят следующее:**

1. Низкий образовательный уровень изучаемой личности, низкий уровень общей эрудиции и осведомленности относительно широко известных сведений.
2. Проявляющееся в общении негативное отношение изучаемой личности к собственным родителям, к другим людям вообще.
3. Отсутствие актуальных увлечений и мотивации изучаемой личности относительно самосовершенствования в чем-либо.
4. Общая конфликтность, неуживчивость.
5. Заметное изменение характера и поведения за короткий период времени без видимых причин (скачкообразность характера).
6. Недостаток внимания к окружающим людям проявляющийся в процессе взаимодействия.
7. Возбудимость, гиперактивность, самопогруженность, замкнутость человека.
8. Отсутствие внутренней дисциплины (неумение держать себя в рамках требований).
9. Проявляющаяся забывчивость, невнимательность, рассеянность.
10. Жалобы на нарушения желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистой системы.
11. Проявляющееся сверхценное отношение к состоянию собственного здоровья.
12. Жалобы на снижение функций мышления, памяти, концентрации и устойчивости внимания.

В интересах определения психического статуса оцениванию подлежат также имеющие значение частные особенности личности по следующим направлениям:

1. Внешность в её статических проявлениях:

поза; осанка; одежда; общая ухоженность; состояние волос и ногтей; здоровый или болезненный вид; внешняя растерянность, испуганность, апатичность, высокомерность, беспокойство, уравновешенность, степень соответствия возрасту, мужественность (женственность), тревожность, напряженность и др.

2. Внешность в её динамических проявлениях:

походка, манерность, тики, жестикация, подергивания, стереотипные движения, угловатость, вялость, гиперактивность, воинственность, податливость.

3. Речь:

быстрая, медленная, затрудненная, запинаящаяся, эмоциональная, монотонная, громкая, шепотная, невнятная, бормотная; интенсивность речи, продуктивность, словарный запас.

4. Отношение к Вам (проводящему беседу или наблюдение):

дружественное, внимательное, заинтересованное, искреннее, кокетливое, оборонительное, враждебное, игривое, располагающее, настороженное.

5. Эмоции:

глубина, интенсивность, длительность.

6. Настроение:

проявления чувства безысходности, раздражительность, тревожность, охваченность ужасом, злобность, экспансивность, эйфоричность, опустошенность, виновность, собственная неполноценность, высокомерие и др.

7. Степень выраженности эмоций:

значительные, ограниченные, подавленные, суженные.

8. Адекватность эмоциональных реакций:

соответствуют ли переживаниям, социокультурному статусу и социально-средовым условиям.

9. Наличие перцептивных (восприятия) нарушений:

галлюцинации и иллюзии (слышит голоса или видит образы, которых не слышат и не видят другие, обстоятельства их появления);

деперсонализация и дереализация (выраженное чувство отчужденности от самого себя и окружающей действительности).

10. Особенности мыслительных процессов:

продуктивность мышления: перегруженность идеями, отсутствие мыслей, поток мыслей, быстрое мышление, замедленное мышление, нерешительность;

целостность мышления: отвечает ли по существу, целенаправленны ли ответы, наличествуют ли причинно-следственные отношения в объяснениях, отклоняется ли от темы, уклоняется ли от ответов, наличествует ли отвлекаемость от темы, имеются ли нарушения речи.

11. Содержание мыслей:

наличие фиксации на определенной теме (заболевании, взаимоотношениях, и др.), присутствие суицидальных тенденций и намерений;

наличие бредовых концепций, навязчивых идей;

сформированность абстрактного мышления (понимание смысла простых пословиц).

12. Ориентировка:

во времени (знает ли какое сегодня число, день, сколько примерно сейчас времени);

по месту (знает ли человек, где он находится);

в собственных отношениях (знает ли человек, с кем беседует).

13. Оценка:

а) социальная оценка:

- насколько поведение человека приемлемо в социуме, в малой группе;

- понимает ли человек к чему может привести отклоняющееся от нормы поведение с его стороны;

- осознает ли человек правила (нормы) принятые в обществе, организации;

б) самооценка:

- адекватность самооценки (осознание собственных мотивов поведения и проблем).

Внимательное наблюдение за клиентом в связи с отмеченными различными характеристиками его проявлений психики позволит специалистам выбрать вариант общения и взаимодействия не травмирующий клиента, наиболее желательный для него.

У нас есть голос рассудка. Спокойный и хладнокровный он объясняет, что имеет смысл, а что его лишено.

Прайер Р. (психолог)

Глава 2. Что значит понятие клиента?

Правильно мыслить для того, чтобы понять?

Что такое социальный интерес?

Во многом возможности успешного взаимодействия с клиентом определены особенностями мышления сформированными как у специалиста которые выстраивает и контролирует взаимодействие с клиентом, так и у самого клиента, который ведет себя в соответствии с привычными стереотипами мышления.

Как полагает известный ученый Л.Орр, человеческий мозг ведет себя так, как если бы он состоял из двух частей - Думающей и Доказывающей¹. Думающая может думать что угодно, Доказывающая же доказывает все, что думает Думающая. При этом, Доказывающая – более простой механизм, работающий по единственному закону –

что бы ни думала Думающая часть, Доказывающая это будет доказывать. Если думание будет отражать неуверенность, опасения неуспеха в работе, то доказательства не замедлят себя долго ждать. Человек неизбежно станет проявлять свою неуверенность и неуспех. Именно поэтому в психодиагностике существует множество опросников для изучения особенностей того, что думает человек о себе и окружающих его людях, а также условиях в которых он работает.

При этом следует помнить, что человеческий мозг похож на автомат без кнопки «выкл». Если его не занять каким-нибудь делом, он будет просто жужжать и жужжать, пока не надоест. **Большинство людей являются рабами собственных мозгов вместо того, чтобы управлять собственным мышлением** и программировать таким образом деятельность направленную на достижение целей.

Еще древние философы учили управлять собственным мышлением. Английский ученый Д.Шминке исследовав семисотлетнюю философию японских самураев приводит «Кодекс руководителя» основанный на этой философии. В приводимом Кодексе отмечается²:

1. Если Вы решите просто жить сегодняшним днем, а не жечь себя мыслью о будущем: представ перед служащими думать, что это Ваше последнее появление – то Ваши долг и внимание к ним будут абсолютно искренними. Тогда и сознание будет находиться в соответствии с чистотой, отвагой и честью.

2. Главный принцип деятельности: правильно и неправильно. Необходимо верно понимать эти два положения. Если Вы знаете, как добиться первого и избежать второго Вы движетесь к успеху.

3. Необходимо быть хорошо образованным и иметь глубокие познания, чтобы применять стратегию на практике, осуществлять изменения и осваивать новые полномочия.

4. Необходимо найти себе хорошего преподавателя или наставника, чтобы осваивать искусство деятельности.

В современной психологии также существуют базовые стратегии мышления определяющие успех жизнедеятельности и профессиональной деятельности специалистов в общении и взаимодействии с клиентами. Так, например, в нейро-лингвистическом программировании (одно из современных направлений психологической науки) определены, так называемые «пресуппозиции» мышления, т.е. формулы мышления являющиеся основанием успеха. Мы приводим для заинтересованного читателя некоторые такие формулы, чтобы можно было оценивать персонал на предмет их наличия, а значит эффективного взаимодействия с клиентами. Наличие формул определяется легко, они постоянно мелькают в разговорах.

Формулы мышления программирующие на успех в работе с клиентами

1. Если не указать своему мозгу примерное направление, он будет либо ехать, куда глаза глядят – сам по себе – либо другие люди найдут способы управиться с ним за Вас, а они могут не всегда иметь в виду Ваши сокровенные интересы. Даже если всегда - они могут их неверно понять.

Специалист должен управлять потоком своих мыслей во взаимодействии с клиентом, иначе он рискует потерять контроль над собой а соответственно и вести себя вне логики профессиональных целей клиентской работы.

¹ Цит. по Ковалев С.В. НЛП: программирование собственной судьбы. – М.: КСП, 2000. – С.8.

² Дон Шминке. 47 принципов древних самураев. М., 2004.

2. Каждая проблема имеет свое решение. Существуют переменные среды, над которыми мы не властны, и существуют переменные выбора, которые полностью в наших руках. Есть масса возможностей, которые мы иногда просто не сознаем.

Специалист должен искать переменные выбора, чтобы помочь клиенту, а не отказывать в услуге.

3. Каждый уже имеет все, что ему необходимо. У нас есть все ресурсы для того, чтобы быть всем, кем угодно или делать все, что угодно — при условии, что мы способны использовать эти ресурсы в нужный момент и в нужной последовательности.

Специалист должен понимать, что он способен решить ту или иную задачу. Важно лишь задействовать нужные ресурсы чтобы оказать клиентскую услугу.

4. Каждая ситуация имеет несколько выборов. Поэтому если что-то не работает, всегда можно сделать это по-другому. Если не удастся достичь искомого результата неким, пусть даже единственно верным способом, можно просто полностью изменить свой подход. Очевидно, что один и тот же способ действий, манера поведения дают одни и те же результаты.

Если специалисту не удастся выстроить взаимодействие с клиентом или реализовать его заказ, следует задуматься над альтернативой услуги или способа её оказания.

5. Проблемы и боль — это механизмы обратной связи. Именно они дают нам информацию, в которой мы так нуждаемся. Однако это не необходимый компонент к изменениям. Они могут быть лишь сигналом к смене направления, информацией о том, что мы идем куда-то не туда. И может даже не ведаем куда идем. А тот, кто не знает, куда идет, может зайти в тупик почти всегда. Не существует поражений, а есть только обратная связь. Любая неудача — это не повод для самообвинений, а реальная возможность чему-то научиться.

Если у специалиста что-либо не получается не стоит расстраиваться. Следует взвесить основания не успеха и найти выход из создавшейся ситуации.

6. Любое поведение представляет собой выбор самого лучшего варианта из известных нам и имеющихся в настоящий момент. Все мы всегда делаем только лучшее из того, что можем, — просто делать лучше мы пока не научились. Поэтому все поведение и действия были лучшими из возможных до сегодняшнего дня. Так что ни под каким видом не стоит обвинять себя за прошлые ошибки и упущения: там и тогда мы сделали лучшее в рамках того, что знали и умели.

7. Наше сознание и тело — части одной и той же биокibernетической системы. Это исключительно верно — то, что в здоровом теле - здоровый дух. Как и то, что здоровый дух необходим для здоровья тела. Ибо все, что происходит в одной части любой системы, имеет отражение в других ее частях. И здоровая психика может запросто породить здоровое тело. Возродить здоровье в теле, если мы в это верим, если мы этого хотим и если знаем как это сделать.

Специалист работающий с клиентами должен заботиться о своем психическом и физическом здоровье, участвовать в реабилитационных и профилактических мероприятиях.

8. Вселенная — сфера дружественная. Мы знаем, что мир бесконечно прекрасен, безгранично добр и беззаветно щедр. Уродливым, злым и скупым мы его делаем сами — своими восприятиями и своими же действиями, бесконтрольной деятельностью мозга, негативным наполнением нашего Думающего. Но все это можно легко изменить — если понять и принять, что я тот, кто контролирует свой мозг и свои результаты.

Следует только понять, что не плохих, ни хороших клиентов нет. Просто они разные. Кто-то удобнее для нас, а кто-то нет.

9. Все, что можно детально представить, осуществимо. Главное представлять детали маршрута, его особенности. Тогда становится понятно, какими ресурсами мы должны обладать, чтобы прийти туда, куда мы идем, достичь той цели, которую наметили.

Следует достаточно отчетливо в клиентской работе представлять последовательность собственных действий по оказанию той или иной услуги, что при этом необходимо знать, а что уметь.

10. Если мы не ведаем куда идем, то можем зайти в тупик. Но можем и выйти из него, если представляем как.

Всегда возможно освоить то, чего мы не знаем и научиться тому, чего не умеем.

11. Я могу все то, что я действительно хочу. Желание опирается на ресурсы, а уверенность программирует нас на по принципу Думающий – Делаящий.

12. Не бывает безвыходных ситуаций. Каждая проблема имеет свое решение. Иногда мы просто можем не видеть возможных решений. Их следует искать и накапливать багаж знаний.

13. Никто не владеет окончательной истиной. Любая догма не предполагает соотнесения со всеми ситуациями жизнедеятельности. Следует искать разные варианты клиентской работы и пытаться разрешать любые проблемы возникающие в работе с клиентом.

14. Есть различие между человеком и его поведением. Поведение человека может меняться в зависимости от целей и условий. Успех нашего общения с другими людьми зависит от нашей способности понять их стереотипы мышления и поведения.

Если вам удастся понять клиента, Вы наверняка сможете ему помочь.

15. Если это возможно для кого либо в мире, то это возможно и для меня, если я знаю алгоритм достижения и владею необходимыми ресурсами. Если же я не владею необходимыми ресурсами, то у меня есть возможность их получения.

Если кто-либо способен оказывать клиентские услуги эффективно, то это же наверняка сможете и Вы, если освоите ту же схему работы.

16. В человеческом взаимодействии наибольшее влияние на результат имеет тот, кто проявляет наибольшую гибкость и разнообразие в поведении. Если мы всегда делаем, то, что мы всегда делали, мы будем получать то, что всегда получали.

Клиенты – разные, следует доворачивать себя под них, как бы это не было сложно.

17. Или я верю, что могу, или я ничего не могу. Программа мысли предполагает программу действий. Или я предполагаю множественность способов и выбор оптимального из них, или я должен быть готов к возможной ошибке.

Уверенность в способности оказывать услуги и взаимодействовать с клиентами эффективно, создает такую возможность.

В процессе изучения клиентов **следует фиксировать особенности мышления** и если оно рационально, то результаты деятельности изучаемого человека не заставят себя долго ждать.

Вместе с тем не следует забывать, что существует иррациональное мышление препятствующее работе с клиентами, формирующее разрушительные отношения. К таким фрагментам иррационального мышления можно отнести следующее:

1. Каждый всегда должен любить меня. Если я не получаю этого, я чувствую себя несчастным. Я думаю, никто меня не любит. Я несчастен. Я такой маленький и беззащитный! Мне жаль себя. Я бедный.

Я делаю все, чтобы все любил меня. Мне нужна любовь.

Специалист с такими мыслями будет требовать от клиента уважения, позитивного отношения. Если же клиент не станет этого демонстрировать, то специалист проявляет по отношению к клиенту неудовольствие, а иногда агрессию.

2. Я должен все делать хорошо, лучше других людей. Ложная мысль исключаящая ошибку. «Я не могу ошибаться. Я пропал, потому что я плохой. Я ошибся. Это ужасно! Я несчастен! Я должен стать лучше».

Думая так, люди забывают, что «ошибка как и боль – механизм обратной связи сигнализирующий о неверном способе действия».

Специалист движимый данной формулой мышления при допущении ошибки теряется и не способен оказывать услуги эффективно.

3. Некоторые люди плохие и они должны быть наказаны. Ложная идея, которая заключается в том, что есть плохие люди. «Они должны быть осуждены и наказаны. Он плохой. Он должен сидеть в тюрьме. Она ужасная; мы должны избавиться от нее. Они злые. Они должны попасть в тюрьму. Ты ужасен».

Так мы создаем поле боя для себя и получаем ранения в этой войне, иногда смертельные. Мы забываем, что «вселенная сфера дружественная, если ты ей друг». Приведенная мыслительная формула специалиста агрессивна по своей сути.

4. События не могут отличаться от наших представлений о них. Ложное убеждение, которое состоит в том, что когда вещи или события отличаются от наших представлений о них – это ужасно. Мы стараемся убедить других, спорим и доказываем, негодуем и расстраиваемся. Мы расстраиваемся, если не можем их изменить то, что нам хочется. Но нельзя же все изменить! Вместе с тем, мудрые люди знают, что существуют и другие представления, иногда более точные и верные, а возникшее, пусть и обоснованное представление может быть несовершенным.

Специалист должен предполагать множественность позиций, взглядов, точек зрения и быть готовым принимать их.

5. В моих неприятностях кто-то виноват.

Это ложное убеждение заключается в том, что мы считаем, что во всех наших неприятностях виноват кто угодно, только не мы сами. "Это не моя вина, что я несчастен, это твоя вина!" - говорим мы. "Вы сводите меня с ума. Вы меня расстраиваете. Другие люди должны измениться так, чтобы я чувствовал себя лучше. Изменение – это их забота. Я не могу помочь этому"

Такое обвинение других не приводит к решению проблем. Мы не можем изменить их, но мы можем работать над собой.

6. Может произойти что-то ужасное.

Эта ложная идея состоит в том, что мы должны всегда быть готовы к тому, что с нами произойдет что-то плохое. "Будь бдителен! Что-то должно произойти. Автомобиль может на меня наехать. Собака может укусить меня. Лев может съесть меня по дороге в институт. Я должен быть бдительным. Я должен все предусмотреть. Я не могу расслабиться".

Приводимая мысль формирует устойчивое, энергетически затратное напряжение, снижающее активность, внимание и память. Кроме того, такое мышление – программа ожидания, а значит стимулирования возможности отрицательного события.

7. Лучше не пытаться что-либо менять.

Невротическая идея, что все предначертано, пусть будет, что будет. Избегать трудностей в жизни проще, чем противостоять им. «Это меня не касается. Лучше отказаться. Я откажусь! Я хочу, чтобы не было сложностей. Я не могу пробовать. Это слишком жестко. Я не хочу брать ответственность на себя". "Я не хочу!".

Такие мысли – балласт, удерживающий личность в статике, неподвижности, препятствующий её развитию, достижениям в профессии.

8. Я нуждаюсь в опоре, в ком-то более сильном, нежели я.

Идея в том, что мы должны зависеть от других людей, которые сильнее нас. Такие чувства, как "Я – слабый. Я не могу делать свой собственный выбор. Подскажите мне, что я должен думать. Заботьтесь обо мне, я так слаб!".

Такие мысли делают специалиста неуверенным, требующим помощи других сотрудников и руководства. Однако необходимо научиться действовать самостоятельно, принимать собственные решения, потому что мы лучше всего знаем себя.

9. Я не способен быть другим, идти другим путем.

Идея, что все, что случалось с нами в детстве определило путь, которым мы идем. "Я буду, вероятно, всегда идти этим путем. Для меня наиболее важно прошлое. Так что нечего надеяться, что я мог бы измениться". "Я не смогу измениться".

Такая идея лишает возможностей и шансов личностного и профессионального роста, актуальных изменений. Заставляет занимать определенную позицию и отстаивать её, несмотря на необходимость изменений.

10. Есть только один способ сделать это, решить эту проблему.

Идея в том, что есть только один правильный путь. Только этот путь самый лучший. Мысль о том, что если мы не двигаемся этим путем, это ужасно. Мы думаем: "Он не должен делать это так. Это неверный путь. Есть только один правильный путь. Если это неверный путь, я все разрушу". "Мой путь – лучший!".

