

Искусство производить сильное
и незабываемое впечатление



Эндрю Лэй
Харизма

У вас не будет второго шанса
произвести первое впечатление.
Английская поговорка

Эндрю Лэй

**Харизма. Искусство
производить сильное и
незабываемое впечатление**

«Претекст»

2008

УДК 316.6
ББК 88.5

Лэй Э.

Харизма. Искусство производить сильное и незабываемое впечатление / Э. Лэй — «Претекст», 2008

ISBN 978-5-98995-079-9

Эффект харизмы – это умение нацелить все свои способности на то, чтобы произвести сильное, неизгладимое впечатление на окружающих, оказывая на них эмоциональное и интеллектуальное влияние, то есть воздействуя на их мысли, отношение и поведение. Принято думать, что лишь немногие обладают харизмой. Как будто речь идет о мистических, волшебных качествах, дарованных человеку природой. Однако харизму нельзя считать исключительно врожденным качеством, она во многом зависит от нашего умения строить отношения с окружающими. Своим уникальным эффектом харизмы можно воспользоваться при любом воздействии на другого человека. Он позволит вам влиять на группу людей, команду, начальство, коллегу или любого другого человека. Автор предлагает читателям развить эту природную способность с помощью практических упражнений, направленных на повышение уровня самосознания и обучение применению разных аспектов эффекта харизмы. Книга предназначена для широкого круга читателей.

УДК 316.6
ББК 88.5

ISBN 978-5-98995-079-9

© Лэй Э., 2008
© Претекст, 2008

Содержание

Благодарности	6
Благодарности автора	6
Благодарности издателя	7
Введение: что такое харизма	8
На сцене и в жизни	10
Человеческий фактор	13
Достаточно быть самим собой	16
Зачем это нужно	18
Часть 1. Цель. К чему вы стремитесь на самом деле	20
Глава 1. Цель	21
Кто вы?	21
Бедняга	22
Обвинитель	22
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Эндрю Лэй

Харизма. Искусство производить сильное и незабываемое впечатление

Andrew Leigh

The Charisma Effect

How to make powerful and lasting impression

© Pearson Education Limited, 2008

© Студия Арт. Лебедева, дизайн обложки, 2009

© А. Орлова, иллюстрации, 2009

© Претекст, авторизованный перевод, подготовка к изданию, 2010, 2013

* * *

«Если организация хочет не только выжить в современных кризисных условиях, но и добиться успеха, ей необходимо воспитывать харизматичных лидеров. Харизматичность менеджеров неизбежно отразится на их подчиненных, что будет определять направление развития организации. Известно, что эмоциональная, деятельная позиция харизматичных лидеров поразительным образом влияет на бизнес-результаты».

Виталий Озира

кандидат экономических наук,

профессор кафедры менеджмента РЭУ им. Г. В. Плеханова

Благодарности

Благодарности автора

Книгу «Харизма» мне помогали создавать многие люди, которые любезно читали черновики рукописи, давали советы и содействовали тем или иным способом ее продвижению. В частности, выражаю благодарность:

- Генри Стюарту из Harry Ltd, который помог мне осуществить эту идею.
- Сотрудникам Maynard Leigh Associates: моему коллеге-директору Майклу Мейнардлу; Бриджет Брайс, руководителю курса личностного воздействия; Адриану Джонсу, Энн Уолш, Барбаре Торн, Биллу Бриттену, Каролине Кеннеди, Дине Горник, Джону Спенсеру, Джози Маскелл, Розане Мэсон, Стиву Болтону и Сиобхане Стэмп.
- Роджеру Тейлору из T-Mobile, Йену Катлеру из Skandia, Сьюзен Кулсон из Barclaycard, Саймону Адамсу и Эйдену Лею.

Также благодарю Дарион и Эйдену Лэй за техническую помощь в создании сайта charisma-effect.com.

Саманта Джексон из Pearson Education руководила процессом создания книги с момента зарождения замысла и до ее издания и всегда меня поддерживала.

Наконец, выражаю особую благодарность Джиллиан Лэй, которая, несмотря на свою занятость, внесла в эту книгу множество важных изменений и предложений.

Книга «Харизма» посвящается Джилли.

