

Я – Ваш имиджмейкер и готов
помочь сформировать Ваш
профессиональный имидж



АННОТАЦИЯ

Переработав известную свою книгу «Вам нужен имиджмейкер?», автор в ходе диалога с *читателем* на этот раз выступает в качестве *его* имиджмейкера, т.е. приступает прямо к обучению специальным психотехникам формирования профессионального имиджа *читателя*, будь тот политиком или адвокатом, учителем или врачом, госслужащим или священником... Таким образом книга, являющаяся по сути первым в нашей стране учебником по психотехнологии профессионального имиджа, адресована тем профессионалам, кто заинтересован в создании о себе положительного мнения со стороны окружающих людей. В ходе диалогических уроков любознательный *читатель* попутно откроет для себя тайные стороны психологии взаимодействия людей, а также познакомится с психологическими имидж-портретами ряда политических деятелей страны.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЧАСТЬ 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРОФЕССИОНАЛА

1. Кто они такие – имиджмейкеры?
2. Что такое «имидж»?
3. "А зачем мне нужен этот имидж?"
4. Каким бывает имидж?
5. Имиджформирующая информация – основа создания мнения о моем клиенте
6. Виды имиджформирующей информации
7. Как вы до сих пор формировали мнение о себе, или Два вида имиджформирующей информации
8. Что такое сознание?
9. Подсознание – как это понимать?
10. «Люди с нами поступают так, как мы им позволяем» – правда ли это?
11. «Почему меня не любят собаки?»
12. Как кроха его «вычислила»...
13. Так правда ли, что с нами поступают так, как мы им позволяем?
14. Как стереотипное поведение может выдать нежелательные установки...
15. Как у людей формируется мнение о Вас, или О двух способах восприятия информации
16. «Я не знаю, почему у меня такое мнение о нем...»
17. Как подсознательная информация может влиять на возникновение мнения.
18. Как подсознательная информация может стать осознанной
19. Так возникает чувство-мнение.
20. Притча о зонтике или люди не любят говорить «не знаю»
21. Он и не знал, почему голосовал за Лебедя.
22. Промежуточное резюме
23. Основная стратегия формирования мнения о себе
24. Что же нами управляет: наше сознание или наше подсознание?
25. Производственный навык – тот же «автопилот»?
26. Формируем ваш имидж или ваши имиджи?

ЧАСТЬ II. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕХНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МОЕГО КЛИЕНТА

1. Ваша внешность как источник мнения о вас, или о вашем габитарном имидже
 - 1.1. «Он выгядит на 1000 долларов!»
 - 1.2. Идентификационная функция одежды, или Как, когда и под кого одеваться
 - 1.3. Зачем Немцов надевал шахтерскую робу?
 - 1.4. Почему так одеваются в престижном банке, или «Правда ли, что Вас заботит имидж Вашей фирмы?»
 - 1.5. Притча «О платьице в горошек»
 - 1.6. «Делом ли мы с Вами занимаемся?», или Не приходите на деловую встречу в «платьице в горошек»
 - 1.7. Зачем нужен этот макияж?
 - 1.8. Зачем женщины красят губы?
 - 1.9. Зачем аристократки забеливали румянец?
 - 1.10. Основные психологические принципы применения макияжа
 - 1.11. «Бородатых в эфир пускать не велено!», или Как обычная прическа формирует имидж человека
 - 1.12. А теперь – о кольцах-браслетах...
 - 1.13. Курить – имиджу вредить
2. Несколько слов об «овеществленном имидже»
3. Средовой имидж – из чего и как?
 - 3.1. «Когда он приехал на «Москвиче», я невольно подумал...»
 - 3.2. ...пойдем теперь в ваш кабинет.

Отступление. Как Ельцин и Масхадов спорили за место за столом переговоров
4. Слова, слова, слова... или О вашем вербальном имидже
 - 4.1. Ваше слово – ваш интеллект?
 - 4.2. Интеллектуальный коэффициент – у кого сколько?
 - 4.3. Вербальный IQ и вербальный имидж
 - 4.4. Правда ли, что молчание – золото? Имиджмейкер говорит: «правда»
 - 4.5. Разговаривать, а не говорить или об имидже Жириновского
 - 4.6. Вы помните, как зовут Жириновского и Анпилова?
 - 4.7. Язык мой – враг мой, или О том, как Ельцин сублимировал влечение к «ты-обращению»
 - 4.8. Несколько слов о влиянии паравербальной информации на Ваш имидж
 - 4.9. Ваш имиджмейкер советует: не представляйтесь «в ладошку»
 - 4.10. Почему «не читай, как пономарь»?
 - 4.11. Вербальный имидж: резюме
5. Ваш кинетический имидж: каков он есть, каким он будет?
 - 5.1. Что есть кинетический имидж?
 - 5.2. Психотехнология блокировки «плохой» кинетики

5.3. Психотехнология презентации «нужной»кинетики

5.4. Положение головы в пространстве, или О том, как голова может выдать вас «с головой»

5.4.1. «Голова агрессора»

5.4.2. Почему ему нравится «голова агрессора»?

Отступление. Шутка как сублимация запретной правды.

5.4.3. Уберите «голову агрессора»!

5.4.4. Найдите агрессора на телеэкране

5.4.5. Почему мы такие агрессивные

5.4.6. Продолжим наш тренинг

5.4.7. «Голова властелина» – нужно ли это Вам?

Отступление. Две стратегии формирования нового «духа»

5.4.8. «Голова внимающего», или О «голове», которая почему-то хороша для всех

Отступление. Подсознание и сознание – кто кого?

Отступление. Парламентский кризис-93 в психоаналитическом зеркале

5.4.9. «Голова президента» – когда хорошо, а когда – не очень

Отступление. Имидж М. Горбачева в зеркале политической психологии

Отступление. Как «голова» Чубайса чуть не спутала мне все карты!

5.4.10. ...И еще об имиджформирующей голове

5.4.11. «И не повернув головы качан, И чувств никаких не изведав...»

5.5. Положение корпуса в пространстве

Отступление. «Мне так удобно сидеть» – что бы это значило?

5.6. Имиджформирующая функция кинетики лица. Взгляд

5.7. Имиджформирующая функция кинетики лица. Мимика

Отступление. что такое психологическая контрактура?

5.8. «Дозируем улыбку!» – или о том, как Немцов перестал постоянно улыбаться

5.9. Положение рук в пространстве, или Делайте свой имидж своими собственными руками

5.10. Блокируйте информацию об агрессивности

5.11. Положение ног в пространстве, или Ноги – они ведь тоже могут выдать с головой!

5.12. Какую дистанцию соблюдать, или Об имиджформирующей функции психологического пространства

ВМЕСТО РЕЗЮМЕ

ПЕРСОНАЛИИ

Моей дорогой Альбине Кузьминичне –
Жене, Другу и Главному Советчику –
посвящается

ЧАСТЬ 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРОФЕССИОНАЛА

1. КТО ОНИ ТАКИЕ – ИМИДЖМЕЙКЕРЫ?

Итак, заглавию этой книги – «Я – Ваш имиджмейкер» – автор делает своему читателю предложение стать его личным имиджмейкером. И все бы было хорошо, если бы все мои потенциальные читатели однозначно понимали, что такое «имиджмейкер», точнее, кто такие имиджмейкеры?

Вопрос естественен, поскольку когда автор задавал этот вопрос своим слушателям (автор – профессор психологии Российской правовой академии Министерства юстиции РФ), то съехавшиеся со всех концов нашей страны слушатели давали, порой, весьма разнообразные (и нередко своеобразные) толкования этого слова «имиджмейкер». А некоторые так прямо и говорили: «Слышать такое слово слышал, а вот объяснить словами не могу».

Оно и понятно. Этот термин «имиджмейкер» (равно как и термин «имидж», о чем речь впереди) появился в нашем российском лексиконе где-то в середине 90-х годов. Но и до сих пор у нас еще нет академических учебных заведений, где бы готовили профессионалов-имиджмейкеров. Но зато у нас есть прекрасный опыт работы имиджмейкеров, и я расскажу Вам о нем.

А дело было в 1996 году, который для нашей страны был очередным «переломным» – годом выборов президента страны.

И вот представьте себе: январь 1996-го, начало избирательной компании. На старте почти дюжина кандидатов в президенты. И был среди них один такой кандидат, у которого имидж был – хуже не придумаешь: у него рейтинг был всего-то *пять процентов*. А это значит, что на выборах голосовало бы «за» него только 5%, а против – практически все остальные. То есть идти на выборы с таким имиджем – просто смертоубийственно: провал обеспечен на сто процентов. И тогда, сообщают знающие, этому кандидату в президенты из Соединенных Штатов Америки выписывают профессиональных имиджмейкеров. Приезжают они и начинают работать с этим кандидатом, начинают учить его и его окружение как сделать имидж таким, чтобы за него проголосовало больше, чем за других. Всё делалось в строжайшей тайне; просочилось в печать – моментально опровержение: «Нет у нас никаких имиджмейкеров». И вот наступил конец мая 1996-го; у этого кандидата в президенты рейтинг – *пятьдесят процентов*. То есть даже по американским меркам поднять рейтинг в 10 раз всего за пять месяцев – это блестящий результат! И стал – с таким-то имиджем – этот кандидат, Б.Ельцин (а именно о нем и речь) президентом, победив своих соперников. А позже, как бы отдавая дань профессионалам-имиджмейкерам, он своим Указом ввел в своей Администрации должность имиджмейкера Президента, назначив на эту должность свою дочь Татьяну Дьяченко (ныне Юмашеву). Вот какой действительно уникальный, а главное – положительный – был в нашей стране опыт работы имиджмейкеров.

Итак, имиджмейкер – это специалист (среди наших, отечественных, это, как правило, переквалифицировавшиеся профессиональные психологи), который занимается тем, что формирует (и помогает формировать) имидж своего клиента.

Вот и Ваш автор, он готов помочь Вам, своему читателю, формировать его профессиональный имидж. И если Вы, дорогой мой читатель, взяли в руки эту книгу, стали ее читать, то есть вероятность, что и Вам тоже нужен имиджмейкер, как и многим моим слушателям в Академии, когда я их об этом спрашиваю («А Вам нужен был бы имиджмейкер?»). А спрашиваю я об этом потому, что вот сидит у меня на последнем ряду слушатель, и даже не подозревает, что сейчас, в эту минуту, он, помимо своей воли, формирует свой отрицательный имидж, создает о себе отрицательное мнение. И главное – сам того не ведает, как не ведает о том же сидящая двумя рядами ближе слушательница, которая тоже подсознательно создает о себе негативную оценку, как и тот слушатель, что справа от меня, как и другой, который... Потом, когда они узнают, как это они так умудряются создавать о себе у других людей вовсе не положительное, а отрицательное мнение, они с жадностью впитывают в себя эту информацию. Оно и понятно: кто же хочет формировать о себе негативное мнение, даже непроизвольно (тем более – непроизвольно!). И им, конечно, нужен имиджмейкер. И теперь, понимая, что он, имиджмейкер, открывает им глаза на себя, на свое поведение, на свои действия и установки, теперь они говорят «нужен» вполне осознанно.

Вот и Вам вопрос, дорогой мой читатель: есть ли необходимость в формировании Вашего положительного имиджа?

- Оно, может, автор, и нужно, и есть необходимость, только вот если бы Вы еще и сказали, что такое – этот самый имидж? А то, может, Вы понимаете его так-то, как профессионал, а я – пока – иначе.

- С удовольствием это сделаю, тем более, как я понял, Вы приняли мое приглашение считать себя моим клиентом. Прекрасно, уважаемый мой клиент (а, может, прекрасно, уважаемая моя клиентка!). Тогда – дальше, к обсуждению следующего вопроса:

2. ЧТО ТАКОЕ «ИМИДЖ»?

Вообще-то если дословно переводить с английского слово *image*, то в буквальном смысле оно означает "образ". Следовательно, когда говорят об имидже человека ("У него имидж делового человека", «У него отрицательный имидж»), то говорят о том его образе, *который возник у других людей*. Причем под образом имеется в виду не только визуальный, зрительный образ (вид, облик), но и образ его мышления, действий, поступков и т.п. Иначе говоря, в данном случае русское слово "образ" должно употребляться в широком смысле - как представление о человеке.

— Ну так и перевели бы этот "имидж" как образ или как "представление", чего проще! И по-русски бы говорили!

— Да я бы, дорогой мой читатель, и перевел бы так, да вся-то беда в том, что русский язык действительно «велик и могуч». И нет тут никакого парадокса. Сейчас поясню. Возьмем в руки «Словарь русского языка» (пусть самый распространенный — С.И. Ожегова) и откроем его на слово "образ" И оказывается, что в русском языке это слово имеет пять(!) разных (!) значений: 1) вид, облик, 2) представление, 3) в литературе как обобщенное художественное отражение... 4) тип, характер ("образ Татьяны Лариной"), 5) порядок. И главное, когда русский человек сталкивается с этим словом, то у него оно прежде всего ассоциируется с «обликом», «видом», поскольку чаще употребляется именно в этом значении (поэтому и у С.И. Ожегова это значение на первом месте). Такая

вот у нас, у русских, установка на это слово. И тогда мне надо будет время от времени читателю напоминать: нет, речь идет не только о внешнем *виде* человека, но и о его внутреннем "виде", а это — уже сложности (мне уже приходилось сталкиваться со случаями употребления слова "имидж" (в результате такого перевода) только в значении "внешний вид человека"). То же примерно и с термином «представление». Для автора этих строк — профессионального психолога — этот термин имеет сугубо узкое значение: психический процесс воображения или припоминания образов предметов, объектов. А тот же профессор С.И. Ожегов указывает еще на четыре интерпретации! Нет, и это не годится для того, чтобы передать то, что в современном западном (англоязычном) мире вкладывается в понятие «имидж».

А оно — это понятие — там трактуется так: когда говорят: «У N. такой-то имидж», — то это значит, каким люди видят данного человека, точнее, как его *оценивают*, как они к нему относятся. И оказывается, что в русском языке все-таки есть такой термин (истинно — "велик и могуч"), который трактуется почти так же, как и обсуждаемый нами английский термин "имидж. Это — *мнение* как "суждение, выражающее оценку чего-нибудь, отношение к чему-нибудь, взгляд на что-нибудь" (С.И. Ожегов). Имидж может быть у какого-то конкретного человека, и мнение может быть о каком-то конкретном человеке; имидж может формироваться на основе данных не только о внешности человека, но и о его психике, и мнение может создаваться как по первому впечатлению, так и на основе оценки характера, темперамента ... Так что эти термины – «имидж» и «мнение» — достаточно близки по своему содержанию. Различие же между ними заключается в следующем. "Имидж" правильнее употреблять в словосочетаниях типа «имидж человека (политика, адвоката)», а «мнение» - в словосочетание типа «мнение о человеке (о политике, об адвокате)». И говорить об этом автор вынужден потому, что услышал недавно в выступлении одного высокопоставленного чиновника: «создать о себе имидж». Видно, он хотел сказать: «создать себе имидж» или «создать о себе мнение», а получилось ..., «а получился, как всегда, танк». Иначе говоря, «имидж» – это то, что у Вас, а «мнение» – это то, что у них (о Вас).