Вместе с тем, из предыдущих рациональных предположений нам уже известно, что способов всегда множество и застревание на одном, в процессе выработки решения, нежелательно и ограничивает возможности специалиста в оказании услуг клиенту.

Подобные мировоззренческие позиции специалистов по клиентской работе - нежелательны в профессиональной среде и могут наносить вред делу.

Как мы распознаем, есть ли у сотрудника иррациональные убеждения?

Имеется два "ключа" для определения иррациональных убеждений: чувства и речь.

1 ключ - определение чувств.

Определение чувств реализуется посредством наблюдения и постановки перед специалистом вопросов:

Проявляются ли у него сильные эмоции, например: РЕВНОСТЬ, ПОДАВЛЕННОСТЬ, СТЫД, СМУЩЕНИЕ, ОГОРЧЕНИЕ, ГНЕВ, СТРАХ?

Безусловно, любой человек может расстраиваться и реагировать бурными эмоциями по причинам, не связанным с иррациональными убеждениями. Однако длительное расстройство и сильные отрицательные эмоции специалиста обычно означают, что проблемы вызваны какими-то устойчивыми иррациональными убеждениями которые будут мешать клиентской работе.

2 ключ -определение речевых тенденций иррационального мышления.

Речевые тенденции определяются обращением внимания на слова, которые использует специалист при рассуждениях. Существуют слова, понятия, которые показывают наличие у специалиста иррациональных убеждений: ДОЛЖЕН, ОБЯЗАН, УЖАСНЫЙ, НЕ ДЕЛАЕТ, НЕ ЛЮБИТ, НЕ ПОНИМАЮТ, и пр..

Частое использование этих слов, вероятно, означает, что у изучаемой личности есть иррациональные убеждения.

При этом необходимо помнить, что человек чувствует себя несчастным и расстраивается не из-за того, что случилось, а из-за своих мыслей по поводу того, что случилось.

Мышление предполагает построение отношения к окружающему миру. **Само отношение или система сформированных у специалиста отношений во многом является определяющей для построения его профессионального успеха.** Известный ученый, классик отечественной психологической мысли В.Н.Мясищев, подчеркивал, что система общественных отношений, в которую оказывается включенным каждый человек со времени своего рождения и до смерти, формирует его субъективные отношения ко всем сторонам действительности. «Эта система отношений человека к окружающему миру и к самому себе», по мнению другого известного ученого А.А.Бодалева, «является наиболее специфической характеристикой личности, более специфической, чем, например, ряд других её компонентов, таких как характер, темперамент, способности».

Для определения системы отношений специалистов возможно применение простой диагностической процедуры. Лучше такую работу проводить в группе в которую собраны люди, чья система отношений изучается

Как это можно сделать?

Для этого необходимо реализовать следующий алгоритм действий:

1. Возьмите 5 небольших картонных карточек размером 3 на 5 см. На каждой из них напишите актуальные понятия: институт, деньги, друзья, звания, люди, работа, профессия, руководство, смысл жизни, счастье, успех, перспектива и др.
2. Разложите карточки надписью вниз на столе.
Сядьте с участниками тренинга вокруг стола.
3. Первый человек берет одну из карточек и высказывает собственное суждение по поводу слова на карточке. Затем он вручает карточку любому другому человеку в группе, который берет ее и приводит другой факт относительно этого слова. Далее карточка передается третьему члену тренинговой группы, который заявляет еще какой-то факт.

³ Бодалев А.А. В.Н.Мясищев и психология отношений\В кн-Мясищев В.Н. Психология отношений: Под ред. А.А.Бодалева/ Вступительная статья А.А.Бодалева. Ин-т практ. психологии, М-Воронеж, 1998. – С.7.

4. Затем карточка с обсуждавшимся понятием кладется сзади остальных и открывается новая. Так продолжается до тех пор, пока все карточки не побывают в игре.

Можно использовать карточки с различным набором слов.

В ходе такого и других подобных заданий определяется консерватизм мышления (тугоподвижность, стереотипизация, догматичность и пр.), который часто вреден в клиентской работе. Он лишает нас многих открывающихся возможностей, ограничивает пространство деятельности.

Кроме того, работа в группе способствует осмыслению собственной системы отношений через призму отношений других, участвующих в обсуждении людей.

Специалист должен действовать, и даже если ошибается, привнося коррективы - снова действовать. В итоге, он сможет найти правильное решение, способ взаимодействия. Специалисты в области научающе-бихевиорального направления в психологии утверждают, что **"научиться изменять мышление не труднее, чем научиться шить или играть в баскетбол. Это – навык"**. Как только у человека возникает идея, он может начать ее осуществлять. И чем дольше и активнее он это будет делать, тем лучше у него это будет получаться. Чем лучше будет получаться, тем легче он будет достигать результата и тем большее удовольствие это станет доставлять ему.

Соответственно, когда борьбы станет меньше, а радости больше, человек еще больше захочет заниматься этим, и еще лучше будет это делать. Довольно скоро это войдет в привычку, и он будет с удивлением вспоминать, каких трудов ему это стоило.

Опираясь на исследования известного психиатра А.Адлера, следует полагать, что **возможности профессиональной самореализации в клиентской работе соотносятся также с двумя отмечаемыми им важными качествами личности – стремлением к достижению и социальным интересом**⁴.

Что же понимается под этими удивительными качествами?

Стремление к достижению проявляется как деятельность по самореализации, самостановлению и совершенствованию. Стремление к достижению должно быть ориентировано на определенные социально ориентированные (реализуемые в интересах клиентов) цели. Говоря словами Э.Фромма, это значит «дать проявиться своим способностям, таланту, всему богатству человеческих дарований, которыми – хотя и в разной степени – наделен каждый человек. Это значит обновляться, расти, изливаться, любить, вырываться из стен своего изолированного «Я», испытывать глубокий интерес, страстно стремиться к чему-либо, отдавать»⁵.

Социальный интерес представляет собой, говоря словами А.Адлера, способность «видеть глазами другого, слышать ушами другого, чувствовать сердцем другого». Это процесс идентификации, эмпатии, сотрудничества и альтруизма во взаимодействии с клиентом.

При этом основа в понятиях социального интереса и стремления к достижению личности – ценностное отношение к жизни вообще и к тому, что находится вне личности. Прежде всего – это ценностное отношение к другим людям.

⁴ Адлер А. Понять природу человека. – СПб, 1997.

⁵ Фромм Э. Иметь или быть? – 2-е изд, М:Прогресс, 1990. – С.94.

При таком отношении человек живет полной жизнью и создает условия для успеха и счастья, если его социальный интерес имеет вектор, и проявляется как направленность охватывающая разноуровневые объекты к которым А.Адлер относит⁶:

1. Субсоциальные объекты – неодушевленные предметы, ситуации или виды деятельности: природа, наука, искусство. Человек проявляет к ним интерес никак не связанный с его собственным «Я» – это интерес бескорыстный и самозабвенный, независимый от «Я». Способность к такой заинтересованности важна для развития профессиональных и личностных знаний и навыков. Как справедливо утверждал Андре Моруа «Наука дает человеку всевозрастающую власть над внешним миром, литература помогает ему приводить в порядок мир внутренний. Мир без человека, мир частиц, содержит секрет могущества, человеческий мир, мир чувств открывает личности секрет гармонии»⁷. Это база для будущего вклада в развитие профессионализма. Внесет ли человек такой вклад – будет зависеть и от развития направленности на следующую категорию объектов.

2. Социальные объекты – все живое.

Социальный интерес здесь проявляется, как способность ценить жизнь и принять точку зрения другого человека, принять другого таким, какой он есть. Интерес к социальным объектам приходит позже, чем интерес к субсоциальным, поэтому можно говорить о стадиях развития социального интереса. Л.Н.Толстой говорил: «Без любви можно обращаться только с вещами: без любви можно рубить деревья, делать кирпичи, ковать железо, но с людьми нельзя обращаться без любви; так же как нельзя обращаться с пчелами без осторожности. Свойство пчел таково, что если станешь обращаться с ними без осторожности, то им повредишь и себе. То же и с людьми. Не чувствуешь любви к людям, сиди смиренно, занимайся собой, вещами, чем хочешь, но только не людьми. Только позволь себе обращаться с людьми без любви, и не успеешь оглянуться, как станешь не человеком, а зверем, и людям повредишь и себя замучаешь»⁸.

Согласитесь, уважаемый читатель, что работа с людьми без любви к ним, без «социального интереса» - заведомо unsuccessful и бесперспективна.

3. Супрасоциальные объекты – общество, государство, Вселенная, весь мир в целом.

Интерес к супрасоциальным объектам – идентификация, как с живыми, так и с неживыми объектами, это выход за пределы себя, принятие единения с обществом и государством, принятие единства с полнотой мира. Это чувство сохраняется в течение всей жизни человека – «оно меняется, приобретает иную окраску, иногда сужается и ограничивается, иногда расширяется и усиливается настолько, что затрагивает не только близких членов семьи, но и дальних родственников, страну, народ и, наконец, все человечество. Оно может перешагнуть и эти границы и распространиться на животных, растения, неодушевленные предметы и в конечном счете на всю вселенную»⁹.

На основании приведенных выше рассуждений, Вам, уважаемый читатель, должно быть понятно, что специалист, включенный в поле взаимодействия с другими людьми, несомненно, должен обладать сформированным социальным интересом и стремлением к достижению. Именно эти свойства делают личность

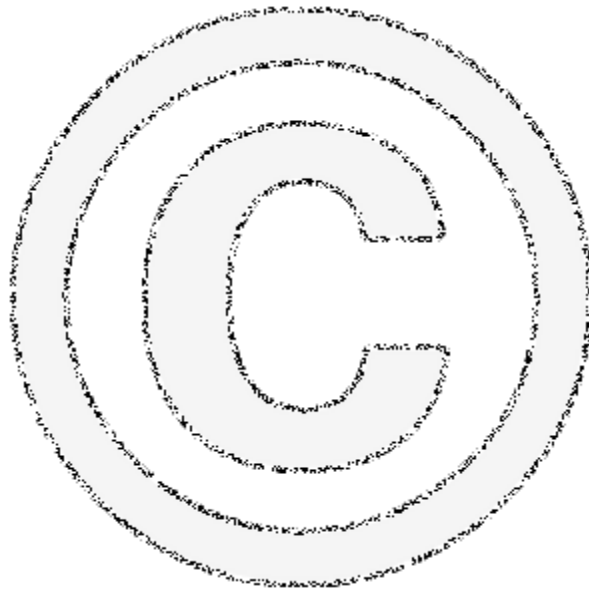
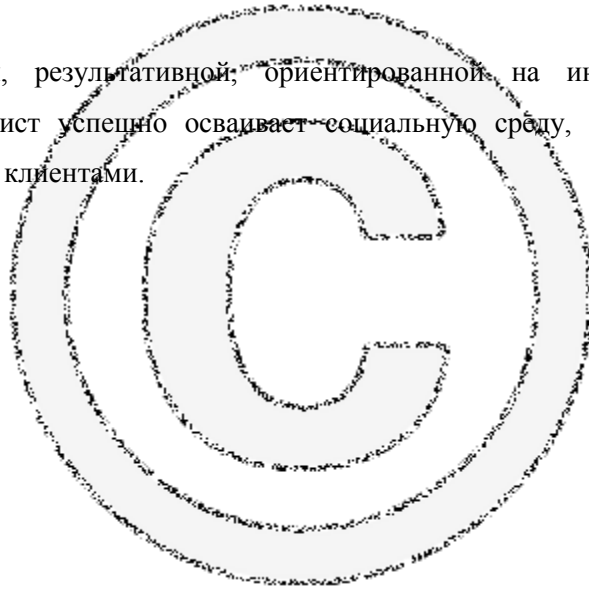
⁶ Сидоренко Е. Психотерапия и психотренинг по А.Адлеру. – М. 2001.

⁷ Моруа А. Открытое письмо молодому человеку о науке жить. // Если хочешь быть свободным/ Сенека, Честерфилд, Моруа. – М.: Политиздат, 1992. – С.324.

⁸ Толстой Л.Н. Путь жизни. – М.: Республика, 1993. – С.138-139.

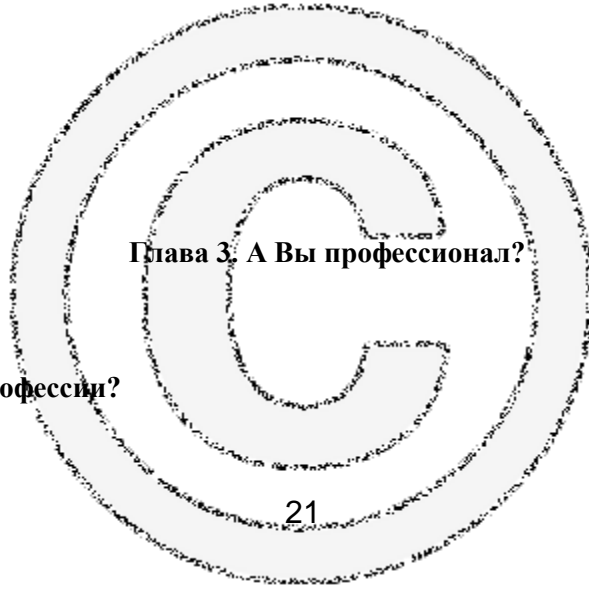
⁹ Адлер А. Понять природу человека. – СПб. 1997. – С.41.

нравственной, целеустремленной, результативной, ориентированной на интересы партнеров, потребителей продуктов труда. Такой специалист успешно осваивает социальную среду, находит свое место и добивается актуальных результатов в работе с клиентами.



Наступает время профессионалов, когда все, что по настоящему профессионально, дорого ценится, когда в обществе складывается своеобразный культ профессионализма.

Маркова А.К. (психолог)



Глава 3. А Вы профессионал?

**К чему стремиться?
Насколько Вы успешны в профессии?**

Сегодня, в связи с возрастанием роли клиентской работы в бизнесе возрастает значение психологического отбора специалистов для осуществления такой работы и к такому отбору привлекаются опытные психологи. Не секрет, что **правильно подобранный для выполнения задач профессиональной деятельности специалист принесет прибыль**, а специалист с качествами не соответствующими профессии может принести вред: снизит имидж организации, приведет к потерям клиентов. Прагматичные американцы подсчитали, что затраты привнесенные в систему психологического отбора специалистов окупаются многократно успешной работой предрасположенных к профессии и правильно подобранных людей.

Если попытаться представить реализуемую последовательно деятельность в области изучения и, в итоге, профессионального отбора кадров, то обычно такая деятельность представляет собой следующее:

- изучение представленного резюме на предмет формального соответствия личности предъявляемым требованиям (См. Приложение 1);
- собеседование;
- анкетирование;
- изучение качеств личности с помощью психологических тестов;
- собеседование или профессиональные экзамены;
- включенное психологическое наблюдение в период испытательного срока, осуществляемое определенной экспертной группой (реализуют определенные лица, руководители или определенные специалисты по профилю деятельности претендента на работу, а также штатные психологи);
- обобщение полученных данных и подготовка заключения относительно перспективной адаптивности и профессиональной пригодности кандидатов к работе с клиентами;
- принятие решения экспертом или экспертной группой относительно изучаемой личности (в связи с зачислением на работу с испытательным сроком или отклонением кандидатуры).

Логично, что сегодня в организациях, на предприятиях утверждается принцип пролонгированного изучения личности (изучения в течение продолжительного времени). Личность всесторонне исследуется, на протяжении определенного испытательного периода работы в организации на определенном участке деятельности. Такой пролонгированный отбор предполагает **комплексное изучение проявлений личности (по заданным направлениям) и подготовку экспертных заключений**, которые должны содержать общий вывод о пригодности к выполнению обязанностей, а также психолого-педагогические, режимные, тренингово-коррекционные, психотерапевтические, воспитательные и образовательные рекомендации, направленные на активное и целенаправленное формирование необходимых, профессионально-важных качеств. При этом не следует забывать, что каждый человек может спотыкаться и падать, однако важно, чтобы он при этом поднимался и шел дальше обходя препятствия за которые запнулся ранее.

Что же понимается под психологическим изучением специалиста?

Прежде всего - выявление компонентов биологической и социальной структуры психики, т.е. качеств унаследованных от рождения и получивших развитие в процессе жизни, востребованных жизнедеятельностью или профессией в соответствии с профессиограммой и психограммой.

А что это собственно такое... профессиограмма?

Профессиография (описание профессии) является важным основанием профессионального отбора. Профессиограмма представляет собой описание профессии, в которую будет включен изучаемый человек, если его качества будут адекватны предъявляемым профессиональной деятельностью требованиям. **Описание профессии представляет собой перечень необходимых для реализации профессиональной деятельности знаний, умений, способностей, других качеств психики.** Профессиограмма, как результат такого описания профессии предполагает определенную структуру и достаточно сложную процедуру разработки, требующую тщательного методического и организационного обеспечения. Разработкой профессиограмм занимаются иногда целые научно-исследовательские группы. Такие группы реализуют целостную систему методов, охватывающих полный цикл профессиографического исследования, который можно разделить на три основные группы:

- организационные методы;
- методы сбора данных о профессиональной деятельности;
- методы обработки, интерпретации и систематизации материалов.

При этом, уважаемый читатель, нельзя не сознавать, что разработка профессиограмм требует продолжительного времени. Если такового нет, возможно формирование только общего представления о профессиональной деятельности на основании классификации, которую предлагает известный ученый, специалист в области психологии труда Е.А.Климов.

Все существующие профессии дифференцируются Е.А.Климовым в зависимости от их типологической направленности¹⁰:

- человек – живая природа (П);
- человек – техника и неживая природа (Т);
- человек – человек, человеческие общности, социальные системы (Ч);
- человек – знаковая система (З);
- человек – художественный образ, система художественного отображения действительности (Х).

Клиентская работа конечно же предполагает включенность специалиста в спектр профессий (человек – человек).

Специалист в профессиях типа Ч «человек – человек, человеческие общности, социальные системы» должен, по мнению известного ученого характеризоваться следующим:

- способностью выделять и удерживать в сознании целостности, которые характеризуют социум, жизнь людей во всех проявлениях, условия социальной жизни;
- умением руководить людьми, группами, коллективами;

¹⁰ Климов Е.А. Основы психологии. Практикум. Учебное пособие для вузов. – М.:ЮНИТИ, 1999. – С.111-132.

- способностью оказывать различное (в зависимости от профессиональной направленности) воздействие на людей;
- владением речевыми действиями, профессиональной речью;
- умением слушать, понимать людей;
- обладанием широким кругозором;
- знаниями специальными и общекультурными;
- знаниями в области психологии и педагогики;
- качеством письменной и устной речи;
- социальной направленностью ума, наблюдательностью к проявлениям чувств других людей;
- способностью видеть и воспринимать мир с позиции другого человека;
- способностью сопереживать;
- наблюдательностью относительно поведения других людей;
- способностью к самоанализу и саморегуляции;
- стремлением к самосовершенствованию.