Благодарности издателя

Выражаем благодарность за право публиковать авторские материалы:

Рисунок на с. 47 – © Meynard Leigh Associates 2007, печатается с разрешения; таблица на с. 226 – Copyright © 2005 Mitch Ditkoff, Dave Pollard, Tim Moore and Carolyn Allen, печатается с разрешения; «Слова, оказывающие сильное воздействие» на с. 251 печатается с разрешения из: *Stelle Rose Charvet* (1997) *Words That Change Minds: Mastering the Language of Influence*, 2nd edition, Kendall/Hunt Publishing. www.WordsThatChangeMinds.com.

В некоторых случаях нам не удалось найти правообладателей, будем благодарны за любую информацию, которая поможет нам в этом.

Введение: что такое харизма

«Стоило вам войти в комнату, как я поняла, что вы особенный». Эти слова из популярной песни в исполнении Ширли Бейси напоминают о том, что люди судят о нас по первому впечатлению, которое создается благодаря харизме или ее отсутствию.

Харизма в чистом виде характерна для таких грандиозных фигур, как Махатма Ганди, Билл Клинтон, Нельсон Мандела, Мадонна, Опра Уинфри, Мохаммед Али, Уинстон Черчилль, Мать Тереза и архиепископ Десмонд Туту. Но не следует также забывать и о «злых гениях»: Адольф Гитлер, Иосиф Сталин, Иди Амин, Мао Цзэдун и Роберт Мугабе – их харизма сеяла только смерть. Харизма и добро – не всегда равнозначны.

Мы не часто отдаем себе отчет в том, какой смысл вкладываем в привычное нам слово «харизма». От нашего понимания харизмы и ее восприятия на подсознательном уровне зависит, чему она будет служить – добру или злу.

Принято думать, что обладание харизмой, этим мистическим, волшебным даром, – удел избранных, которым их наделяет сама природа. Однако харизму нельзя считать исключительно врожденным качеством, она во многом зависит от нашего умения строить отношения с окружающими.

Размышляя о мощной харизме, мы представляем себе исторических деятелей, знаменитых, влиятельных и прославленных людей. И неясно, где причина, а где следствие.

Проще всего считать харизму недостижимым качеством для простых смертных, которым остается только восхищаться теми, кого ею одарила природа, завидовать им или бояться их. Но разве обычные люди не могут оказывать значительное воздействие на окружающих? Конечно же, могут.

Подобное распространенное представление о харизме мешает человеку попытаться раскрыть свой потенциал и научиться производить сногшибательное, запоминающееся впечатление на окружающих. Мы можем стать влиятельными, оказывать значительное воздействие на других, если перестанем воспринимать харизму как нечто совершенно невозможное.

Другое общепринятое мнение связывает харизму с большими массами людей. Знаменитости, великие религиозные и духовные лидеры, влиятельные политики, полководцы и другие яркие харизматические личности оказывали влияние на миллионы своих сограждан.

Но несмотря на свое невероятное влияние, харизматические личности, с их значительностью и загадочностью, остаются, прежде всего, людьми, которые не несут в себе ничего волшебного, сверхъестественного и недостижимого. В некоторой степени каждый из нас может овладеть подобием харизмы – так называемым эффектом харизмы.



Для этого необходимо раскрыть собственные природные способности производить мощное впечатление на людей, даже если прежде они не были востребованы. Наше личностное воздействие на окружающих и есть эффект харизмы, поэтому в настоящей книге эти понятия синонимичны.

В своем утверждении о возможности значительного улучшения впечатления, производимого на других, я не одинок. Есть много примеров успешного развития подобных способностей, хотя люди достигают этого по-разному. Например, одна из теорий гласит, что усиление эффекта харизмы требует максимальной отдачи всей своей энергии и достижения полного «присутствия». Это важные составляющие харизмы, но не единственные.

На сцене и в жизни

Когда поднимается занавес, зрители сразу же начинают оценивать персонажей пьесы. В жизни все сложнее, здесь занавес не поднимается. В жизни мы играем роль, не всегда понимая – на сцене мы или нет.