И еще по поводу употребления термина «мнение». В контексте этой книги мы будем его использовать как близким к таким, как «отношение» (человека к чему-либо, кому-либо), как "точка зрения", «взгляд» (в переносном смысле). Итак, Ваш имидж – это то мнение о Вас, которое сложилось у определенной группы людей — от Ваших домочадцев до, предположим, Вашего электората, которого Вы призываете голосовать за свою программу (а это значит – и за себя).

И последнее в этой связи. Понятие "имидж" может быть применимо не только к человеку, но и к организации, и даже к стране («имидж России на Западе...»). Правда, делают имидж фирмы все равно люди, так что каков имидж России на Западе (да и на Востоке) – это каков имидж россиян, имидж людей, представляющих Россию внешнему миру. Так что, дорогой мой читатель, имидж руководимой Вами организации (фирмы) будет определяться и Вашим собственным имиджем. Будем считать это ПЕРВЫМ ПРАКТИЧЕСКИМ ВЫВОДОМ: ИМИДЖ ВАШЕЙ ФИРМЫ ЗАВИСИТ И ОТ ВАШЕГО ИМИДЖА (как верно и обратное утверждение: имидж фирмы влияет и на имидж ее сотрудников).

3. "А ЗАЧЕМ МНЕ НУЖЕН ЭТОТ ИМИДЖ?"

«А меня, между прочим, и не очень-то интересует, каково мнение людей обо мне; главное – как они относятся ко мне; а что они там обо мне думают, - так ли важно?"

Этот мини-монолог одного из моих вчерашних слушателей - прекрасная иллюстрация к тому, как все-таки надо знать хотя бы азы психологии. А один из ее законов гласит: *определенное* мнение о человеке всегда и обязательно формирует *определенную* готовность действовать в отношении этого человека. А эта «готовность» в психологии именуется «психологической установкой» (которая, кстати, не всегда ее владельцем осознается). А эти установки определяют и особенности отношения.

И резюме: сформированное у кого-либо о Вас мнение, дорогой мой читатель, создаст у этого человека определенную установку на Вас, которая определит и практическое отношение его к Вам.

А поскольку имидж человека – мнение о человеке, то логично, что имидж определяет и практическое отношение к этому человеку.

Хотите, чтобы люди относились к Вам хорошо – создайте о себе положительное мнение, сформируйте свой позитивный имидж.

А Ваш автор готов в этом плане поработать на Вас, готов обучать, как создавать о себе положительное мнение, как формировать свой позитивный имидж.

Кроме того (и мы этого чуть касались), Ваш имидж определяет и имидж Вашей фирмы, причем определяет в той степени, в которой Вы вкладываете себя в свою работу. Очевидно, конечно, что имидж руководителя фирмы в большей мере будет влиять на имидж фирмы, чем имидж какого-либо клерка (хотя... если этот клерк имеет дело с клиентами, пусть даже просто отвечает им по телефону, то мнение об этом клерке вольно или невольно будет распространяться и на мнение о фирме. Я звоню на фирму, мне отвечает секретарь главы фирмы: в одном случае (мягкое и доброжелательное): «Нотариальная контора "Веста" слушает Вас», в другом — только скупое-равнодушное: "Алло". Навряд ли солидный руководитель солидной фирмы будет держать такого сотрудника).

Вот по сути зачем и надо формировать "нужный" имидж.

4. КАКИМ БЫВАЕТ ИМИДЖ?

Очевидно, что имидж может быть и *положительным*, и *отрицательным*. Причем вполне реальна ситуация, когда мнение об одном и том же человеке у одной группы людей положительное ("Он — гений нашего времени", — говорили одни об А. Солженицыне), а у другой — прямо противоположное ("Он — предатель Родины, антисоветчик" — и это тоже об А. Солженицыне). Отсюда следует, что имидж характеризуется не только знаком ("+" или "-"), но и весьма заметной *субъективностью*.

— Да, но когда большинство людей имеют об одном и том же человеке одинаковое мнение, то это все-таки имеет значение...

— Вы хотите сказать, что тогда оно — это мнение — будет более объективным?

— Ну, в общем-то да.

Увы. История знает немало примеров, когда многие люди, а иногда и население целых стран были, мягко говоря, весьма и весьма далеки от истины в оценке того или иного человека: вспомним хотя бы, как примерно в 33 г. н.э. толпа кричала: "Распни его!", а затем — ровно через девятнадцать веков — уже не просто толпа, а население целой страны восторженно приветствовало криками "Хайль" самого страшного человека на Земле, а чуть позже те же народные массы только в другой стране дружно скандировали:

"Расстрелять врагов народа!" — и гибли ни в чем не повинные люди. Так что мнение большинства — не всегда показатель объективности этого мнения, а уж мнение двух-трех и даже десятков человек совсем не обязательно отражает истинный внутренний мир человека. Так что не совсем правы были те наши слушатели, которые определяли имидж как "каков человек, таков и его имидж". Увы.

Подведем итог. Ваш имидж по знаку может быть положительным, а может быть и отрицательным. Но имидж не может быть объективным, он всегда субъективный, а это значит, он не всегда соответствует тому мнению, которое у Вас сформировалось о самом себе. Ну и еще: мнение о человеке бывает порой настолько "прочным", что изменить его — проблема проблем. А отсюда — не допускать негативного мнения о себе, потом избавиться от него — будь ты хоть семи пядей во лбу — действительно проблематично (пример с имиджем А. Чубайса — яркая иллюстрация к сказанному).

5. ИМИДЖФОРМИРУЮЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ОСНОВА СОЗДАНИЯ МНЕНИЯ О МОЕМ КЛИЕНТЕ

То, что о Вас уже сложилось определенное мнение у некоторых групп людей, — это факт (если даже у пятилетнего ребенка есть некий имидж, то у Вас он и подавно есть). Другой вопрос, какое оно у тех или иных людей? У Ваших домочадцев, у близких Вам людей — определенно положительное, у Ваших коллег — вероятно, больше мнение о Вас как о профессионале, чем как и человеке (личности), у Вашего начальства — ну, это Вы и сами знаете...

Так на чем же основывается это мнение?

Во-первых, на полученной о Вас **информации**, которую мы будем в дальнейшем называть **имиджформирующей информацией**. Но как оказывается, мнение о человеке может быть сформировано и без всякой информации о нем, т.е. возможна, оказывается, ситуация, когда имидж возникает без имиджформирующей информации. Чудно, но правда, ибо психика человека способна еще и не такие чудеса вытворять. Речь идет об априорном мнении; но это – особый разговор.

А теперь – к анализу имиджформирующей информации.

6. ВИДЫ ИМИДЖФОРМИРУЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИИ

На каких же видах информации может основываться мнение о Вас, о моем клиенте, а вместе с ним и установка на Вас — готовность действовать в отношении Вас определенным образом? Ведь узнав, какая это информация и откуда она появляется — значит суметь управлять ею. А управлять имиджформирующей информацией — управлять формированием мнения о себе Итак...

По характеру ее получения другими людьми имиджформирующая информация подразделяется на прямую и косвенную.

Косвенная имиджформирующая информация — это та информация о Вас, которую человек получает, что называется, через третьи руки (сюда относятся ситуации не только типа ОЖС — "одна женщина сказала", но и ряд других, специально организованных). То есть, это когда человек создает о Вас мнение на основе высказываний о Вас других людей.

Прямая имиджформирующая информация — это та, которую человек получает при непосредственном контакте с Вами. Как правило, это информация:

- а) об особенностях Вашей психики (например, о Вашем характере, темпераменте, интеллекте, а также о Ваших установках, мировоззренческих и иных позициях и т.п.),
- б) о Вашей внешности — макияже, причёске, одежде и т.п.

7. КАК ВЫ ДО СИХ ПОР ФОРМИРОВАЛИ МНЕНИЕ О СЕБЕ, ИЛИ ДВА ВИДА ИМИДЖФОРМИРУЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИИ

До сих пор Вы его формировали точно также, как и большинство других людей.

А как они, это большинство, делают, создают о себе то или иное мнение?

А делают они это всего-навсего двумя способами: осознанно и подсознательно (неосознанно).

Вот у меня в аудитории на первом ряду сидит слушательница: вся такая нарядная-нарядная (оно и понятно: приехала из далекого таежного городка; в кои-то веки можно себя показать). Так вот, есть большая вероятность, что сегодня утром, стоя перед своим гардеробом, она определенно *размышляла* о том, какое платье надеть, чтобы произвести определенное впечатление, а значит – создать о себе определенное мнение. «Размышляла» – то есть делала это вполне *осознанно*, преднамеренно, или – как говорят психологи – «на уровне сознания».

Можно привести и другие примеры, когда люди посылают о себе имиджформирующую информацию вполне сознательно (специально, преднамеренно). Вот, допустим, Вы говорите своему собеседнику: «Чтобы полностью убедить Вас в моей искренности, откровенности и глубоком уважении (*а для нас это звучит так: «Чтобы создать о себе у Вас хорошее мнение»*), я готов представить Вам следующие аргументы: во-первых, я, как Вы заметили..., во-вторых, если бы было иначе, я бы определенно..., в-третьих, ... И думаю, что этих аргументов вполне достаточно, чтобы у Вас сложилось мнение о Вашем покорном слуге вовсе не такое, как обо мне Вам говорили, а совсем даже наоборот...»

Итак, говоря все это, Вы ставите вполне *осознанно* цель сформировать свой положительный имидж (в первом примере — личный, во втором — профессиональный). И при этом, естественно, рассчитываете на то, что Ваш партнер по общению начнет *думать* над Вашими словами, начнет анализировать Ваши аргументы, т.е. оценивать посылаемую Вами имиджформирующую информацию.

Иначе говоря, в некоторых случаях Вы посылаете о себе имиджформирующую информацию вполне *осознанно*.

Но, как оказывается, нередко люди посылают о себе информацию *помимо своей воли*.

В подтверждение сказанного Вам вопрос: знаете ли Вы, что Вы *в данный момент времени* делаете?

- Да, знаю. Вот сижу и читаю Вашу книгу.
- Прекрасно. А Вы при этом больше ничего не делаете?
- Да нет, вроде как и ничего...
- Ну тогда...

А теперь я Вам, уважаемый читатель, покажу, как это иногда бывает с моими слушателями на занятиях. Вот я обращаюсь к одному из них с просьбой дать краткую служебную информацию о своей фирме (организации). Он встает и начинает говорить и при этом постоянно вертит в руках свою ручку, или очечник, или теребит ремешок сумочки, или поглаживает спинку впереди стоящего кресла, или просто поглаживает одной своей рукой другую свою руку. И не вопрос сейчас, *зачем* он это делает (будем об этом обязательно говорить), вопрос – *знает* ли он о том, что он в этот момент делает, думает ли об этом? Определенно, нет, он думает о том, что надо сказать (да как же не похвалиться своей фирмой!), а о чем говорить лучше не надо; а руки его работают как бы сами собой, автоматически, и... посылают определенную информацию, формируют определенное (тоже неосознаваемое) мнение.

Но вот я обратил внимание, как одна слушательница, выполняя мою просьбу (рассказать о фирме), не просто теребила руками ремешок своей сумочки, а ее руки при этом мелко вздрагивали, ну точно, как это бывает у студента, когда он очень волнуясь, отвечает на экзамене: и речь с запинками, и руки подрагивают. Вот и у нее – ну точно так же... И это – информация, это вольно или невольно создает о ее сиюминутном состоянии определенное мнение («уж очень сильно волнуется, видно она...»), и главное – это мнение возникает на основе той имиджформирующей информации, которую она послала о себе абсолютно безотчетно, непроизвольно, неосознанно, подсознательно, или – как говорят психологи – «на уровне подсознания»; как и ее коллега, который, выступая, постоянно теребил кончик своего носа, а его сосед при этом сидел и слегка покачивал ногой...

Определенно такое было и с Вами, когда Вы, ведя переговоры со своим компаньоном, при этом непроизвольно перебирали карандаши на письменном столе, а когда он Вам рассказывал о своей фирме, - Вы непроизвольно чертили карандашом какие-то замысловатые фигурки на листе (*вот бы мне на них посмотреть хоть краешком глаза!*).

Итак, Вы (как и большинство других людей) всё это делали машинально, т.е. *не осознавали* этих своих действий. А ведь люди все это видят (точнее, могут видеть) и на основе этой информации могут создать о Вас некое мнение (например: "С чего бы это он такой нервный-то? А может, он всегда такой, а? Тогда нехорошо...").

А ведь и в самом деле люди нередко совершают какие-то действия, что называется, «на автопилоте» – машинально, не задумываясь, непроизвольно, невольно..., как, например, у меня на лекции: кто-то, слушая меня, при этом, не задумываясь, теребил в руках свой очечник; кто-то слегка покачивал ногой; кто-то машинально чертил в своей тетради какие-то фигуры; кто-то держал голову так, а кто-то — этак; кто-то для выражения своей мысли выбирал такие слова, а не иные — их синонимы (хотя словарный запас позволял); кто-то перечислял свои служебные обязанности в одном порядке, а кто-то эти же обязанности — в другом; кто-то на мою шутовую реплику отреагировал шуткой типа: "Да я бы их всех в бараний...", а кто-то на эту же шутовую реплику (но в другой аудитории) тоже пошутил, но по-другому: "Да я бы им каждый день цветы дарил" (ибо не знают они, что для психолога значит "шутка", вот и шутят) и тоже "на автопилоте"; кто-то из них пришел на лекцию в джинсах (он уже вторую неделю на занятия ходит так), а кто-то — всегда в "тройке"... И перечислять эти "экспромтные" реакции можно до бесконечности.

И вывод: что люди, общаясь с другими людьми, в одном случае посылают о себе информацию вполне *осознанно* (на уровне сознания), а в другом – *подсознательно* (на

уровне подсознания). Иначе говоря, в одном случае *источником* имиджформирующей информации является *сознание*, а в другом – *подсознание*.

И поскольку мы будем в дальнейшем очень часто употреблять эти термины – «сознание» и «подсознание», являющиеся своеобразными «управителями» нашего поведения, то следовало бы дать о них справку, т.е. что же понимает автор, когда пользуется этими терминами. Чтобы, опять же, говорить на одном языке.

8. ЧТО ТАКОЕ СОЗНАНИЕ?

Итак, сознание — это некая сфера психики (сфера, разумеется, идеальная, а не материальная), в которую поступает информация, где она некоторое (определенное) время хранится и используется по назначению. Правда, тут же должен возникнуть вопрос: а чем же тогда сознание отличается от обычных технических устройств типа компьютера, в которые тоже и поступает информация, и хранится там, и используется по назначению? Отличие, пожалуй, только в одном: человек не в пример компьютеру может сказать: "Я знаю, что я знаю о...", а это и есть *осознание* информации, это и есть одна из важнейших отличительных черт сознания в рассматриваемом информационно-психологическом аспекте.

