

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΔΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΜΠΕΛΙΔΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ
ΜΗ ΛΕΚΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

ΜΑΣΤΕΛΛΟΥ ΒΙΡΓΙΝΙΑ

**Θεσσαλονίκη
2010**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	Σελ. 4
2. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ	Σελ. 11
2.1. Στάση του σώματος	Σελ. 14
2.2. Κίνηση του σώματος	Σελ. 22
2.3. Συνολική παρουσία – Image	Σελ. 30
3. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ	Σελ. 34
4. Ο ΤΟΝΟΣ ΤΗΣ ΦΩΝΗΣ	Σελ. 50
5. Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ	Σελ. 55
Α. ΣΤΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ	Σελ. 55
Β. ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	Σελ. 59
Γ. ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ	Σελ. 65
Δ. ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	Σελ. 70
Ε. ΣΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΖΩΗ	Σελ. 75
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	Σελ. 86
7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	Σελ. 90

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η γλώσσα του σώματος αποτελεί ένα πανάρχαιο φαινόμενο. Δηλώνει το πόσο επικοινωνεί ο καθένας με το σώμα του, τι «θέλει να πει» και τι «θέλει να κρύψει» με το σώμα του. Αν και πολλές κινήσεις είναι κοινές ανά τον κόσμο, υπάρχει τελικά μια παγκόσμια γλώσσα του σώματος;

Με την έκφραση «μιλάμε με το σώμα», μια έκφραση που όλοι έχουμε χρησιμοποιήσει, εννοούμε το πώς επικοινωνούμε μεταξύ μας, τις κινήσεις μας, την στάση του σώματος μας και τις εκφράσεις του προσώπου μας. Έχει παρατηρηθεί από επιστήμονες, ψυχολόγους και γιατρούς (κυρίως νευρολόγους) πως με το σώμα εκφραζόμαστε περισσότερο και καλύτερα απ' ό,τι με τον γραπτό ή προφορικό λόγο. Την επικοινωνία αυτή την έχουν ονομάσει «Γλώσσα του Σώματος».

Η Γλώσσα του Σώματος φαίνεται να είναι γνωστή από τα αρχαία χρόνια. Στην Αρχαία Ελλάδα φιλόσοφοι και σοφιστές όπως ο Θαλής, ο Αριστοτέλης, ο Σωκράτης και ο Πλάτωνας έκρυβαν τα χέρια τους κάτω από βαρύνοντες τηβέννους διότι πίστευαν ότι η κίνηση των χεριών σε μια συζήτηση ή ομιλία υποδήλωνε έλλειψη ευφράδειας και επιχειρημάτων, ενώ ο «απλός» λαός φαινόταν να χρησιμοποιεί τα χέρια του ιδιαίτερα έντονα στις συζητήσεις, κάτι που το παρατηρούμε και σήμερα. Αυτή η άποψη βασίζεται στο ότι όσο πιο έντονα μιλάμε με το σώμα μας, τόσο πιο «φτωχό» είναι το έναρθρο λεξιλόγιό μας. Ο άνθρωπος δεν γεννήθηκε γνωρίζοντας να μιλάει, επομένως το μόνο μέσω επικοινωνίας από την γέννησή του είναι το σώμα του. Μεγαλώνοντας και μαθαίνοντας να μιλάει, η επικοινωνία μέσω του σώματος υποβαθμίζεται και όσο πιο σαφέστερα μπορεί να εκφραστεί με τον λόγο, τόσο περισσότερο περιορίζεται η ανάγκη του να επικοινωνήσει μέσω του σώματός του. Η Γλώσσα του Σώματος όμως, αυτή η μορφή επικοινωνίας, είναι πολύ βαθιά ριζωμένη στο υποσυνείδητο για να μπορέσουμε να πούμε πως είναι δυνατόν κάποια στιγμή να μην την χρησιμοποιούμε καθόλου.

