

- ✓ Имидж – что же это?
- ✓ История Имиджеологии
- ✓ Составляющие имиджа
- ✓ Приятный внешний вид – залог успеха!
- ✓ Эйминг или как попасть в цель.
- ✓ Комплексы
- ✓ О чем расскажет женская сумка?
- ✓ СНО: Теория лжи



Поздравляем Преподавателей!

Путь к знаниям труден. Это факт, не требующий доказательств.

Кто ж знает то, что это так, точнее, чем преподаватель?

Он сам когда-то проходил тернистый путь неловким шагом,

Потом студентов он ватагу, уже уверенней, водил.

Вновь возвращался и с начала студентов новых вел вперед.

Так он ходил из года в год, хоть иногда вздыхал устало:

«Когда ж сумею отдохнуть?», но снова шел путем привычным.

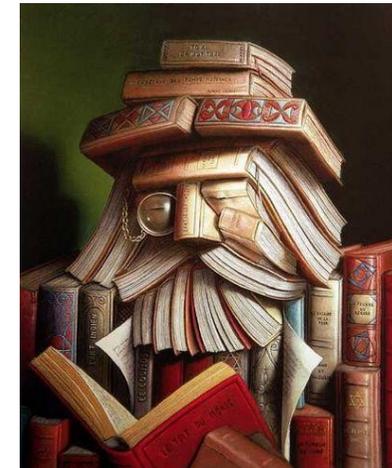
Путь к знаниям — бесконечный путь, тем паче, если он цикличен...

Но отдых все ж необходим и в вечном к знаниям движенье,

И есть хороший день один для этого — день юбилейный.

И надо душу отвести, предаться празднику, экстриму!

А что касается пути — куда он денется, родимый?



Дорогие преподаватели, с праздником!

Имидж – что же это?



Слово «**имидж**» (от фр. или англ. image) в буквальном переводе на русский язык означает *образ, облик*.

Однако слово «имидж» не является точным синонимом слова «образ». Правильнее определить имидж как разновидность образа, а именно такой образ, прообразом которой является не любое явление, а *субъект*.

Имидж информативен, он сообщает о некоторой совокупности признаков, которые присущи самому объекту. Причем эти признаки могут существовать объективно или же произвольно приписываться объекту создателями имиджа.

Имидж динамичен, его атрибуты преобразуются, видоизменяются в соответствии с изменениями в самом носителе или в групповом сознании.

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

Еще одна важная характеристика имиджа, которая нередко подчеркивается авторами руководств, – это его *функциональность*. Иными словами, имидж не является самоцелью. Когда мы занимаемся созданием или улучшением своего имиджа, неважно, делаем мы это самостоятельно или прибегаем к

помощи специалистов, мы предполагаем, что хороший имидж нам нужен *для чего-то*, что при его помощи мы сможем достичь определенных *целей*, более эффективно решить какие-то задачи, сделать более *успешной* ту или иную *деятельность*, которой мы занимаемся.

Именно это и оправдывает *усилия* по созданию или улучшению имиджа. Поскольку в ряде случаев самостоятельных усилий оказывается недостаточно, чтобы достичь желаемого результата, субъекту, желающему улучшить свой имидж, приходится прибегать к помощи специалистов. Задача объединить все стороны такого многомерного явления, как имидж, в едином определении остается актуальной для фундаментальной теории имиджа. Такое определение должно учитывать:

- специфику социально-психологических, в первую очередь, групповых детерминант имиджа;
- ориентацию при создании имиджа на групповую и личный успех в достижении цели той или иной деятельности;
- использование субъектом при создании имиджа самого себя (свою внешность, одежду, мимику, речь, интонации, цветность, взгляд, позу, поведение и др.) как средство достижения цели;



- высокую роль символов в имиджах;
- субъективную ориентацию имиджей на субъективное же чувство законов группового восприятия и др.