А теперь – от теоретического определения к практическому пониманию.

Когда говорят; "это дошло до его сознания" или: "он осознал, что...", это значит, что человек теперь *знает* (о том-то и о том-то). Иначе говоря, в **каждый конкретный момент времени мы можем сказать "я знаю" только про то, что в этот момент находится в нашем сознании**. А если человек говорит: "Я знаю, да, знаю, сейчас... сейчас вспомню", — этой информации в его сознании сейчас нет (хотя вполне возможно, что когда-то была). Может быть, он и вспомнит потом (т.е. введет эту информацию из памяти в свое сознание), а может, так и не вспомнит.

И если человек говорит: "Я знаю, чем он мне неприятен, — дело в том, что когда он говорит, то он..." — это значит, что информация, исходившая от этого «неприятного типа» (допустим, в данном случае в виде негативного сигнала) осознана этим человеком.

Итак, «осознать» что-либо – значит, специально об этом подумать. Я подумал: «как прекрасно он держится, ни один мускул ведь не дрогнул» - значит, я *осознал*, как он сейчас держится. А поскольку две-три минуты тому назад я об этом не думал, значит, две-три минуты тому назад я не *осознавал*, как он держится.

Мы также будем говорить и об «осознанном поведении» – это когда человек что-либо делает преднамеренно, специально подумав об этом: «Так, сейчас мне нужно будет ему сказать, что в этом пункте он не прав...», или «Пожалуй, сегодня я сяду поближе к..., поскольку вчера...», или «Нет, к сегодняшней встрече этот галстук не подойдет, пожалуй, я выберу вон тот, серенький...».

И резюме: 1) сделать что-либо «на уровне сознания» - значит, сделать это умышленно, обдуманно, преднамеренно, специально, произвольно;

2) «осознать» что-либо – значит, об этом подумать, поразмышлять (хотя бы и несколько секунд), чтобы можно было бы сказать: «я знаю, что...».

Вот как в контексте имиджелогии понимается сознание.

А вот теперь – о подсознании.

9. ПОДСОЗНАНИЕ – КАК ЭТО ПОНИМАТЬ?

Подсознание — это сфера психики, куда поступает информация, где она хранится какое-то время и используется по назначению...

— Но ведь точно так же Вы определяли и сознание, а сами сказали, что подсознание — это что-то совсем противоположное сознанию.

— Вы правы, дорогой мой оппонент, то, что я сейчас сказал, — почти слово в слово определение сознания. Но здесь два "но". Начну с менее существенного (на первый взгляд). При определении сознания было сказано, что там хранится информация "некоторое (определенное) время", а в определении подсознания сказано "какое-то время". А из этого следует, что науке пока точно неизвестно, как долго может храниться та или иная информация в подсознании человека. И это очень важный момент в понимании подсознания. Но продолжу ответ на Ваш вопрос, тем более что в конце той части определения, которая была несколько похожа на определение сознания, ведь стоит многоточие.

Отличается же подсознание от своего визави — сознания — тем, что про информацию, находящуюся в сознании, человек может сказать "я знаю", а вот об информации, находящейся в его же подсознании, он не знает (ибо в подсознании — значит *вне* сознания), и только с помощью специальных техник (например, того же гипноза) можно узнать и о ее существовании, и о ее смысловом содержании. А как это бывает в жизни — покажу на эксперименте, который Ваш автор проводит на занятиях по этой теме со своими слушателями.

Примерно через час после начала занятия, после достаточно оживленной дискуссии обращаюсь к моим слушателям со следующими словами: "Вот уже час, как я Вам читаю лекцию и от меня к Вам идет множество самой разнообразной информации. Интересно, а все ли, что идет от меня к Вам, доходит до Вашего сознания? Всю ли идущую от меня к Вам информацию Вы осознаете?" В ответ, как и следовало ожидать, разноголосица: "Да", "Ну, вообще-то да", "Наверное, всю" и реже "Наверное, нет" и т.п. "Ну что ж, сейчас узнаем. Сейчас я Вам задам вопрос, но прошу Вас вначале ответить на него про себя. Это потом Вы мне скажете, как Вы ответили, а вначале — только про себя. Хорошо?" С этими словами беру в руки книгу (любую), прикладываю ее к груди, обращаю их внимание на обложку и задаю вопрос: "Скажите, пожалуйста... какого цвета галстук у Вашего покорного слуги?" В аудитории — тишина, на лицах — улыбка, вспоминают. Убираю книгу (которой был прикрыт галстук) — у некоторых вздох облегчения (правильно ответили про себя), а у некоторых на лице разочарование, поскольку ответили про себя неверно. Обращаюсь к одному из тех, кто ответил неверно:

— Скажите, Вы в течение этого часа нашей с Вами работы видели этот предмет (показываю на галстук)?

— Ну... вообще-то... видел.

— А почему же Вы на мой вопрос ответили неверно в отличие от Вашего соседа, который, так же как и Вы, видел этот галстук, но назвал его цвет правильно?

— Ну... наверное, потому, что я не обратил на это внимания.

— Прекрасно. Давайте же запомним (и Вы, дорогой мой читатель, тоже возьмите себе это на заметку): "обратить внимание" — это значит сделать так, чтобы информация дошла до сознания. Вот Ваш сосед обратил внимание, и информация оказалась в его сознании (правда, для меня как для лектора это минус: это значит, что пока я читал лекцию и

старался занимать сознание моих слушателей перечислением видов имиджформирующей информации, у Вашего соседа было "окошко", чтобы еще и о моем галстуке подумать, переключить свое внимание на этот предмет одежды лектора). А вот Вы не обратили внимания, поскольку Ваше сознание было занято, как мне думается, информацией о классификации имиджей. Спасибо Вам за это. Но тогда, если позволите, Вам еще один вопрос: как Вы полагаете, если бы я не проводил этого эксперимента с галстуком, т.е. таким бы образом не обратил Вашего внимания на него, то, вероятно, информация о его цвете для Вас так и канула бы в "вечную неизвестность"?

— Ну, скорее всего так. Если я не знал, как ответить на Ваш вопрос, то, наверное, и потом бы не знал.

— Ну что ж, сейчас попробуем выяснить, так ли это на самом деле. Представьте: после сегодняшней лекции прошло уже... полгода! Вы давным-давно уже дома, уже с головой в работе, масса дел, масса встреч, масса людей... И вот представьте: подходит к Вам некий человек и говорит: "Вот когда Вы учились в Академии, помните, там Вам лекции психолог читал?" Вопрос, конечно, для Вас был неожиданным, но Вы после легкой заминки ответили, что да, было такое. "А скажите, — продолжает спрашивать этот человек, — помните ли Вы, как он был тогда одет?" "Господи, да откуда же?! Разве всех преподавателей запомнишь, как они были одеты?! Да и столько времени прошло!..." И это, наверное, естественный ответ, верно (*это я продолжаю диалог с моим слушателем*)?

— Ну, наверное, так. Разве все можно упомнить.

— Прекрасно. Тогда продолжим! Услышав от Вас такой ответ («да не помню, как он был тогда одет»), этот человек (все дальнейшее происходило, разумеется, с Вашего согласия) погружает Вас в гипнотическое состояние и дает Вам команду: "Представьте лицо того психолога!" И Вы тотчас же — под гипнозом — представили его лицо. Как Вы полагаете, так будет скорее всего?

— Наверное, так. Я как-то читал в одной книжке, что под гипнозом можно вспомнить многое...

— Хорошо. Я тоже много раз участвовал в подобных сеансах гипноза и могу подтвердить Ваши слова: скорее всего так и будет.

...Тогда этот гипнотизер продолжает: "А теперь опишите его одежду!" И произойдет чудо: Вы во всех деталях опишете мой костюм: и что это "тройка", и какого цвета, и в какую полоску, и, конечно, цвет галстука — "темно-синий", и даже рисуночек на нем.

Но посмотрите, как интересно: когда я спрашивал, прикрыв галстук; "Знаете ли Вы, какого он цвета?", — Вы сказали: "Не знаю", а под гипнозом цвет назвали. Значит, отвечая "не знаю", Вы все-таки в тот момент располагали информацией о цвете галстука, раз под гипнозом ее выдали?

— Ну, это ясно, располагал.

— Но если Вы сказали "не знаю", значит, ее не было в Вашем сознании. (*Я должен сказать, что мои слушатели к этому моменту уже знают, что в сознании находится только та информация, про которую человек может сказать "я знаю..." и выдать эту информацию при необходимости.*) Так где же она была, эта информация, раз в сознании ее не было, а под гипнозом Вы ее выдали?

— Ну, тогда, значит, в подсознании...

— Абсолютно верно, точно определили!

Так вот, как оказывается только некоторая часть сигналов, проходящих от лектора к слушателям, ими тогда осознавалась (они над этой информацией думали), а остальные, на

которые "не обращалось внимания", не задерживаясь в сознании, проникали в подсознание, чему свидетельство — эффект в гипнотическом сеансе.

Есть исследования, которые свидетельствуют о том, что в подсознании человека хранится огромное количество информации. Практически все, что так или иначе воспринималось органами чувств человека, независимо от того, осознавалось оно или не осознавалось («доходило» до сознания или нет), оказывается в его подсознании. В некоторых опытах удавалось раскопать информацию даже из далекого детства. А еще пишут, что удавалось выявить в подсознании человека информацию о его... далеких предках (что было названо учеными "генетической памятью"). Вот почему никто точно не знает, сколько же времени там хранится информация; ясно, что не год и не десятилетия.

Короче говоря, как показывают некоторые исследования, подсознание — это бездонный колодезь информации, в котором информация о, допустим, цвете галстука Вашего позавчерашнего посетителя — как капля в океане. И если какой-либо сигнал подействовал на орган чувств человека и при этом не осознан им по какой-либо причине, ищите этот сигнал в его подсознании.

Но самое интересно заключается в том, что, как оказывается, при определенных условиях само подсознание может "сообщить" сознанию об этой информации: либо в виде смутного чувства ("чем-то он неприятен", "что-то есть в нем такое располагающее"), либо как-то иначе, когда, например, говорят: "Интуиция мне подсказывает, что он...". То есть и подсознание каким-то образом участвует в формировании мнения о собеседнике. Но как? Вопрос совсем не теоретический, ибо если мы на него ответим (как подсознание формирует мнение о собеседнике), то останется всего один шаг до техники формирования мнения о себе прямо в подсознании собеседника...

А в заключение - главное: подсознание (как и сознание) не только хранит информацию, но может и управлять поведением людей. Мы ведь в связи с чем заговорили о сознании и подсознании? - В связи с тем, что люди, формируя мнение о себе, создавая свой имидж, посылают в окружающее их пространство имиджформирующую информацию либо вполне осознанно, либо произвольно, подсознательно, не ведая об этом — как тот слушатель, который начав диалог со мной, мне при этом чуть-чуть улыбнулся; или как тот слушатель, который разговаривая со мной, постоянно теребил лацкан своего пиджака; или как тот слушатель, который все время сидит «набычившись», словно вокруг враги — не думают они об этом, всё это - работа подсознания, но мнение-то всё равно формируется.

Но для нас сейчас важно, что люди (и Вы в том числе, уважаемый мой читатель) далеко не всегда управляют исходящей от них имиджформирующей информацией. Может, и прав был Зигмунд Фрейд, когда говорил, что "человек — не хозяин в собственном доме"? Может, и прав.

Но мы-то с Вами об этом заговорили в связи с тем, что, **непроизвольно посылая различную информацию о себе**, мы таким образом формируем свой имидж..

— Хорошо, допустим, уважаемый автор, мы действительно часто что-то делаем непроизвольно — пуговицу застегиваем и многое другое. Допустим, что прав Ваш кумир Зигмунд Фрейд. Допустим. Ну и что из того? Ну и пусть люди видят, что у меня в руках тот же очечник или ручка или я что-то еще, разговаривая, делаю машинально. Но ведь не все же, беседуя со мной, будут в то же самое время думать об этом очечнике, ведь Вы сами об этом говорили. Это, во-первых. А во-вторых, если и подумают, так что из того? Неужели Вы думаете, что это может повлиять на формирование мнения обо мне, на

мнение, допустим, о моем характере?.. Ведь из того, что я часто что-то там делаю непроизвольно, вовсе не следует, что это как-то мне повредит... Или я не прав?

Вопрос понятен. Правда ли, что *неосознаваемые* действия человека могут как-то повлиять на отношение к нему людей, на его имидж? Поговорим, хотя мы уже частично этого касались (помните ту слушательницу, руки которой говорили, что она – как на экзамене?). Но – поговорим. И для начала попробуем ответить на такой вопрос:

10. "ЛЮДИ С НАМИ ПОСТУПАЮТ ТАК, КАК МЫ ИМ ПОЗВОЛЯЕМ" - ПРАВДА ЛИ ЭТО?

— Конечно, нет! Конечно, неправда! — раздается хор голосов моих слушателей, как только Ваш покорный слуга спрашивает их об этом. И в доказательство готовы привести примеры:

— Не далее как на прошлой неделе, — рассказывает одна слушательница, — продавщица продмага так по-хамски мне ответила, что я весь день была выбита из колеи. Но главное-то — я же очень вежливо ей сказала... и, разумеется, я вовсе не "позволяла" ей так со мной поступать. А Вы говорите... Нет, я абсолютно уверена, что это высказывание кем-то искусственно придумано. А кроме того, какое же это имеет отношение к тому, чем мы занимаемся, — к имиджу?

— Прежде чем ответить Вам, позвольте вначале только один вопрос: частенько ли Вам приходится нарываться на таких хамок?

— Слава Богу, нет. Просто этот случай был недавно, и уж больно яркий — ни с того ни с сего. А вообще-то, особенно в последние годы, когда появились частные магазины, хамить стали явно реже; я даже и не помню, когда такое еще было за последние два года.

— Понятно. Прекрасно. А теперь, если позволите, о Вашем замечании ("это высказывание кем-то искусственно придумано") и о Вашем вопросе ("какое это имеет отношение к проблеме имиджа?"). Готов поговорить об этом, тем более что эта тема имеет прямое отношение к нашему занятию, к нашей проблеме — проблеме *Вашего* имиджа.

Ведь если допустить, что люди действительно с нами поступают так, как мы им позволяем (а Ваши контраргументы мы обязательно обсудим, но только чуть-чуть попозже, если не возражаете), так вот, если допустить, что это правда, что мы вольно или невольно позволяем им с нами поступать так-то и так-то, то это значит, что они поступают с нами *в соответствии со сформировавшимся у них мнением о нас*, а это значит, что поступки людей в отношении нас определяются и нашим собственным имиджем. Вот какова связь между этим изречением и нашей темой имиджа.

А теперь — о том, как же на самом деле: действительно ли они с нами поступают так, как мы им позволяем? Или иначе: правда ли, что мы им *позволяем* с нами так поступать?