Πριν από περίπου 400.000 χρόνια τοποθετούμε την ύπαρξη του Homo erectus (τον άνθρωπο τον όρθιο), ενώ η εμφάνιση του Νεάντερταλ έγινε πριν 130.000 χρόνια και υπήρχε μέχρι 35.000 χρόνια πριν. Ο Άνθρωπος του Νεάντερταλ θεωρείται το πρώτος είδος sapiens. Ξεχωρίζει από τον σύγχρονο άνθρωπο για την ιδιαίτερη κατασκευή του κεφαλιού του. Έχει βέβαια αποδειχθεί ότι

είχε θρησκευτική συνείδηση, ότι δημιουργούσε μια υποτυπώδη μορφή τέχνης (έχουν ανακαλυφθεί ζωγραφίες σε σπηλιές) και ίσως χρησιμοποιούσε οστέινα μουσικά όργανα. Το σημαντικότερο όμως, που αφορά και την παρούσα εργασία, είναι πως είχε αναπτυγμένο προφορικό λόγο. Αξιοσημείωτα είναι και τα ευρήματα που αφορούν τις συχνότητες στις οποίες ήταν συντονισμένο το αφτί του. Οι συχνότητες της φυσιολογικής ομιλίας μας είναι 2-4 KHz, παρόμοιες με αυτές του προγόνου του Άνθρωπος του Νεάντερταλ, Homo Heidelbergensis, που είχαν παρόμοια λειτουργία αφτιών, γεγονός που ερμηνεύεται ως ένδειξη ότι οι εν λόγω Homo από τότε (ίσως 500.000 χρόνια πριν) έβγαζαν νοήμονες φωνητικούς ήχους που θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως μια πρωτογλώσσα, μια πρώτη μορφή ομιλίας. (Μιχαηλίδης, 2005)

Φαίνεται σχεδόν απίστευτο ότι, μέσα στα χιλιάδες χρόνια της εξέλιξής μας, η γλώσσα του σώματος δεν είχε μελετηθεί σε οποιαδήποτε κλίμακα μέχρι τη δεκαετία του 1960. Οι περισσότεροι από μας πιστεύουν ακόμα ότι η κυριότερη μορφή επικοινωνίας είναι η ομιλία. Όμως η ομιλία έγινε τμήμα των επικοινωνιακών μας εργαλείων πολύ πρόσφατα, αναφορικά με την εξέλιξη του ανθρώπου και χρησιμοποιείται κυρίως για να μεταφέρει γεγονότα και δεδομένα. Η γλώσσα του σώματος και οι λαρυγγισμοί ήταν οι κύριοι τρόποι έκφρασης αισθημάτων και συναισθημάτων μέχρι ο άνθρωπος να μάθει να χρησιμοποιεί τον προφορικό λόγο με την μορφή που τον χρησιμοποιούμε εμείς σήμερα. Όμως επειδή εστιάζουμε την προσοχή μας στα λόγια που λένε οι άνθρωποι, οι περισσότεροι είμαστε αδαείς σε σχέση με τη γλώσσα του σώματος, πολύ περισσότερο δε, σε σχέση με τη σημασία που έχει στη ζωή μας. (Pease, 2006)

Η γλώσσα σώματος είναι η πιο ήρεμη, μυστική και ίσως η πιο ισχυρή γλώσσα. Τα σώματα μας στέλνουν μηνύματα συνεχώς και συχνά δεν αντιλαμβανόμαστε ότι βγάζουμε περισσότερα νοήματα προς τα έξω από αυτά που συνειδητοποιούμε. Με το να εξοικειωνόμαστε με μερικά βασικά μη-λεκτικά σημάδια, μπορούμε να βελτιώσουμε την δυνατότητα μας να αντιληφθούμε τι πράγματι εννοούν οι γύρω μας και τι προβάλλουμε εμείς προς αυτούς. Η στάση, η θέση και η κίνηση ενός ατόμου, συχνά μας λένε περισσότερα από αυτά που λέει το ίδιο το άτομο (ίσως μάλιστα και το ακριβώς αντίθετο).