Иными словами, социально-психологическое определение имиджа должно учитывать его двойственную – социальную и психологическую – природу. Имидж нельзя рассматривать лишь как феномен психической жизни индивида, но в то же время неверно описывать его и как исключительно проявление внешних по отношению к индивиду факторов, в том числе воздействия группы. Он является проявлением работы психики по согласованию ее собственных импульсов с

индивидуальным и групповым опытом.



История возникновения и развития науки имиджеологии.

Первыми активно заниматься имиджем начали экономисты. Американский экономист Болдуинг в 60-е гг. 20 века ввел понятие «имидж» в деловой оборот. Затем «имидж» как специфический феномен, стал использоваться политологами. Психологи основывали изучение имиджа на знаниях о процессе **«социального восприятия и субъектного осознания внешнего образа»**, и пришли к выводу, что образ, имидж человека схватывается другим неосознанно. Это является причиной того, что мы даже не осознавая этого, воспринимаем образ другого, и то, что мы восприняли, цепко присутствует в нашем сознании; влияет на поведение и отношение к этому человеку. В СССР отношение к имиджу было негативным. Это новое явление было названо **«средством манипуляции массовым сознанием»**, и воспринималось как враждебное порождение буржуазной политики запада. Это способствовало тому, что к понятию «имидж» в нашей стране не было проявлено активного и объективного интереса. Появились ученые, например, О. Феофанов, старавшиеся снять с имиджеологии навязанные стереотипы и представить ее как полезную, важную для изучения отрасль знания.

«Имиджеология – это обращенный к каждому призыв быть обаятельным и уметь нести свет людям» (В.М. Шепель).

Ковшова Дарья, ПХ-11



Составляющие имиджа.

Ваш имидж состоит из множества компонентов. Шесть важнейших из них — это первое впечатление о вас, глубина и широта ваших знаний, ваша гибкость, ваш энтузиазм и ваша искренность.

1. Первое впечатление. Оно включает в себя одежду, голос, опрятность, рукопожатие, визуальный контакт и осанку. Положительное первое впечатление делает первоначальное и последующее общение с людьми значительно более простым и комфортным. Отрицательное первое впечатление может прервать взаимоотношения еще до того, как они начались. Некоторые люди могут преодолеть неблагоприятное первое впечатление, но это непросто. Многие сразу сдаются, вместо того чтобы попытаться изменить первое отрицательное впечатление, сложившееся у другого человека. Исследования показали, что вы можете изменить реакцию окружающих, меняя некоторые аспекты своего имиджа, относящиеся именно к первому впечатлению — например, ваше

рукопожатие. Оно должно быть твердым и вместе с тем не слишком сильным. Люди, пытающиеся раздробить кости вашей руки, производят столь же негативное впечатление, как и люди, чья рука вроде губки для мытья посуды.

Удостоверьтесь, что вы не удерживаете чужую руку слишком долго. Установите визуальный контакт с другим человеком во время рукопожатия. Это помогает завязке взаимоотношений.

Прежде чем у вас возникнет возможность поздороваться, появившись на пороге, люди успевают посмотреть, как вы стоите или идете. Они также посмотрят, как вы одеты и насколько ухожены. Когда разговор заходит о позах во время сидения или стояния, единственное, что мы можем рекомендовать, — это постараться избегать любых чрезмерностей. Люди, передвигающиеся с напыщенным видом, шаркающей походкой, вприпрыжку и с сутулыми плечами, могут производить на собеседника отрицательное впечатление. Точно так же, если вы сидите в кресле, сгорбившись, закинув ногу через подлокотник или еще в какой-нибудь необычной позе, вы опять-таки можете произвести неблагоприятное впечатление. Избегайте излишеств и чрезмерностей. Сидите и ходите прямо и без напряжения. Ваша манера одеваться имеет огромное значение и тоже влияет на то, примут вас другие люди или нет. Возможно, одежда не делает человека, но она создает

очень стойкое впечатление о том, что вы за личность. Поэтому очень важно, чтобы вы понимали: вы многое говорите другим людям о себе через свою манеру одеваться.и Одежда — это мощный фактор создания имиджа. Тщательно ее продумав, вы можете вызвать положительную реакцию. Это повышает ваши шансы на успех во взаимоотношениях с другими людьми. Для того чтобы двигаться вверх по служебной лестнице, вы должны посредством одежды излучать вокруг ореол авторитетности и успеха.