Ведь приведенный уважаемой моей слушательницей пример (в реальности которого у меня не было ни малейшего сомнения) как бы противоречит утвердительному ответу на этот вопрос. Но вот Вам, дорогой мой читатель, еще один пример, правда, не из моего личного опыта, а из опыта одного моего хорошего знакомого. Зашел как-то у нас с ним разговор об отношении людей друг к другу, и вот послушайте, на что он мне "пожаловался":

— Знаешь, какую странную вещь я заметил: если на моем пути встречаются цыганки-гадалки, то они никогда меня не пропускают. Понимаешь, никогда! Другие люди идут, и на многих из них эти гадалки как бы и внимания вовсе не обращают, а вот стоит им меня увидеть — все, пропал, не дают пройти. Вот ты с твоей наукой можешь мне это объяснить? Причем, обрати внимание, и цыганки бывают разные, и я по-разному бываю одет, но ведь все равно вычисляют! Вот загадка, а?

— А ты слышал такое высказывание: "Люди с нами поступают так, как мы им позволяем"?

— Знаю, слышал, только ко мне это никакого отношения не имеет, ведь я вовсе не хочу этого, понимаешь?!

Прервем этот диалог, чтобы сравнить эти два примера.

Одинаковы они тем, что субъекты примеров (моя слушательница и мой знакомый), став "жертвами" негативного (нежелательного) отношения, вовсе этого не хотели (и, разумеется, не "позволяли"). А отличаются весьма существенно: в первом примере — это *редкий* случай, а во втором, что называется, *постоянно*. И это дает нам основание "подправить" высказывание «люди с нами поступают так, как мы им позволяем» на: **«если разные люди с нами поступают часто одинаковым образом, то они с нами поступают так, как мы им позволяем»**. Иначе говоря, причина одинаковых поведенческих реакций разных людей в отношении некоего человека — в самом этом человеке. И второй пример — яркая иллюстрация к этому выводу. А ведь еще можно было бы привести и другие примеры, с "положительным" знаком, например такой: где бы ни появлялся Н., его всегда встречают (даже малознакомые люди) с уважением и даже почтением, словно от него исходят какие-то "лучи доверия, уважения"...

А может, и правда от людей исходят подобные "лучи"? Только от одних — как бы негативные ("Где бы он ни появлялся — везде возникает конфликтная атмосфера: вечно он попадает в какие-то глупые ситуации, вечно к нему кто-то цепляется, вечно его шпыняют как гадкого утенка; короче, он везде, как "мальчик для битья» , — слышал автор и про таких), а у других "лучи" вызывают прямо противоположные реакции людей — реально ли это предположение? Попробуем разобраться.

11. "ПОЧЕМУ МЕНЯ НЕ ЛЮБЯТ СОБАКИ?"

Представьте: сидит на цепи собака. Сидит себе спокойно, провожая взглядом проходящих мимо людей. Но вот идет человек, который с детства панически боится собак. Однако, будучи разумным, берет себя в руки, увидев собаку, и старается "как ни в чем не бывало" бодро шагать мимо нее. "И Вы знаете, иногда мне это удается, но чаще они все-таки как-то вычисляют меня и... начинают на меня бросаться или — если очень воспитанные — глухо рычать. Прямо рок какой-то. Ни на кого не лают, а меня не пропускают. И другое бы дело, если бы я, допустим, бежал от них или как-то иначе неестественно вел бы себя, провоцировал бы их на агрессию... Но нет, думаю, что если смотреть на меня со стороны, ни один человек не заметил бы в моем поведении что-то такое, на что собака должна была бы среагировать. А собаки что-то замечают... Но что, скажите?!" — это из высказываний одного из моих слушателей (а может быть, кто-нибудь и из моих читателей тоже про себя так мог бы сказать, а?).

В отличие от примера с цыганками-гадалками объяснить поведение собаки в этой ситуации несложно, и кинологи, и медики давно знают ответ на эту загадку .

Когда человек чего-либо боится, когда он испытывает страх, т.е. находится в стрессовом состоянии, в его организме вырабатываются различные защитные вещества, в том числе и адреналин, который при этом и выделяется с потом. Вот его-то, как утверждают специалисты, собаки и чувствуют (их нюх не сравнить с таковым у людей) и бросаются... как на слабого, боящегося, или как на потенциального агрессора (при установке на агрессивное поведение у человека тоже вырабатывается адреналин). А кроме того, при этом у человека изменяются микродвижения его походки (появляется некая скованность, которая может ускользнуть от взгляда человека, но не от собаки), чуть-чуть напрягаются мышцы лица, чуть-чуть изменяются зрачки... И вся эта информация доступна для собаки, ибо для нее вычислить врага, вычислить того, кто "над" или "под", — вопрос жизни в отличие от человека, который уже оторвался от своих биологических корней реагирования на внешний мир. Впрочем — не совсем так...

12. КАК КРОХА ЕГО "ВЫЧИСЛИЛА"...

У трехлетней Крохи праздник — день рождения. Ну то, что "день рождения", — это еще ей не очень понятно, а вот то, что праздник, — это понятно: и самое красивое платье на ней сегодня, и самый красивый бант, и самые красивые туфли... А кроме того, пришли к ней всякие разные тети и дяди и принесли ей красивые подарки — там и "Барби", там и платьице с цветочками, там и вкусности разные... И все, как водится, сопровождали свои подарки всякими хорошими словами (вообще-то одинаковыми: "ах, какая большая", "ах, какая красивая", "ах... ах..."), и каждому хотелось ее погладить по кудрявой головке, прижать к себе и даже посадить к себе на колени...

Строго говоря, с позиции постороннего наблюдателя все гости вели себя по отношению к этой "имениннице" одинаково: ласково, внимательно, по-доброму. Но вот что странное, казалось бы, заметил автор (а он тоже там был): когда все расселись за праздничным столом, Кроха сама (по своей инициативе!) залезла на колени одному из гостей (вовсе ей не знакомому), прижалась к нему, чем повергла в изумление ее родителей ("с чего бы это вдруг такая любовь?!")... Можете представить себе, как было приятно этому гостю в отличие от его "коллеги" — соседа по столу, который как только не ухитрялся привлечь к себе эту "молодую даму" — ничего не получалось: Кроха смотрела на него исподлобья, а когда он протягивал к ней руки, отворачивалась, отстранялась... Всем было как-то неловко за этого человека, который абсолютно ничем в своем поведении не отличался от других гостей. Во всяком случае Ваш автор, будучи профессиональным психологом, и он не заметил в поведении этого гостя ничего такого, что могло бы насторожить Кроху (даже используя для этой "диагностики" арсенал своих специальных психологических знаний). А Кроха, вовсе не обладая этими знаниями, вычислила как первого из них, так и второго. Точнее было бы сказать, *почувствовала* внутренний настрой к ней того и другого — по тем же микродвижениям, микроинтонациям, микропозициям, микро... ну точно, как и та собака у забора, на цепи. Ибо наша Кроха еще не настолько оторвалась от биологических корней, как многие из нас, взрослых. Ее подсознательное восприятие (в отношении собаки мы о "подсознательном" восприятии говорить не можем, ибо нет у собаки сознания, а у Крохи уже есть, и даже не элементы сознания) еще не задавлено "специальными знаниями" и всем тем, что является результатом социализации человека в процессе его становления, в процессе его перехода от только "индивида" (человека как животного) к "личности"

(человека как социального существа). Конечно, став личностью взрослый человек не перестает быть и индивидом, но многое из того, что было важно для индивида в борьбе за выживание, потерялось по дороге становления личности; в частности человек постепенно утрачивает вот то биологическое "чувство опасности", равно как и "чувство защищенности", которые пока еще функционируют у этой трехлетней Крохи. Впрочем... и среди взрослых людей, полностью социализировавшихся, можно найти таких, у которых сохранилось это "чувство", это "чутье". Правда, теперь они это называют "интуицией", а мы — "подсознательным восприятием".

13. ТАК ПРАВДА ЛИ, ЧТО ОНИ С НАМИ ПОСТУПАЮТ ТАК, КАК МЫ ИМ ПОЗВОЛЯЕМ?

Почему Кроха залезла на колени к одному гостю и отказывалась идти к другому? А они спровоцировали её на такую ответную реакцию своим поведением, причем – и это самое главное – поведением произвольным, неосознанным. Например, у одного обращенная к Крохе улыбка была «открытой», «непринужденной», такой, какая бывает у тех, кто любит; а у другого – «напряженная», ибо так он устроен, что в душе у него нет любви к детям; у одного движения рук в сторону Крохи были мягкими, плавными, а у другого – чуть отрывистыми, чуть угловатыми. И всё это Кроха «чувствовала» (принимала подсознанием), и эти чувства создавали мнение об этих людях, и формировали ее поведение: она с ними поступала так, как они ей (невольно, подсознательно) позволяли.

Смотрите: "Он шел с гордо поднятой головой!" - к такому ни одна опытная цыганка-гадалка не подойдет. А вот того, который чаще всего "бочком-с, бочком-с" (и тоже произвольно), его-то и постараются зацепить, и не только цыганки-гадалки, но и «алкаши» ("дай на водку"), а также и некоторые другие — с доминантой "властвовать", "преобладать", с агрессивной реакцией, которая спровоцирована неосознаваемым "бочком-с, бочком-с", т.е. поведением по типу "*пристройки снизу*" (сленг психологов). Вот и мой знакомый, который жаловался, что к нему пристают цыганки, — он их постоянно провоцирует на это (неосознанно, разумеется) своим поведением по типу "пристройки снизу" (таков он по своему характеру — всегда "пригибается", "склоняется", вроде как говорит: "Чего изволите-с?"). И ясно, почему его не пропускают ни «алкаши», ни цыганки, ни — будь такой случай — мошенники, ни нищие (опытные, разумеется, профессионалы). Вот ему-то, как теперь понятно, прямо позарез нужен имиджмейкер — не для того, чтобы стать президентом или депутатом, но чтобы хоть не приставали на улице. Впрочем, и среди современных политиков автор наблюдает одного из таких (как он попал в высший эшелон — для автора загадка) — с поведением по типу "пристройки снизу", правда выраженной не очень ярко, но "имеющей место быть" (на этот раз по этическим причинам его имя названо не будет).

Итак, если люди с Вами *часто* поступают таким-то определенным образом (допустим, "«давят» на Вас), причем люди **разные**, и при этом практически одинаково поступают в отношении Вас, знайте — это Вы их провоцируете на такое поведение, провоцируете своими *подсознательными* действиями, которые улавливаются этими людьми также часто подсознательно (и как та Кроха, и как та... да-да, собака).

Вот Вам, уважаемый мой оппонент, и ответ на Вашу фразу-утверждение "ведь из того, что я часто что-то там делаю произвольно, вовсе не следует, что это как-то мне повредит". Повредит, может повредить.

А это – и ответ на вопрос: действительно ли неосознаваемые человеком его действия могут повлиять на мнение о нем, на его имидж. Да, могут, действительно могут (автор чуть было не сказал: «Еще как могут!»), но пока – рано об этом). А отсюда и задача автора этих строк, задача Вашего имиджмейкера — не допустить такого или подобного, не допустить, чтобы мой читатель, мой клиент подсознательно посылал о себе сигналы, провоцирующие *нежелательное* поведение других людей по отношению к нему. А ведь как часто так бывает... Вот посмотрите, как люди, сами того не ведая, создают свой отрицательный имидж.

14. КАК СТЕРЕОТИПНОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЖЕТ ВЫДАТЬ НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ...

...Я вхожу в аудиторию к моим милым студентам и, поздоровавшись с ними, говорю: "Господа, я сегодня Вас всех поздравляю!" И тотчас же фиксирую при этом их ответные реакции: одни — "А с чем?", другие — "Спасибо, а с чем?", третьи — "Спасибо (*и точка!*)". Наверное, догадались, каких реакций больше? Верно, — "с чем?"

Но я хотел бы сначала обратить Ваше внимание на такую деталь: никто из них, услышав от меня поздравление (*«с прекрасной солнечной погодой», а если непогода — хуже, но нахожу повод, эксперимент-то нужно провести*), так вот, услышав в свой адрес поздравление, никто из них (потом я специально спрашивал) не стал в уме *перебирать варианты* ответной своей реакции, *никто не думал, как ответить*. Они говорили "первое, что пришло в голову". Это во-первых. А во-вторых, знаете, что обычно людям первым приходит в голову (и — на язык)? А то, что *чаще* используется этим человеком в подобных ситуациях. Оно и понятно: то, что применяется чаще, должно и лежать на поверхности, "под рукой". Вон, у автора — книжная полка, так ближе всех к его столу на ней расположены справочники, энциклопедии, а дальше всех — верно, то, чем редко пользуюсь. Это же очевидно. Но продолжим. Если некая фраза человеком используется чаще, чем другие в такой же ситуации, то это проявляет его установку на данный объект (ситуацию). Иначе говоря, реакция "первое, что пришло в голову" позволяет нам узнавать, *как чаще всего человек ведет себя в такой-то ситуации* (по отношению к такому-то объекту). А полученная таким образом информация о нем позволяет нам прогнозировать его поведение ("да, он такой, чуть что, так сразу..."). Вот Вам и мнение о человеке. А теперь, после этого небольшого теоретического экскурса в вопросы образования установок, проанализируем ответные реакции моих студентов.

У ответивших не задумываясь "Спасибо (*и больше ничего*)" на поверхности (т.е. часто используется) — реакция благодарности; такова у них установка на людей: сначала сделай им приятное, отблагодари, отплати добром, а уж потом — хоть спрашивай, хоть не спрашивай, с чем поздравляют.

У ответивших (также не задумываясь) "А с чем?" — иной подход; "Нет, вы сначала скажите, с чем вы меня поздравляете, а уж потом я подумаю, благодарить мне вас или не благодарить; а то ведь вы можете поздравить меня с чем-то таким, за что и благодарить не стоит". Конечно, так студент в ту минуту не рассуждал, но раньше, когда у него формировались установки на людей, в том числе и установка на неверие в добрые помыслы людей, установка на недоверие, — вот тогда он так или примерно так рассуждал

(либо так за него рассуждали авторитетные для него люди: "Не верь, что люди так просто, без всякой корысти могут делать добрые дела"). Вот и проявил он свою такую установку на людей, проявил, разумеется, *невольно*, как и тот, первый ("Спасибо"), как и тот, кто отреагировал по типу "Спасибо, а с чем?". Вот этот, последний, он по своей установке находится как бы между первыми ("Спасибо") и вторыми ("А с чем?").

Вот так произвольные (подсознательные) реакции, проявляя то, что лежит на поверхности в хранилище их реакций, указывают — в данном случае — на отношение этого человека к людям вообще. Указывают на характерное, на характер. Вот Вам и "что из того?"! Не знаю, как Вы, а я не хотел бы, чтобы мой читатель оказался в компании вторых ("а с чем?"), чтобы о нем в сознании ли, в подсознании ли людей сформировалось бы такое мнение о его отношении к людям. Лучше бы ему отреагировать кратким "Спасибо".

— Ну так это просто воспитанные люди, вот и все, и при чем тут подсознание?

— Отлично! Верно, абсолютно верно, первую категорию студентов мы действительно назовем "воспитанными", точнее, "более воспитанными", чем вторую (и даже третью — "Спасибо, а с чем?"). А что такое, скажите мне, милостивый государь, воспитание, знаете?