Приведем известный пример. Однажды Мэрилин Монро зашла в магазин с подругой, которая удивилась, что там ее никто не узнает. Монро объяснила: это происходит потому, что сейчас она не на сцене, и, в доказательство собственных слов, «включила» свои звездные качества. Через несколько минут ее окружила толпа людей, просящих автограф.

Точно так же, нанимаясь на работу, вы оказываетесь «на сцене» еще до собеседования: «занавес» поднимается прежде, чем вы нажмете на кнопку звонка или войдете в дверь, а «пьеса» начинается уже тогда, когда вы разговариваете с секретарем, пожимаете руку будущему работодателю или читаете газету в ожидании интервью.

Алан Лейтон, руководитель Королевской почтовой службы Великобритании, рассказывает об эксперименте, в ходе которого он анализировал развитие примерно 50 сотрудников компании в течение 10-летнего периода. Будучи еще молодыми, они активно продвигались по служебной лестнице, начиная с низовых должностей и добираясь чуть ли не до совета директоров. «Одним из важнейших критериев повышения в должности было первое впечатление, которое кандидат производил на старшего менеджера, когда входил в комнату для собеседования, – внутреннее чувство. Это ощущение обязательно учитывается при отборе персонала».

Когда вы входите в офис, где каждый, включая вас, занят своим делом, можно подумать, что никто этого не замечает. На самом деле люди, даже неосознанно, «наблюдают» за вами и вашим поведением. Нравится вам это или нет – вы на сцене. Так что ваше влияние на окружающих имеет огромное значение. Их мнение о вас может многое изменить в вашей жизни, повлиять на ваши отношения – на работе или дома, на родительском собрании в школе, в магазине и т. д.

Впечатление, которое вы производите на других, – это, если можно так выразиться, ваш личный капитал, который практически полностью зависит от вашего владения эффектом харизмы.

Большинству людей хотелось бы производить благоприятное первое впечатление, чтобы их запомнили. Более того, многие из нас были бы рады стать увереннее в общении с людьми. Что ж, это вполне возможно.

Вы можете изменить свой стиль общения, придав ему наибольшую естественность, исключая малейшую фальшь или манипуляции. Я поделюсь с вами некоторыми методами, которые мы используем в коучинге для достижения этих целей. Все просто: мы раскроем ваш уникальный эффект харизмы.

Этот эффект – секрет успешного общения с людьми, позволяющий добиться их согласия, доверия, преданности и восхищения. Владение им придает уверенность в отношениях с окружающими и позволяет оказывать на них влияние. О людях, обладающих харизмой, говорят, что у них есть шарм и притягательная сила – на физическом, эмоциональном, интеллектуальном и, возможно, даже духовном уровнях.

Эффект харизмы

Эффект харизмы – это умение нацелить все свои способности на то, чтобы произвести сильное, неизгладимое впечатление на окружающих, оказывая на них эмоциональное и интеллектуальное влияние, то есть воздействуя на мысли, отношение и поведение людей.

В более традиционном понимании харизма в чистом виде – это необычная способность влиять на людей и притягивать их к себе.

В этой книге я расскажу вам о том, как создать эффект харизмы – не харизму в чистом виде. Конечно, не все одобряют мои методы, поскольку и сегодня эта область остается неизученной. Скажу только, что они помогли многим слушателям наших семинаров по личностному воздействию и индивидуальных занятий, которые мы проводим вот уже много лет в крупнейших корпорациях.

Как правило, люди считают, что политические лидеры и руководители крупных компаний должны быть выдающимися личностями. На ежегодном собрании одной компании, где

присутствовал Стюарт Роуз, возглавивший затем Marks&Spencer, один из инвесторов прямо спросил председателя правления: «Почему вы не такой харизматичный, как Стюарт Роуз?»

Недавние исследования показывают значительную разницу в результатах, полученных благодаря использованию харизмы в чистом виде с целью очаровать и «овладеть» людьми и более скромного эффекта харизмы – для решения конкретных задач. Один из самых уважаемых исследователей в этой области объяснил это так: «Менее харизматичные лидеры часто добиваются лучших долговременных результатов, чем их более харизматичные коллеги»¹. В ходе исследований Коллинз пришел к удивительному выводу: успешные корпоративные лидеры – это «скромные, тихие, сдержанные, даже застенчивые люди, являющие собой парадоксальное сочетание личной скромности и профессиональной твердости и целеустремленности. Они больше похожи на Линкольна и Сократа, чем на Пэттона и Цезаря».