2. Глубина знаний. Если вы считаете, что глубина ваших знаний никоим образом не сказывается на вашем имидже, вы заблуждаетесь. Прилагайте все усилия, чтобы узнать как можно больше о вашей компании и отрасли, в которой вы работаете. Узнайте в подробностях политику и корпоративные правила. Постарайтесь как можно лучше ознакомиться с продукцией и персоналом вашей компании. Изучайте ее состояние и основные направления развития вашей отрасли, а также выясните рейтинг вашей компании в отрасли относительно ваших конкурентов. Используйте любые предлагаемые программы обучения. Углубляя свои знания и имея имидж человека сведущего, вы заслужите уважение и доверие сотрудников, коллег и руководства.

3. Широта знаний. Данная идея подразумевает вашу способность общаться с другими людьми в областях вне поля вашей основной деятельности и знаний. Например, кто выиграл футбольный матч, проходивший в субботу? Каковы последние новости в мире? Знакомы ли вы с модными и популярными книгами и фильмами? Можете ли разговаривать с людьми о том, что их интересует? Расширяя широту своих знаний, вы будете легче устанавливать взаимопонимание с другими людьми. Не сводя тему беседы к предмету, интересному только для вас, вы дадите людям возможность чувствовать себя комфортнее при разговоре с вами. Когда вы хотите и можете разговаривать с людьми на темы, которые интересны и важны для них, они будут ощущать себя намного свободнее в вашем присутствии. Люди будут стремиться поговорить с вами. Они будут чувствовать, что у вас есть что-то общее. Исследования показали, что чем сильнее в людях чувство общности, тем больше они симпатизируют друг другу. Таким образом, расширяя область своих знаний, вы будете увеличивать сферу влияния на самых разных людей.

4. Гибкость. Гибкость - это ваша готовность и умение адаптировать свое поведение так, чтобы наилучшим образом устанавливать отношения с другими людьми. Вы проявляете гибкость всякий раз, когда замедляете ход общения с другим человеком, которому неудобно общаться в выбранном вами быстром темпе. Вы проявляете гибкость, когда тратите время на то, чтобы послушать личную историю, вместо того чтобы сразу перейти к насущному вопросу. Вы демонстрируете гибкость, когда совершаете над собой усилие и ведете беседу на уровне вашего собеседника. Вы применяете гибкость на деле, раскрывая вопрос намного подробнее, чем делаете это обычно. Вы действуете с позиций гибкости, когда просто стараетесь удовлетворить личные и профессиональные потребности других людей. Гибкость



необходима потому, что все люди разные и подходить к ним надо по-разному. Если вы относитесь ко всем одинаково, они будут чувствовать себя с вами некомфортно, а это приведет к росту напряженности и отрицательно скажется на уровне доверия и симпатии к вам.

5. Энтузиазм. Когда вы демонстрируете отсутствие энтузиазма в отношении вашей работы, вашей компании или ваших сотрудников, предполагаете ли вы, что ваши коллеги догадываются об этом? Если вы хотите, чтобы у ваших сотрудников был энтузиазм, то сами должны проявлять его. Это не происходит само по себе. Энтузиазм сродни болезни: он заражает других. Когда вы демонстрируете энтузиазм в отношении самого себя, ваших коллег и вашей компании, то же самое отношение перейдет к вашим сотрудникам. Рано или поздно, они также почувствуют энтузиазм. Если вы выказываете отсутствие энтузиазма, это в конечном счете станет ясно вашим сотрудникам, и они в свою очередь продемонстрируют отсутствие энтузиазма в отношении самих себя, своих коллег, своей работы и компании.