Η γλώσσα του σώματος είναι μια πολύ δύσκολη, περίεργη και ενδιαφέρουσα επιστήμη. Δυστυχώς οι επιστήμονες που ασχολούνται με αυτήν, ιδίως στην Ελλάδα, είναι ελάχιστοι αλλά ακόμα και αυτοί την χρησιμοποιούν ως έναν ακόμη τομέα πάνω στον οποίο κατέχουν τις βασικές γνώσεις, δεν είναι ειδήμονες και συνεπώς δεν θεωρείται η κύρια ειδικότητά τους.

Όλοι μας γνωρίζουμε κάποια βασικά στοιχεία της «γλώσσας του σώματος» είτε γιατί τα μάθαμε από κάποιο βιβλίο, κάποιο ντοκιμαντέρ ή κάποιον που μας τα έμαθε, είτε γιατί τα παρατηρήσαμε μόνοι μας σε πολλούς και διαφορετικούς ανθρώπους οπότε δημιουργήσαμε κάποια μοτίβα βάση εμπειρίας. Ωστόσο δεν είμαστε όλοι σε θέση να καταλάβουμε τα αισθήματα του άλλου από τον τρόπο που κινεί και στήνει το σώμα και τα διάφορα μέλη του.

“Για τη σωστή ερμηνεία της “γλώσσας του σώματος” απαιτείται η ικανότητα για “παρατήρηση” και “αντίληψη”. Η παρατήρηση είναι ένας τύπος αποκωδικοποίησης και η ικανότητα παρατήρησης μπορεί να αυξηθεί με τρεις τρόπους: με την εκπαίδευση, την γνώση και την ανάγκη. Η εκπαίδευση και η γνώση είναι αλληλοσχετιζόμενες έννοιες. Δια μέσου της εκπαίδευσης το άτομο γίνεται γνώστης πολλών πραγμάτων. Αλλά και η ανάγκη για κάτι, κάνει το άτομο έτοιμο και ανυπόμονο να το αποκτήσει. Όταν προσπαθείς π.χ. να βρεις τον αριθμό ενός συγκεκριμένου σπιτιού σε μια άγνωστη γειτονιά, γίνεσαι περισσότερο προσεκτικός απ’ ότι συνήθως και παρατηρείς πράγματα τα οποία δεν είχες δει προηγουμένως και αυτό, γιατί έχεις ανάγκη να ψάξεις και να βρεις το νούμερο του σπιτιού.

Η αντίληψη είναι σχετική με την ικανότητα να παρατηρείς, να παραμένεις έτοιμος και να εξάγεις από μία δεδομένη επικοινωνία τις “πραγματικότητες” της κατάστασης, αναγνωρίζοντας βέβαια ότι η πραγματικότητα είναι διαφορετική για τον καθένα μας. Η εξαγωγή συμπερασμάτων πρέπει να προέρχεται από τα “λεκτικά” και από τα “μη λεκτικά μηνύματα”, τα οποία είναι όμοια και γι’ αυτόν που κωδικοποιεί και γι’ αυτόν που αποκωδικοποιεί. Κατά τη διάρκεια της κωδικοποίησης του μηνύματος, θα πρέπει να αποκωδικοποιείς τη “γλώσσα του σώματος” του δέκτη. Η επικοινωνία είναι στην πραγματικότητα μια συνεχής διαδικασία. Όσο πιο γρήγορα εσύ, ως κωδικοποιητής (encoder) λαμβάνεις την αναπληροφόρηση (feedback) με τη μορφή της “γλώσσας του σώματος”, τόσο πιο γρήγορα μπορείς να χρησιμοποιήσεις μια περισσότερο αποτελεσματική τεχνική κωδικοποίησης, όταν αυτό είναι απαραίτητο.” (Μπόγκα-Καρτέρη, 1997)