«Не обязательно быть харизматичным, – подтверждает Анита Роддик, основатель The Body Shop, – просто нужно так сильно верить в то, что делаешь, чтобы мечта стала явью». Можно сказать, что харизма в чистом виде слишком обременительна и ко многому обязывает, поэтому мы сосредоточимся на более достижимом качестве – эффекте харизмы.

Ваше стремление усилить свой эффект харизмы не всех обрадует: многие из вашего окружения предпочли бы видеть вас прежним. Например, если вы похудеете, то для вас это хорошо, а кому-то, возможно, не понравится. Так что когда речь идет об изменениях, будьте готовы к недовольству, если не своему собственному, то окружающих.

В этой книге мы сначала проанализируем, как наши цели влияют на общение с окружающими и какое впечатление мы производим на этих людей. Далее мы рассмотрим, как можно влиять на восприятие нас окружающими, оставаясь при этом самими собой, а затем перейдем к сложной проблеме выстраивания взаимоотношений с окружающими.

И, наконец, подведем общий итог, показывая, как можно с помощью тех или иных методов изменить и усилить эффект харизмы, чтобы производить сильное и запоминающееся впечатление.

Своим уникальным эффектом харизмы можно пользоваться при любом воздействии на другого человека. Он позволит вам влиять на группу людей, команду, начальство, коллегу или любого другого человека. Вы сумеете развить эту природную способность с помощью практических упражнений, приведенных в книге, которые повысят ваше самосознание и научат использовать разные аспекты эффекта харизмы. Вы можете прочитать книгу от начала до конца или же сразу перейти к изучению того, что для вас наиболее важно. Но прежде всего, помимо готовности экспериментировать с новыми типами поведения, важно осознать, что вы действительно можете овладеть эффектом харизмы – с нашей помощью.

¹ Collins, J. (2001) Good to Great, Random House.

Человеческий фактор

Даже самому увлеченному технарю, одержимому компьютерному гению, фанатичному специалисту приходится, так или иначе, общаться с окружающими. Взаимодействие с людьми, как правило, является естественной частью нашей повседневной жизни – будь то совещания, встреча с начальником в коридоре, разговор с клиентом, собеседование при приеме на работу, телефонный звонок или работа в команде. И мнение всех этих людей имеет большое значение, поскольку их отношение к вам обуславливает ваше общение с ними.

Если у вас хорошие отношения с людьми, они постараются вас выслушать, обратят внимание на ваши слова, поинтересуются вашим мнением, выполнят ваши просьбы и т. д. Добившись сильного воздействия на людей, вы не только повлияете на их жизнь, но и принесете этим пользу. Процесс воздействия состоит из трех ключевых элементов:



Так как иногда один из элементов влияет на другой, отношения между людьми осложняются. Например, вы пришли в гости к соседу с определенными намерениями, но меняете их в зависимости от его поведения. Или, к примеру, вы делитесь своей идеей с членами семьи, что вызывает у них бурную реакцию, вынуждающую вас что-то изменить.

Подход Ц-Б-В позволит вам составить простой план действий при желании произвести сильное и запоминающееся впечатление теоретически в любой межличностной ситуации. Сочетание этих трех элементов определяет силу вашего эффекта харизмы; процесс в целом можно представить следующим образом.



Эффект харизмы можно сравнить с кругами, которые расходятся по водной глади озера. Одни круги особенно сильные, расходятся чуть ли не до берегов, а другие намного скромнее.

От этих «кругов» эффекта харизмы зависит, какое мнение о нас сложится у людей. Часто это происходит очень быстро, поэтому неудивительно, что бесчисленные журналы буквально заваливают нас советами по поводу нашей внешности, стиля и цвета одежды. Но помимо очевидных внешних аспектов эффекта харизмы есть и скрытые, которые мы будем изучать.

Когда последний раз вам удалось произвести сильное впечатление? Предлагаем вам выполнить следующее упражнение, которое поможет вам уяснить, какое воздействие вы оказываете на окружающих.