6. Искренность. Эта последняя составляющая имиджа означает, что вам следует овладеть всеми перечисленными выше элементами имиджа, а не только демонстрировать их на публике: стремиться именно быть, а не только казаться. Приложите максимум усилий, чтобы улучшить первое впечатление о себе, углубить и расширить знания, гибкость и энтузиазм. Как и при изменении образа действий, поначалу вы почувствуете некоторый дискомфорт. Но если вы будете упорно двигаться к цели, скоро они частью вас. Ответная реакция окружающего мира на вас- это мера вашего успеха в межличностных отношениях. Имидж, который вы сотворили, поможет вам укрепить ваш успех в межличностных отношениях или будет его тормозить. Вы находитесь на сцене с начала и до конца каждого контакта с другим человеком. Любое жест и выражение будут увидены и оценены, сознательно или подсознательно, другим лицом.

Поэтому приложите все усилия, чтобы ваш имидж всегда способствовал открытому, честному и доверительному общению.

Беляева Дарья, ПХ-08

Приятный внешний вид – залог
успеха!



любом

станут

самого
слово,



На что в первую очередь вы обращаете внимание, когда видите человека впервые? Конечно же, на его внешний вид, во что он одет, как выглядит, да банально чистая ли у него обувь. На этом и строится ваше первое мнение о человеке. И пускай даже говорят, что оно обманчиво.

А ведь первое мнение сложнее всего поменять. Вот запомнился вам человек небритым и помятым. Захочется ли вам, увидеться с ним во второй раз? Вряд ли. И подумайте об этом в следующий раз, когда вам не удастся встретиться с человеком по неизвестной причине, ведь он не скажет напрямую, что ему не понравился ваш внешний вид...

Особенно важно хорошо выглядеть в тех случаях, когда о вас составляют мнение всего лишь по одной встрече.

Самый распространенный тому пример – собеседование о приеме на работу. Человек не зная вас, будет судить о многом, опираясь на внешний вид. Чистые, хорошо выглаженные вещи, скажут о том, что вы следите за собой и своим домом, а значит и на рабочем месте у вас тоже будет порядок. Такой сотрудник ведь намного ценнее. Наличие вкуса и стиля в одежде могут сказать о том, что это человек целеустремленный – еще одно ценное качество хорошего сотрудника. Наличие же каких-то особых аксессуаров при этом не вызывающих негативных эмоции, является признаком творческого человека, а также способом выразить своё «Я», подчеркнуть индивидуальность.

Однако прием на работу - это не единственная ситуация, где приятная внешность сможет вам помочь. Вот только представьте, что вы, поленившись привести себя в порядок, с растрепанными волосами, в мятой одежде выбежали куда-то по делам, к примеру, в магазин, и именно тогда столкнулись с мужчиной (девушкой) вашей мечты.

И будь вы одеты даже в повседневную одежду, с обычной прической, но просто и со вкусом, - это могло бы изменить вашу жизнь. |

А представьте, что вам вдруг стало плохо, закружилась голова, и вы начали терять сознание. Если у вас опрятная внешность, то люди подойдут и помогут, но если нет, то, к сожалению, в нашей стране скорее подумают, что вы перепили или еще чего хуже. Если вы дарите позитивные эмоции окружающим людям, ждите отдачи. Так, например, любому мужчине захочется уступить место красивой женщине, выделяющейся из общей толпы людей.

Уделяя немного больше внимания своей внешности, вы очень быстро заметите, как отношение окружающих к вам изменится. Вы будете чаще замечать на себе заинтересованные взгляды противоположного пола. Разве это может не поднять настроение?



Так что же нужно делать, чтобы выглядеть лучше?