Συνήθως όμως, μόνο οι ειδικοί μπορούν να έχουν πλήρη αντίληψη των σημάτων που δίνουμε και παίρνουμε μέσα σε έναν χώρο και σε ένα στάδιο επικοινωνίας. Μόνο αυτοί μπορούν να πουν με σιγουριά αν κάποιος αισθάνεται φόβο ή λέει ψέματα επειδή απλά κάνει ορισμένες συγκεκριμένες κινήσεις. Αυτό συμβαίνει γιατί εμείς δεν γνωρίζουμε τα σήματα αυτά για να μπορέσουμε να τα επισημάνουμε, να τα απομονώσουμε και να τα ερμηνεύσουμε. Παρ' όλα αυτά, συγκεκριμένα σήματα του σώματος είναι τόσο κοινά σε όλους που, αν μπορέσει κάποιος να τα αντιληφθεί, θα μπορέσει και να τα ερμηνεύσει.

Από τεχνική άποψη όταν λέμε ότι κάποιος έχει «αντίληψη» ή «διαίσθηση» αναφερόμαστε στην ικανότητά του να διαβάζει τα μη-προφορικά σήματα του άλλου και να τα συγκρίνει με τα προφορικά του μηνύματα. Με άλλα λόγια όταν λέμε ότι έχουμε την προαίσθηση ή την αίσθηση ότι ο άλλος μας λέει ψέματα, στην πραγματικότητα εννοούμε ότι τα λόγια του και η γλώσσα του σώματός του δεν συμφωνούν. Αυτό είναι εξάλλου που οι ομιλητές ονομάζουν συνείδηση του ακροατηρίου ή συνάφεια με μια ομάδα. Αν για παράδειγμα ο κόσμος κάθονταν γερμένος πίσω στα καθίσματα του με το κεφάλι τους γερμένο προς τα κάτω και τα χέρια διπλωμένα στο στήθος, ο «διαισθητικός» ομιλητής θα αντιλαμβανόταν ή θα είχε την «αίσθηση» ότι ο τρόπος του δεν γινόταν κατανοητός. Θα συνειδητοποιούσε τότε ότι χρειαζόνταν μια καινούρια προσέγγιση του θέματος για να κερδίσει τη συμμετοχή του ακροατηρίου του. Όμοια ο «μη-διαισθητικός» ομιλητής δεν θα αντιλαμβανόταν τίποτα και θα έκανε από απροσεξία του πολλά λάθη.

Οι γυναίκες είναι πιο διαισθητικές από τους άντρες και σε αυτό αναφέρεται και η λεγόμενη «γυναικεία διαίσθηση». Οι γυναίκες έχουν μια έμφυτη ικανότητα να συλλαμβάνουν και να αποκρυπτογραφούν τα μη-προφορικά σήματα και να διακρίνουν με ακρίβεια τις μικρές λεπτομέρειες. Αυτός είναι ο λόγος που ελάχιστοι άντρες μπορούν να πουν ψέματα στη γυναίκα τους και να μην αποκαλυφθούν, ενώ αντίθετα, οι περισσότερες γυναίκες μπορούν να κάνουν πολλά πράγματα μπροστά στα μάτια των ανδρών και αυτοί να μη καταλάβουν τίποτα. Αυτή η γυναικεία διαίσθηση είναι ιδιαίτερα φανερή σε γυναίκες που έχουν αναθρέψει μικρά παιδιά. Τα πρώτα χρόνια η μητέρα για να επικοινωνήσει με το παιδί στηρίζεται αποκλειστικά στο μη-προφορικό κανάλι επικοινωνίας. Είναι κατάλληλα εφοδιασμένη για να μπορεί να επικοινωνήσει με το βρέφος στηριζόμενη στη μη λεκτική επικοινωνία. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες έχουν 14-16 περιοχές στον