Читатель должен сознавать, что **приведенные характеристики нуждаются в детализации относительно условий и особенностей профессиональной деятельности в конкретной организации**, которые могут определяться и уточняться.

В то же время возникает вопрос: **А по каким критериям и на каком основании оценивать специалиста в работе с клиентами? Как определить степень его эффективности?**

Вероятно, у читателя не возникает сомнений в том, что одним из важнейших условий профессионального «выживания» личности является способность ориентировки, опирающаяся на приобретенные знания и сформированные умения работы с клиентами. Повседневная жизнь человека – суровый учитель. Если бросить человека в воду жестокая необходимость заставит его плыть, однако, тот же самый эксперимент может привести к тому, что человек утонет. **Человек способный выживать, достигать, побеждать, вырастает не из того ребенка, которому рассказывали о том, как выживать или достигать, а из того, кто имеет последовательно сформированный опыт выживания и достижения.** Наша уверенность в себе, самообладание – результат практического опыта, а не только знакомства с теорией. **В нашей жизни на этапе приспособления к новому, постоянно меняются три состояния:**

- замешательство и переживание внутреннего конфликта;
- приложение усилий по преодолению замешательства и приспособлению;
- достижение успеха и поиск путей дальнейшего личностно-профессионального роста.

Выживание и успех организации на рынке услуг также определяется ориентировкой, помноженной на сформированный профессионализм работающего персонала, его качествами, которые не сразу проявляются в практической деятельности. Хорошо, если человек выбрал для карьеры то занятие, которое ему по душе, которое придает работе цель и страсть, которое отражает и позволит реализовать соответствующие сформированные у него ранее способности, другие качества. Хорошо, когда осуществлен психологический отбор персонала. Однако, так бывает не всегда, поэтому в связи с задачами изучения и отбора людей под конкретную целевую деятельность нам с

Вами, уважаемый коллега, следует четко представлять общие критерии социальной адаптивности и профессионализма которые являются желательными для любой профессиональной деятельности ориентированной на клиентов и должны фиксироваться нами как важные.

В качестве такого критерия может выступать, например, анализ выполняемой работы. **Анализ работы** – исследование, направленное на получение необходимой информации о работе и специалисте. Такой анализ может проводиться по группам работ. Основу анализа работы составляет сбор диагностической информации относительно следующего:

- место должности в организационной структуре организации;
- перечень основных задач, обязанностей и функций работника, а также степень их важности;
- основные показатели работы и критерии измерения работ (объем, производительность, прибыль и т.д.);
- сведения об использовании специального оборудования и соответствующая подготовка работника;
- информация о необходимой работе с людьми, особенности и специфика контактов с клиентами;
- условия работы и обстоятельства (часы, опасные и вредные условия, профессиональное напряжение и пр.);
- требуемое образование и квалификация (минимальный и желательный уровень);
- необходимость и достаточность опыта работы ранее;
- знания и умения необходимые для выполнения работы;
- особые навыки и способности;
- желательные и необходимые качества личности специалиста;
- нагрузки на психику, особенности нервно-психического напряжения;
- необходимость дополнительного и непрерывного обучения и пр.

На основании полученной в результате такого анализа информации осуществляется описание должности, на основе которого составляются должностные обязанности. При оценке должности и подготовке должностных обязанностей должны быть задействованы специалисты в данной должности высокого уровня, достигающие желательных результатов в профессиональной деятельности и тем самым подтверждающие свой профессионализм в работе с клиентами. Их значение как экспертов трудно переоценить. При помощи таких людей осуществляется экспертная выработка и утверждение критериев-качеств на основании шкалы оценки качества, которая может выглядеть следующим образом (по А.В.Бахтаинову)¹¹:

1 балл – отсутствие качества не отразится на выполнении профессиональных задач и достижении результатов деятельности;

2 балла – качество практически не влияет на результаты деятельности;

3 балла – отсутствие качества иногда негативно сказывается на результатах деятельности;

4 балла – без этого качества работник не может компетентно выполнять поставленные задачи;

5 баллов – это качество играет доминирующую роль в решении поставленных задач;

6 баллов – не обладая этим качеством невозможна работа по специальности.

¹¹ Бахтаинов А.В. Комплексная оценка управленческого персонала в системе кадрового менеджмента. – Дисс. кандидата эконом. наук., Иркутск., 2002. – С.41.

Кроме того, конечно должны использоваться **разнообразные методы оценки персонала по аналогичным и другим критериальным основаниям**. Известный профессор А.К. Маркова предлагает в своей работе «Психология профессионализма» следующее¹²:

Объективные критерии:

- результативность и оптимальность в повседневной жизнедеятельности и профессиональной деятельности (при наличии такового опыта ранее);
- достижение социального и профессионального статуса (кем является, чего удалось достичь в жизни и профессии);
- умение решать разнообразные жизненно-важные и профессионально-важные задачи (что умеет делать, каковы результаты, успехи).

Субъективные критерии:

- соответствие жизненной ситуации и профессиональной деятельности мотивам человека, его требованиям и склонностям;
- удовлетворенность человека жизнедеятельностью и выбранной ранее профессией;
- осознание человеком радостей жизни и понимание значимости профессиональной деятельности;
- позитивное отношение к себе как личности и профессионалу;
- отсутствие явных личностных и профессиональных деформаций усложняющих жизнедеятельность;
- сочетание осознания успешности личной жизни и профессиональной деятельности.

Результативные критерии:

- достигнутые ранее позитивные изменения личности, группы или организации в которую была включена личность;
- сохранение и поддержание психического и физического здоровья, а также положительная динамика слагаемых нервно-психического состояния личности;
- последовательное движение к достижениям в жизнедеятельности и профессии;
- инициативность и богатство жизнедеятельности, а также достижение творческих, ранее не существовавших результатов в жизни и работе.

Процессуальные критерии:

- способность использовать необходимые знания и умения, приемы, техники, технологии в жизнедеятельности и профессиональной деятельности;
- использование собственных личностных качеств адекватно ситуациям жизни и работы.

Нормативные критерии:

- усвоение и осознание личностью необходимых норм, правил, эталонов социального взаимодействия и профессии;
- способность востребовать накопленный опыт (методические приемы, актуальные технологии, техники и др.) в жизнедеятельности и профессиональной деятельности.

Индивидуально-вариативные критерии:

¹² Маркова А.К. Психология профессионализма. – М., 1996.

- самобытность личности, проявление собственной индивидуальности;
- имеющийся и востребованный изначально уровень развития знаний, умений, личностных качеств.

Прогностические критерии:

- видение человеком зоны перспективного роста и развития;
- проявляющееся стремление к личностному, карьерному и профессиональному росту.

Критерии обучаемости:

- готовность специалиста к усвоению новых для него социально и профессионально ориентированных знаний и умений, принятию жизненного и профессионального опыта других людей;
- наличие опыта постоянной обучаемости в профессии.

Критерии творчества:

- стремление творчески выйти за пределы стереотипного, привычного, обоснованного, регламентированного соответствующими нормами.

Критерии социальной активности и конкурентноспособности:

- умение заинтересовать других своей жизнедеятельностью и её результатами;
- умение убедить коллег в актуальности реализуемых планов, проектов профессиональной деятельности;
- способность вступать в конкурентные социальные отношения, в быту на здоровой основе, а также на рынке рабочей силы и на рынке услуг;
- способность искать внутренние резервы в жизнедеятельности, а также самой профессии без каких-либо особых материальных вложений.

Критерии приверженности:

- преданность выбранным здоровым отношениям, принципам жизнедеятельности, профессиональной деятельности;
- преданность профессии;
- устойчивость жизненно-важных и профессионально-важных выборов.

На основании разработанных известным психологом А.К.Марковой и уточненных автором критериев может осуществляться общая дифференцированная оценка социальной адаптивности и профессионализма сотрудников организации на основе предлагаемой автором Шкалы профессионализма.

Приведенный в тексте фрагмент шкалы позволяет представить возможности работы с ней для очевидного представления оценочных характеристик изучаемой личности.

Таблица 2

ФРАГМЕНТ ШКАЛЫ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА С ОПРЕДЕЛЕННЫМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ

№	Критерии и слагаемые	(-) Оценочные баллы (+)	Усредн
---	----------------------	-------------------------	--------

профессионализма		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	балл
1.Объективные критерии												
1.	результативность и оптимальность труда	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
2.	достижение статуса в профессии,	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
3.	умение решать разнообразные актуальные профессиональные задачи	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	

В полном объеме шкала профессионализма представлена в приложение (см. приложение 2.)

«Профессионал в человеке», - по мнению А.К.Марковой: «...моложе личности и индивида»¹³. Становление человека как профессионала начинается в раннем детстве и тесно связано с его опытом. В то же время нельзя отрывать профессиональное поле личности от поля его социальных отношений вне работы. Личностное пространство в целом неизбежно определяет и влияет на профессиональное. Такие посылки подчеркивают необходимость изучения личности как на этапе профессионального отбора на работу, так и на этапе профессионального роста (в процессе жизнедеятельности). При этом желательным является исследование и внутрисемейных отношений актуальной личности (при наличии семьи).

При ориентации на желаемые результаты, при наличии ориентации на достижение успеха и высокого профессионализма в клиентской работе, осуществляется изучение личности по определенным направлениям с использованием соответствующих методов и методик. При этом следует различать определенные виды отбора, которые при необходимости могут быть реализованы, в соотнесении с распространенными методиками отбора (См. таблицу 2).

Таблица 3

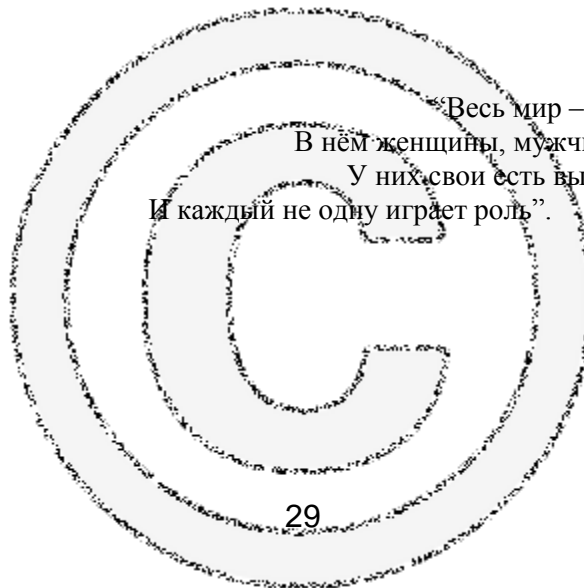
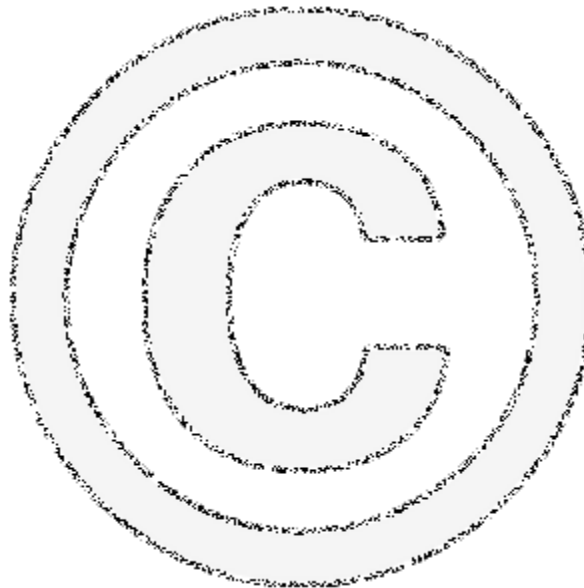
**МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОТБОРА,
В СВЯЗИ С ЕГО ВИДАМИ**

№ п.п.	ВИД ОТБОРА	ПРИМЕНЯЮЩИЕСЯ МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ
1.	КАДРОВЫЙ	Наблюдение. Контент-анализ. Изучение документов.
2.	МЕДИЦИНСКИЙ	Наблюдение. Контент-анализ. Изучение медицинских документов Комплекс специальных методов и методик медицинского обследования в соответствии с требованиями нормативных документов.
3.	СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ	Наблюдение. Контент-анализ. Изучение документов имеющих значение для построения представления о социализации личности.

¹³ Маркова А.К. Психология профессионализма.- М., 1996.- С.252.

4.	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ	Наблюдение. Контент-анализ. Изучение документов относительно профессионального становления и развития. Комплекс психологических методов и методик для исследования особенностей психики.
5.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ	Наблюдение. Контент-анализ. Изучение документов относительно имеющегося образования и его результативности. Прогностическая беседа относительно актуального для профессиональной деятельности блока знаний. Профакзамен.

Такой комплексный подход к изучению и оценке специалиста включенного в работу с клиентами позволит минимизировать погрешности отбора и создать достойную команду специалистов привлекающих клиентов в Вашу организацию.



“Весь мир – театр.
В нём женщины, мужчины – все актёры.
У них свои есть выходы, уходы,
И каждый не одну играет роль”.

Шекспир В. (писатель, поэт)

Глава 4. Как произвести впечатление?

Что такое имидж?

Как создать эффективный имидж?

Единого общепринятого научного определения понятия «имидж» не существует. **В переводе с английского, понятие «имидж» буквально означает «образ», «изображение», «точное подобие».**

В то же время, слово «имидж» не является точным синонимом слова «образ». Точнее было бы определить имидж как разновидность образа, а именно такой образ, прообразом которого является не любое явление, а нечто созданное человеком. **Имидж, применительно к нашей задаче клиентской работы - это характеристика осознанно или бессознательно сконструированных и воспринимаемых другими людьми проявлений личности, организации, коллектива, группы специалистов.**

Имидж информативен, он сообщает о некоторой совокупности признаков, которые представляются присущими *субъекту или объекту*. Причём, признаки могут существовать объективно или же произвольно приписываться, достраиваться. Имидж, поскольку он зависит от многих факторов, которые могут изменять свои значения, **не является чем-то однажды заданным и неизменным**. Он динамичен, его атрибуты преобразуются, видоизменяются в соответствии с изменениями в самом носителе имиджа или в массовом сознании потребителей.

Важной особенностью имиджа является его активность. Он способен воздействовать на сознание, эмоции, деятельность и поступки, как отдельных людей, так и целых групп клиентов.

Понятиями, родственными, но не тождественными понятию «имидж», являются «мнение», «репутация», «авторитет».

Имиджевая культура специалиста – это самопрезентация построенная на основе накопленных знаний, умений и соотношенная с потребностями профессиональной социальной среды. «Наши заботы о своей социальной личности выражаются непосредственно в чувстве любви и дружбы, в нашем желании обращать на себя внимание и вызывать в других изумление, в чувстве ревности, в соперничестве, жажде славы, влияния и власти; косвенным образом они проявляются во всех побуждениях к материальным заботам о себе, поскольку последние могут служить средством к осуществлению общественных целей»¹⁴.

Имиджевая культура органически соединяет в самопрезентации человека его природные и социальные качества, поскольку он существует не только в природном, физическом мире, но и в символической среде, которую человек создаёт сам.

При этом имидж выступает как **транслируемый посредством определенных сигналов и обращенный вовне образ**. Имидж ориентирован на восприятие клиентов, их реакции. Поэтому, иногда результатом имиджевого воздействия считают набор значений и впечатлений, посредством которых люди описывают объект, запоминают его и начинают относиться к нему определённым образом.

В то же время, визуальные, знаковые характеристики имиджа не просто слагаемые передачи информации, а во многом доминирующий процесс воздействия. Так, **имидж представляет собой эффективный способ подачи актуального сообщения клиенту, которое, воздействуя и влияя на имеющиеся в каждом человеке**

¹⁴ Джемс У. Личность. // Психология личности. Тексты. / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, А.А. Пузыря. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – С.65.

разнообразные фильтры восприятия, закрепляется в его сознании.

Имидж – это **манипулятивный психический образ обладающий большой регулятивной силой**. Он призван влиять на сознание и бессознательное, на эмоциональную сферу личности. Имидж основан на инстинктивном, эмоциональном отреагировании, а также на анализе, размышлении и убеждениях.

Явление имиджа существует потому, что окружение на него реагирует. Это средство культивирования нужных реакций. Субъекты порождают типы имиджа, в котором заинтересованы. Никто не будет создавать себе отрицательный или конфликтный имидж, если это не является целью человека. Из всего набора наших характеристик мы отбираем и позиционируем в имидже те, которые, несомненно, будут выгодно для нас восприняты окружающими.

Кроме того, в различных источниках авторами (А.Ю.Панасюк, Г.Г. Почепцов, В.М.Шепель, и др.) **приводятся по разным основаниям следующие виды и характеристики имиджа:**

Зеркальный (“реальный”) имидж – это имидж, который свойственен представлению специалиста о себе. Человек как бы смотримся в зеркало и рассуждает, каков он. Обычно этот вариант имиджа положителен, ибо люди любят себя и хотят видеть себя через «розовые очки». Именно поэтому такой имидж недостаточно объективен.

Текущий имидж – определяется как реакция других людей; (клиентов) на восприятие ими комплекса или системы имиджевых свойств личности (объекта). Именно в этой области находит своё применение PR, поскольку недостаточная информированность, непонимание и предубеждение формирует имидж в не меньшей степени, чем реальные поступки. Это не просто взгляд внешней публики, это могут быть взгляды избирателей, клиентов, журналистов и т.д. Самой важной задачей при этом становится получение не столько благоприятного, сколько актуального (в связи с целевыми задачами) имиджа.

Желательный имидж – это имидж, который должен вызывать желательные относительно других людей (клиентов), ситуации или деятельности реакции.

Корпоративный имидж – это имидж организации. Корпоративный имидж включает репутацию организации, её успех, степень стабильности.

Индивидуальный имидж – это имидж человека (специалиста) несущего в себе индивидуальные особенности делающие его особенным, не связанным по определенным имиджевым основаниям с общим имиджем группы, организации.

Групповой имидж – это общий имидж группы во всем спектре его слагаемых.

Имидж не обязательно должен быть модным, современным: прежде всего, он апеллирует к эмоциям. Имидж способен оказывать влияние на поведение клиентов, угождает целевой аудитории, где локализуется в сознании и провоцирует определенные реакции работая по циничной формуле двух «У»: «У» - угадать и «У» - угодить. Влияние имиджа ориентировано не на ментальную, а скорее на эмоциональную сферу и структуру бессознательного клиентов.

Из чего же складывается имиджевый капитал специалиста? Каковы его слагаемые? Из каких структурных элементов состоит имидж как система?

Можно представить имидж визуально, предполагающим костюм, макияж, причёску, а также кольца, браслеты, мундштуки, сигареты и пр. фрагменты габитуса. «Встречают по одежке» - принцип формирования габитарного имиджа.