На важных встречах или приеме на работу одевайтесь просто и не вызывающе, идеальным вариантом будет выбор делового стиля, партнеры или будущий начальник это наверняка оценит. Следите, чтобы одежда всегда была выглажена и чиста. Кроме этого, пересмотрите свой гардероб.

Перестаньте ходить в старых и затасканных, хоть и любимых вещах. Сейчас огромное количество возможностей недорого одеться в стильную и модную одежду. Не бойтесь меняться в лучшую сторону.

Несколько советов студентам

Quake, где оно означало «прицеливание», «наведение». Сегодня AIMING (от английского aim – «цель») можно перевести как «стремление», «целеполагание». Этот термин означает искусство достижения целей, комплекс принципов, направленных на успех.

Алгоритм достижения цели.

- Подумайте о том, чего ты хочешь.
- Сформулируйте свою цель. Если она получилась глобальной – раздробите ее на более мелкие цели: близкие, средние и дальние задачи.
- Проанализируйте все условия достижения цели: объективные (т.е. не зависящие от тебя) и субъективные (т.е. зависящие только от тебя).
- Еще раз сформулируйте свою цель и произнесите ее вслух – теперь Вы приняли решение действовать в соответствии с поставленной целью.
- Составьте план действий (начинать целесообразнее с решения близких задач, затем приступить к средним, и т.д.)

Каким параметрам должна отвечать цель?

- Не все цели одинаково хороши. Правильно поставленная цель должна отвечать следующим параметрам:
- Цель должна мотивировать. Если Вы не чувствуете прилива сил, когда представляете момент достижения Вашей цели - скорее всего данная цель не сильно Вас мотивирует. Ставьте перед собой амбициозные цели, которые будут стимулировать работать.
- Цель должна быть максимально конкретной

- Цель должна иметь сроки достижения. Многие люди боятся ставить своим целям конкретные сроки, т.к. не хочется чувствовать себя неудачником, если цель не достигнута. Однако если не ставить сроки достижения цели - то ее можно никогда не достигнуть.
- Цель должна быть реальной. Ставить нереальные цели - значит заведомо делать цель недостижимой для себя. Она должна отвечать вашим возможностям. █

Как попасть в цель?

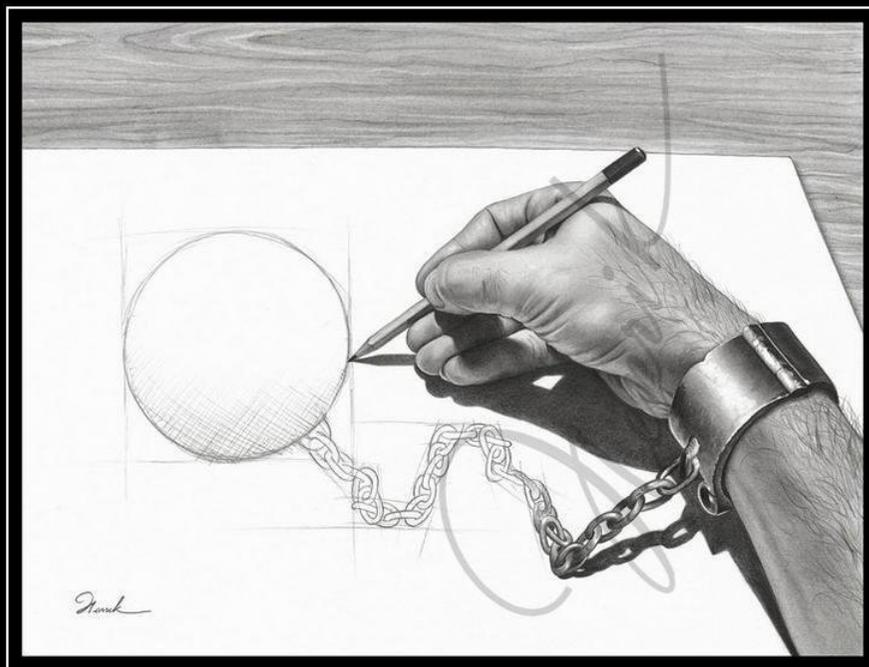
Пожалуй, самое важное: если Вы ставите цели и достигаете их только в своих мыслях и желаниях, то навряд ли в скором времени будете пожинать плоды своих достижений. Потому что только реальные действия и их результаты могут объективно показать, насколько Вы приблизились к запланированной цели. Само действие будет показывать эффективность вашего движения. Может, Вы пошли неверным путем, и чем раньше Вы это заметите, тем раньше сможете внести коррективы в намеченный маршрут. И следовательно раньше достигнем поставленной цели.