εγκέφαλο για την αξιολόγηση των άλλων και έτσι μπορούν να κάνουν πιο αναλυτικές και ακριβείς παρατηρήσεις. Αντίθετα, οι άνδρες έχουν μόνο 4-6 τέτοιες περιοχές στον εγκέφαλο, γι αυτό και συχνά οι γυναίκες παραπονιούνται επειδή οι άνδρες δεν προσέχουν τις αλλαγές που εκείνες κάνουν πάνω τους. Ο παραπάνω πιστεύεται ότι είναι ο λόγος που οι γυναίκες γίνονται πιο συχνά διαπραγματευτές από τους άντρες. (Σαμαράκη Χ., 2008)

Όταν σταυρώνεται τα χέρια σας στο στήθος, βάζετε το δεξί πάνω στο αριστερό ή το αντίθετο; Οι περισσότεροι δεν μπορούν να απαντήσουν μέχρι να δοκιμάσουν. Εκεί που ο ένας τρόπος φαίνεται βολικός, ο άλλος φαίνεται εσφαλμένος. Τα αποδεικτικά στοιχεία που έχουμε υποδεικνύουν ότι και αυτή μπορεί να είναι μια έμφυτη χειρονομία που δεν μπορεί να αλλάξει. Το θέμα αυτό μπορεί να επεκταθεί κατά πολύ με παρόμοια παραδείγματα που δημιουργούν εύλογα μια απορία για το αν μερικές χειρονομίες είναι επίκτητες από τον πολιτισμό και γίνονται από συνήθεια ή είναι γενετικές. Ένα ακόμη παράδειγμα είναι ότι οι περισσότεροι άντρες όταν φοράνε το παλτό τους βάζουν πρώτα το δεξί τους χέρι, ενώ οι γυναίκες βάζουν πρώτα το αριστερό. Όταν ένας άντρας προσπερνάει μια γυναίκα σ' ένα δρόμο γεμάτο κόσμο, συνήθως γυρίζει μετά προς το μέρος της, ενώ η γυναίκα γυρίζει προς την αντίθετη πλευρά. Το κάνει αυτό ενστικτωδώς ή ίσως για να προστατέψει τα στήθη της; Είναι μήπως αυτή μια έμφυτη γυναικεία αντίδραση ή έμαθε να την κάνει παρατηρώντας ασυνείδητα τις άλλες γυναίκες;

Οι άνθρωποι που εκφράζουν άποψη για την γλώσσα του σώματος έχουν χωριστεί σε δύο αντίθετα μέτωπα. Υπάρχουν αυτοί που θεωρούν την γλώσσα του σώματος ως μια λανθάνουσα γλώσσα, που δεν μπορεί να αποδειχθεί και που δεν παρουσιάζει σε καμία περίπτωση οικουμενικά στοιχεία. Πως κάθε άνθρωπος, κάθε κράτος ή κάθε διαφορετική φυλή παρουσιάζει διαφορετικά στοιχεία σχετικά με τις κινήσεις του σώματος και τις εκφράσεις του προσώπου και για τον λόγο αυτό δεν μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τέτοια στοιχεία για να κρίνουμε ή να δικάσουμε ανθρώπους διότι δεν θεωρούνται σίγουρα. Από την άλλη όμως μεριά έχουμε τους επιστήμονες εκείνους που έχουν αποδείξει την οικουμενικότητα της γλώσσα του σώματος. Είναι οι επιστήμονες που έχουν μελετήσει τους μύες του προσώπου και παρατήρησαν πως σε ίδιες εκφράσεις, υπάρχει ίδια κίνηση των ίδιων μυών σε άνδρες και γυναίκες, σε ανθρώπους διαφορετικών κρατών, φυλών και γενικά