Практическое упражнение: воздействие

Вкратце опишите случай, когда вам удалось произвести действительно хорошее впечатление на человека или группу людей.

1. Где это произошло?

2. Перечислите несколько причин своего успеха (например, вы много улыбались; репетировали заранее; запомнили имена всех присутствующих).

3. Что вы чувствовали в это время (например, уверенность, спокойствие, любопытство, решительность)?

4. Как эти ответы характеризуют ваше личностное воздействие на людей?

Если вам сложно определить, когда вы произвели хорошее впечатление на кого-либо, вспомните о том, как вели себя на собеседовании при приеме на работу или ходили на свидание, встречались с друзьями, работали над проектом и т. д. Возможно, вы также вспомните случаи, когда происходило следующее.

- «Меня никто не слушал».
- «Я не мог четко сформулировать свою мысль».
- «Я чувствовал себя неуверенно».
- «Они не поняли, какой я на самом деле».
- «Мы не были настроены на одну волну».
- «Я не смог вести светскую беседу».
- «Я стеснялся разговаривать с руководством/ старшими/важными людьми».
- «Мне хотелось произвести лучшее впечатление».

Иногда человека задевает то, как другому удастся производить хорошее впечатление на людей, интересно рассказывать о себе или своих делах. Однако он и сам может овладеть эффектом харизмы. Это только кажется сложным, потому что многие просто не знают, как этому научиться и применить эффект харизмы на практике.

К сожалению, обладатели мощного эффекта харизмы вряд ли смогут объяснить, как они это делают. Для них это естественная способность, поэтому они не всегда могут помочь «простым смертным» усовершенствовать свою харизму. Итак, мы приступаем к изучению этого удивительного качества – харизмы, чтобы понять, как оказывать положительное воздействие в самых разнообразных небольших группах, в основном в неформальных ситуациях, – будь то индивидуальные, групповые или командные встречи, рабочие совещания, беседы с клиентами или коллегами, разговор по телефону и т. д.

Для большинства из нас неформальные ситуации намного привычнее, чем, например, презентация перед большой аудиторией или выступление на конференции. Если подниматься на трибуну доводится лишь немногим, то регулярно участвовать в неформальных общениях, в ходе которых необходимо произвести правильное впечатление, приходится всем.

Строгие правила позитивного воздействия на окружающих редко помогают на практике. Вспомним плутоватый вид главы Microsoft Билла Гейтса, продуманную небрежность Ричарда Бренсона и развязный стиль лондонского мэра Кена Ливингстона. Вряд ли их поведение соответствует так называемым правилам хорошего тона. И тем не менее они обладают неоспоримой харизмой.

Достаточно быть самим собой

Вы – уникальная личность. Но если начнете подражать Мадонне, Нельсону Манделе или собственному начальнику, скорее всего, потерпите страшную неудачу. Вот почему подход Ц-Б-В основан на важнейшем принципе – быть самим собой. Вы можете использовать его для решения конкретных задач в той или иной ситуации.

Исследования показывают, что харизма – частично природное качество, а частично благоприобретенное. Многие идеи этой книги апробированы на семинарах по личностному воздействию, результаты которых подтверждают, что теоретически каждый может раскрыть собственный потенциал и развить природный эффект харизмы. В семинарах участвовали сотрудники таких компаний, как Aviva, Bertelsmann, SES Astra, Bank of Ireland, BMW, Fidelity, DHL, Electronic Arts и Ernst&Young.

Основное требование к развитию эффекта харизмы, на первый взгляд, кажется простым: готовность экспериментировать. Это не значит, что вы станете совершенно другим человеком или измените свою личность. Вы останетесь самим собой, но при этом обретете уверенность.

Развитие эффекта харизмы зависит от вашего желания экспериментировать с новыми идеями, пробовать новые модели поведения, выяснять, какое воздействие вы оказываете на людей. Жаклин Голд, глава сети магазинов Anne Summers, говорит об этом так: «Будьте смелыми – и произойдет чудо».

Конечно, хотелось бы верить, что вы воспользуетесь идеями и советами этой книги. Но, скорее всего, вы уподобитесь одному из участников нашего семинара по личностному воздействию: на вопрос, помог ли ему семинар, он ответил: «Кажется да, но у меня еще не было возможности использовать ваши советы».