— Конечно! Нам в институте тоже азы педагогики читали и говорили, что воспитание — это формирование определенных черт личности.

— Очень хорошо. Вас правильно учили, точнее, по правилам, изложенным в любом учебнике по педагогике (может быть, в самых новейших уже и не так, но и в 90-х гг. писали примерно так). Только вот какое дело: я согласен, что "воспитание" — это "формирование". А вот что тогда значит "формирование"? Мои уважаемые слушатели-педагоги (с которыми мне тоже приходилось много работать) говорят: "Формировать" — значит прививать, ну, допустим, любовь к Родине, желание учиться и т.п. А что, спрашиваю, значит "приви..."? Нет, не спрашиваю я их об этом, ибо не хочу хороших людей ставить в неловкое положение. Ибо не знают они, что *одним из важнейших аспектов воспитания является перевод программ поведенческих (или оценочных) актов из сознания в подсознание*, не знают, что самое главное в процессе воспитания — это перенесение информации о поведении (оценках) в подсознание, чтобы человек использовал эти программы ну совсем "бессознательно". Но не найдем мы в учебниках по педагогике, в разделе "Воспитание", об этом — о том, что конечным звеном воспитательной работы является подсознание воспитанника. Да и откуда, если многие из авторов этих учебников — весьма уважаемых людей — воспитывались на теориях о "подкорке" и павловских условных рефлексах (повторяю, может быть, сегодня, в начале 21 века, это уже не так, не знаю, надо бы посмотреть). Ну так вот: "хорошо воспитанный" или просто "воспитанный" — это человек, у которого в подсознании сформированы такие программы поведения (оценок), которые устраивали бы воспитателей этого человека (коими могут быть не только родители, но и люди "с улицы"). Так что "воспитанными" являются не только первые (у которых сформирована установка на "делание людям приятного", на позитивное к ним отношение), но и вторые (у которых сформировалось "не верь").

Но нам-то сейчас важны не столько истоки, причины, сколько факт: *подсознательные реакции человека выдают* характер и степень воспитанности человека, характер сформированности тех или иных установок на мир, на людей, т. е. на все, что его окружает в жизни. А знать об этих установках — значит иметь мнение о человеке.

В свое время автор проводил и такой эксперимент: "Сейчас я Вам что-то предложу, а Вам следует как можно быстрее — я буду засекаеть скорость Вашей реакции по секундомеру — отказаться от моего предложения. Понятно? Хорошо. Тогда: "Хотите, я Вам сейчас подарю вот эту симпатичную ручку?" И точно так же как и в случае с поздравлениями, испытуемые разделялись на три категории: 1) "нет, не надо", 2) "нет, спасибо, не надо", 3) "спасибо, не надо". Конечно, и эти произвольные (думать, выбирать было невозможно) реакции тоже "высвечивали" подсознательные установки слушателей.

А Ваш автор, Ваш имиджмейкер, таким образом стремится показать, как Вы сами, своими собственными руками можете сформировать свой собственный... негативный имидж. При этом не имеет большого значения, является ли это Ваше подсознательное поведение достоянием сознания Вашего партнера по общению (когда он об этом специально подумает), либо достоянием только его подсознания (когда он по каким-либо причинам "пропустит мимо ушей" эту Вашу реакцию "нет, не надо") — об этом у нас впереди специальный разговор.

Вывод. Вы формируете о себе мнение (формируете свой имидж) не только тогда, когда делаете это специально, но и — внимание! — всегда, когда рядом с Вами находятся люди. И неважно, что Вы в этот момент делаете: разговариваете ли с кем-либо по телефону, принимаете посетителя, читаете ли лекцию или просто стоите в переполненном вагоне метро на одной ноге и читаете сейчас эту книгу — если рядом с Вами другие люди, то идет процесс формирования мнения о Вас (если, конечно, эти люди видят Вас, слышат Вас, а не как тот пассажир, который стоит в противоположном конце вагона, в отличие от того, кому Вы вынуждены дышать в затылок). И здесь полная параллель с упомянутым моим оппонентом воспитанием: воспитание — это далеко не всегда "целенаправленный процесс", как об этом говорят учебники, процесс воспитания протекает всегда, когда рядом с воспитателем находятся воспитанники. Вот и Ваш имидж — создается точно так же. Но пойдете дальше.

Выше мы говорили о том, как Вы, мой уважаемый клиент, до сих пор создавали мнение о себе, до сих пор формировали свой имидж. А делали Вы это, как и все люди, двумя способами: в одном случае Вы посылали о себе информацию вполне осознанно (преднамеренно), а в другом — невольно, произвольно, т.е. подсознательно. А теперь давайте поговорим о том, как люди *воспринимают (и оценивают)* эти два вида посылаемой Вами имиджформирующей информации.

15. КАК У ЛЮДЕЙ ФОРМИРУЕТСЯ МНЕНИЕ О ВАС, ИЛИ О ДВУХ СПОСОБАХ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ

Давайте *пойдем в Ваш кабинет*, где Вы сегодня встречаетесь с неким господином какой-то зарубежной фирмы. Поскольку он Вас видит в первый раз и ничего о Вас до того не слышал, то он вольно или невольно начинает оценивать Вас с учетом тех сигналов, которые поступают к нему. Вот он увидел, как Вы при его появлении в Вашем кабинете тотчас же отложили свои бумаги, встали и пошли к нему навстречу с протянутой для приветствия рукой; увидел и *подумал*: "Все-таки среди этих русских, бывших советских чиновников-бюрократов, есть и вполне воспитанные". Видно, ему не раз приходилось бывать в кабинетах наших средней руки чиновников и далеко не все они так поступали. Конечно, если бы он увидел такой поведенческий акт там, на Западе, т.е. у себя, то даже и

не обратил бы на это внимания. А у нас в России, особенно среди средней руки чиновничества, это вовсе не частое явление (в чем автор этих строк тоже убеждался неоднократно, даже приходя к чиновнику с весьма выгодным для него проектом). И вот уже у этого человека начинает формироваться на Вас позитивная установка. А когда Вы еще при этом ему мило и приятно улыбнулись (и улыбка была вовсе не вымученной), определенно возникнет в мыслях: "Нет, и в среде этих бюрократов есть вполне благовоспитанные и приятные люди". Есть мнение! И возникло оно на основе имиджформирующей информации, причем информации прямой и – главное - *осознанной* им (раз он стал думать об этих сигналах — Ваших поведенческих актах).

Итак: от Вас исходила определенная имиджформирующая информация, которую Вы посылали либо вполне осознанно («надо бы выйти из-за стола», подумали Вы), либо подсознательно – машинально встали при его появлении пошли ему навстречу, не задумываясь над этим.

А он воспринял эту информация вполне осознанно (раз подумал о том, что Вы вышли, раз обратил на это внимание).

И получается, что имиджформирующая информация перемещалась от Вас к нему либо по линии «(Ваше) сознание– (его) сознание», либо по линии «(Ваше) подсознание– (его) сознание».

Но об этих линиях мы еще будем говорить, а пока хочу обратить Ваше внимание еще на такую деталь: если бы этого Вашего посетителя (гостя) спросить, каково его мнение о Вас, он бы не только ответил: "Приятное", но и — внимание! — мог бы аргументировать его («приятное потому, что...»). Ибо — *знает*, почему у него такое мнение о Вас! Знает, ибо информация достигла его сознания. А ведь бывает, что и не знают...

16. «Я НЕ ЗНАЮ, ПОЧЕМУ У МЕНЯ ТАКОЕ МНЕНИЕ О НЕМ...»

Вполне возможны и такие ситуации, когда, допустим, Вы расстались с человеком, с которым вели получасовую обычную беседу, и никак не можете отделаться от какого-то неприятного осадка. "Что-то в нем, — говорите Вы, — есть такое неприятное. Почему-то мне кажется, что ему нельзя доверять." – «А почему?» —спрашивает Ваш коллега. "Ну, почему-почему... Не знаю я... Но я нутром чувствую — непорядочный он человек". Или наоборот: "Что-то в нем такое привлекательное, располагающее есть. Нет, интуиция мне подсказывает, что с ним можно иметь дело".

Итак, "нутром чувствую", "интуиция подсказывает" — что это такое? как это? Поговорим о том, как имиджформирующая информация может быть воспринята, но при этом не осознанна (помните галстук?); и как в этом случае формируется на основе этой информации мнение.

17. КАК ПОДСОЗНАТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ МОЖЕТ ВЛИЯТЬ НА ВОЗНИКНОВЕНИЕ МНЕНИЯ.

Рассмотрим уже знакомый нам пример. К Вам на прием пришел некий гражданин. После получасовой беседы, которая закончилась, как обычно, нормально, Вы никак не можете отделаться от неприятного осадка, говоря: "Чем-то он мне все-таки не нравится".

Что же произошло, откуда же появилось это чувство? Как возникло такое мнение о человеке?

А оказывается, произошло все то же самое, что и с моим слушателем, который видел галстук лектора, но не смог сказать, какого он цвета. (Напомню: во время лекции сознание слушателя было занято тем, что говорил лектор; слушатель видел мой галстук, воспринял информацию о цвете моего галстука, но не думал об этом (не мог думать), и тогда информация о цвете моего галстука ушла в его подсознание). Так вот, во время делового разговора с этим посетителем, когда Ваше сознание было занято переработкой деловой информации (Вы думали примерно так: "Его проект и в самом деле интересный... Если его реализовать, то, как следует из его аргументов..." и т.п. – все это в Ваших мыслях), так вот, когда Ваше сознание было занято этой информацией, в это время от него к Вам прошел некий сигнал, на который у Вас давным-давно сложилась негативная установка (ну, допустим, на то же слово "ихние", которое Вы два раза услышали от него, но не могли во время беседы зафиксировать на нем свое внимание, ибо внимание было слишком поглощено проектом собеседника). И тогда, как и в случае с галстуком, этот сигнал (а может, и сигналы), "проскользнув" мимо Вашего сознания, ушел в Ваше подсознание (и тогда под гипнозом мы бы смогли выявить не только цвет галстука Вашего собеседника, на который Вы тоже не обратили внимания, но и этот неприятный для Вас сигнал). Итак, до *сих* пор все протекало в полном соответствии со сценарием "Галстук лектора". До сих пор... А теперь — различие.

Находившаяся в подсознании моего слушателя информация о цвете галстука была для него нейтральной, незначимой. А вот на такой сигнал, который прошел от Вашего собеседника к Вам, у Вас, допустим, была давным-давно выработана негативная установка (ну, на то же слово «ихние»). А коль скоро так, то, следовательно, этот сигнал был для Вас значим. А раз значим, то подсознание считает своим долгом (*простите меня, мои коллеги-психологи, за некоторую образность*) довести до сведения сознания: ко мне поступил сигнал, который может отрицательно (или положительно) повлиять на будущее взаимодействие с этим человеком.

— А как оно – подсознание - это "делает", доводит до сведения-то сознания?

— О, это очень интересная тема – о том, как информация из подсознания переходит в сознание, как подсознательная информация становится осознаваемой.

18. КАК ПОДСОЗНАТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ МОЖЕТ СТАТЬ ОСОЗНАННОЙ

В одном случае подсознание может сделать это, посылая в сознание сигнал в виде чувства ("что-то неприятное", "чем-то не нравится"), но не больше, т.е. подсознательная информация как бы превратится в чувство. При этом данное чувство будет естественно связано с источником подсознательной информации (собеседником, допустим), но как, через какую конкретно информацию — для человека остается неизвестным.

В другом случае подсознание может послать информацию в сознание через сновидение ("сон в руку", "вещие сны" — это не только образные выражения, за ними достаточно определенная реальность, но об этом Ваш автор писал в другой книге).

В третьем случае информация из подсознания может поступить в сознание через процедуру, именуемую психоанализом (с помощью опытного психотерапевта, психолога).

В четвертом — через процедуру медитации — самопогружения в сферу по ту сторону сознания.

В пятом - с помощью метода ассоциаций.

Но к сожалению, первый способ плох тем, что он не дает конкретной информации; второй — тем, что вовсе не управляем человеком (наши сновидения приходят к нам "без стука", т.е. независимо от нашего осознанного желания). Третий... ну, наверное, не у каждого моего читателя есть собственный психоаналитик, который помог бы выводить (при необходимости) подсознательную информацию в сознание. Четвертый способ — опять же далеко не все владеют приемами медитации. А вот о пятом стоит рассказать, ибо иногда он может быть использован на практике. И расскажу о нем на примере истории, которую поведал автору один из его бывших слушателей —служащий одной фирмы.

"А дело было так. Вел я как-то переговоры с одной солидной организацией. Уж больно интересным было их предложение о тесном сотрудничестве с нашей фирмой. И главное — была довольно хорошо аргументирована выгода и для моей фирмы, и для меня. Более того, чтобы успокоить меня, они даже позаботились о страховке этого мероприятия в страховой компании "X". В общем, все было довольно-таки чисто и убедительно. И мы подписали договор об этом сотрудничестве. А вот когда мы расстались, я — ну точно, как Вы тогда говорили на лекции — стал испытывать какую-то необъяснимую тревогу по поводу этого договора. Чувствую, что что-то не то во всем этом деле, а что — не знаю. Стал еще раз все вспоминать и анализировать в надежде, что, может, удастся за что-то зацепиться... Вот его аргументы: присоединение нашей фирмы повысит ее авторитет... Ну, верно, их организация весьма и весьма солидная. Далее, он говорил, что это позволит установить хорошие контакты с известными инофирмами... Тоже верно. И с финансовой стороны все было в порядке... и нужные лицензии были, разумеется, в подлиннике... и страховка есть на случай провала... Так-так... страховка... страховая компания... кажется, что-то здесь... (знаете игру "холодно-горячо"? Так вот, как все равно теплом повеяло). Кстати, а как там в договоре названа эта компания? Ага. Компания "X". Все! Вспомнил! Оказывается, примерно за месяц до этих событий один мой приятель в "очень веселой» компании говорил об этой "X", что эта компания начала "сыпаться" и что с ней не следует сейчас иметь каких-либо дел. Но тогда-то я на это не обратил внимания (не собирался я с ней иметь никаких дел), а посему и выбросил из головы. А вот теперь — вспомнил! И понял, откуда у меня эта тревога, эта неуверенность, связанная с этим договором..."