πολιτισμών. Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει και με ορισμένες κινήσεις και στάσεις του σώματος. Οι επιστήμονες αυτοί έχουν φτάσει πλέον σε στάδιο να μπορέσουν να κρίνουν αν κάποιος λέει ψέματα, αν υποκρίνεται, αν νιώθει αμηχανία και πολλά άλλα συναισθήματα, από τον τρόπο που εκφράζεται με μη λεκτικούς κώδικες επικοινωνίας. Υποστηρίζουν ακόμη πως η γλώσσα του σώματος κυριαρχείται από το υποσυνείδητο οπότε δεν μπορεί να την ελέγξει απόλυτα κανένας άνθρωπος όπως τον προφορικό λόγο. Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να αποδείξει πως η Γλώσσα του Σώματος είναι όντως παγκόσμια, μη ελεγχόμενη και πιο αληθινή από τον προφορικό λόγο.

Μετά από διεξοδική μελέτη που έγινε για τον σκοπό της εργασίας αυτής και λαμβάνοντας υπόψη μας πολλούς μελετητές και ερευνητές που ασχολούνται αποκλειστικά με την γλώσσα του σώματος και τις εκφράσεις του προσώπου καταλήξαμε στο συμπέρασμα πως ένα μεγάλο μέρος από την βασική μη-προφορική μας συμπεριφορά είναι επίκτητη και η σημασία πολλών κινήσεων και χειρονομιών προσδιορίζεται από τον πολιτισμό. Ένα από τα πιο σοβαρά λάθη που μπορεί να κάνει ένας αρχάριος στη γλώσσα του σώματος είναι να ερμηνεύσει μια μοναχική χειρονομία απομονωμένη από άλλες εκφράσεις ή συνθήκες. Για παράδειγμα, το ξύσιμο του κεφαλιού μπορεί να σημαίνει ένα σωρό πράγματα όπως πιτυρίαση, έλλειψη μνήμης ή ψέματα, ανάλογα με τις άλλες χειρονομίες που συμβαίνουν συγχρόνως με αυτή. Έτσι, αν θέλουμε να έχουμε μια σωστή ερμηνεία πρέπει να κοιτάμε τις εκφράσεις ομαδικά. Όπως κάθε γλώσσα, έτσι και η γλώσσα του σώματος αποτελείται από λέξεις, προτάσεις και σημεία στίξης. Κάθε χειρονομία είναι σαν μία ξεχωριστή λέξη και μια λέξη μπορεί από μόνη της να έχει πολλές διαφορετικές έννοιες. Μόνο όταν μπήκε μέσα σε μια πρόταση μαζί με άλλες λέξεις μπορούμε να καταλάβουμε πλήρως το νόημά της. Οι χειρονομίες έρχονται σε «προτάσεις» και λένε συνεχώς την αλήθεια για τα συναισθήματα ή τη διάθεση του ατόμου. Το «δαισθητικό» άτομο είναι εκείνο που μπορεί να διαβάζει τις σιωπηλές προτάσεις και να τις συγκρίνει με ακρίβεια με τις προφορικές προτάσεις του άλλου ατόμου. Αυτό που λένε οι άνθρωποι είναι συχνά πολύ διαφορετικό από αυτό που σκέπτονται ή αισθάνονται. Χρησιμοποιώντας τους κατάλληλους εξωλεκτικούς κώδικες (μέσω των οποίων μεταφράζουμε τα σημεία της γλώσσας του σώματος σε «λέξεις» ή συναισθήματα) μπορούμε να περνάμε και να δεχόμαστε μηνύματα, παρακάμπτοντας το επιφανειακό επίπεδο των λέξεων. (Ekman, 2004)