Визуальный образ отражает также конституцию человека, т.е. его телосложение, рост, полноту. Первое, что нам бросается в глаза при встрече с незнакомым человеком, - это его «размеры», что полностью соответствует теории психологии восприятия о доминантном восприятии объекта по месту, занимаемому на общем фоне.

Очевидно, что опираясь на приведенные слагаемые, следует различать в характеристиках подлежащее изменению (коррекции) и неизменное (не подлежащее коррекции).

В то же время, к части визуально воспринимаемого имиджа подлежащего коррекции следует относить одежду, косметику, парфюмерию, аксессуары и пр. Одежда является прямой имиджформирующей информацией. Надо ли говорить, что одежда специалиста должна быть чистой и опрятной? Вероятно нет, поскольку это правило. Однако необходимо хорошо знать какой костюм надеть на работе, ибо от этого зависит реакция клиентов, актуальных людей. Одеваться необходимо «под клиента» в зависимости с его установками и стереотипами восприятия:

- одежда не должна ассоциироваться с социальной группой, к которой актуальные люди относятся негативно и должна ассоциироваться с той социальной группой, к которой сформировано положительное отношение.
- одежда не должна быть яркой и кричащей.

Например: несколько старомодный и консервативный костюм-тройка лектора отождествляет его с социальной группой ученых, на которую у аудитории, т.е. у большинства присутствующих слушателей, сформирована позитивная установка.

В то же время, имидж проявляется кинестетически (кинетика - движение) - манерами, жестами, позой, походкой, движениями, пластикой, мимикой. В психологии под «кинетикой» понимают особый вид языка человека, который проявляет себя как через жестикуляцию, так и через положение тела или частей тела в пространстве. Сюда же следует отнести мимику, походку и пластику. Важно очень хорошо владеть языком тела, кинестетикой своего тела, поскольку сложно контролируемый сознанием кинестетический язык отражает подсознательные влечения, установки человека. Иными словами, **в то время, как речь у собеседника может быть убедительной и красивой, тело может выдать «тайные стороны» подсознания.**

Следует помнить, что кинестетические проявления имеют важное значение в формировании мнения о человеке, его истинной системе установок - отношений. На основании таких проявлений формируется определенное необъяснимое чувство - мнение.

Отсюда важно научиться:

- 1 Создавать блоки на пути нежелательной кинестетической информации.
- 2 Презентовать, предъявлять кинестетически правильные и актуальные сигналы.
3. Изучить язык мимики и жеста и правильно использовать полученные знания.

Имидж транслируется вербальными и паравербальными проявлениями, т.е. тем, что говорит, как говорит, что и как пишет человек.

В связи с этим специалисту по работе с клиентами целесообразно овладеть мастерством речи, риторикой, социальной психологией общения.

Имидж проявляется в созданной имеющейся среде обитания - местом где работает специалист с клиентом (интерьером, цветом, наличием других людей и их особенностями и пр.).

В грамотно созданном имидже согласованы все детали - не только внешние атрибуты (стиль одежды,

прическа, аксессуары, украшения и т.д.), но и голос, манера поведения, и даже окружение работают на заданную цель. **Имидж жизнеспособен и убедителен лишь тогда, когда соответствует внутренним качествам специалиста, его характеру, темпераменту и образу жизни, что еще раз подчеркивает значения отбора кадров.**

При этом, выбор имиджа и имиджевых характеристик специалистов - достаточно сложное дело дизайнеров внешности (имиджмейкеров), ведь он обязательно должен соответствовать мироощущению специалистов и установкам восприятия клиентов, в противном случае - будет вызывать неловкость и дискомфорт.

В связи с этим, исходя из понимания психологической сущности имиджа следует учитывать его **важные отличительные особенности:**

Во-первых, имидж должен обязательно формироваться под конкретную цель и задачи.

Во-вторых, имидж в большинстве случаев должен соответствовать социальным ожиданиям клиентов. Социальные ожидания – это система установок и стереотипов которую несут в себе люди. Социальные ожидания, желательно точно определять. Обычно это делается посредством социально-психологических и социологических исследований. Таким образом, имидж должен быть компромиссом между социальными ожиданиями клиентов и особенностями специалистов.

Имидж, при этом, не должен быть сложным и многогранным. Он должен быть простым, доступным для восприятия и осмысления, соответствующим сложившимся у большинства потребителей представлениям.

Наряду с характеристиками имиджа специалисты по имиджу выделяют **стереотипы имиджевых моделей клиентов**, которые должен различать специалист по клиентской работе:

- **Бизнес – Леди** - это очень привлекательный имидж, благодаря тому, что о нём в тайне мечтают многие из нас. Уверенная в себе, преуспевающая женщина. Внешний облик Бизнес-Леди соответствует её внешнему окружению и её внутреннему миру. Она всегда хорошо выглядит, её походка прямая, осанка горделивая. Деловой тёмный костюм, аккуратно собранные и ухоженные волосы, незаметный макияж, портфель, дорогая ручка и записная книжка, чёткая жестикуляция, кашемировое пальто, классическая обувь, дорогая и престижная марка машины, сотовый телефон у уха, съedaемое (пристальное) выражение лица.
- **Бизнес – Мен** - его отличает изысканность, строгость, солидность и занятость. Человек, который не терпит подделок и суеты. Одет дорого и респектабельно: тёмно-синий костюм, белая рубашка, красный галстук, кашемировое пальто, шёлковое кашне, ухоженная стрижка, корректируемая раз в неделю. Размеренность в движениях и взгляд хозяина.
- **Тусовщик и Тусовщица** - демонстрируют знаковую принадлежность к какой-либо тусовке. Знаки отличия какого-либо определенного круга. Границы возраста размыты. Как правило, одеваются, подчёркнуто в молодёжном стиле и не по возрасту.
- **Светская Львица и Светский Лев** - высокомерная, сверх уверенная особа, которая общается только с себе подобными. Одевается дорого, изысканно по последней моде. Шлейф дорогих французских духов и слишком высокие требования к своим избранникам. Она живёт в соответствии с нормами и правилами “светского поведения”. Этикет для неё – это всё. Она выглядит так, как будто минуту назад покинула дорогой салон.

- **Светский Лев** – благовоспитан, холён, хорош собой, аристократичен. Держится и выглядит безукоризненно, имеет хороший вкус, любит антикварные аксессуары, воспитан, образован и интеллектуален. В отличие от Светской Львицы, не пренебрегает знакомством с женщинами не его ранга.
- **Роковая женщина** - это яркий контраст в облике и в одежде. Личность сложная и противоречивая. Белокожая брюнетка с алыми губами, слегка прищуренные аккуратно подведённые глаза, сканирующий взгляд, обувь на шпильке или каблук “стилет-то”, чулки, облегающая одежда по фигуре, удлиненное чёрное платье, яркие аксессуары в красно-рубиновых тонах, интрига во взгляде. Свойственна жестокость по отношению к своим жертвам, и крайняя эксцентричность. Общее впечатление от ее облика – восторженный страх, благоговение и обречённость.
- **Мафиози** - бизнесмен с налётом романтизма. Суровый вид и равнодушие – сплошная маска на лице. Пара перстней в “три карата”, солнцезащитные очки в любую погоду, шляпа, длинное пальто, вальяжность в походке. Стараются быть львом, но заметны элементы суетливости.
- **Альфонс** - молодой субъект, не отягощённый большим кошельком, но желающий обладать им. Хочет вызвать и страсть и сострадание одновременно. Хочет быть в центре Вашего внимания, сочетая в себе черты “дамского угодника” и “ловеласа”. Всегда старается держать себя в порядке, моден и влюблён в себя до безумия. Ухоженная причёска и руки, нарочитая небрежность в костюме, тщательно выбранный парфюм и элегантность во всём.
- **Рубаха-парень** - мужская дружба и пиво – единственные сокровища. Выглядит просто: джинсы, клетчатая рубашка и запах пива вместо парфюма, “душа на распашку”. Его любимый девиз: “Мужики, надо чаще встречаться!”
- **Друг парней или “Своя в доску”** - таким девушкам парни “плачутся в жилетку”, но никогда на них не женятся. Отсутствие в облике гендерного признака, открытое выражение лица, а взгляд полон сострадания.
- **Вечная Студентка и Вечный Студент** - демонстрируют нежелание зависеть от социальных ограничений и условностей. Недостаток средств с лихвой компенсируется индивидуальной, декоративной обработкой одежды и манерой ношения. Предпочитают такие элементы одежды, как джинсы, свитер, майки, ботинки на шнурках, бейсболки, футболки, молодёжные сумки или рюкзак на плече. Спортивная походка, живая речь и всегда весёлое, беззаботное настроение – здесь не живёт уныние и печаль.
- **Бухгалтер в маленькой “фирмочке”** - рыжий выкрас волос и едко-розовый цвет помады “цикламен” на губах, чёткая подводка глаз и рыже-коричневый цвет костюма с явно отсутствующими линиями силуэта. Женщина за 40, уставшая и разочарованная.
- **Профсоюзный работник** - костюм “тройка”, драповое пальто в “ёлонку”, пыжиковая или норковая” шапка-ушанка”. Любимый аксессуар – дипломат.
- **Гей** - обычно визажист или стилист. Обтягивающие брюки, сережка в левом ухе, яркая рубашка, характерная пластика и манерность.

Изучением и конструированием имиджевых свойств субъекта (объекта), а также изучением и практическим преобразованием условий в связи с имиджевыми свойствами занимается имиджелогия.

Имиджелогия - это комплексная практическая дисциплина, использующая отдельные результаты исследований ряда наук, в том числе психологии, этнопсихологии, социальной психологии, педагогики,

культурологии, истории, философии и др., целью которой, является создание методологических и методических основ для профессиональной деятельности по созданию и преобразованию имиджа. Профессиональная деятельность по созданию актуального имиджа, а также преобразованию существующего имиджа в интересах достижения определённых целей, называется **имиджмейкигом**. Специалист, профессионально занимающийся созданием и коррекцией имиджевых свойств, определяется как **имиджмейкер**.

Всякий, кто не овладел теорией и техникой познания природы человека, столкнется с большими трудностями...

Адлер А. (психолог, психиатр)

Что такое характер?

Как проявляется характер?

Как работать с поправкой на характер?

Надеюсь, что мы уже определились и убедились, уважаемый читатель, что **качества личности специалиста в значительной степени определяют её профессиональные способности, успешность в работе с клиентами.**

Вместе с тем специалист работающий с клиентами просто обязан быть хорошим психологом, хорошо понимать клиента, «читать» его предугадывая способ общения и желания. Для этого следует сделать экскурс в психологию характера.

В современной психологической науке существует достаточно много подходов различных авторов, психологических школ к определению особенностей человека. Мы приведем несколько таких подходов, которые наиболее доступны для понимания, и соотнесены с практикой клиентской работы

Так, известные специалисты в области психологической диагностики, характерологии и психологии отношений личности (В.Н.Мясищев, Л.Н.Собчик) полагают, что **в основе необходимого для профессиональной деятельности индивидуального стиля восприятия, переработки, воспроизведения, отреагирования лежат одна или несколько, так называемых "ведущих тенденций"**. Ведущие тенденции личности в значительной степени определяют её поведение, мотивацию и выбор профессии.

Что же это такое, «ведущая тенденция»? Понятие «ведущая тенденция» определяется как более емкое, чем свойство, состояние или черта личности. **Ведущая тенденция — синтез свойств, состояний и черт.** Кроме того, ведущая тенденция определяет динамику, изменение состояний, характерных проявлений.

Ведущая тенденция — включает в себя:

- условия формирования свойства;
- само свойство;
- predisпозицию состояний.

НАПРИМЕР: Повышенная тревожность как устойчивое типологическое свойство личности ведет к формированию повышенного уровня тревожности как индивидуальной черты и легко перерастает в ситуативное состояние тревоги.

Напрягитесь, уважаемый коллега, главное здесь – понять, что **ведущая тенденция пронизывает различные аспекты личности:** состояние, социальные установки, мотивацию (побудительную силу), эмоциональные особенности, познавательный стиль, коммуникативные способности и др. В совокупности мотивация, эмоциональные особенности, тип мышления, стиль межличностного поведения человека – все это индивидуальная типологическая база (фундамент), на которой в процессе взаимодействия с окружающей средой и формируется личность.

Личность может рассматриваться, таким образом, как **открытая внешнему опыту, реагирующая на изменения среды в пределах индивидуально очерченного диапазона изменчивости, саморегулирующаяся система, включающая в свою структуру такие подструктуры как:**

- мотивационная направленность (осознанные желания);
- эмоциональная сфера (стиль и особенности переживания);
- стиль мышления (способности, способы);
- поведенческая активность (действия, виды деятельности).

Высшие уровни самосознания личности зависят от влияния окружения и условий среды, а также от индивидуальной избирательности (доминанты) влечений личности определенной теми же ведущими тенденциями.

Ведущие тенденции личности динамично видоизменяются на протяжении всей жизни (нивелируются, контролируются, заостряются), и продолжают в настоящем, играть определяющую роль. Они лежат в основе поведения личности. Каждый человек обладает собственным диапазоном колебания (изменения) ведущих тенденций в единицу времени.

Известный специалист в области психологической диагностики Л.Н.Собчик определяет **ведущие тенденции, как комплекс проявлений личности (стиль поведения, особенности деятельности, особенности взаимоотношений, и др.)¹⁵**. Основными ведущими тенденциями личности (по Л.Н.Собчик), заслуживающими внимания специалистов исследователей, диагностов - являются следующие:

Сенситивность, определяющаяся наименьшей силой внешних воздействий, которые способен воспринимать и отреагировать человек. Говоря проще, чем более слабое воздействие способен улавливать (чувствовать) человек, тем он сенситивнее. Сенситивность можно рассматривать как чувствительность на основе которой проявляется интуиция, способность сопереживать, понимать, чувствовать другого человека.

Реактивность, как степень, неподконтрольности деятельности сознанию и быстроты отреагирования личности на внешние или внутренние воздействия вследствие потребности психики в энергетической разрядке. Реактивность в личности проявляется как отреагирование, часто опережающее мысль, как импульсивность, возбудимость и труднопредсказуемость.

Стеничность, как степень психической энергетичности человека проявляющаяся в силе направленной на преодоление препятствий на пути к цели. Проявляется как наступательная активность, подвижность.

¹⁵ Собчик Л.Н. Введение в психологию индивидуальности. - М.: Ин-т прикл. псих., 1997.- С.13-26.

Ригидность, как свойство, противоположное пластичности, проявляющееся в инертности и консервативности (неизменности) поведения человека, его привычек, суждений.

Лабильность, как легкость и гибкость приспособления человека к изменяющимся условиям среды и внешним воздействиям, эмоциональная подвижность.

Тревожность, как внутреннее напряжение, требующее дополнительного расхода психической энергии, снижающее активность и энергетичность личности. Тревожность препятствует адаптации личности в новых, незнакомых условиях среды формируя некоторую неадекватность её поведения в ситуации напряжения.

Экстраверсия, как потребность в общении, во взаимодействии с социальной средой, потребность в средовой оценке, а также зависимость от влияния среды.

Интроверсия, как ориентация личности на собственное «Я» (позицию, точку зрения, восприятие, состояние и пр.), а также социальная дистантность, замкнутость, отгороженность, самопогруженность.

Посредством психологического изучения личности можно определить степень выраженности той или иной названной тенденции.

В Институте прикладной психологии России (Л.Н.Собчик) разработана методика исследования "ведущих тенденций" личности, которая получила название Индивидуально-типологический опросник (ИТО). Автором приводится данная методика, незначительно доработанная в процессе применения для оптимизации восприятия изучаемой личностью. Приводится также сокращенный (сравнительно с авторским) вариант интерпретации, на наш взгляд вполне достаточный для построения представлений о выраженности названных выше ведущих тенденций изучаемой личности. Здесь же приводятся ключи к методике. Бланк к методике приводится в Приложение 6.

В полном объеме и в авторском варианте, данная методика опубликована в монографии Л.Н.Собчик "Введение в психологию индивидуальности"¹⁶

Вы можете для интереса обследовать себя с использованием Индивидуально-типологического опросника (ИТО), хотя сам опросник автор приводит для того, чтобы, понимая какие вопросы (утверждения) с какими шкалами соотнесены, Вы могли «читать» особенности клиентов и строить на основе этого взаимодействие с ними.

Если вы решили пройти обследование или обследовать кого-либо (например, в интересах отбора на работу) то ознакомьтесь с особенностями этой процедуры.

Среднее время выполнения теста – 30-40 минут.

Обследуемые, затягивающие время тестирования до 50 минут и более, могут быть дополнительно изучены на предмет выявления нервно-психической неустойчивости, повышенной отвлекаемости, выраженного негативизма по отношению к тестированию, трудностей понимания утверждений теста, замедленности мыслительных процессов и т.д.

При обследовании, испытуемый последовательно отвечает на предложенное 91 утверждение теста (См. бланк Приложение 3).

Каждое утверждение оценивается изучаемой личностью по принципу "согласен" или "не согласен" он с данным утверждением – «Да» или «Нет». В зависимости от этой оценки человек, проходящий обследование

проставляет отметку в соответствующей графе регистрационного бланка, как вариант выбора "Да" или "Нет" в соответствии с номером утверждения.

В методике каждый из ответов имеет идентичный весовой коэффициент в 1 балл. То есть за каждый ответ по определенной шкале Вы получаете 1 балл. Итоговое значение по каждой шкале представляет собой сумму всех диагностических коэффициентов ответов конкретного испытуемого, суммы вариантов ответов "Да" и "Нет" в соответствии с приведенными ниже ключами шкал.

ИНДИВИДУАЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОСНИК (ИТО)

ИНСТРУКЦИЯ ОБСЛЕДУЕМОМУ:

Прочитав каждое утверждение, зачеркните на бланке вариант ответа «Да» относительно номера приведенного утверждения, если Вы согласны с данным утверждением. Зачеркните вариант «Нет», если Вы не согласны.

Проявляйте искренность в работе для исключения недостоверности результата.

Старайтесь отвечать сразу, продолжительное размышление над вариантом ответа приводит к временным потерям и искажает личностную реальность.

При двоякой позиции относительно варианта ответа соотносите его с тем, как это бывает чаще и как это сейчас.