Нуриева Лейла, ПХ-11

КАК ИЗБАВИТЬСЯ ОТ КОМПЛЕКСОВ?

Так как комплексы выступают препятствием для осуществления целей, от них надо избавляться. Итак, как избавиться от комплексов?

Страх, который испытывают стеснительные и комплексующие люди, возникает из-за того, что они сравнивают себя с другими людьми, именно из-за этого возникают сомнения в своих силах. Поэтому в деле избавления от комплексов важно осознать, что ни



ТВОИ КОМПЛЕКСЫ
не дают тебе быть свободным

в коем случае нельзя сравнивать себя с другими. Каждый человек уникален. Он такой, каким создал его Бог. И каждому Бог дал одинаковые возможности. Человек своим страхом маскирует свои возможности. Страх не дает им проявиться. Запомните, вы должны чувствовать себя свободно в любой обстановке, где бы вы ни находились. И не бойтесь ошибиться.

Не бойтесь и не переживайте. Страх и переживания часто мешают принять правильные решения. К тому же, это влияет на ваше здоровье. И отнюдь не положительно. Напротив, по чаще улыбайтесь, смейтесь. Тогда страхи и переживания легко уйдут. Жизнь прекрасна, когда на нее смотришь с улыбкой и оптимизмом. И это здоровое и правильное отношение к ней. Люди сами “лепят” себе комплексы, когда концентрируют на них свое внимание. То, из чего многие люди создают себе комплексы, часто можно превратить в достоинство, ту изюминку, которая их выгодно отличит от остальных. Опять же, все зависит от отношения. Правильное отношение к себе, своим достоинствам и недостаткам – залог жизни без комплексов.

Начните верить в себя. Проявите уверенность в своих делах и поступках. Для этого есть одно очень эффективное упражнение.

Возьмите лист бумаги и ручку. которые вы хотите в себе человек”, “Я не боюсь комплексов”, “Я не боюсь несколько раз. И каждый день можете говорить это вслух. Со приобретете эти качества. Знайте, что вы понравиться себе, а не другим понравишься. Поэтому вы одном, истинном для вас



И напишите те черты характера, приобрести. Например: “Я уверенный ошибиться”, “Я свободен от чужого мнения”. Напишите их повторяйте эту процедуру. Также вы временем вы обязательно

должны в первую очередь людям. Людей очень много и всем не должны всегда основываться на примере.



Очень важно быть уверенным в себе и своих словах, но не менее важно говорить истину и жить в соответствии с ней. Эти качества только вместе сделают вас по-настоящему счастливым человеком. Вас будут уважать, а что еще лучше – вас будут любить. А любовь – это вершина любых отношений. Ваша жизнь станет очень яркой и интересной.

Пересёлкина Юлия, ПХ-11

О чём расскажет женская сумка?

Согласно исследованиям зарубежных психологов, тайна женского характера легко может быть раскрыта, если обратить внимание на то, какую сумку выбирает себе женщина.