Проанализируем этот случай, памятуя, что мы ведем разговор о том, как подсознание "доносит" сознанию о значимом для данного человека сигнале, в данном случае — через ассоциативные связи. Итак, был мимолетный разговор в "веселой" компании о возможном банкротстве "X". Но тогда автора рассказа страховая компания "X" не касалась, поэтому информация о ней и не задержалась в его сознании, но, естественно, ушла в подсознание и там, что называется, "залегла". Затем спустя некоторое время (когда этот разговор совсем забылся) в сознание поступила информация об "X" как о компании, которая будет в случае чего защищать нашего героя. Но поскольку тема о компании "X" была на переговорах и в тексте договора не центральной, то и эта информация забылась (сразу ведь он не мог вспомнить даже ее название) и тоже ушла в подсознание. И теперь самое главное — в подсознании образовалось как бы две информации о компании "X": одна в общем-то тревожная — о банкротстве компании, с которой наш герой в принципе мог бы иметь дело, а вторая — о том, что эта компания может защитить в случае чего... А надо сказать, что если два сигнала — положительный и отрицательный — воздействовали на человека, допустим, с одинаковой силой, то при прочих равных условиях положительный сигнал будет все-таки менее значим, чем

отрицательный, ибо для нас важнее то, что угрожает жизнедеятельности, чем то, что ее улучшает. И вот с учетом этого фактора подсознание стало посылать тревожные импульсы в сознание, что осознавалось в виде чувства неуверенности, чувства тревоги, связанное с договором. А дальше... дальше наш герой скорее интуитивно стал использовать метод ассоциаций для поиска конкретной причины тревоги (а мы скажем — для перевода подсознательной информации в осознанную); стал вспоминать элементы встречи (помните — "за что-то зацепиться"), т.е. вводить их в сознание, и... зацепил таким образом компанию "X". Поскольку информация хранится в подсознании на разных уровнях глубины относительно сознания (что-то мы легко "вспоминаем", что-то — с некоторым трудом, а что-то и вообще можно "достать" только с помощью гипноза), то, как можно полагать, в данном случае информация лежала не очень глубоко по отношению к сознанию. А ведь могло быть и так, что очень глубоко, и тогда бы метод ассоциаций не помог.

Но все-таки чаще всего подсознание сообщает сознанию о каком-либо значимом для человека сигнале только с помощью чувства ("приятное — неприятное", "радостное — тревожное" и т.п.).

19. ТАК ВОЗНИКАЕТ ЧУВСТВО-МНЕНИЕ.

Вот и в случае, когда у Вас появилось чувство "чем-то он (ушедший посетитель) неприятен", это была работа Вашего подсознания, поскольку одной из его многочисленных функций является предупреждение человека о возможных неблагоприятных последствиях, допустим, данного контакта. И вот возникновением этого чувства случай "Посетитель" (пусть будет так для краткости) принципиально отличается от случая "Галстук". Достаточно сравнить этапы прохождения сигнала в той и другой ситуации (см. таблицу), чтобы не только увидеть их различие, но и, главное, выявить цепочку "событий", приведших к *превращению неосознанно воспринятого сигнала в чувство-мнение* («чем-то он все-таки неприятен»).

Ситуация "На приеме":	Ситуация "На лекции":
Идет деловой разговор	Идет чтение лекции
Ваше сознание занято <i>переработкой</i> деловой информации	Сознание слушателей занято <i>переработкой</i> содержания лекции
На Ваши органы чувств <i>подействовал</i> эмоционально неприятный для Вас сигнал	На органы чувств слушателей (на их зрение) <i>подействовал</i> сигнал-цвет (галстука лектора)
Вы <i>не обратили внимание</i> на этот сигнал	Некоторые слушатели <i>не обратили внимания</i> на этот сигнал
В результате информация, минуя сознание, <i>ушла в подсознание</i>	В результате информация, минуя сознание, <i>ушла в подсознание</i>
Поскольку информация была эмоционально не нейтральная, то и возникло <i>чувство-мнение</i>	Поскольку информация была эмоционально нейтральной, то она и не вызвала никаких чувств
<i>В итоге:</i> в сознании — "Что-то неприятное в нем (в посетителе)"	<i>В итоге:</i> в сознании — "Не знаю, какого цвета галстук"

Итак, теперь мы с Вами имеем представление о том, как же возникло мнение, причина которого субъекту неизвестна ("Чем, чем неприятен?! Неприятен, и все! Я таких нутром..!" Помните?). Оно возникло на основе подсознательно воспринятой имиджформирующей информации.

РЕЗЮМЕ. Бывают ситуации, когда человек знает, почему у него возникло такое мнение (а мы теперь с Вами знаем, почему он знает); бывают ситуации, когда человек не знает, почему у него возникло такое мнение (а мы теперь с Вами знаем и об этом — как возникает такое мнение). А еще бывают ситуации, когда человек полагает, что он знает, почему у него такое мнение, а на самом-то деле он просто придумал себе такое объяснение. И вот оказывается, что такие ситуации бывают чаще, чем ситуации, когда человек говорит "не знаю, почему...".

— Вы хотите сказать, что люди чаще лгут, чем говорят правду?

— Несколько не так: чаще *себе лгут*, чем говорят о своем незнании. Но — все по порядку.

И когда действительно не знают, почему поступили так, то придумывают себе причину, ну точно так, как та Лиса из басни Эзопа: Лиса хотела полакомиться виноградом, но ее попытки достать его (он висел высоко) не увенчались успехом. И тогда она сказала: "Зелен, нет ягодки в нем спелой". Вот так и люди... прямо как в притче о зонтике.

20. ПРИТЧА О ЗОНТИКЕ, ИЛИ ЛЮДИ НЕ ЛЮБЯТ ГОВОРИТЬ «НЕ ЗНАЮ».

Одна женщина лечилась у психотерапевта (от какого-то невроза). Лечил он ее гипнозом. (Поскольку последнее обстоятельство важное, то для одинакового понимания автором и читателем гипноза небольшой комментарий: "загипнотизировать человека" (или иначе — "усыпить") — это значит выключить его сознание и одновременно открыть канал для ввода информации в подсознание. Отсюда понятно, почему человек "не помнит", что с ним было во время гипнотического сеанса, точнее, не "не помнит", а "не знает", ибо вся информация, которая вводится в гипнотическом состоянии, адресуется подсознанию загипнотизированного.) Так вот, лечил он ее гипнозом, т.е. в гипнотическом состоянии внушал (вводил информацию в подсознание) то, что нужно было по лечению, чтобы избавить ее от невроза.

Однажды пришла она к нему на очередной сеанс. День был, правда, дождливый, поэтому шла она к нему с зонтиком. В прихожей пациентка сложила зонтик, поставила его в уголок, прошла в кабинет... Все было как всегда: врач посадил ее в кресло, усыпил и стал внушать ей все то, что положено по лечению. А затем решил провести небольшой и вполне безобидный опыт: в состоянии гипнотического сна внушил ей, что когда она проснется и выйдет в прихожую, то возьмет свой зонтик и раскроет его. Всего-то. Технически это осуществить действительно просто. Все так и было: женщина поспала, затем врач ее пробудил, она его, как всегда, поблагодарила, вышла в прихожую, взяла свой зонтик и... раскрыла его. А врач возьми и спроси ее — мол, зачем Вы это сделали — в помещении-то? "Доктор, я хотела посмотреть... нет ли в нем дырки", — сказала женщина первое, что пришло ей в голову. "Да, но ведь Вы же шли ко мне под дождем с этим зонтиком и Вы знаете, что дырки в нем нет"...

Первем на минуту их диалог, чтобы отметить два важных обстоятельства. Первое: женщина, конечно, не знала, почему она раскрыла зонтик, ибо эта команда была только в

ее подсознании. А во-вторых, будучи обычным человеком, она придумала себе объяснение. (Но обратите внимание: автор сказал "придумала", а не "выдумала". Последнее обычно трактуется как фантазирование, а "придумывать" — это и "выдумывать" и "объяснять". Вот и наша героиня — тоже придумала, почему она раскрыла зонтик, хотя с объективной точки зрения она это "выдумала", но с субъективной (ее) точки зрения — "объяснила".) Правда, поскольку она не ожидала такого вопроса, то и, находясь в некотором замешательстве, дала, так сказать, не совсем приемлемое объяснение, на чем ее и "поймал" ее партнер по общению. Но продолжим их диалог:

ВРАЧ: Вы же знаете, что в нем нет дырки.

ПАЦИЕНТКА (все еще в некотором замешательстве): Да, верно. Я раскрыла его... чтобы... чтобы посмотреть, высох он или нет.

Наконец-то она нашла вполне приемлемое объяснение (мы ведь действительно иногда так делаем — раскрываем зонтик, чтобы посмотреть мокрый он или сухой). Но главное — она теперь *сама верит в придуманное объяснение*. И тогда вопрос: можно ли, не прибегая к помощи этого врача, *доказать* ей, что она говорит неправду (мы-то с Вами знаем, почему она на самом деле раскрыла зонтик)?

Даже непрофессионалы в области психологии, коими являются и мои слушатели, понимают, что доказать ей, что она говорит неправду, что просто придумала объяснение этому своему поведенческому акту, невозможно; она может поверить на слово (врачу ли, нам ли), но доказать ей, не раскрывая секрета данного гипнотического сеанса, не вскрывая ей ее подсознание, невозможно. *Ибо человек не знает, что находится за пределами его сознания*. А отсюда — не всегда знают, почему поступают так, а не иначе; не всегда знают, почему у них такое-то мнение, а не другое.

21. ОН И НЕ ЗНАЛ, ПОЧЕМУ ГОЛОСОВАЛ ЗА ЛЕБЕДЯ.

И эта притча о зонтике — своеобразная модель нередких поведенческих актов людей в обычной жизни, когда причина их поведения — только в их подсознании. "Почему, спрашиваешь, он мне нравится? Ну, нравится, и все... Ну, потому, что... такой вот он... Какой, какой! Ну, такой вот... активный..." — все, пошло придумывание. Причем следует отметить, что подобным образом сформулированная в сознании причина мнения может и *совпасть с истинной причиной*, находящейся в подсознании. А может и не совпасть. В этой связи, как кажется, показательны диалоги Вашего автора с первокурсниками юрфака:

- Я знаю, дорогие мои, что некоторые из Вас поступили сюда потому, что посоветовали или родители, или старшие друзья. И это нормально, ведь есть люди, которые лучше Вас знают профессию юриста. Некоторые поступили сюда потому, что здесь учится (на старшем курсе) друг или подруга, или потому, что сюда решил поступать Ваш друг (Ваша подруга). И это тоже понятно, и тоже нормально. А теперь поднимите руку, кто сам захотел стать юристом.

Поднимается несколько рук. Нормально. Подхожу к одному из них:

- Вам действительно нравится профессия юриста?
- Да, очень.
- И Вы, наверное, знаете, чем она Вам нравится?
- Ну, наверное.
- А чем?

- (*Пауза, порой до нескольких десятков секунд.*) Ну... надо... бороться с преступниками...

- Скажите, а людей лечить надо?
- Надо.
- А почему тогда не в медицинский, а сюда, в юридический?
- Ну, потому, что еще есть преступники, и с ними надо бороться.
- А людей лечить надо?

Нет, не задаю я ему этот вопрос повторно, нет в этом смысла, ибо на самом-то деле он не знает, почему ему нравится быть юристом. Потом, когда мы с ними в деталях изучим подсознание человека, потом они, многие из них, во-первых, согласятся, что на самом-то деле в их сознании не было информации, почему нравится быть юристом, во-вторых, узнают, что человек не всегда знает, почему ему нравится то-то, а не нравится другое, что причина того, что «это» нравится, на самом деле часто в подсознании у человека (а, значит, им не осознается). Но пока они всего этого еще не знают и... придумывают, почему им нравится. И иногда придуманное ими совпадает с тем, что «записано» в их подсознании; иногда близко к тому, что в подсознании (как у того, для которого важно «бороться»); а иногда ничего общего с той истинной причиной, которая в подсознании, но которая управляет его поступками. Точно также, как в следующем примере.

— Почему Вы решили голосовать за А. Лебеда (*дело было во время президентских выборов 1996 года*)?

— Ну, потому что мне нравится... он такой энергичный.

— Но ведь В. Жириновский не менее, если не более, энергичный, ведь так?

— Может, и так, только Лебедь мне больше нравится. (*Остановимся, чтобы провести небольшой контент-анализ сказанного. Во-первых, указанная им причина симпатии — "энергичный"— им уже не отстает: раз есть согласие, что этот фактор ("энергичность") есть и у тех, которые не нравятся (у Жириновского), значит, это не причина чтобы нравиться. И мой собеседник, понимая это, возвращается на круги своя — "больше нравится", и все тут.*)

— Но почему он "больше нравится"?

— Ну, потому что он такой (*пошли по второму кругу*)... он правду говорит всегда (*вот это уже что-то новое*).

— А Вы что, прямо ловили на лжи других кандидатов в президенты - Г. Зюганова или офтальмолога С. Федорова? Было такое?

— Нет, не было. Просто мне нравится, как он говорит. (*И опять смена позиции — со "что говорит" ("правду") на "как говорит".*)

— И как он говорит?

— Ну, правду, это во-первых (*хотя уже проходили*). А кроме того... мне кажется, что он будет настоящим президентом.

Конечно, можно было бы опять задать вопрос типа "а почему?", но не стоит — мой партнер скрылся за спасительным обобщающим "будет настоящим президентом", поскольку, как видим, *не располагает* (в своем сознании) *аргументами* в обоснование своей позиции, а на нашем языке — "осознаваемой информацией", формировавшей его мнение о Лебеде. Ему бы сказать: "Мне интуиция подсказывает, что Лебедь будет настоящим президентом" — вот тогда бы была правда, а автор этих строк полностью с ним согласился бы. Согласился бы потому, что, во-первых, "интуиция" — это и есть

"подсознание", а во-вторых, автор сумел заглянуть в подсознание этого человека и нашел там объяснение его симпатии к А. Лебедю. Дело в том, что вне связи с разговором на эту тему и до этого разговора автор *протестировал* этого своего собеседника и обнаружил, что тот — довольно-таки авторитарная личность, человек, склонный к силовым решениям трудных ситуаций... А в психологической науке известен феномен идентификации избирателя с кандидатом, один из аспектов которого сводится к следующему положению: "Человеку нравится в других людях помимо всего прочего и то, что свойственно ему самому". Вот этот-то феномен и сработал в психике моего собеседника, который увидел в Лебеде то, что свойственно и ему самому, что и послужило возникновению аттракции (притяжения) к этому кандидату.

Впрочем, он почти так и сказал — "мне кажется".

— Но, уважаемый автор, может, в Вашей науке психологии это и так, но все-таки неубедительно, что он решил голосовать за Лебеда потому, что сам такой. Как-то все-таки это неубедительно звучит.

— Понимаю. Тогда, может быть, продолжим задавать моему собеседнику вопросы типа "а почему"?

— Нет, это понятно, что этого делать не стоит. Как Вы говорите, мы уже это проходили. Согласен, ничего нового не услышим.

— И я согласен с Вами. Но тогда получается, что он не знает истинных причин своей симпатии к Лебедю, так?

— Ну, если он не привел их, значит, получается, нет, не знает.

— Хорошо. А раз не знает, значит, нет такой информации **в его сознании**.

Следовательно, его поведение в этом плане (мы говорим только об этом плане!) регулируется не "осознаваемой информацией", а иной, которую можно назвать и "внесознательной" и «подсознательной». Логичный вывод?

— Ну, допустим, логично. *(Не буду реагировать на это "допустим", ибо знаю — мой партнер этим словом практически неосознанно оставил себе лазейку на случай возможного отступления ("но я же не сказал, что это логично. Я сказал: «допустим, логично»). Понимаю и не буду фиксироваться на этом).*

— Значит, мы пришли с Вами к выводу, что выбор им Лебеда был больше детерминирован его подсознанием, чем сознанием...