Ο άνθρωπος υποκινούμενος από το υποσυνείδητο χρησιμοποιεί πολλές φορές το σώμα του, κυρίως τα άκρα του, για να υποδηλώσει την συναισθηματική του κατάσταση. Όταν νιώθει απειλούμενος συσπειρώνεται σε εμβρυακή στάση, όταν νιώθει κούραση συνηθίζει να περπατάει καμπουριαστός, όταν θέλει να υποδηλώσει έντονο θαυμασμό κινεί τα χέρια του με ανοιχτές τις παλάμες και στήνει τον κορμό του, είτε καθιστός είτε όρθιος. Αυτά είναι ελάχιστα παραδείγματα ενός πολύ μεγάλου πεδίου μελέτης. Όμως το σώμα, πέρα από την στιγμιαία συναισθηματική φόρτιση, μπορεί να μας δείξει και την γενικότερη στάση κάποιου και τις ιδιαίτερες πτυχές του χαρακτήρα του, (γεγονός που αναλύεται περαιτέρω στην ενότητα 2.2 ΚΙΝΗΣΗ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ) κάτι που πολύ δύσκολα μπορεί να κρύψει από τον παρατηρητή της επικοινωνίας του σώματος.

Πολλά μπορούμε να αποκαλύψουμε κατά την διάρκεια διάφορων δραστηριοτήτων όπως για παράδειγμα ο χορός, μιας και ο άνθρωπος χορεύοντας, συχνά αποκαλύπτει μια τελείως διαφορετική εικόνα του από εκείνη που συνήθως εμφανίζει, καθώς μέσω του χορού εκδηλώνεται ο βαθύτερος συναισθηματισμός του, οι ανησυχίες και ελπίδες του, ακόμα και ο αισθησιασμός του, ιδιαίτερα εάν ο χορός είναι ελεύθερος και αβίαστος.

2. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ

Η γλώσσα του σώματος λέει πιο πολλά από τα λόγια υποστηρίζουν οι ειδικοί. Από τις κινήσεις του σώματος, τον τρόπο που στέκεται κανείς στον χώρο, ακόμη και τον τρόπο που χαιρετά κάποιον, μπορεί να μεταδώσει μηνύματα που πιθανόν διστάζει ή δεν επιθυμεί να εκφράσει λεκτικά. Είναι χαρακτηριστικό άλλωστε πως οι περισσότεροι άνθρωποι σχηματίζουν άποψη για κάποιον που γνωρίζουν για πρώτη φορά πριν μιλήσουν μαζί του.

Σύμφωνα με τον επικοινωνιολόγο κ. Θανάση Παπαμιχαήλ (2009) «έρευνες έχουν αποδείξει ότι το 55% των μηνυμάτων που θέλουμε να στείλουμε στους γύρω μας μεταβιβάζεται διαμέσου του προσώπου και της στάσης του σώματος, το 38% από τον τόνο της φωνής μας και μόλις το 7% από τις λέξεις που χρησιμοποιούμε». Προσθέτει δε ότι «η λεγόμενη τέχνη της σιωπηρής επικοινωνίας έχει πολύ μεγαλύτερη σημασία από αυτή που της αποδίδεται και η αιτία είναι πως είναι πολύ πιο σαφής από τον λόγο. Δηλαδή ο άνθρωπος έχει τη δυνατότητα μέσω αυτής να περάσει πολύ περισσότερα μηνύματα και να μεταφέρει τη συναισθηματική του κατάσταση πολύ πιο ξεκάθαρα».

Υπάρχουν τεχνικές προκειμένου να χρησιμοποιεί κανείς στο έπακρο τις δυνατότητες του σώματός και δεν πρόκειται για τεχνικές που είναι χρήσιμες μόνο στους επαγγελματίες της δημόσιας ζωής. Μπορούν να βοηθήσουν στην καθημερινή ανθρώπινη επαφή, τόσο σε επαγγελματικό όσο και σε προσωπικό επίπεδο. Μάλιστα η συμβολή τους είναι διπλή. Δίνουν τη δυνατότητα να μεταδώσουμε καλύτερα αυτό που θέλουμε να πούμε και παράλληλα όταν τις γνωρίζουμε και τις αντιλαμβανόμαστε μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα τους συνομιλητές μας.