УТВЕРЖДЕНИЯ

1. Вы готовы отнестись к исследованию ответственно и быть предельно искренним (искренней).
2. У Вас очень сложный и трудный характер для окружающих.
3. Вы лучше справляетесь с работой в одиночестве, чем в присутствии многих людей.
4. Решая сложные проблемы, вы, как правило, обходитесь без посторонней помощи.
5. Вы очень редко заговариваете первым с незнакомыми людьми.
6. Для Вас важно, что подумают люди о Ваших поступках и высказываниях.
7. Если будет нужно, Вы разрушите все преграды на пути к достижению цели.
8. Вы часто тревожитесь по пустякам.
9. В Ваших неудачах виноваты определенные люди.
10. Для Вас важно иметь общее мнение с теми людьми с которыми Вы обычно общаетесь.
11. Вас мало касается все, что случается с другими.
12. Вам интересны яркие, артистичные личности.
13. Вас не особенно трогают чужие страдания.
14. В шумной кампании Вы чаще всего в роли только наблюдателя.
15. Для Вас невыносимо наблюдать страдания людей или животных.
16. Вы — человек абсолютно правдивый и искренний.
17. Все Ваши беды от того, что Вы не умеете ладить с людьми.
18. Вам нравятся шумные вечеринки (компаний).
19. Важные решения Вы чаще принимаете самостоятельно.
20. Вам приятны новые знакомства.
21. Берясь за какое-то дело, Вы не станете долго раздумывать прежде чем начать.
22. Вас раздражают попытки людей изменить Ваше мнение, когда Вы уверены в правоте.
23. Вы часто без особых оснований волнуетесь за близких Вам людей.
24. Вы не можете терпеть, когда кто-то меняет заведенный Вами порядок.
25. Вы умеете привлечь внимание окружающих.
26. В жизни Вы твердо придерживаетесь определенных принципов.
27. Вы любите участвовать в коллективных вечерах отдыха.
28. Вы сразу чувствуете изменения в настроении окружающих Вас людей.
29. Вы можете не смущаясь «дурачиться» в веселой кампании.

30. Вы чувствуете себя относительно спокойно, если кто-то рядом переживает по какому-то поводу.
31. Вы никогда не поступаете как эгоист, ориентированный только на себя и свои интересы.
32. Часто Вы отрицательно влияете на настроение окружающих.
33. Интересные идеи приходят Вам в голову чаще когда Вы один.
34. Для пользы дела Вы можете взять на себя ответственность за деятельность группы.
35. Вы чувствуете, что застенчивость мешает Вам эффективно говорить (выступать) перед группой людей.
36. Вы принимаете решение, не ориентируясь на мнение старших по возрасту или положению.
37. Вы можете заставить людей действовать так, как Вам это необходимо.
38. Переживание неудач серьезно влияет на Ваше самочувствие.
39. Когда Вы уверены в своей правоте, Вы упрямы и несговорчивы.
40. Если Вы не в центре внимания, то Вам не интересно находиться в компании.
41. Никто не может навязать Вам своего мнения.
42. Вам нравится, и хотелось бы путешествовать с новыми попутчиками.
43. Вы можете изменить мнение под давлением окружающих.
44. Когда Вы едете в поезде Вы обычно общаетесь с попутчиками.
45. Вы всегда говорите правду.
46. Вы никогда не откладываете на завтра то, что следует сделать сегодня.
47. Вы вечно чем-то недовольны.
48. Вы любите одиночество, способствующее сосредоточению и мышлению.
49. Вы способны заинтересовать людей и повести за собой.
50. Вам нравится руководить (управлять) другими.
51. Вы способны дать отпор, постоять за себя.
52. Вам бывает неловко за поступки, поведение, высказывания близких.
53. В детстве, Вам нередко приходилось вступать в драки.
54. Вы испытываете чувство вины, если Вас преследуют неудачи.
55. Ваше настроение во многом зависит от настроения тех, кто Вас окружает.
56. Вы добиваетесь всего в жизни своим упорством и настойчивостью.
57. Вам часто скучно в компании несмотря на общее веселье.
58. Ваше плохое настроение легко меняется на лучшее, если Вы смотрите комедию, или Вас развеселят.
59. Ради сохранения добрых отношений Вы можете отказаться от актуального намерения.
60. Вы всегда придерживаетесь общепринятых правил поведения.
61. Вашим друзьям Вы нравитесь.
62. У Вас трагичная судьба.
63. У Вас много близких друзей.
64. Вы считаете, что Вы несчастный человек.
65. Вам проще надеяться на других, чем брать на себя ответственность.
66. Вы стараетесь быть как все, не выделяясь.
67. Вы — человек спокойный, уравновешенный.
68. Вы можете долго не реагировать на колкости, но потом «взрываетесь» в гневе.
69. Вы очень чувствительны к изменениям погоды.
70. Вы не любите присутствовать на шумных застольях.
71. Вы иногда проявляете безалаберность в делах, а потом приводите все в порядок.
72. Вы любите ходить в гости.
73. Вам все равно, что думают о Вас окружающие.
74. Вы волнуетесь только по поводу очень больших неприятностей.
75. Вы никогда не испытываете желания выругаться.
76. Вы никогда никого не обманывали.
77. Вы считаете, что Вам никто не нужен также, как и Вы никому не нужны.
78. Вы — человек застенчивый.
79. Вам ужасно не везет в жизни.
80. Вы часто следуете советам авторитетных людей.
81. Вы сильно переживаете, если кто-то Вас обижает.
82. Вас ни чем не испугать.
83. Вы часто прибегаете к советам других людей для решения собственных проблем.
84. В неудачах Вы вините прежде всего самого себя.
85. Вы совершенно не обращаете внимания на свой стиль в одежде.

86. Вы стараетесь планировать ближайшее будущее и работу.
87. Когда Вас зовут в гости Вы чаще думаете: «Лучше бы я остался дома».
88. Вы ничего не знаете о личных проблемах окружающих.
89. Малейшая неудача резко снижает Ваше настроение.
90. Вы никогда не сердитесь.
91. Вы отвечали на вопросы искренне.

КЛЮЧИ К ШКАЛАМ МЕТОДИКИ

Обратите внимание, уважаемый коллега, что за каждое совпадение ответа с номером утверждения обследуемый получает 1 балл. Например, если обследуемый по шкале «экстраверсия» перечеркнул на бланке вариант ответа «Да» под номером 12, то у него 1 балл. В итоге совпавшие с ключом варианты ответов «Да» и «Нет» суммируются и на бланке отмечается набранная сумма баллов на оси названной шкалы.

Экстраверсия (ориентация на внешнее, общительность):

Да 12, 27, 42, 44, 56, 72.

Нет: 14, 57, 87.

Интраверсия (ориентация на внутреннюю оценку, замкнутость):

Да 3, 5, 33, 35, 48, 78

Нет: 18, 20, 63

Реактивность (импульсивность, возбудимость):

Да 4, 19, 21, 34, 49, 50

Нет 6, 65, 80.

Стеничность (наступательная активность) :

Да 7, 22, 36, 37, 51, 53, 68.

Нет 66, 81

Ригидность (консерватизм, тугоподвижность):

Да 9, 24, 26, 39, 41.

Нет 71, 83, 86.

Сенситивность (чувствительность, интуиция):

Да 15, 28, 43, 59, 89.

Нет: 11, 13, 30, 74 .

Тревожность (наличие опасений, сдержанность):

Да 8, 23, 38, 52, 54, 69, 84,

Нет: 67, 82

Лабильность (гибкость, подвижность настроения):

Да 10, 25, 40, 55, 58.

Нет 70, 73, 85, 88.

ШКАЛЫ ДОСТОВЕРНОСТИ:

ЛОЖЬ (стремление казаться лучше, чем бывают люди):

Да 16, 31, 45, 46 , 60, 61, 75, 76, 90

АГРАВАЦИЯ (стремление драматизировать, усложнить состояние):

Да. 2, 17, 32, 47, 62, 77, 64, 79

Интерпретация результатов:

Изначально следует определить достоверность полученного результата. Для этого следует определить количество баллов, набранное по шкалам «ложь» и «агравация» (шкалы на схеме не представлены и не отмечаются):

Ложь – осознанное или бессознательное стремление улучшить представление о себе, приукрасить, показать себя лучше, чем может быть человек.

Агравация – осознанное или бессознательное стремление драматизировать состояние психики как сложное, усложнять общее представление о себе. Следует учитывать, что иногда шкала агравации проявляет себя как призыв человека к помощи.

Результат исследования личности достоверен, если по каждой из названных шкал (лжи или агравации) обследуемый набрал не более 5 баллов.

В дальнейшем (после определения достоверности) определяется выраженность ведущих тенденций личности по другим шкалам, обозначенным по осям октанты, осуществляется суммирование вариантов ответов «Да» и «Нет» по каждой из шкал, а результат выставляется на осях шкал..

Интерпретация выраженности ведущих тенденций личности:

Тенденции, значения которых находятся в пределах 4 баллов по осям, выражены в пределах нормы и незаметны окружающим.

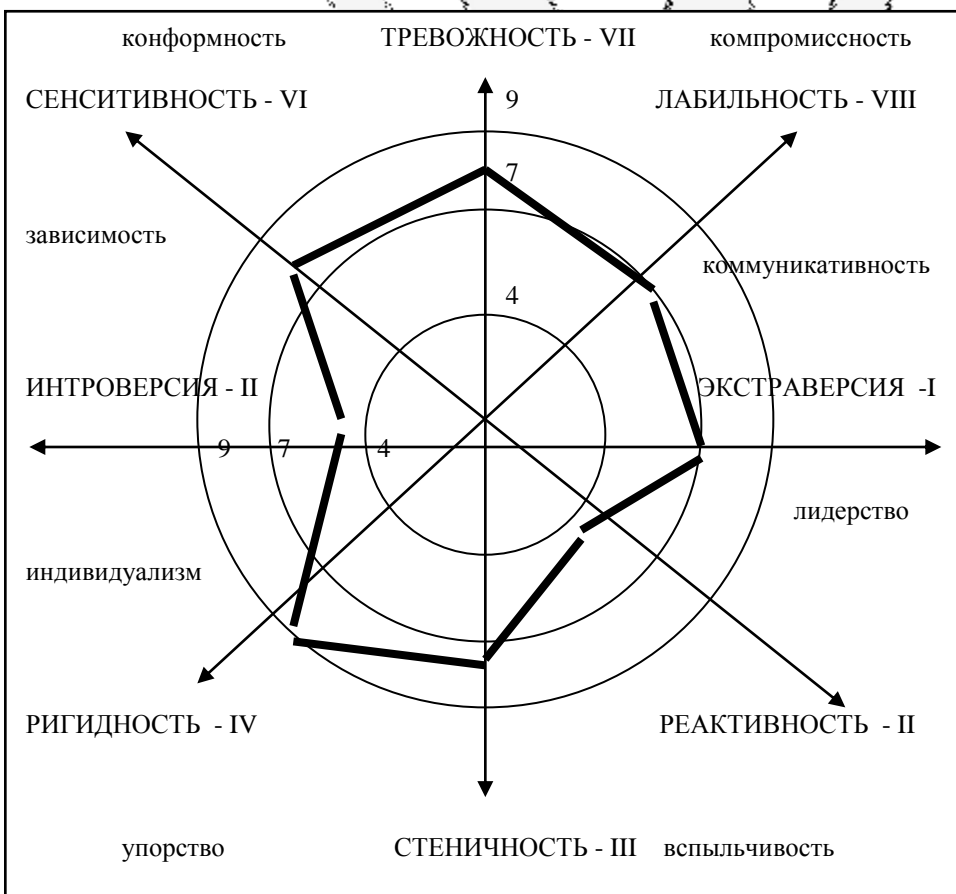
Тенденции, выраженные в пределах 5-7 баллов, заметны окружающим, определяют особенности мотивации и поведения личности.

Тенденции, выраженные в пределах 8-9 баллов, ярко выражены и могут создавать проблемы во взаимодействии для самой личности и окружающих.

Полученная сумма баллов по каждой шкале (а испытуемый может набрать не более 9 баллов) откладывается на соответствующей оси октанты бланка. Затем все точки на шкалах соединяются прямыми линиями. Получается целостный профиль ведущих тенденций личности (См. схему.1).

Схема 2

ПРОФИЛЬ ВЕДУЩИХ ТЕНДЕНЦИЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛУЧЕННЫЙ НА ОСНОВАНИИ ТЕСТИРОВАНИЯ



При этом следует полагать, что приведенные в методике утверждения могут использоваться как определяющие для изучения личности в процессе наблюдения за ней и в ходе прогностической беседы, а не только как опросник теста. Приведенные в вопроснике утверждения во многом соотносятся с утверждениями более объемных опросников и если Вы, вооружившись приведенными утверждениями, понаблюдаете за человеком, то, даже не прибегая к тестированию, сможете выстраивать прогноз относительно его поведения и мотивации.

Выраженность ведущих тенденций определяет характерные черты личности, как социально-обусловленные, устойчивые индивидуально-неповторимые проявления поведения, сложившиеся на основе потребностей, мотивов, интересов, определенных склонностей (установок, привычек).

Таблица 4

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ ЛИЧНОСТИ В СВЯЗИ С ВЫРАЖЕННЫМИ ВЕДУЩИМИ ТЕНДЕНЦИЯМИ

ВЫРАЖЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ	ЧЕРТЫ ХАРАКТЕРА
ЭКСТРАВЕРСИЯ	ЛИДЕРСТВО
РЕАКТИВНОСТЬ	ВСПЫЛЬЧИВОСТЬ
РЕАКТИВНОСТЬ	УПОРСТВО
СТЕНИЧНОСТЬ	ИНДИВИДУАЛИЗМ
СТЕНИЧНОСТЬ	ЗАВИСИМОСТЬ
РИГИДНОСТЬ	КОНФОРМНОСТЬ
РИГИДНОСТЬ	КОМПРОМИССНОСТЬ
ИНТРАВЕРСИЯ	КОММУНИКАбельНОСТЬ
ИНТРАВЕРСИЯ	
СЕНСИТИВНОСТЬ	
СЕНСИТИВНОСТЬ	
ТРЕВОЖНОСТЬ	
ТРЕВОЖНОСТЬ	
ЛАБИЛЬНОСТЬ	
ЛАБИЛЬНОСТЬ	
ЭКСТРАВЕРСИЯ	

В связи с определенными в результате исследования ведущими тенденциями личности возможно определение её потребностей.

Таблица 5

ОСОЗНАННАЯ ИЛИ БЕССОЗНАТЕЛЬНАЯ ПОТРЕБНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В СВЯЗИ С ВЫРАЖЕННОЙ ВЕДУЩЕЙ ТЕНДЕНЦИЕЙ

ВЫРАЖЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ	ПОТРЕБНОСТЬ
ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ	Детализации явления. Быть осторожным. Быть внимательным. Прогнозирования явления.
РЕАКТИВНОСТЬ	Отреагирования. Избегания лишней интеллектуализации. Включенности в действие.
СТЕНИЧНОСТЬ	Активности. Деятельности. Достижения.
ПЛАСТИЧНОСТЬ	Изменения среды, факторов среды.

	Изменение идей, взглядов, подходов.
РИГИДНОСТЬ	Ничего не менять. Стабильности. Упорядоченности. Плановости. Надежности. Серьезности. Аналитичности.
ЛАБИЛЬНОСТЬ	Эмоциональной включенности. Эмоциональных переживаний. Смены эмоциональных проявлений.
ТРЕВОЖНОСТЬ	Снижения напряжения. Избегания факторов вызывающих дополнительное напряжение. Отреагирование тревоги.
ЭКСТРАВЕРСИЯ	Включенности во взаимодействие. Оценки от других. Воздействия на других.
ИНТРАВЕРСИЯ	Сохранения дистанции. Замкнутости. Скрытности. Самоанализа.

Наряду с концептуальной моделью ведущих тенденций, для получения наиболее полного представления об особенностях личности, читателю может быть также интересна концепция изучения акцентуаций личности известного немецкого психиатра К.Леонгарда¹⁷.

Акцентуации личности, как выраженные типологические и характерные черты в концептуальной модели К.Леонгарда соотносимы по основаниям формирования и динамики с определением ведущих тенденций.

Опираясь на материалы исследований К. Леонгарда, попытаемся вывести кратко **наиболее общие характеристики акцентуированных личностей, включенных в профессиональную деятельность.**

При этом мы будем рассматривать некоторые черты характера как акцентуации, когда они характеризуют личность, отклоняющуюся от некоего стандарта в силу выраженности этих черт.

Демонстративные личности.

Люди такого типа **могут глубоко вытеснять из памяти события или факты, которые не могут не быть им известны.** Так происходит в случаях, когда данные события или факты неприятны и могут вызывать нервно-психическое напряжение.

Таким образом, демонстративные личности могут создавать проблемность, связанную с **закрытостью от других травмирующего или неприятного прошлого** «...они могут совсем «забыть» о том, чего не желают знать, они способны лгать, вообще не сознавая, что лгут»¹⁸. Они **лгут не краснея, с невинным выражением лица, т.к. ложь для них - истина.**

Леонгард называет демонстративных личностей истериками. Они **способны вытеснять не только события, но и физиологические рефлексы**, в т.ч. боль. Такие личности могут бравировать своей «бесчувственностью» болевых ощущений, симулировать от работы, воздействуя на себя физически и вызывая необходимые симптомы болезни.

Демонстративные личности способны внушать доверие относительно недостоверной информации.

¹⁷ Леонгард К. Акцентуированные личности. Пер. с нем. Ростов н/Д.: изд-во «Феникс», 1997. – 544с.

¹⁸ Леонгард К. Акцентуированные личности. - С.40.

Отвечая на заданные вопросы, они часто прибегают к импровизации, конструируя и выдавая информационные блоки сомнительного содержания настолько достоверно, что им хочется верить.

Такие люди добиваются прощения за отсутствие и опоздания на работу, т.к. объяснения ими причин настолько убедительны, что не вызывают сомнений.

Демонстративным личностям **легко играть нужные роли в малой группе, смущение им чуждо.** Таким людям необходимо быть «на сцене», быть замеченными. При этом для них порой неважно, положителен или отрицателен характер играемой роли. Такие личности могут демонстративно разыгрывать сцены перед группой и руководством.

Реакция окружающих для них тоже не имеет особого значения, главное – сцена, главное – роль на сцене. В то же время, играя роль, они вводят других в заблуждение относительно собственной «реальности». Например: руководитель может считать такого сотрудника «паинькой», а коллеги по работе – ловким манипулятором, эгоистом.

Демонстративные личности жалеют себя, считая, что люди не справедливы, что им незаслуженно снизили оценку труда. Как правило, эти пространственные словесные излияния имеют ту же цель – произвести впечатление на «зрителей».

Демонстративные личности живут текущим моментом, сложно прогнозируя будущее. Необдуманность поведения, трудности прогнозирования для себя нежелательного результата часто приводят их к неуспеху. Это люди **фантасты, мечтатели, сочинители.** Тяга к самоутверждению может эффективно использоваться в формировании или коррекции у них мотивационно-ценностной сферы.

Педантические личности.

В профессиональной деятельности **педантическую личность можно определить по времени, которое она затрачивает на решение профессиональных задач.** Такие люди прежде, чем начать действовать стремятся еще и еще раз убедиться, что выбранное решение правильно и лучших вариантов не существует.

При яркой выраженности педантизма **сомнения в правильности решения тормозят действия, проявляется нерешительность относительно актуальных поступков.** Более того, в процессе решения задач могут всплывать все новые опасения, и, борясь с ними, педант создает новую проблемную среду (горизонт расширяется).