— Ну, это-то понятно, а что дальше-то? *(Некое раздражение вызвано тем, что я второй раз повторил то, с чем он согласился **вынужденно**.)*

— А теперь остается только заглянуть в его подсознание и узнать, что же там у него такое есть, что **притянуло** его к Лебедю. Но, откровенно говоря, сейчас для нас (для нашей темы разговора о видах имиджформирующей информации) важно не столько то, что конкретно в подсознательной сфере психики этого человека притянуло его к Лебедю, сколько то, что его рука, опускавшая в урну бюллетень, **управлялась подсознательной информацией** (ну, не буквально "рука опускавшая", а скорее «рука вычеркивающая» в бюллетене другие фамилии). С этим мы с Вами согласились. А вот что касается конкретного феномена идентификации, который и объяснил психологу возникновение аттракции (эмоционально положительного притяжения) этого человека к данному кандидату, то сейчас я на этом объяснении настаивать не буду. Ведь иначе мне надо было бы развернуть систему доказательств существования этого феномена ("идентификации"), его влияние на самооценку, влияния самооценки на поведение людей — далеко бы ушли (может быть, когда-нибудь в другой книге мы и поговорим с Вами об этом; правда,

интересная тема). Скажу лишь одно: да, действительно существует такой феномен — человеку в других нравится то, что есть в нем самом положительного (с его точки зрения). Однако специально для Вас как для сиюминутного моего оппонента отмечу: как и из каждого правила, и из этого есть исключение. Человеку не будут нравиться в других людях какие-то черты, свойственные и ему самому, только при одном условии: если эти черты им самим не просто осуждаются, но и ежедневно и ежечасно он с ними борется, поскольку они его мучают, жить спокойно не дают. А Вы сейчас испытываете подобные переживания и борения? Большинство наших слушателей на этот вопрос (если разговор об этом заходил) отвечали примерно так: "Ну, когда-то это, наверное, и было, а сейчас нет". Верно, "нет", ибо такое состояние души, когда внутри "раздрай", — нечастое, не естественное, и вот почему. Если человек начинает испытывать дискомфорт из-за диссонанса системы своих ценностей ("я курю, хотя знаю, что курить вредно"), то, как правило, у него срабатывают некие механизмы психологической защиты (как срабатывает механизм иммунитета при проникновении в организм вредных микробов), цель которых — превратить диссонанс в консонанс, чтобы "хозяин" снова оказался в состоянии душевного покоя ("Оно, конечно, может, и вредно курить, только, во-первых, кто это доказал? Я не видел таких; а во-вторых, человек так мало живет, чтобы еще и лишать себя удовольствий" — это не я сказал, это моя психологическая защита "подсунула" мне такое "объяснение", а в результате я не испытываю большого дискомфорта от противоречия между тем, что я знаю, и тем, что я делаю). Вот, кстати, почему людям обычно самокритика дается с большим трудом, чем критика (других людей): критиковать себя — это устраивать в своем доме "раздрай", а бдительная охрана (психологическая защита) этого допустить ну никак не может и борется с этим изо всех сил своих... *(Вот куда Вы меня увели. Ну да ничего, все равно интересно).*

А теперь — резюме

22. ПРОМЕЖУТОЧНОЕ РЕЗЮМЕ

1. Мнение о Вас создается на основе исходящей от Вас имиджформирующей информации.
2. Имиджформирующая информация может посылаться Вами двумя способами:
 - А) вполне осознанно, преднамеренно, обдуманно, сознательно,
 - Б) непроизвольно, невольно, автоматически, подсознательно.
3. Имиджформирующая информация, исходящая от Вас, воспринимается другими людьми (Вашим собеседником) тоже двумя способами:
 - А) вполне осознанно, преднамеренно, обдуманно, сознательно,
 - Б) помимо своей воли, непроизвольно, подсознательно.
4. При образовании определенного мнения о Вас Ваш собеседник может знать, почему у него такое о Вас мнение (когда он воспринял информацию осознанно), а может и не знать, почему у него такое мнение (когда он воспринял информацию подсознательно). В последнем случае Ваш собеседник либо говорит, что не знает, почему у него к Вам такое отношение («чем-то он мне нравится, а чем — не знаю»), либо ссылается на свою интуицию, либо просто придумывает, почему Вы ему нравитесь или не нравитесь (как в случае с голосованием за Лебедя).

23. ОСНОВНАЯ СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ МНЕНИЯ О СЕБЕ

Смотрите, как интересно получается: оказывается, возможны четыре варианта передвижения имиджформирующей информации от Вас к Вашему собеседнику, или – четыре канала ее перемещения:

- 1) Ваше сознание – его сознание.
- 2) Ваше сознание – его подсознание.
- 3) Ваше подсознание – его сознание.
- 4) Ваше подсознание – его подсознание.

Первый канал (сознание – сознание) будет иметь место, когда Вы абсолютно осознанно направляете собеседнику информацию о себе («знайте, я хороший человек»), а тот в это же время вполне осознанно её воспринимает («так, он говорит, что он хороший человек. Посмотрим.»). Иначе говоря, вы оба думаете об этой информации.

Второй канал (сознание – подсознание) – это когда Вы вполне осознанно посылаете ему о себе информацию, а он, что называется, «пропускает ее мимо ушей», не обращает на нее внимание (как слушатели на галстук лектора), и тогда эта информация уходит в его подсознание.

Третий канал (подсознание – сознание) – это когда от Вас исходит имиджформирующая информация помимо Вашей воли (Вы, не задумываясь, одели на эту встречу такой-то костюм, или Вы, не задумываясь, жестикулируете руками, разговаривая с собеседником), а Ваш собеседник не просто воспринимает эту информацию своими органами чувств (зрением, слухом), но и осознает её, т.е. думает над ней («надо же, какой у него костюм-то!») или «интересно, а что это он все время руками теребит...?»).

Четвертый канал (подсознание – подсознание) – это когда от Вас исходит имиджформирующая информация помимо Вашей воли, а Ваш собеседник, хотя своими органами чувств и воспринимает её, но не обращает на нее внимание, не думает о ней, не осознает ее; и тогда эта информация, минуя его сознание, оказывается в его подсознании.

И должен Вам сказать, что удачная стратегия формирования собственного имиджа определяется правильным выбором канала перемещения от Вас Вашей имиджформирующей информации к Вашему собеседнику.

А чтобы сделать правильный выбор, надо прежде всего ответить вот на какой вопрос: какому виду информации люди доверяют больше – той, которую человек посылает им преднамеренно, или той, которая исходит от него помимо его воли?

— Да нет тут никакой проблемы, автор! Ясно, что я, например, больше поверю тому, что было "послано" непроизвольно, и меньше тому, что прошло, так сказать, через его "мыслительный фильтр", когда он заранее отбирал то, с помощью чего он бы хорошо выглядел.

— Прекрасно! Это Вы великолепно сказали — сознание как "мыслительный фильтр". А и правда — фильтр! Это я, пожалуй, у Вас позаимствую. А теперь, если позволите, к сути сказанного Вами.

Значит, если я Вас правильно понял, люди больше поверят исходящей от человека *подсознательной* информации, чем той, что прошла через "мыслительный фильтр" его сознания. Хорошо. Согласен. Но тогда, по-Вашему, чтобы людей убедить в том, что Вы такой-то и такой-то, необходимо им посылать свою подсознательную информацию, так?

— Простите, простите, автор, что-то здесь не так... Ведь Вы же сами говорили, что в сознании находится то, про что человек знает, а в подсознании — то, о чем человек не

ведает. Так как же он будет посылать то, о чем не имеет представления, посылать информацию, о которой он и сам не знает? Как-то у нас с Вами не так получилось, верно?

— Да уж... как-то вроде "у нас с Вами" в самом деле что-то не склеивается. На первый взгляд.

Действительно, с одной стороны, как Вы правильно сказали, люди охотнее поверят той исходящей от меня информации, которая не контролируется моим сознанием, которая предварительно не "фильтровалась" на "хорошую" и "плохую". А с другой стороны, раз я не контролирую эту информацию и даже не знаю о ее содержании, то как же я могу эту *подсознательную* информацию *произвольно* транслировать на моего собеседника?! Действительно, вроде как замкнутый круг...

Впрочем... вот тут какая идея возникла: а что если *имитировать* подсознательную информацию, т.е. посылать ее вполне преднамеренно так, как будто я ее и не посылаю, а она сама, вроде как помимо моей воли посылается?...

— Это как же?

Ну, например, входите Вы к нему в кабинет "с гордо поднятой головой", хотя на самом деле особо-то Вам в этот момент и гордиться нечем. Но держите марку! И неважно пока, отметит ли он это в своем сознании или — что скорее всего — на этоотреагирует только его подсознание. Главное, что скорее всего он эту имитированную Вами "подсознательную" информацию (гордо поднятую голову) воспримет как действительно подсознательную (с какой стати он будет думать, что Вы все это делаете искусственно, ведь большинство людей не думают о положении своей головы). А раз так, то у него "создастся впечатление", что Вы — достаточно независимая и самостоятельная фигура. А можно примерно таким же образом создавать и другие "впечатления", и таким образом создавать вполне определенное мнение о себе.

И получается, что из четырех перечисленных выше каналов движения информации лучше использовать третий и (или) четвертый, чем первый или второй.

- Ну, а если из тех двух, «подсознательных», какой лучше – третий или четвертый?

- Скажу, конечно, скажу. А лучше покажу на примерах.

Вот перед Вами человек; Вы с ним общаетесь, обсуждаете какие-либо проблемы. Значит, Вы получаете о нем определенную информацию. И у Вас начинает складываться о нем определенное мнение. Только на этот раз оно у Вас какое-то двойственное. С одной стороны, Вы, анализируя его идеи, оценивая его речь и даже его одежду, приходите к выводу: умный, образованный, уверенный (но не самоуверенный), имеет определенный вкус...; а с другой стороны, чем-то все-таки он Вам не нравится («ну не лежит душа к нему, что-то в нем такое... какое-то... подозрительное, что ли... не знаю. Но интуиция мне подсказывает – не хороший он человек»).

Итак: «разумом понимаю – все нормально, а вот интуиция подсказывает, что что-то в нем такое нехорошее есть».

Вопрос: чему в таком случае человек скорее поверит – своей интуиции или своим размышлениям?

Опрос моих слушателей показывает вполне определенный ответ: если от решения зависит и собственное благополучие, то большинство (не абсолютное) все-таки больше доверяют своей интуиции, т.е. своему подсознанию.

И правильно делают, говорят психологи, поскольку подсознание «улавливает» значительно больше информации, чем сознание. Аргумент: в подсознание поступает

информация не только из внешнего мира, но и та, которая уже была в сознании данного человека.

А теперь вернемся к третьему и четвертому каналам передвижения имиджформирующей информации. При движении по третьему каналу информация собеседником вполне осознается, а при движении по четвертому она воспринимается только подсознанием и мнение формируется на основе «интуиции», т.е. на основе подсознательной информации. А поскольку многие люди больше доверяют своей интуиции, чем рациональной информации, то и мнение скорее сформируется на основе подсознательно воспринятой информации, чем той, которая уже в сознании.

А теперь – **стратегия формирования мнения о себе**: у Вашего собеседника скорее сформируется нужное Вам мнение о Вас, если Вы будете:

А) *имитировать* подсознательную имиджформирующую информацию (т.е. что-то такое делать преднамеренно, но так, чтобы Ваш собеседник подумал, что это у Вас получается непроизвольно, непреднамеренно; *а что и как делать – речь впереди*),

Б) воздействовать не столько на сознание собеседника, сколько на его подсознание (*а как конкретно – речь впереди*).

Это – стратегия.

И базируется она на психологии подсознания, одним из важнейших положений которой является следующее: в обыденной жизни влияние нашего собственного подсознания на наше собственное поведение значительно больше, чем мы это себе представляем. Вот, например, американские психологи утверждают, что рука рядового избирателя, опускающая в урну, на 80% управляется подсознанием человека и только на 20% его, так сказать, "здравыми рассуждениями". Каково?!

Вспомним того нашего избирателя, который, как мы уяснили себе из диалога с ним, голосуя за Лебеда, выбрал своего кандидата на подсознательном уровне (только говорить ему об этом не надо, ибо — не знает). Но часто ли так бывает? Часто ли поведением людей (и **их** мнением) *управляет то, что у них в подсознании, а не в их сознании?*

Действительно ли в нашей жизни подсознание играет такую большую роль, что в большей мере поведение людей (и тех же избирателей, которые будут за Вас голосовать, чего я Вам от души желаю) детерминировано их подсознанием? Поговорим, поскольку на этот раз это прямо связано с нашей проблемой формирования Вашего имиджа. Ведь действительно, если поведение людей чаще обусловлено подсознательной информацией, то есть полный смысл, формируя у них мнение о себе, воздействовать преимущественно на их подсознание. А если это не так, тогда нашу технологию надо изменить, что называется, на 180 градусов. Так что этот Ваш вопрос — в яблочко.

Итак, правда ли, что поведение людей (в том числе и возникновение у них мнения о ком-нибудь) **в большей мере** детерминировано подсознательными программами поведения, т. е. подсознательной информацией, чем осознаваемой? Попробуем с этих позиций проанализировать обычный рабочий день (подчеркиваю — "обычный", типичный, т.е. такой, который бывает чаще всего).

24. ЧТО ЖЕ НАМИ УПРАВЛЯЕТ: НАШЕ СОЗНАНИЕ ИЛИ НАШЕ ПОДСОЗНАНИЕ?

— Скажите, пожалуйста, — спрашиваю я у своих студентов (со слушателями Академии мы этот вопрос за отсутствием времени "не проходим"), — вот когда Вы сегодня утром чистили зубы, Вы тогда о чем думали — о том, как **их** чистить ("вверх-вниз, снаружи-изнутри"...), или о чем-то другом?

— А я вообще ни о чем не думал, так как не совсем проснулся. (*Веселое оживление.*)

— Ну, хорошо. А вот Вы (*обрацаюсь с надеждой, что этот-то уж до того и зарядку сделал*)?

— Ну, не помню я, о чем думал... Но уж не о том, как чистить...

Понятно. Это когда нас учили чистить зубы, мы тогда старались помнить: вверх-вниз (а не справа-налево), изнутри, а не только снаружи... То есть тогда наше поведение ("чистить зубы") в том далеком детстве строилось на основе вполне осознаваемой информации — **мы думали, как это делать**. А теперь, что называется, **на автопилоте** : руки сами по себе работают, а голова... а она "думает", как бы не опоздать сегодня снова, или о вчерашнем вечере («Ах, как славно все-таки было с..!»), или... в общем, о чем угодно, только не о том, как это делать — чистить зубы. Это понятно. При этом следует заметить, что когда мы это делаем, то каждый раз наши руки выполняют практически одни и те же действия и, как правило, в одной и той же последовательности. Как по программе. Да не "как", а действительно по программе, которую родители когда-то давно формировали в нашем сознании, потом она некоторое время находилась там (мы думали, как это делать), а потом...