Сумка больших размеров

характерна для деятельной натуры с широким кругозором и повышенной работоспособностью. Обычно такая сумка легко открывается и имеет много отделений (только не путайте её с хозяйственной сумкой). Изящную сумочку носят утончённые

натуры, уделяющие немало времени своей внешности. Они, хотя и ходят на работу, основную часть времени посвящают посторонним разговорам.

Миниатюрная сумочка без ручки,

так называемая косметичка. В неё кладут блокнот, косметичку, ручку, мелочь. Небольшой объём сумочки говорит о сдержанности и организованности хозяйки. Такой классификации придерживаются учёные (С. Степанов, «Язык внешности»), но хотелось бы уточнить и повториться: зачастую у женщины не одна, а сразу несколько сумок. Как правило, если покупаешь



миниатюрную сумочку (например, для выходов в свет или торжественных случаев), то никак не обойтись и без другой – сумочки на каждый день. Или, наоборот, покупаешь сумку больших размеров, так называемую красивую и практичную «авоську», и с ней, вроде бы, комфортно и привычно, но в один из дней (а когда-нибудь он обязательно настанет), надев вечернее платье и шпильки, понимаешь, что к этому наряду она никак не подойдёт.

По мнению специалистов, о женщине можно немало узнать, если посмотреть не на саму сумочку со стороны, а заглянуть в неё. Придётся и нам, друзья, подглядеть...

Стиль «хаос». В такой сумочке вещи первой необходимости лежат глубоко на дне. Чтобы разыскать проездной билет или записную книжку, её владелице

приходится вынимать половину содержимого, теряя при этом немало времени. Очевидно, женщины живут под девизом «Никаких проблем!». Легко знакомятся, легко расстаются. И ещё одна особенность: никогда нельзя настаивать, чтобы люди такого склада что-то быстро сделали или нашли. Это выводит их из равновесия – и в быту, и Эта сумочка – полная противоположность предыдущей. Всё, что потребуется, всегда под рукой. Характер женщин, которые имеют такие сумочки, активный и надёжный. Они корректны, вежливы, уверены в себе. Имеют организаторские способности.

Сумка на все случаи жизни.

Чего в ней только нет! Запасные очки, набор лекарств, телефонный справочник, дезодорант, маникюрные принадлежности, несколько комплектов ключей, нитки с иголкой и т.д. Такой набор свидетельствует о деловитости, практичности и житейской мудрости женщины. А иногда и о добром сердце.

Деловой стиль. В сумочке постоянно находятся записные книжки, блокнот, калькулятор, ручка (и не одна!), диктофон, фотоаппарат, специализированный журнал или свежая газета...Набор всех принадлежностей говорит сам за себя: эта дама – сама серьёзность, настоящая бизнес-леди или творческая личность. Таких женщин отличают самоуверенность, недостаток юмора, а иногда и наивное представление о многих житейских делах. Соглашаться с этими классификациями или нет – право каждой женщины. Хотя любая сумочка непременно что-нибудь да расскажет о её



владелице, как бы Вы того не хотели! Будьте красивыми и непредсказуемыми, милые дамы! Пусть Ваши сумочки будут Вам верными и прочными подружками.

Пересёлкина Юлия, ПХ-11

СНО: «Теория лжи».



В пятницу, 28 сентября, состоялось первое в этом семестре заседание Студенческого Научного Общества, которое открыли студентки группы ПХ-08 Екатерина Деева, Лилия Кулиненко, Дарья Беляева и Марина Куликова. Будущие психологи затронули актуальную на сегодняшний день тему «Теория лжи» и сумели не только заинтересовать студентов, но и включить их в процесс обсуждения. «Как распознать лжеца?», «Зачем люди лгут?» - эти вопросы Екатерина освятила в своей презентации, сделав акценты на невербальных признаках лжи. Как выяснилось, многие люди лгут даже тогда, когда есть возможность сказать правду. Истинные причины лжи сокрыты в ней самой. Именно поэтому принято разделять такие виды лжи, как ложь во благо, пустая ложь, ложь из лени, белая ложь, ложь во имя тщеславия, лезть, ложь рассказчика. Наиболее распространенные невербальные признаки лжи, такие как

прикрывание рукой рта, дотрагивание до шеи, оттягивание воротника, потеряние глаз были наглядно представлены в подготовленном видео.