Чрезмерная педантичность наносит ущерб личности тогда, когда способность принимать правильные решения относительно заданий и отреагировать их (демонстрировать) во взаимодействии – нарушена. **Такой человек отстает от группы в решении задач, хотя при этом может быть очень старательным и добросовестным.** Может добровольно сидеть после работы, пытаясь разобраться в подходах к проблеме и способах ее решения. Сомнения усиливаются, когда задание ответственно. В период подготовки к выполнению задания, вследствие **скрупулезной подготовки к предстоящим испытаниям у педантов истощается психика, усложняется личная жизнь.**

Если педантичность выражена не очень ярко, такому человеку свойственна **основательность, четкость, последовательность в деятельности.** Он добросовестен, все делает «как надо». В решении разноплановых социально-ориентированных задач надежен, на него можно положиться.

Педантический тип стабилен, редко бросает работу, семью, учебу без оснований. Внимательно следит за своим здоровьем, не злоупотребляет курением и спиртным.

Застревающие личности.

«Основой застревающего, параноического типа акцентуации», по мнению К.Леонгарда, - «является патологическая стойкость аффекта»¹⁹. Под аффектом понимается эмоциональное состояние вызванное, реакциями страха, гнева. У застревающей личности действие аффекта прекращается медленно, «...и стоит лишь вернуться мыслью к случившемуся, как немедленно оживают и сопровождающие стресс эмоции»²⁰.

Застревание наиболее ярко тогда, когда затронуты личные интересы личности.

Такие люди характеризуются, как памятьвые, иногда мстительные. **При попытке воздействовать на самооценку, личностный статус, мотивацию, они могут проявлять повышенную чувствительность, обидчивость.** Это может проявляться как «борьба за справедливость», но чаще её целью является отстаивание личных эгоистических интересов.

Черты застревания могут проявляться не только при отрицательной аффективности. Личности успешные, часто проявляют такие черты, как заносчивость, самонадеянность, самоуверенность.

Поскольку помехи эгоистическим устремлениям застревающих личностей исходят «от окружающих», **такие личности могут быть подозрительны, недоверчивы, несговорчивы.** Воздействия на них возможны только при условии авторитетности воздействующей личности.

При условии стимулирования самооценки, подкрепления личностного статуса застревающих личностей **они могут быть успешны в деятельности, стремясь завоевывать признание других и иметь основания гордиться собой.** Изменение отношения к себе переживают очень сложно и проявляют себя иначе.

Возбудимые личности.

Люди, отличающиеся выраженной возбудимостью, недостаточно управляемы. Решающими для них являются влечения, инстинкты, побуждения.

То, что подсказывает разум, во внимание не принимается. Они импульсивны, нетерпеливы. Открыто заявляют о своих требованиях и проявляют реакции.

Демонстрируют множество оснований для собственного недовольства, которые не существенны.

Возбудимость и поведенческая импульсивность таких лиц часто приводит к конфликтам с руководством и коллегами по работе. Часто, такие личности провоцируют и начинают конфликты. Могут применять физическую силу, поскольку обсуждать проблему и искать компромисс им не свойственно. Мыслительные процессы для них проблемны.

Моральные устои для людей возбудимого типа не играют сколько-нибудь заметной роли. При «благоприятных» обстоятельствах такие люди они могут проявлять нечестность, красть чужие вещи.

Такие личности могут внезапно уходить из дома, поскольку дома их что-либо не устраивает.

Воспрепятствовать проявлению импульсивных реакций у возбудимых личностей невозможно. Воспитательная работа с ними малоэффективна и результаты её маловероятны. В период полового созревания

¹⁹ Там же.- С. 75.

²⁰ Там же.- С.75.

и сильного полового влечения, асоциальные проявления у возбудимых личностей становятся более вероятны и насыщены.

Внешне, возбудимые личности часто имеют атлетическое телосложение.

Сочетание акцентуированных черт характера (по К. Леонгарду)

Вышеприведенное деление на демонстративных, педантических, застревающих и возбудимых личностей не является чем-то абсолютным.

Сочетание акцентуаций также предполагает явные особенности, которые целесообразно рассмотреть специально.

Сочетание демонстративных и педантических черт у акцентуантов не встречается в силу их противопоставления.

Сочетание черт характера демонстративной и застревающей личности возможно и предполагает некоторую взаимную компенсацию.

Сочетание черт застревающей и возбудимой личностей К. Леонгард считает **опасным**, предполагающим возможные вспышки аффективных реакций.

При **сочетании застревающих и педантических черт** прогнозируется положительный социально-ориентированный результат.

Определение акцентуированных черт темперамента

Акцентуированные черты темперамента определяются в отличие от акцентуаций характера не направленностью, а темпом и глубиной эмоциональных реакций личности.

Гипертимические личности.

Преимущественно **приподнятое настроение** у таких людей сочетается с **жаждой деятельности и словоохотливостью**. Они легко преодолевают грусть, печаль. **Инициативны**, однако, часто отклоняются от главной цели деятельности.

Любят находиться в центре внимания, деятельны, подвижны. Когда владеют ситуацией, могут **сыграть** нужную роль в нужное время, чтобы получить нужную реакцию.

Если темперамент ярко выражен, то отмечается спектр нежелательных личностных проявлений.

Такие личности **недостаточно серьезно относятся к актуальным проблемам деятельности**. Иногда нарушают установленные правила поведения, этические нормы взаимоотношений с окружающими. **Способны на сомнительные авантюры**. В деятельности разбрасываются. Могут прекратить работу или **резко изменить отношение к ней в силу ориентации на нечто новое**, более интересное, актуальное. Демонстрируют противоречивую эмоциональность, балансирующую между веселостью и раздражительностью. В деятельности таких сотрудников могут отмечаться скачки идей, мыслей.

Дистимические личности.

Дистимический (при более яркой выраженности – субдепрессивный) темперамент противоположен гипертимическому.

Люди такого типа **сосредоточены на серьезных, а то и негативных сторонах жизни и деятельности**. Также **серьезно определяют** взаимоотношения с коллегами, руководством и знакомыми, другие личные проблемы, вследствие чего **могут довести себя до состояния реактивной депрессии**, когда стимулирование собственной

жизнедеятельности ослаблено, мышление работает замедленно, проявляется общая пассивность относительно деятельности.

Они не стремятся участвовать в деятельности требующей личной инициативы, недостаточно активны, отсиживаются, лишь изредка вставляя фразы в сеть разговора.

Обычно они занимают совершенно определенную жизненную позицию, руководствуются определенными для себя жизненными нормами.

Аффективно-лабильный темперамент (циклотимический).

Аффективно-лабильные личности (при ярко выраженных проявлениях – циклотимические) характеризуются сменой гипертимических и дистимических состояний.

Ситуативно преобладает одно из состояний. Смена происходит без видимых внешних причин или в связи с конкретными событиями. Успехи или неудачи в деятельности в определенной степени влияют на эту динамику.

Интересно, что **общий положительный фон воздействующей среды проявляется у таких людей комплексно** в сочетании эмоционального, поведенческого, речевого, мыслительного составляющих. При условии отрицательно окрашенной реальности также отмечается комплексное проявление направленности эмоций по названным составляющим. **Печальные события, таким образом, вызывают подавленность, замедленность движений, снижение мыслительной активности и др.**

Аффективно-лабильные личности ориентированы на общий фон ситуативной составляющей среды.

Аффективно-экзальтированный темперамент.

К.Леонгард называет этот тип темперамента «темпераментом тревоги и счастья». Личности такого типа характеризуются колебаниями настроения; реагируют на жизнь более бурно, чем другие. Их реакции внешне более заметны, более интенсивны. Они «легко приходят в восторг от радостных событий и в отчаяние от печальных»²¹.

Чаще эта эмоциональность движима тонкими альтруистическими побуждениями. Отмечается также **яркая эмоциональная включенность в личностные отношения, любовь к музыке, искусству, природе.** Иногда это глубокая религиозность, вера в идеи, захватывающая до глубины души.

Жалость и сострадание таких людей безграничны. Такие люди искренне сопереживают коллегам и друзьям, более чем адекватно отреагируют на радость и печаль других людей. Им свойственно **лично включаться в эмоциональную составляющую** проблемы, ситуации, предлагаемого материала. Они ориентированы на других, интересных, артистичных, эмоциональных.

При эмоциональном напряжении у людей аффективно-экзальтированного типа проявляются заметные физиологические реакции, они включаются в переживание и напряжение телесно.

Личности с таким темпераментом **отличаются поэтичностью натуры, творческими способностями, артистической одаренностью.**

Они очень чутки к воздействию и достаточно даже небольшого стимула, чтобы вызвать их реакцию. Проза жизни их травмирует, они жаждут чего-то большего, необычного, яркого. Они всегда готовы как к радости, так и к отчаянию.

²¹ Там же. – С.127.

Тревожные (боязливые) личности.

Тревожность взрослых людей не бросается в глаза так, как тревожность детей. Однако при взаимодействии с такими людьми она становится очевидной.

В ходе ответственных мероприятий, заданий они **демонстрируют застенчивость, испытывают страх**. Раскрывая проблему, отвечая на актуальные вопросы, проявляют неуверенность, не могут отстоять точку зрения.

В них чувствуется некоторая **покорность, зависимость**. Они стремятся установить пусть зависимые, но дружеские отношения со статусными лицами в малой группе для того, чтобы чувствовать себя более уверенно.

Вследствие постоянно присутствующего напряжения у таких людей **могут проявляться вегетативно-сосудистые реакции** (покраснения или побледнения кожи, потовыделение) или неадекватная двигательная активность (заторможенность).

Такие личности нуждаются в **психологической поддержке, одобрении, стимулировании личностной активности и настойчивости**.

Эмотивные личности.

Эмотивность, по мнению К.Леонгарда, - «характеризуется **чувствительностью и глубокими реакциями в области тонких эмоций**»²².

Людей такого типа **волнуют тонкие душевные проявления – гуманность, отзывчивость, мягкосердечность**. Таким образом, ранее приведенный аффективно-экзальтированный темперамент родственен эмотивному. Отличие заключается в отсутствии эмоциональной крайности. Если аффективно-экзальтированный тип «бурный, порывистый, возбужденный», то эмотивный – «чувствительный, впечатлительный».

Такие люди внешне демонстрируют свои чувства. Они могут плакать, отреагировав на воздействие, сюжет фильма, грустную историю. Глубоко переживают за близких, знакомых людей.

Душевные потрясения вызывают у них депрессивные реакции (замкнутость, снижение активности). Следует помнить, что такие люди более чем другие **склонны к суицидальным действиям**. В связи с этим необходимо постоянно отслеживать факторы, воздействующие на эмотивных людей в малой группе, особенности их отреагирования.

У некоторых эмотивных личностей наблюдается **стремительный переход от нейтрального состояния к радости или к печали**.

Эмоциональное состояние таких людей не является следствием заражения от группы, это всегда следствие личных переживаний.

Экстравертированная комбинация личности.

Личности экстравертного типа **в большей степени обращены в сторону восприятий, нежели представлений**. Они в большей степени поддаются стимулам извне, ищут новых переживаний возникающих в следствие взаимодействия с другими людьми. Такие личности стремятся бывать на коллективных праздниках и вечеринках, с удовольствием общаются с коллегами, у них много друзей, знакомых, они **подвержены влиянию, достаточно легковверны и способны увлекаться новыми стимулами среды**. Все воспринимаемое ими от авторитетных для них лиц – безусловная истина.

²² Там же. - С.133.

Экстравертированная акцентуация в выраженной форме приводит к импульсивности личности, не до конца продуманным поступкам.

Контакты с другими людьми у экстравертов достаточно поверхностны, неглубоки.

Интравертированная комбинация личности.

Интроверты живут в большей степени представлениями. Внешние события мало влияют на их личностную динамику, гораздо важнее то, что сам интроверт думает по поводу происходящего.

Такие личности опираются в поведении и деятельности на собственный опыт, представления. Они склонны к размышлениям, самоанализу. У них могут быть хорошо развиты рефлексивные способности.

Субъективизм поступков, оценок этих людей, может, приводит к их отгороженности от группы. Такая позиция иногда приводит к напряжению во взаимоотношениях.

При ярко выраженной интроверсии, идеи такой личности лишены объективной подоплеки, иррациональны, оторваны от реальности. Интроверты ориентированы на занятия будоражащие мысль. Если это литература, то позволяющая погружаться в глубину содержания. Если это деятельность, то нестандартная по содержанию, творческая.

Интроверты часто склонны к философствованию, поиску смысла жизни. Они способны увлекаться паранормальными явлениями, новыми оригинальными научными, политическими и религиозными течениями. Интроверты способны вырабатывать собственные суждения по поводу явлений, однако иногда эти суждения крайне субъективны и абстрактны.

У таких людей существует противоречие «между склонностью к раздумьям и слабой готовностью к поступкам». Идеи могут существовать, но не факт, что они реализуются.

Интраверты характеризуются замкнутостью, ограничением количества контактов, затруднениями в общении. У них бледная мимика, часто застывшее выражение лица.

Как показывает практика психологической работы, многие из ярко выраженных интравертированных натур перенесли ранее невроз.

Наряду с существованием теорий ведущих тенденций, теории акцентуаций личности, существует масса различных, несовпадающих классификаций локальных (ситуационно зависимых и обусловленных) черт характера. Их можно определять как ведущие тенденции более низкого, подчиненного уровня.

Нарастание личностной тревоги, например, неизбежно влечет за собой динамику характера: будет нарастать осторожность, замкнутость, подозрительность, практицизм и др.).

Но и это не все уважаемый коллега... Многие профессионалы, занимающиеся психологической экспертизой, разрабатывают на основе имеющихся, приведенных выше научных подходов и других не приведенных выше, варианты описания акцентуаций, ведущих тенденций, личностных радикалов, прогнозируют характерные проявления психики во взаимодействии.

Автор предлагает еще один из таких, удачных вариантов характеристики акцентуаций-радикалов, который разработан (на основе работ К.Леонгарда, П.Ганнушкина, А.Личко и др.) В.В.Пономаренко - врачом-психиатром, психологом, прекрасным специалистом в области психологической экспертизы, талантливым

ученым, писателем и в то же время удивительно скромным человеком не заявляющим о себе публично, активно и широко. И только совсем недавно (в 2004 году) вышла книга В.В.Пономаренко «Практическая характерология в которой достаточно подробно изложен его подход к характеристике акцентуаций-радикалов личности»²³. В данной работе автором приводится лишь необходимый для изучения личности сокращенный информативный блок.

Нам представляется, что В.В.Пономаренко прав, когда **определяет семь основных акцентуаций-радикалов на детализации которых строится исследование личностной структуры и поведения.** «Семь плюс-минус два» - известное сочетание цифр в науке (число Мюллера). Именно этот диапазон количественных характеристик групп признаков хорошо запоминается и складывается в осознанное представление относительно изучаемой личности.

Итак, **каждому человеку свойственны, если сослаться на предлагаемую В.В.Пономаренко «практическую характерологию», семь основных радикалов (от греч. radix – корень) оснований психического.** Позволим себе перечислить их, не развертывая психиатрических обоснований названия:

- истероидный (демонстративный, яркий, театральный).
- эпилептоидный (застревающий на эмоции, напряженный, взрывной).
- паранояльный (застревающий на идее, консервативный).
- эмотивный (чувствительный, сопереживающий).
- гипертимный (активный, оптимистичный, живой).
- шизоидный (странный, «не от мира сего»).
- тревожный (дистантный, неадекватный).

Каждый человек несет в себе все семь названных акцентов-радикалов психики, каждый из которых, в свою очередь проявляется определенным образом в ситуациях межличностного взаимодействия. Однако у **каждого человека один из приведенных акцентов-радикалов доминирует, «лидирует», проявляется чаще и ярче, проявляется большим количеством свойственных ему признаков,** а второй в иерархии выраженности радикал существенно дополняет первый.

Акцентуаций-радикалов «в чистом виде» не бывает. Это всегда смешение, синтез. И этот синтез обнаруживается ярко в смешении первых двух в иерархической выраженности радикалов. Например: у личности, могут быть первыми в иерархии выраженности «эмотивный» и «гипертимный» радикалы. И тогда личность будет характеризоваться повышенной чувствительностью, ранимостью, тенденцией сопереживать другим людям и одновременно с этим активностью, оптимистичностью и подвижностью.

Относительно каждого из приведенных радикалов в психиатрии и психологии накоплено множество сведений. Для формирования более полного представления о людях несущих в себе те или иные выраженные радикалы, приведем некоторые их характеристики, приведенные В.В.Пономаренко, напоминая при этом, что в личности проявляется смешение, синтез радикалов-акцентуаций, при яркой выраженности первых двух в иерархии.

НЕКОТОРЫЕ ПРИЗНАКИ КЛИНИЧЕСКИХ РАДИКАЛОВ (по В.В.Пономаренко)

Истероидный (демонстративный, яркий, театральный, привлекающий внимание, избегающий нежелательного).

²³ Пономаренко В.В. Практическая характерология. – М.: Центр ЭТО, 2004.

В основе истероидного поведения лежит его слабая нервная система, что является основанием неспособности выдерживать длительное профессиональное напряжение, вследствие чего происходит снижение общей активности. Работоспособность такого человека прерывистая, он быстро истощается, устает, после чего ему требуется отдых и восстановление сил.

Главная черта характера истероида – эгоцентризм, жажда позитивного отношения, восхищения, почитания и сочувствия. Может быть воспринято даже негодование или ненависть, но только не безразличие и равнодушие.

Истероидный человек склонен к приукрашиванию и фантазированию в изложении материала, к яркой самопрезентации. Рассказ истероида – это шоу одного актера направленное на завоевание признания и получение аплодисментов в виде ожидаемой им реакции от окружающих.

Кажущая эмоциональность такого человека в действительности не свидетельствует о глубине его чувств. В коллективе такой человек претендует на лидерство, на исключительное положение. Однако, не обладая ни достаточным упорством, ни профессионализмом, что требует значительных психических сил, которых у истероида нет, истероид идет к лидерству доступными для него путями.

Улавливая интуитивно настроения коллектива, назревающих в нем неосознанных желаний и стремлений, истероид может быть их первым выразителем. В порыве, воодушевленный обращенными взглядами, он может повести за собой других и даже проявить определенную смелость. Однако, чаще всего он оказывается вожаком на короткий период времени, поскольку перед неожиданными трудностями пасует, а лишённый восхищённых взоров теряет интерес к работе.

Истероид часто превозносит свои достоинства и преувеличивает свои достижения. Ещё не достигнув результата, он уже создаёт иллюзию достигнутого им успеха. Такой человек может формировать представления у руководства об эффективности своей деятельности, однако реальный результат её будет невысок, а отношения окружающих к нему не бывают продолжительное время теплыми и искренними.