— А потом все стало автоматически.

— Верно говорите, "автоматически", то есть под влиянием неосознаваемой (в данный момент) информации, представленной в виде программы поэтапного действия. Иначе говоря, под влиянием подсознательной информации.

Вот так мои студенты сами приходят к пониманию того, что *некоторыми нашими поведенческими актами управляет наше подсознание* (по программам, которые там заложены), а сознание выполняет лишь функцию пуска и контроля за возможным изменением внешней среды.

— Ну, хорошо, уважаемый автор, это — про то, как люди чистят зубы. Тут понятно — все машинально, или, как Вы говорите, на подсознании. А ведь когда я на работе — не скажешь, что на подсознании, верно? Вот пришел ко мне на прием гражданин, что же - я с ним, как это, по-Вашему, — "на автопилоте" разговариваю, так, что ли?

— Не спешите, дойдем и до этого, и об этом поговорим. Итак, утром Вы проснулись, стали заниматься туалетом, это, конечно (как Вы подтвердили), "на автопилоте". Затем женщины приступают к макияжу: иногда они думают, какой макияж будет больше подходить к сегодняшнему "графику" дня, иногда не думают, а используют свой стандартный набор... Но, как бы там ни было, сами действия (если, конечно, не в пятнадцатилетнем возрасте) - "на автопилоте": и как щеточкой для ресниц, и как тюбиком губной помады — **давно уже не задумываясь**. Затем одеваются, здесь, как и с макияжем: иногда думаете, что к сегодняшнему дню одеть, а иногда не думаете, но уж сам процесс одевания — точно "на автопилоте" (за исключением ситуации, когда Вы купили новую блузку, а у нее застежки совсем не на том месте, и тогда в сознании: кто это придумал так делать?! С какой же тут стороны повернуть?.."). Затем Вы завтракаете и тоже скорее думаете не о том, как ложкой-вилкой управлять, а о том, как бы сегодня управиться

пораньше. То есть тоже, как правило, "на автопилоте". А затем Вы направляетесь на работу.

— Господа, — обращаюсь я к своим студентам, — решите теперь следующую задачу. Условие: вчера Ваш профессор ехал на работу "на ручном управлении". Вопросы: что это значит и почему?

— Ну, это значит, что Вы почему-то думали, как Вам ехать. (*Вот какие они у меня молодцы!*)

— Верно. А почему это я вдруг думал об этом? Какие будут гипотезы?

Перебирают несколько вариантов, и мы вместе останавливаемся на одном: я ехал вчера на работу по новому маршруту — мой автобус сломался, и пришлось добираться "на перекладных", поэтому и постоянно думать о том, где выйти, где пересесть... И пока сформулируем правило: **"на ручное управление" мы переходим только тогда, когда ситуация становится нестандартной.**

...Но продолжим с Вашим рабочим днем. Итак, на работу Вы едете тоже "на автопилоте" (если по привычному маршруту), едете себе, едете, а сами думаете о том, что сегодня, оказывается, еще предстоит... (А хорошо "на автопилоте" — можно подумать о чем-нибудь, например перебрать в уме план сегодняшней лекции, а "на ручном" — если думать, как и где пересесть — о лекции думать не получается). Ладно, приехали на работу, поздоровались с коллегами ("привычно" — значит, "на автопилоте": "Привет!" — "Привет!" — "Как дела?" — "Порядок" — обмен привычными фразами). Остановимся на минуту, чтобы сделать промежуточное резюме (как-никак, а четверть дня уже прошла).

Пока получается так, что до сего момента, пока Вы умывались, одевались, завтракали, передвигались, все подобные Ваши поведенческие акты **в большей своей части** были детерминированы неосознаваемыми Вами в этот момент программами, а сознание только запускало их...

— Да, но уж на работе-то...

— Ну что ж, поговорим, что Вами в большей мере управляет и на работе — Ваше сознание или Ваше подсознание.

25. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ НАВЫК – ТОТ ЖЕ “АВТОПИЛОТ”?

Позвольте вначале о моей работе, которая знакома многим, а потом – о Вашей, уважаемый мой клиент.

Сегодня я читаю своим студентам очередную лекцию — о механизмах психологической защиты (очень интересная тема). Вот я вхожу в аудиторию, приветствую моих милых студентов и при этом отмечаю про себя, что опять стулья после уборщицы не поставили на пол (обратили внимание — "при этом", а я ведь не из патрицианского рода Юлиев — не могу одновременно думать о том и о другом как Цезарь, следовательно, что-то — "на автопилоте"). Затем начинаю читать лекцию. О чем же я думаю в тот момент, когда я им рассказываю, допустим, о защитном механизме "Уход в болезнь"? Ну, структуру изложения я хорошо знаю, об этом специально думать не надои всё это идет на «автопилоте», а вот обыграть пример, который мне прошлый раз привели на лекции, — как бы не забыть. Но не постоянно же я твержу себе об этом, нет, конечно. Я, например, читая им на «автопилоте» (сотый, наверное раз) «Уход в болезнь», думаю еще о том, что, вероятно, вот тому молодому человеку не говорили, что жевать на лекции

— это нехорошо. О чем еще я думаю? Ну, еще я с ними дискутирую, формируя у них определенные установки на материал. Но это тоже почти «на автопилоте» — их реакции стандартные. Но нет — вот мне задан вопрос, который поставил меня, откровенно говоря, в тупик, — вроде и имеет отношение к теме, и в то же время вроде бы и нет, да и готового ответа нет... Ситуация... И тогда все мои "шарики-ролики" в голове начинают интенсивно крутиться, и я начинаю искать приемлемый вариант ответа. Понятно? Да, я перешел "на ручное управление", сейчас моим поведением будет управлять информация, вполне мной осознаваемая. Ибо ситуация—не стандартная. И получается – с «автопилота» я перехожу «на ручное управление» только если возникает не стандартная ситуация.

А теперь – о Вашей работе.

Рассмотрим обычную ситуацию, допустим, *ведения приема граждан*, что характерно для многих категорий моих клиентов. Вот какой диалог иногда разворачивается у Вашего автора с его слушателями – служащими среднего звена:

— Скажите, бывает такое, что приходит посетитель, который своим вопросом Вас ставит в тупик, что Вам приходится ломать голову над тем, как решить эту "задачку"?

— Бывает.

— Прекрасно (т.е. хорошего в этом мало, понимаю). А бывают ситуации, когда Вы хорошо знаете, как отреагировать на такой-то вопрос посетителя?

— И такое тоже бывает.

— Хорошо. А тогда скажите: какие посетители все-таки приходят чаще — с вопросами, которые Вас ставят в тупик (когда Вы не знаете сразу, как ответить, как решить), или с вопросами, на которые Вы за свою долгую практику много-много раз отвечали? Какие ситуации все-таки бывают чаще?

А оказывается, у одних моих слушателей чаще бывают одни ситуации, а у других — другие. И не надо быть особо проницательным, чтобы ответить, у каких моих слушателей чаще оказываются посетители со стандартными вопросами, а у каких — с не очень стандартными; последнее, естественно, характерно для более молодых, имеющих меньший опыт, т.е. частоту столкновения с теми или иными ситуациями. И получается (а они — мои слушатели — и не скрывают это от меня), что многие вопросы посетителей они разрешают тоже почти "на автопилоте"; а чего тут думать-то, когда решение известное и только одно.

И получается, что часто на приеме вопросы решаются по выработанному же стереотипу (в данном случае "стереотип" (в науке он еще называется "динамический стереотип") — это повторяющаяся каждый раз при такой-то ситуации последовательность действий). Правда, иногда могут возразить в том смысле, что ведь люди-то все разные и двух одинаковых случаев не бывает, а следовательно, "нельзя к людям подходить с шаблонами". На что отвечу: во-первых, люди и разные, и одинаковые (в чем-то — разные, в чем-то — одинаковые), а во-вторых, одинаковых ситуаций — сколько угодно. "Вот не поверите, у меня сегодня подряд три посетителя пришли с одной и той же жалобой — на несправедливое увольнение по возрасту. Такие жалобы, конечно, бывают, но так, чтобы три подряд, — все-таки редко". Примечательное выступление — не правда ли?

А в итоге получается, что если Вы на этом месте работаете не первый день (и даже не первый год, а уже тринадцатый), то многие операции Вам приходится повторять. (И даже у так называемых «творческих» профессий — у тех же ученых — тоже масса стереотипных действий, которые надо бы освоить до автоматизма, чтобы не занимать ими сознание, предназначенное для действительно творческой работы — для думанья). А если

многие операции Вы повторяете, то, хотите Вы того или не хотите, Ваша психика со временем "загонит" эти программы в Ваше подсознание, чтобы — опять же — освободить сознание *для думанья*. Вот так, кстати, и формируются производственные навыки, навыки не только моторные (двигательные), как, например, у водителя, но и умственные, в виде стереотипов решения мыслительных задач. Теперь понятно, чем новичок отличается от опытного работника: у первого его производственные операции регулируются (поэтапно, по отдельным операциям) сознанием (по сути он постоянно "держит в уме" всю последовательность операций и ни о чем другом думать не может), а второй, у которого есть навык в работе (в данной работе), сознанием только запускает уже готовые — теперь подсознательные — программы, а сам *тем временем обдумывает* нечто такое, на решение чего еще нет стереотипа. И получается: чем больше стереотипов решения производственных задач, тем больше возможностей для поиска решения задач нестереотипных, а следовательно, тем больше возможностей для творчества. И тогда вопрос: "У Вас есть навыки в Вашей работе?" — по сути превращается в вопрос: "У Вас есть возможность для творчества?"

— Да, но ведь бывают же профессии, где надо постоянно проявлять творчество, где нет места этим самым шаблонам решения!

— А знаете, дорогой мой читатель, когда мне такой вопрос задают слушатели, я их прошу привести пример такой профессии. И Вы знаете, эта просьба у многих из них вызывает затруднения.

— Ну, я не знаю, почему они затрудняются, а я могу Вам привести такие профессии, например разработчики новых программных продуктов или художники и т.п.

— Да, верно, эти профессии относят к виду "творческие профессии" в отличие, например, от токаря или делопроизводителя. Однако и в этих названных Вами профессиях используется немало шаблонных действий. Возьмем того же составителя новых программ: в своей работе он использует не только моторные навыки (та же работа на клавиатуре компьютера), но и мыслительные, поскольку ему известны определенные принципы составления любых новых программных продуктов, то есть определенные *алгоритмы*, которые когда-то он осваивал, а сейчас они — за пределами его сознания. Да и у того же художника — у него тоже есть некие алгоритмы не только моторных, но и мыслительных операций. Иначе говоря, будет ли та или иная профессия называться "творческой", или "полутворческой", или "нетворческой", зависит от соотношения используемых программ — подсознательных и сознательных: допустим, у водителя это соотношение, вероятно, близко к 9:1, а у того же художника, возможно, 1: 9 (но никак не 0:10).

Возвращаясь же к анализу Вашей работы, следует задаться лишь вопросом: как часто у Вас на работе возникают производственные проблемы (задачи, задания), *решения которых Вы не знаете* (не "не помните", а именно "не знаете")? "Сплошь и рядом", — ответил бы на такой вопрос новичок; "Бывает, но все-таки не постоянно", — ответил бы человек со средним опытом работы; "Раньше бывало часто, а теперь редко", — ответил бы человек, который на этой работе, что называется, собаку съел. Так что Вы можете сами, отвечая на этот вопрос, оценить, какой процент времени на работе Вы действуете по известным алгоритмам ("на автопилоте", т.е. на подсознании), а какой «бредете по непроходимым джунглям» «на ручном управлении». А мы в завершение попытаемся описать концовку Вашего рабочего дня.

Вот закончился рабочий день, и Вы поехали домой, запустив перед этим программу «Ехать домой». (И подвел же меня вчера мой «автопилот»: запланировал я по пути заглянуть в мастерскую, чтобы дубликат ключа сделать, и... забыл, проехал мимо. Да не "забыл", а сознанием своим не корректировал прохождение программы "Ехать домой", не говорил себе "не забыть свернуть...", вот и "забыл". Но зато не "забыл" зайти в булочную — это почему-то "помнилось" само собой. Видно, есть ценности и ценности...). Ладно, приехали Вы домой, а дома — ну почти все, как утром: разделись, умылись, поужинали и на диван с газетой в руках... Нет, вот газету читают, обычно обдумывая написанное ("Как там в Греции?"), а ведь иногда и чтение тоже как "на автопилоте" — прочитал, а ни одного слова из этого абзаца до сознания не дошло — думал о другом (хотя, обратите внимание, читал!).

Ну вот и завершился Ваш *обычный* трудовой день, в течение которого Вы совершали великое множество поведенческих актов. Так сколько же из них выполнялись Вами *без поэтапного обдумывания*? Американские психологи и это исследовали и приводят даже цифру — 80% поведенческих действий осуществляется людьми в их обычной жизни на подсознательном уровне. Странное совпадение, не правда ли: одни утверждают, что рука избирателя контролируется подсознанием на 80%, другие — что обычное поведение человека — на 80% суть реализация подсознательных программ (повторим — не только моторных, но и мыслительных). Может, и на 80, а может, на 79 или даже 69, важно, что действительно очень многое в жизни мы делаем, запуская свои давным-давно уже созданные подсознательные программы. Запускаем, конечно, сознанием ("Надо бы поздороваться с ним все-таки..." или все про то же: "Надо почистить зубы"), а выполняются они — "на автопилоте". И если на работе Вы не все 8 часов рабочего времени ломаете голову над тем, как же решить задачу, то скажем так: в течение дня все-таки больше половины Ваших поведенческих актов развиваются по подсознательным программам, о чем свидетельствует проведенный нами анализ обычного рабочего дня обычного человека.

И вывод: *в своем поведении мы переходим "на ручное управление" только тогда, когда возникает нестандартная ситуация*. А поскольку в *обычной* жизни больше *обычных (типичных, стандартных) ситуаций*, то и поведение человека — это в большей мере реализация "алгоритмов", "навыков", "шаблонов", т.е. подсознательных программ. А в итоге *ПОДСОЗНАНИЕ ЛЮДЬМИ ЧАЩЕ УПРАВЛЯЕТ, ЧЕМ СОЗНАНИЕ*. А следовательно, воздействуя на них с целью вызвать у них определенные поведенческие акты в отношении себя, необходимо в большей мере воздействовать на их подсознание, чем на их сознание.

И все это теперь дает нам основание перейти от определения стратегии к определению конкретных тактик формирования Вашего имиджа. Или – Ваших имиджей?

26. ФОРМИРУЕМ ВАШ ИМИДЖ ИЛИ ВАШИ ИМИДЖИ?

До сих пор мы в основном классифицировали имидж по параметру «знак»: имидж положительный и имидж отрицательный.

Дорогой мой читатель, продолжить чтение можно, написав об этом автору - профессору Панасюку Александру Юрьевичу - на 08-11-40@mail.ru