Специфику мужской и женской лжи раскрыла Лилия. Когда лжет мужчина, он говорит «на повышенных тонах», явно агрессивно, не смотрит на вас, прерывисто дышит, потирает ладонью бедро, тербит галстук, водит пальцами по лицу, вскакивает, выбегает из комнаты. Если же лжет женщина, то она неестественно улыбается, говорит девичьим голосом, хлопает глазками, разглаживает платье, то и дело поправляет прическу и перекладывает ногу за ногу, а ее очаровательная и привлекательная грудь то и дело слегка поднимается. Когда женщина обманывает мужчину, она действует обдуманно. Мужчина в свою очередь делает это из соблазна и импульсивности. Более того, женщина обманывает часто, мужчина – систематически. В качестве примера рассказчица привела несколько типичных фраз, характеризующих манеру мужской и женской лжи. После чего студентам было предложено задание, в ходе которого необходимо было выработать свою собственную тактику обмана и убеждения аудитории в том, что лжец говорит правду.

«Почему дети обманывают?» - вопрос, который возникал у каждого родителя. Проблема детской лжи также нашла свое место в ходе научного собрания. Дарья подробно рассказала о ее первопричинах и последствиях. Одна из главных причин лжи маленького ребенка - его недоверие ко взрослым. Ребенок говорит неправду, поскольку боится, что его накажут за проступок – эту истину необходимо взять во внимание любому взрослому человеку и суметь найти мудрое решение. Однако детская ложь может иметь и положительную окраску, если она подразумевает под собой откровенную игру, фантазирование на заданную тему и без всякой темы. Это значит, что у ребенка живой,



любопытный ум. И такую замечательную способность необходимо развивать и поощрять. Можно присоединиться к малышу и пофантазировать вместе с ним. Содержательный рассказ Дарьи завершился видео-советом детского психолога Елены Волковой.

Заключительным выступлением стал рассказ Марины о том, что такое полиграф и какими методами можно противодействовать этому прибору. Марина разрушила миф о суперэффективности полиграфа,

раскрыв секрет всевозможных обманов данной технологии. Кроме того существует ряд людей, которым довольно просто обмануть полиграф. К таковым можно отнести социальных психопатов, патологических врунов, высокопрофессиональных актеров. Принцип действия прибора был раскрыт в видеопрограмме, отрывок из которой Марина предоставила вниманию студентов.



Таким образом, вопросы, затронутые студентками группы ПХ-08, в доступной и увлекательной форме были донесены до всех остальных участников СНО. И нужно заметить, что приведенная информация несет в себе не только просветительскую функцию, но и вполне может найти свое практическое значение в жизни каждого студента, в частности студента-психолога.

Дорогие читатели!

Ежемесячная психологическая газета «**Ψ НОВОСТИ**» - это газета для тех, кому интересны проблемы психологии, кто стремится познать себя и разобраться в окружающих.

«**Ψ НОВОСТИ**» - это газета, которая откроет перед вами безграничные просторы интереснейшей информации. Мы постараемся сделать ваше времяпрепровождение в компании с нашей газетой увлекательным и запоминающимся!

Ежемесячная психологическая газета «Ψ НОВОСТИ»

Гл. редактор – Чиликин А.Н

Зам. гл. редактора – Мактамкулова Г.А.

Редакционная коллегия: Беляева Д.А., Нуриева Л.Т., Ковшова Д.В., Переселкина Ю.В.

Редактор-оформитель – Нуриева Л.Т.

Со всеми пожеланиями, предложениями и замечаниями обращаться: 5 корпус, 4 этаж, кафедра психологии