Истероидного человека увлекает то, что даёт ему возможность быть замеченным, оцененным. Для этого он стремится участвовать в конкурсах на звание лучшего, стремится вступить в конкурсную борьбу за собственное первенство окружающих.

Энергии истероида хватает на непродолжительную эффективную самопрезентацию. Работать стабильно на высокий результат он не способен. Истероид охотнее блещет перед коллегами модной фразой, одеждой, ситуативными увлечениями, сексапильностью, и всё это для того, чтобы произвести впечатление. Истероидные личности – это артистичные натуры, которым всегда нужны зрители и обожатели, и если вокруг есть такие зрители, истероиды становятся упорными и инициативными, находчивыми, активными и даже энергичными.

Истероид любит менять свою внешность, переодеваться, преображаться и перевоплощаться, легко и свободно чувствует себя в разных ролях, прекрасно имитируя внешний облик той среды, к которой он принадлежит. Гибкое ролевое поведение делает истероида способным к разному роду экспромтам и экспериментам; он умеет быстро ориентироваться на ходу и дополнять отсутствие информации собственной иллюзией. Ролевая активность истероида делает его самопрезентации эффектными, яркими, неповторимыми по силе самовыражения.

Истероидная личность часто демонстрирует неосознанную им психическую защиту избегания нежелательного, в том числе и физиологически. Если истероид не готов к планируемому, то его психика способна отреагировать защитой даже в форме болезни, и он вполне реально заболевает.

Яркость истероидного человека проявляется во многом. Он игнорирует строгость и умеренность в одежде. Женщина активно использует макияж, демонстрирует равнодушие к экстравагантной, престижной, авангардной одежде в которой появляется в школе, подбирает одежду ярких цветов – жёлтый, красный, что само по себе выделяет истероида, а иногда является вызовом и провокацией.

Истероид способен хорошо решать задачи презентации и всё, что связано с общественным резонансом. Помогая ему стать фигурой, подчеркивая его неординарность, делая ему комплименты, можно быстро выстраивать взаимоотношения с ним и направлять его деятельность.

Необходимо осторожно относиться к обещаниям истероида, реальных возможностей их выполнить у него, как правило, нет. Нельзя также быть фигурой в его глазах, т.е. быть ярче его. Истероид отнесётся к этому болезненно, будет страдать и Ваши отношения с ним наверняка испортятся. Одевающиеся лучше него вызывают у истероида раздражение.

Если перед Вами истероид, и Вы заинтересованы в нем, в его эффективной работе, то чаще замечайте его, подчеркивайте успехи, стимулируйте реальные результаты и Вы сподвигните его на более серьезную и эффективную работу нежели он способен.

Эпилептоидный (застывающий на эмоциях, взрывной, напряженный).

Название “эпилептоидный” было дано на основании сходства такого человека с изменениями личности, которые наступают у некоторых больных эпилепсией.

Эпилептоидная личность характеризуется периодически возникающими вспышками эмоций, начинающимися с приступов раздражения.

Главными чертами характера эпилептоидного типа являются: аффективная (эмоционально насыщенная) взрывчатость, напряжённое состояние инстинктивной сферы (сила потребности), тугоподвижность, инертность, жестокость и требовательность без меры по отношению к окружающим, частое пребывание в раздражённом состоянии, неповиновение, гневливость, властолюбие, трудная подчиняемость. Одним из актуальных мотивов для людей данного типа является желание управлять, властвовать.

С таким человеком окружающие стараются не связываться. Эпилептоидная личность надолго запоминает эмоционально насыщенные ситуации и может быть мстительной.

Аффективные разряды эпилептоидного типа личности лишь при первом впечатлении кажутся внезапными. Их можно сравнить с разрывом “парового котла”, который прежде долго и постепенно закипает. Повод для взрыва может быть случайным и сыграть роль последней капли. Аффекты не только очень сильны, но и продолжительны – эпилептоид долго не может остыть. Повод для гнева может быть мал и ничтожен, но он всегда сопряжён, хотя бы с незначительным, ущемлением его интересов.

В аффекте выступает безудержная ярость – брань, иногда побои, безразличие к слабости и беспомощности других, неспособность учесть превосходящую силу и роль руководства. У эпилептоидов в гневе лицо наливается кровью, выступает пот, напрягаются мышцы лица, и они теряют контроль над собой на определенный период времени.

Внешность эпилептоида – приземистая фигура атлетического или плотного телосложения. По мнению Э. Кречмера, такой тип личности принадлежит к “атлетико-дисплатическому” типу конституции (массивный крепкий торс при коротких конечностях, хорошо развитая от природы мускулатура, крепкие сухожилия, круглая, чуть вдавленная в плечи голова, короткая шея, большая нижняя челюсть). “Неладно скроен, но крепко сшит”, - всё это бывает свойственно многим, но не всем представителям этого типа. Медлительность, тяжеловесность в движениях, встречаются гораздо чаще.

Эпилептоид производит впечатление физически сильного человека. У людей с хорошо развитой от природы мускулатурой, как правило присутствуют и проявляются некоторые эпилептоидные признаки.

Эпилептоид любит порядок, он консервативен, и аккуратен. Это надёжные и “порядочные” люди, которые знают и соблюдают правила, законы, требования руководства и морали. Они глубоко убеждены, что каждой ситуации должен соответствовать свой стиль одежды, и не любят смешивать одно с другим. Одеваются подчеркнуто аккуратно, опрятно. Используют минимум украшений и минимум косметики. Для таких людей характерны короткие ногти и короткие стрижки.

Любимое занятие эпилептоидного человека – это наведение порядка и уборка в доме, кабинете, он всё стремится расставить по своим местам, организовывает пространство; классифицирует и расставляет предметы, пособия, проявляет мелочную скрупулезность во всём. Интересно то, что вся эта повышенная аккуратность превращается в самоцель и может полностью заслонить суть дела, идею.

Эпилептоидный человек чувствует себя на высоте положения в условиях жёсткого дисциплинарного режима, где умеет угодить руководству, добиться определённых преимуществ, завладеть формальными постами, дающими ему определённую власть позволяющую установить диктат над коллегами.

В коллективе эпилептоидов побаиваются, но постепенно против них зреет бунт, и в какой-то момент они оказываются низвергнутыми со своего пьедестала.

Эпилептоид обращает внимание на мелочи, он дотошен, требователен. Это человек грубых нравов, не понимающий утончённости, характеризующийся, образно говоря, “грубой простотой”.

Эпилептоид не состоятелен там, где требуется успешное взаимодействие с людьми, где требуется мягкое и душевное обращение.

Такой человек хорошо проявляет себя в наведении порядка, способен жестко и решительно руководить людьми и выполнять шаблонную работу. Подчиненные эпилептоида – одтрессированы и движимы страхом перед ним.

Паранояльный (застревающий на идеях, тугоподвижный, консервативный).

Такой тип личности отличается повышенной работоспособностью, однако при этом наблюдается отсутствие гибкости. Доминирующая черта характера такого человека – целеустремлённость. Самым характерным свойством его является склонность к образованию идей, во власти которых он потом находится. Сформировавшиеся идеи движут им и оказывают доминирующее влияние на всё его поведение.

Всех людей, с которыми ему приходится общаться, паранояльный человек оценивает исключительно по тому отношению, которое они обнаруживают к его деятельности, к его словам, идеям. Он не прощает окружающим ни равнодушия, ни лени, ни несогласия с его идеями. Кто не согласен, кто думает не так, как он, тот в лучшем случае

– просто глупый человек, а в худшем – неприятный и нежелательный.

Паранояльную личность занимает то, чем она занимается. Дело, которое такой человек выбрал, обозначается им как важное и требует признания от окружающих. Паранояльные личности страдают отсутствием самокритики; могут иметь неверные представления о себе. Мышление паранояльной личности не только субъективно, но и резко аффективно окрашено, правильно только то, что хочется и нравится ей. Активность побуждает такого человека к довольно бесцеремонному отношению к окружающим, которых он использует, как средство для достижения своих целей.

Паранояльный человек упрям, настойчив и сосредоточен в своей деятельности, энергичен, уверен в себе, категоричен, самостоятелен, деловит, независим и упорен. Он преодолевает преграды и добивается поставленных целей. Если паранояльная личность приходит к какому-нибудь решению, то сделает все возможное для того, чтобы привести его в исполнение. Будучи убежденным в своей правоте, такой человек не спрашивает советов, не поддается убеждениям, и не слушает никаких возражений. В борьбе за актуальный результат такие люди часто проявляют большую находчивость, умело отыскивает себе сторонников, убеждают окружающих в своей правоте, бескорыстии и справедливости.

Человек паранояльного типа может быть успешен в деятельности. Он будет работать со свойственным ему упорством, систематичностью, аккуратностью и педантизмом, не отвлекаясь никакими посторонними соображениями и интересами. Паранояльный человек даёт осязаемый, реальный результат выходящий на практику. Может работать месяцами, годами без отдыха и не уставать.

Паранояльный человек отличается ритмообразующей жестикულიцией. Он демонстрирует в объяснении материала указующие жесты, рубящие движения, постукивание в такт речи.

Ему очень важно, чтобы коллеги по работе понимали и разделяли его мнение. Он исполняет роль двигателя в обществе, работает на будущее, старается сделать что-либо для людей. Не для конкретной личности в отдельности, а для всех. Важно заинтересовать паранояльную личность масштабной идеей, полезной обществу и она будет движима этой идеей принося ощутимую пользу.

Эмотивный (чувствительный, ранимый, человечный, ведомый).

Такой тип личности характеризуется чувствительностью и глубокими реакциями в области тонких эмоций. Обычно людей этого типа называют мягкосердечными. Иногда их характеризуют как людей задушевных, искренне сопереживающих. В основе эмотивности лежит слабая нервная система и низкий порог эмоционального реагирования, т.е. обостренная чувствительность.

Эмотивные личности от природы наделены способностью чувствовать гармонию и равновесие окружающего мира и болезненно реагируют на её отсутствие. У эмотивного человека развито интуитивное восприятие реальности, способность чувствовать мельчайшие детали и видеть больше признаков, поэтому они хорошо чувствуют людей и прогнозируют их поведение.

При восприятии внешнего облика эмотива и его телосложения, складывается гармоничное впечатление о нём. В оформлении внешности эмотивный человек создаёт условия для того, чтобы нравиться. Гармония во всём – вот стилистика эмотивного человека. Он отдаёт предпочтение трикотажным тканям, мягким и приятным для тела, которые не причиняют ему физических неудобств. Эмотив любит своё тело и старается его не травмировать.

Только наличие эмотивности, как черты характера, рождает в человеке чувство доброты и любви к другим людям вообще. Такой человек не может допустить, чтобы кому-то из окружающих было плохо. Он сопереживает и стремится искренне помочь каждому всеми силами.

Эмотивный человек обладает такими чертами характера, как: совесть, уживчивость, доброта, дружелюбие. Его отличает добросовестное отношение и ответственность в работе, сочетающиеся с внимательностью и доброжелательностью.

У эмотивного человека хорошо развито чувство прекрасного. Эмотивный человек “сообщает” другим о существовании нравственности и искренности чувств на языке своих эмотивных переживаний. Ему свойственно самопожертвование, он отличается особой тактичностью по отношению к людям.

Эмотивная личность старается больше воспринять, понять, нежели оказывать воздействие. Эмотиву свойственно воспринимать людей такими, какие они есть, он старается помочь им, а не переделать, сочувствует и прощает.

Чрезмерная мягкость характера - это и отрицательная черта эмотивного типа. Для общества и для других людей он выглядит слабым. Окружающие часто пользуются его слабостью.

В социальном пространстве эмотивное поведение приспосабливается доминантно женщинам. Такому человеку всегда можно рассказать то, что наболело, поговорить с ним по душам, получить принятие, понимание, сопереживание и добрый совет.

Гипертимный (живой, активный, оптимистичный).

Главная черта гипертимной личности – почти всегда хорошее, приподнятое настроение. В основе живости и активности людей этого типа лежит сильная, подвижная, нервная система с преобладанием процессов возбуждения. Это подвижные люди, а их главная особенность – высокий жизненный тонус и жизнелюбие. Лишь изредка и ненадолго эта “солнечность” омрачается вспышками раздражения и проявлениями депрессивных тенденций. Причиной негодования обычно служит противодействие со стороны окружающих, стремление со стороны последних подавить бурную энергию гипертима, подчинить его. Вспышки раздражения и гнева учащаются у такого человека в ситуации строго регламентированного порядка, что плохо им переносится. Гипертимный человек тяжело переносит одиночество.

Такие люди оптимистичны, восторженны, инициативны, общительны, добры, смелы и склонны к риску. Среди их недостатков – некоторая поверхностность в оценках и отношениях, торопливость. Гипертим обладает большим запасом энергии, которую смело расходует. Его хорошее настроение гармонично сочетается с хорошим самочувствием, высоким жизненным тонусом, нередко цветущим внешним видом. У гипертимных людей всегда хороший аппетит и здоровый сон, и хотя спят они немного, но по утрам встают бодрыми.

Внешне, гипертимные люди чаще предрасположены к полноте. Одеваются они по-разному, неоднородно. Как бы ни был одет гипертим, во всём его облике чувствуется некоторая небрежность: расстегнутый ворот, слабо завязанный галстук и т.д.

Гипертимные личности внимательны к моде, но не идут у неё на поводу. Могут казаться очень модными, однако в манере ношения одежды всегда будет чувствоваться отсутствие эстетизма и некоторая непродуманность. Тяготеют к одежде спортивного стиля. Легко расстаются со своей одеждой, которую без сожаления дарят знакомым и друзьям.

При тяжёлых профессиональных нагрузках, недосыпании, напряжённой ситуации требующей активности, энергии, находчивости, гипертимы довольно долго сохраняют силы. Напряжение в сочетании с вынужденным бездельем переносится ими плохо.

Люди гипертимного типа часто становятся лидерами в коллективе, их любят и ценят за динамичность и добрый, веселый нрав.

Их умение всегда быть впереди, готовность в любой момент рисковать – всё это признаётся другими людьми, нередко наделяющими их словечком “заводной”. Гипертимному человеку часто поручают организацию праздников, развлечений. В чрезвычайных ситуациях, где требуется быстрота, смелость и находчивость, в обстановке трудового подъёма, “аврала”, “штурма”, создается благоприятная возможность раскрытия положительных сторон характера гипертимной личности. Однако, слишком живая энергия гипертимов, их постоянное желание всюду быть участником и постоянное непостоянство могут тяготить окружающих.

Неудержимый интерес ко всему вокруг и поверхностность, часто делает гипертимов неразборчивыми и спонтанными в оценке людей. Гипертимный новичок быстро осваивается в новых для него условиях среды, перенимает манеры, обычаи, поведение, одежду, модные “хобби”. Энергия и эмоциональность не позволяют гипертимам замкнуться в рамках интересов жизни одной группы. Их живость побуждает обратить взор на многое, что происходит вокруг.

Гипертим – враг условностей, что и отражается в его внешнем облике. Размашистая, экспрессивная жестикуляция; бурные, энергичные, но поверхностные переживания. Рассказ такой человек иллюстрирует жестами и подкрепляет динамикой речи. Голос его обычно громкий, речь эмоционально насыщена.

Гипертимный человек пытается обустроить место и время препровождения, располагает мебель так, чтобы было место и пространство, где можно двигаться и веселиться.

Гипертиму трудно даётся работа с точными приборами. Он не очень жалуется все, что может сломаться, виртуальная реальность выводит его из себя; он редко читает книги, предпочитая не мнимую реальность, а настоящую жизнь, поскольку он человек реальных переживаний и ощущений. Гипертим – везде свой человек, всем друг, ему интересны совместные дела и мероприятия: “он такой гусь, что каждой свинье товарищ”.

Гипертим со своей безудержной тягой к общению, вдохновляет всех на большое общее дело и зажигает всех интересом к нему. Отсутствие тревожности делает его социально смелым.

Гипертим – не очень ответственный человек, он любит делать то, что ему нравится. Это очень уживчивый и гибкий тип личности. Его увлечения отличаются богатством и разнообразием проявлений. Коллекционирование гипертимной личности легко сменяется азартными играми, одно спортивное увлечение сменяется другим. Аккуратность отнюдь не является отличительной чертой гипертимной личности. Гипертим прекрасно справляется с ролью организатора, выступает в роли массовика-затейника на праздниках. Задачи, требующие терпения и усилий, монотонный труд, рутина и точность – это гипертиму не по силам. Присутствие гипертимной личности всегда оживляет обстановку.

Всё новое: новые люди, новые места, новые предметы – привлекает гипертимных личностей в силу искреннего интереса и желания применить свои силы.

Взгляд гипертимного человека на перспективы, как правило, полны оптимизма, даже при отсутствии к этому особых оснований. Неудачи способны вызвать бурную кратковременную аффективную реакцию, но выбить надолго из колеи такого человека не удастся.

Нельзя требовать от гипертима постоянства в отношениях, надёжности и усидчивости. Если вы хотите избежать навязчивого общества гипертима, не тратьте силы на контраргументы и на дискуссии; отвечайте ему монотонно и однозначно.

Тревожный (напряженный, боязливый, неадекватный).

Такой тип личности - буквально антипод гипертиму. Нервная система ослабленная, имеет низкий порог тревожных реакций. Нужно совсем немного, чтобы вызвать у него тревогу. Сам факт появления чего-то нового и неизвестного достаточен, чтобы проявилась тревога.

Такие люди отличаются робостью, в которой чувствуется элемент покорности, униженности, внутренняя неуверенность в себе. Боязливость может иногда переходить в доверчивость, в которой сквозит просьба: “Будьте со мной дружелюбны”. Люди такого типа часто испытывают волнения, беспокойства, собственно тревогу, страх, ужас.

Эмоциональность и тревожность – это не одно и то же. Тревожный человек не испытывает гамму чувств и переживаний, он просто боится. Старается не допускать никаких изменений в своём пространстве и окружении.

Отличается характерным оформлением внешности и в этом смысле тревожный тип - антипод истероидному. Тревожный человек делает всё, чтобы не стать фигурой и не привлекать к себе внимание. Носит неяркие, маскирующие вещи; любимые цвета: серый, чёрный, тёмно-коричневый; они сливаются с фоном и смазывают образ, делаю его тусклым.

Тревожный человек боится проявить себя в полную силу, он редко приобретает новые вещи, поскольку не любит обновки, подолгу носит один и тот же наряд, ему трудно поменять свой образ и имидж – всё это проявление тревоги, которая тормозит перемены. По износу вещи, он идёт в магазин и покупает такую же, похожую вещь, только новую. Поведение тревожного человека в знакомом и незнакомом для него месте – контрастно. Там, где тревожный человек привык находиться, он чувствует себя более раскрепощено и может проявить и другие характерные качества своей личности. В незнакомом месте ведёт себя очень сдержанно и скованно. Он боится обнаружить своё присутствие, и чем сильнее мы будем в него вглядываться, тем больше он будет замирать, и закрываться, как “улитка в своём домике”; ноги становятся ватными, тяжёлыми, наступает как бы “мнимая смерть” – ужас, оцепенение, потеря способности что-либо делать, всё забывает и т.д.