Развитие эффекта харизмы требует ежедневной практики и экспериментирования. Для этого можно использовать общение – по телефону, в магазине, в ресторане, в поездке, на рабочем собрании, у кофейного автомата – где угодно. Как только вы научитесь оказывать влияние на других, перед вами откроется множество возможностей для практики.

Для того чтобы проверить вашу готовность экспериментировать, предлагаем практическое упражнение. Если вы читаете эту книгу в самолете или в поезде, лучше отложите ее, пока у вас не появится возможность сделать это упражнение в спокойной обстановке.

Практическое упражнение: зеркало

Вам понадобятся:

- часы с секундомером;
- самое большое зеркало, которое вы сможете держать перед собой;
- тихое место, где никто вас не будет отвлекать.

Что нужно делать.

1. В течение пяти минут изучайте свое лицо в зеркале! Без обмана, смотрите, не отрываясь. Что вы видите?
2. Смотрите внимательно. Что вы видите, кроме знакомых черт лица? Что вы видите в глазах? Как можно описать выражение вашего лица? Какой характер у человека, которого вы видите в зеркале?
3. Что бы заметил в вашем лице другой человек?

Итак, вы действительно изучали свое отражение в зеркале в течение пяти минут или сдались раньше? Если вы не выдержали, то попытайтесь понять, почему время тянулось так долго, почему вам было сложно сосредоточиться? Если вы отвернулись от зеркала раньше,

сделайте паузу и попробуйте снова – в течение пяти минут, обращая особое внимание на свою реакцию в ходе упражнения.

Если вы выдержали пять минут, то что увидели? Себя, конечно, но что еще? Кто этот человек в зеркале? Что вам бросилось в глаза? На что вы обратили особое внимание? Это жизнерадостный или грустный человек?

Кстати, вы можете увидеть такое упражнение в фильме Жана-Люка Бессона «Ангел-А» (2005 г.).

Зачем это нужно

Зачем вам это явно нарциссическое упражнение? Ведь вы и так смотрите в зеркало каждый день, а может, проводите за этим занятием немало времени, стараясь выглядеть ухоженным и привлекательным. Упражнение с зеркалом поможет вам лучше изучить себя, повысить уровень самосознания, научиться «видеть» и интерпретировать знаки и информацию.

Так что за человек смотрел на вас из зеркала? Серьезный человек, весельчак или хмурый, жизнерадостный, грустный, злой или обеспокоенный? Что же еще можно сказать об этом человеке, взглянув на него?

Практическое упражнение: эффект харизмы

У вас, вероятно, есть свои представления о том, каким должен быть человек, который умеет производить сильное впечатление.

1. Выберите человека, который поражает вас умением создавать эффект харизмы, то есть добиваться заметного, сильного личностного влияния. Это должен быть один из ваших знакомых, а не знаменитый ведущий, известный спортсмен или кинозвезда.

2. Перечислите все его качества, которые, на ваш взгляд, создают эффект харизмы.

Имя человека: _____

Почему ему удастся производить хорошее и длительное впечатление?

Например, он прямолинейный, смелый, очаровательный и т. д. Укажите конкретные качества.

3. Какие качества можно отнести к его поведению, а какие – зависят от скрытых личностных особенностей?

Ц

Цель

Вы встречаетесь с людьми
с определенной целью.
Четко определяйте цель –
чего вы хотите достичь?

Б

Быть самим собой

Полностью проявляйте свою личность,
общаясь с людьми.

В

Взаимоотношения

Слушайте, отвечайте, установите
диалог, партнерство.
Вам будет легче достичь цели, если вы
правильно построите взаимоотношения
с человеком.

Эффект харизмы: подход Ц-Б-В

«Никогда не поздно стать тем, кем вы могли бы стать».
Джордж Элиот

Часть 1. Цель. К чему вы стремитесь на самом деле

Первая часть подхода Ц-Б-В посвящена методам повышения самосознания. Мы обсудим, что значит быть победителем, а не жертвой, и предложим практические упражнения по определению личностного воздействия, а также советы по совершенствованию цели эффекта харизмы.

Глава 1. Цель

Совершенствование эффекта харизмы начинается с повышения уровня самосознания. Для этого вы должны понимать:

- кто вы и к чему стремитесь;
- какое влияние вы сами оказываете на окружающих;
- какое влияние оказывают на вас окружающие;
- что происходит вокруг.

Первым шагом к повышению уровня самосознания, которое может показаться довольно скучным занятием, было упражнение с зеркалом, побудившее вас обратить особое внимание на себя и на то, каким вы кажетесь другим.

Высокий уровень самосознания означает, что вы можете:

- анализировать себя спокойно и объективно – личность в целом;
- принять мнение окружающих людей без предубеждения, не боясь, что оно нанесет урон вашей личности.

Развитие самосознания играет важную роль в создании положительного личностного воздействия.

Например, благодаря высокому самосознанию вы будете точно знать, *что* именно хотите сказать или что вам совершенно нечего сказать. Кроме того, вы не побоитесь попросить окружающих высказать свое мнение о вас и справитесь с негативной критикой, которую отнесете к своей деятельности, но не к личности.

Практическое упражнение: характер

Человеку свойственны разные черты характера, которые проявляются в зависимости от ситуации. Насколько хорошо вы это понимаете? Возможно, в вас таится игрок, задира, герой, шутник и балагур, забияка, мыслитель, организатор и т. д.

1. Перечислите несколько своих скрытых черт характера:

2. Когда они проявляются? В какой ситуации вы «спускаете их с цепи»?

3. Как вы себя ведете при их проявлении?

4. Как они влияют на ваше личностное воздействие и отношения с окружающими? _____

Высокое самосознание влияет на то, как вы воздействуете на окружающих, потому что позволяет опираться на сильные стороны, максимально скрывая слабости. Вы видите, какое впечатление производит ваше поведение на людей, и понимаете, почему они реагируют именно так. Как правило, высокое самосознание подразумевает способность открыто и точно выражать свои мысли, эмоции.

Есть множество способов повышения самосознания, о которых мы расскажем далее.

Кто вы?

Если вам все еще даже думать не хочется о повышении самосознания, вы, возможно, относитесь к одному из следующих типов личности:

- бедняга;
- обвинитель;
- наблюдатель.

Эти типы личности свойственны жертвам, то есть людям, которые пассивно принимают происходящее, не делают выбор, не проявляют активности.

Бедняга

Жертва этого типа постоянно жалеет себя:

- «У меня слабый характер».
- «Если бы я был симпатичнее/выше/ниже ростом/умнее».
- «Я не умею говорить командным голосом».
- «Хотя я и менеджер, но меня никто не слушает».
- «Я не умею разговаривать с людьми».
- «Я не умею вести светскую беседу».
- «Людям нужно много времени, чтобы узнать меня поближе».
- «Почему никто не видит, какой я хороший?»
- «В группе или команде я чувствую себя не в своей тарелке».
- «Я никому не нравлюсь».

«Бедняги» редко признаются, что им не удастся усилить эффект харизмы или укрепить личностное воздействие. Наоборот, даже когда у них появляется возможность что-то изменить к лучшему, они редко ее используют.

Например, они глухи к критическим замечаниям, предпочитая похвалу. Любые замечания их расстраивают, выбивают из колеи, кажутся им совершенно несправедливыми. Кроме того, у них есть привычка истолковывать высказывания или мнения окружающих в самом плохом смысле.

Обвинитель

Обвинители всегда находят, кого покритиковать за свою слабую харизму. Они обычно говорят:

- «С моим мнением никто не считается».
- «Моя компания меня не ценит».
- «Слышат только тех, кто громче всех кричит».
- «Я никогда не ладил с родителями/братьями/ сестрами».
- «Я ходил в ужасную школу».
- «Никто не учил меня, как это делать».
- «Мне вечно не хватает времени пояснить свою мысль».
- «Все дело в моем акценте».
- «Мне не хватает полномочий».

Обвинители, как правило, не находят возможности изменить свое воздействие на окружающих, чтобы усилить эффект харизмы.

**Признаки, вызывающие беспокойство:
обратите внимание на свой эффект харизмы**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.