Обычно тревожные люди проявляют аккуратность в оформлении своего пространства, которое ограничивают территориально. Стараются использовать минимум предметов. Тревожный человек проявляет осторожность и взвешенность при принятии решений. Тщательно готовится к чему-либо. Тревожный человек проявляет надёжность, стабильность и предсказуемость в поведении, всегда заранее приходит на работу. Осторожность и взвешенность в его поведении, препятствуют прогрессу и изменениям. Тревожные люди всё делают заранее и перестраховываются. Им свойственна боязнь чем-либо заболеть.

Тревожный человек часто выступает противником изменений, новых подходов, новых взглядов, порождает конфликты в силу неадекватности поведения.

Тревожной личности нужны время и силы, чтобы приспособиться к новому месту, к новой для него задаче, даже если это новое возникает и на старом, привычном месте работы или жительства. Для тревожного человека все имеет значение, всё важно и за всем кроется опасность. Необходимо снять с него груз новизны и непредсказуемости, и тогда такой человек проявит себя с лучшей стороны. Ему необходимо дополнительное время для адаптации, он постепенно входит в ситуацию, разбивая её на элементы.

Тревожный человек очень требователен и чувствителен к формальным обязательствам. Для него обещание, которое вы ему даёте, всегда должно быть выполнимо, а если нет, то тревожный тип будет думать о вас, что вы человек непредсказуемый и будет вас догаиваться и стараться избегать. С ним нужно вести себя аккуратно, тревожному человеку свойственно ставить на других людей “клеймо” и если он в вас разочаровался, то он будет относиться к вам всегда определённым образом. В целом это скучный и серый человек, который робок, насторожен и пуглив.

Шизоидный (странный, глубоко своеобразный, «не от мира сего»).

В основе такого типа лежит слабая нервная система и особая биохимия коры головного мозга, определяющая особенности мышления. Шизоиды часто имеют часто астеническое (худощавое, вытянутое) телосложение. В строении тела наблюдается диспропорциональность, Сам внешний облик такого человека слегка чужаковатый. С шизоидностью не связана агрессивность, наиболее существенной чертой данного человека считается замкнутость,

отгороженность от окружающего мира, неспособность или нежелание устанавливать контакты, снижение потребности в общении. Сочетание противоречивых черт в проявлениях личности – холодности и утончённой чувствительности, упрямства и покладливости, настороженности и легковерия, апатичной бездеятельности и напористой целеустремлённости, необщительности и неожиданной назойливости, застенчивости и бестактности, чрезмерных привязанностей и немотивированных антипатий, рациональных рассуждений и нелогичных поступков, богатства внутреннего мира и бесцветности его внешних проявлений – всё это говорит об отсутствии «внутреннего стержня» на котором зиждется бытупорядоченность шизоида.

Иногда свойственное такому человеку духовное одиночество даже не тяготит его, и он живёт в своём мире, наедине со своими необычными для других людей интересами и увлечениями, относясь со снисходительным пренебрежением или явной неприязнью ко всему, что наполняет жизнь других людей смыслом. Шизоиды страдают от своей замкнутости, одиночества, неспособности к общению. Неудачные попытки такого человека завязать приятельские отношения с другими, коллегами, мимозоподобная чувствительность, быстрая истощаемость в общении, нередко побуждают его к ещё большему уходу в себя. Самооценка шизоида неустойчива.

Шизоидный человек сложно структурирует опыт, неадекватно воспринимает и оценивает реальность профессиональной деятельности. Это приводит к неумению проникнуть в сущность переживаний других людей, угадать их желания; к неспособности правильно оценить вектор отношения к себе, уловить тот момент, когда не следует навязывать своё присутствие, а, когда, наоборот, надо выслушать, сочувствовать. К дефициту интуиции шизоидного человека следует добавить и недостаток сопереживания, который проявляется в неумении разделить радость и печаль другого человека.

К гамме шизоидных особенностей можно добавить неумение убеждать, у шизоида существует постоянный контроль над сознанием: “как сказать”, “что сказать”, “как сделать”. Внутренний мир его почти всегда закрыт от посторонних взоров. Лишь перед немногими избранными занавес может внезапно приподняться, да и то не до конца, а затем столь же неожиданно вновь упасть. Шизоид нередко раскрывается перед людьми малознакомыми, даже случайными, но чем-то импонирующими его выбору. Но он может навсегда остаться закрытым, “непонятной вещью в себе” для близких или тех, кто знает его много лет.

Шизоидные люди отличаются оригинальным взглядом на вещи: мир видят многополюсным и объёмным. Способны в одном предмете видеть массу свойств и возможностей, способны увидеть то, что не видят другие, т.е. по-новому взглянуть на вещи. Все эти качества делают шизоида творцами новизны и приводят к рождению его новых идей. Такой человек - творческая личность. Реалии жизни для него непонятны, он их видит по-своему и делает необычными в описаниях. В руках шизоида обыкновенный предмет обретает новую функцию и свойства. Шизоидный человек приспосабливается к профессиональной среде, создавая социально ориентированную оболочку за счёт усвоенных им и принятых стереотипов поведения. Шизоид не практичен, ему сложно поддерживать порядок. Он не очень аккуратен и в оформлении своего пространства: всё разбрасывает, держит свой дом или рабочее место в полном беспорядке. Шизоид везде и всюду создает свой собственный мир, со своими правилами, что является отражением асоциальной тенденции и ухода от общества.

Шизоидный человек не любит обращать на себя внимание, одевается странно, эклектично, неаккуратно, неадекватно условиям, выглядит в педагогическом коллективе “белой вороной”. Можно заметить некоторую нечистоплотность, отсутствие ухоженности в его внешнем облике. Одевается в то, что оказалось под рукой. Одежда может оказаться чистой или грязной, целой или рваной. Неаккуратный вид шизоида - это не следствие принципа, а результат безразличия ко всему внешнему, нормативному.

Одежда шизоида однообразна, он обожает одежду отгораживающую его от общества: футляры и капюшоны, длиннополую одежду, рукава длиннее обычного, бесформенные свитера. У шизоида зачастую обнаруживаются длинные неухоженные волосы, у мужчин - борода, т.е. всё то, что отгораживает его от общества людей. Шизоидные люди любят носить всевозможные сумки-мешки, торбы, рюкзаки, заплечные мешки. Часто их одежда тяготеет к серым и тёмным тонам.

Движения шизоида отличаются некоторой неловкостью, неповоротливостью. Он перемещается сложными траекториями, много спотыкается, подворачивает ноги на неровной поверхности, а на ровной – оступается. Садясь, шизоид демонстрирует невероятные позы. Угловат, находясь в людном месте, он может неосторожно задеть кого-нибудь, так как для него проблематично сразу вписаться в пространство.

Шизоидный человек может быть настойчив в спорах и в дискуссиях. Какую бы задачу не поставили такому человеку, он всё равно сделает её по-своему, не понимая простых правил.

Шизоид любит долгие прогулки, увлекается игрой на музыкальных инструментах, прикладным творчеством. Занятия гимнастикой, йогой, плаванием может сочетаться с отсутствием интереса к коллективным видам спорта и спортивным играм.

Не меньшую угрозу, чем алкоголь, для шизоидов представляют наркотики. Для построения взаимоотношений и общения с шизоидным человеком необходимо воспринимать его таким, какой он есть,

стремиться облегчить ему жизнь. Необходимо потрудиться над ним в поте лица, и помнить, что если мы когда-то, что-то в нём посеяли разумное, то через некоторое время, всё-таки, пожнём плоды наших результатов в его большей адаптивности и творчестве.

Следует сознавать, что ни один из приведенных типов акцентуаций-радикалов личности не плох и ни хорош. Та или иная приведенная оценка должна быть сопряжена с конкретной ситуацией деятельности.

К сожалению, автор не может привести диагностической методики для изучения иерархии выраженности у личности приведенных радикалов в силу её отсутствия. В настоящее время ведется работа над созданием такой методики. Однако, на основании приведенных признаков возможно определение их количественной выраженности и построения прогноза обладающего определенной надежностью. Для этого следует ознакомиться с технологией определения радикалов личности изложенной в работе В.В.Пономаренко²⁴ или прийти на видеотренинг по блиц-экспертизе личности на основе технологии «7 клинических радикалов» в Институт деловых игр, а лучше и туда и туда, будет и нагляднее и результативнее.

Хорошее знание характерологии – залог выбора верного варианта взаимодействия с клиентами и построения эффективной работы с ними. Впрочем эти знания универсальны и могут способствовать построению эффективных взаимоотношений не только в профессиональной среде с различными категориями специалистов и руководством, но и в личной жизнедеятельности. Настоятельно рекомендую читателю спустя определенное время перечитать данную главу как наиболее важную и сложную для более детального усвоения. Если же Вас уважаемый читатель заинтересовали положения характероанализа, то рекомендую Вам связаться с автором по E-mail адресу: alek-kv@mail.ru и запросить работу «Изучение личности в организации», где более детально развернуты подходы к изучению личности. Уверяю, затраты оправдают себя повышением профессионализма и карьерным ростом.

²⁴ Пономаренко В.В. Практическая характерология. – М.:Русский издательский дом, 2004.

Заключение

Современные предприятия стремятся совершенствовать обслуживание клиентов, чтобы выдержать конкуренцию. Если клиенты уже знакомы с более высоким уровнем обслуживания, то их требования повышаются, поэтому со временем будет все сложнее добиться положительной реакции клиентов и это нормально.

В связи с этим профессиональный сервис все больше предполагает профессионализм. Руководители компаний все больше осознают, что в условиях современной конкурентной продажи услуг, основная прибыль будет определяться эффективным коммерческим штатом специалистов, искренне ориентированных на клиентов.

Отсюда логично, что сегодня в организациях, на предприятиях утверждается принцип пролонгированного изучения кандидатов на работу по обслуживанию клиентов (изучения в течение продолжительного времени). Такой кандидат всесторонне исследуется, на протяжении определенного испытательного периода работы в организации на определенном участке деятельности. Пролонгированный отбор предполагает комплексное изучение проявлений личности (по заданным направлениям) и подготовку экспертных заключений, которые должны содержать общий вывод о пригодности к выполнению обязанностей, а также психолого-педагогические, режимные, тренингово-коррекционные, психотерапевтические, воспитательные и образовательные рекомендации, направленные на активное и целенаправленное формирование необходимых, профессионально-важных качеств для работы с клиентами.

При этом современным специалистам важно обладать определенным набором знаний относительно особенностей психики клиентов, прежде всего различия особенностей их психического статуса. В то же время возможности успешного взаимодействия с клиентом, определяются особенностями мышления, сформированными как у самого специалиста, которые выстраивает и контролирует взаимодействие с клиентом, так и у самого клиента, который ведет себя в соответствии с привычными стереотипами мышления. Следует предполагать возможные варианты поведения клиентов в связи с выявленными особенностями их мышления.

Наряду с этим, в профессиональную сферу деятельности, предполагающей работу с клиентами все больше внедряется имиджелогия - комплексная практическая дисциплина, использующая отдельные результаты исследований ряда наук, в том числе психологии, этнопсихологии, социальной психологии, педагогики, культурологии, истории, философии и др., целью которой, является создание методологических и методических основ для профессиональной деятельности по созданию и преобразованию имиджа. Такая профессиональная деятельность по созданию актуального имиджа, а также преобразованию существующего имиджа в интересах достижения определенных целей определяется как имиджмейкинг. Следует заметить, что услуги специалистов по конструированию имиджа персонала организаций, все более востребуются по мере осознания руководством организаций значения этой работы ориентированной на клиентов.

Вместе с тем специалисты, работающие с клиентами просто обязаны быть хорошими психологами, хорошо понимать клиента, «читать» его, предугадывая способ общения и желания. Для этого следует изучать характерологию клиентов, их мотивацию, особенности клиентского поведения.

Все это способствует успеху в профессиональной деятельности по обслуживанию клиентов, их удовлетворенности уровнем оказания услуг и как результат – формированию позитивного отношения клиентов к организации, стремлению и впредь пользоваться её услугами. Такой результат – успех бизнеса предполагающий нарастание общего количества клиентов, а соответственно и повышение уровня доходов организации.

В данной работе автор предложил Вам уважаемый читатель комплексированный набор прикладных знаний, которые Вы можете использовать в работе, да и не только.

Остается пожелать Вам успехов и самосовершенствования в непростой работе по обслуживанию клиентов.

А если у Вас возникнут вопросы, предложения, или просто желание поделиться опытом, автор охотно примет Ваши пожелания и предложения, ответит на возникшие вопросы, поможет в обучении персонала. Пишите на адрес электронной почты - E-mail: alek-kv@mail.ru

Удачи Вам и всего наилучшего!

Приложение 1

ВАРИАНТ РЕЗЮМЕ, ПРЕДСТАВЛЯЕМОГО КАНДИДАТОМ НА РАБОТУ (СЛУЖБУ)

Ф.И.О.	Иванова Екатерина Васильевна
Адрес	127486, г. Москва, ул. Карбышева, 6-35, станция метро. «Парк Победы»
Телефон	111 -11 -11
Дата и место рождения	09. 10. 1975 г. г. Москва
Гражданство	Российская Федерация
Образование	1992-1997 Московский Государственный Университет Факультет: психологический. Специальность: <i>психолог.</i>

Дополнительное образование	2001-2002 Московский государственный университет культуры искусств Диплом о профессиональной переподготовке. Факультет: Практическая психология. Специальность: <i>Практический психолог.</i> Защищена аттестационная работа по теме: " Социально-психологические закономерности восприятия и интерпретации внешнего облика человека"
	1997-1998 Московский государственный университет культуры искусств Диплом о профессиональной переподготовке. Факультет: Имиджелогия. Специальность: <i>Имиджмейкер.</i>
Опыт работы	2002 Центр эффективных технологий обучения (ЭТО) Психолог-консультант
	2002 - 2004 Институт деловых игр (ИДИ) Заместитель директора

Приложение 2

ШКАЛА ПРОФЕССИОНАЛИЗМА

(на основании самооценки и оценки независимых экспертов)

Инструкция: перечеркните оценочный балл относительно отраженного напротив качества изучаемой личности соотношенного с профессией, учитывая при этом, что 1 – минимальная выраженность качества, а 0 (10) – максимальная выраженность качества.

По завершении работы соедините перечеркнутые баллы короткими отрезками по шкалам для получения графика Вашей оценки.

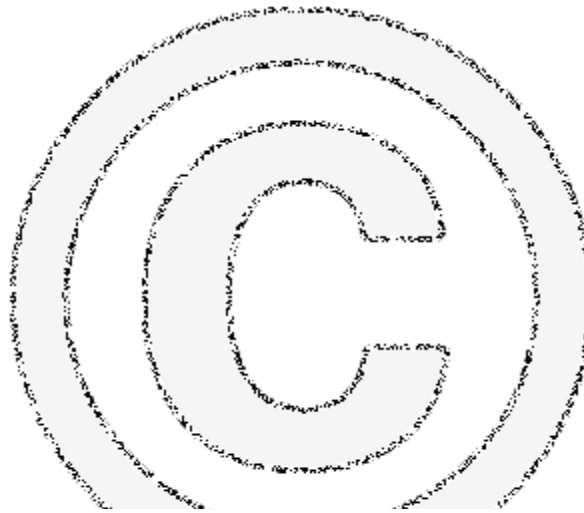
Примечание: в интересах повышения надежности оценки, предложите провести подобную операцию оценки нескольким экспертам фломастерами разного цвета для построения на шкалах оценки разноцветных графиков в интересах определения усредненной оценки

№	Критерии и слагаемые профессионализма	(-) Оценочные баллы (+)										Усредн балл
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
1.Объективные критерии												
4.	результативность и оптимальность труда	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
5.	достижение статуса в профессии,	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
6.	умение решать разнообразные актуальные профессиональные задачи	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	

2.Субъективные критерии											
1.	соответствие профессии мотивам человека, его требованиям и склонностям	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
2.	удовлетворенность человека трудом в профессии	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
3.	понимание человеком значимости профессиональной деятельности	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
4.	позитивное отношение к себе как к профессионалу	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
5.	отсутствие личностных деформаций	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
6.	сочетание успешности труда и желания оставаться в профессии	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
3.Результативные критерии											
1.	актуальные изменения личности	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
2.	психическое состояние личности	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
3.	последовательное движение к достижению или достижение актуальных результатов работы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
4.	достижение творческого, ранее не существовавшего результата работы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
4.Процессуальные критерии											
1.	использование специалистом необходимых знаний и умений, приемов, техник, технологий	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
2.	использование специалистом в процессе труда оптимальных личностных качеств	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
5.Нормативные критерии											
1.	усвоение специалистом эталонов профессии, способность реализовывать их как мастерство (методические приемы, актуальные технологии, техники и др.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
6.Индивидуально-вариативные критерии											
1.	самобытность специалиста, проявление им собственной индивидуальности, индивидуального стиля	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
2.	имеющийся уровень развития необходимых знаний,	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
3.	имеющийся уровень развития необходимых умений	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
4.	имеющийся уровень развития необходимых личностных качеств	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

7.Прогностические критерии												
1.	видение человеком зоны перспективного роста и развития	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
8.Критерии профессиональной обучаемости												
1.	готовность специалиста к усвоению новых для него профессионально ориентированных знаний и умений, принятию профессионального опыта других людей	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
9.Критерии творчества												
1.	стремление творчески выйти за пределы профессии, обязанностей,	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
2.	целесообразно преобразовывать деятельность в интересах достижения более высоких результатов	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
10.Критерии социальной активности и конкурентноспособности												
1.	умение заинтересовать своей деятельностью и её результатами	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
2.	умение убедить в актуальности реализуемой им профессиональной деятельности	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
3.	способность вступать в конкурентные отношения на рынке рабочей силы и на рынке услуг	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
4.	способность искать внутренние резервы в самой профессии без каких-либо особых материальных вложений	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
11.Критерии профессиональной приверженности												
1.	преданность профессии	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
2.	мотивация к соблюдению профессиональной этики и достоинства	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
		Обозначений по баллам									Всего баллов	
	САМООЦЕНКА											
	ОЦЕНКА ЭКСПЕРТОВ (усредн.)											

Общее заключение с указанием преобладающих и сниженных критериальных показателей	
Критерии (+)	
Критерии (-)	
Эксперты:	
Подпись	(ФИО)
Дата	
Подпись	(ФИО)
Дата	



Приложение 3

БЛАНК К МЕТОДИКЕ “ИТО”

Фамилия _____ Дата обследования _____

НОМЕРА ВОПРОСОВ ТЕСТА И ВАРИАНТЫ ОТВЕТА “ДА” и “НЕТ” ДЛЯ ВЫБОРА														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н
46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75
Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н
91														
Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н	Д Н