Μεγάλη σημασία στα μη λεκτικά μηνύματα που στέλνει κανείς στο περιβάλλον του αποδίδει και η ψυχολόγος κ. Μαριέττα Ρήγα – Πεπελάση (2009). Ωστόσο επισημαίνει ότι «όταν τα εξετάζουμε και προσπαθούμε να τα εντοπίσουμε και να τα αποκωδικοποιήσουμε πρέπει πάντα να λαμβάνουμε υπόψη όλους τους παράγοντες που επηρεάζουν το άτομο που έχουμε απέναντί μας εκείνη τη στιγμή και φυσικά να κοιτάμε και το σύνολο των σημάτων του σώματος».

Η επίδραση της μη-λεκτικής επικοινωνίας και της γλώσσας του σώματος είναι πολύ σπουδαιότερες από ότι μπορεί κανείς να φανταστεί. Αν αναλογιστείτε πως οι άνθρωποι σχηματίζουν άποψη και δημιουργούν τις πρώτες εντυπώσεις για

κάποιον πολύ πριν εκείνος μιλήσει, μπορείτε να καταλάβετε τη δύναμη που έχει το σώμα στο να εκπέμπει μηνύματα. Επιτυγχάνοντας τη θετικότερη μη λεκτική επικοινωνία, εξασφαλίζετε την επιτυχία στις διαπροσωπικές σας σχέσεις στον εργασιακό σας χώρο και στη γενικότερη εικόνα που προβάλλετε προς τα έξω.

Αν σταθείτε σε μια γωνία ενός δρόμου και παρατηρείτε τον κόσμο που περνάει θα καταλάβετε αν κάποιος είναι ντροπαλός, εξωστρεφής, στενοχωρημένος, γεμάτος αυτοπεποίθηση κτλ. Το «μαγικό» στην όλη διαδικασία είναι ότι θα καταλάβετε κάποια πράγματα γι αυτόν χωρίς να τον ξέρετε, χωρίς να τον έχετε ξαναδεί και χωρίς να του μιλήσετε. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς μας διαγράφονται στην στάση του σώματος μας. Το θετικό στοιχείο εδώ είναι πως αν δεν έχουμε πολύ αυτοπεποίθηση και διαγράφεται στο σώμα μας μπορούμε να το αλλάξουμε. Αν ισιώσουμε την πλάτη μας απ' το να καμπουριάζουμε, θα αρχίσουμε να αισθανόμαστε ίσως λίγο καλύτερα και φυσικά θα δείχνουμε και καλύτερα.

Αναφέρω την κίνηση του σώματος ως ξεχωριστό παράγοντα της μη-λεκτικής επικοινωνίας γιατί η σημασία του έχει αποδειχθεί καίρια στην έκβαση κάποιων συμπερασμάτων. «Τα πόδια εξελίχθηκαν στον άνθρωπο για να εξυπηρετούν δύο σκοπούς: να τον μετακινούν μπροστά, ώστε να βρίσκει τροφή, και να τον απομακρύνουν από τον κίνδυνο. Επειδή ο ανθρώπινος εγκέφαλος είναι προγραμματισμένος για τους δύο αυτούς σκοπούς (να μετακινούμαστε προς αυτό που επιθυμούμε και να απομακρυνόμαστε από εκείνο που δεν θέλουμε) ο τρόπος με τον οποίο ένα άτομο χρησιμοποιεί τα πόδια του αποκαλύπτει προς τα που θέλει να πάει. Με άλλα λόγια, δείχνει πόσο πολύ θέλει ένα άτομο να συνεχίσει ή να εγκαταλείψει μια συνομιλία. Συγκεκριμένα, αν θέλει να εγκαταλείψει την συζήτηση, στρέφει τα πόδια του προς την κοντινότερη έξοδο.» (Pease, 2006) Αλλά δεν είναι μόνο τα πόδια που κινούνται στο σώμα μας. Ένας συνδυασμός της στάσης του σώματος με την κίνησή του μπορούν να μας πούνε ξεκάθαρα τι νιώθει, τι προσπαθεί να πει ή ακόμη και τι προσπαθεί να κρύψει ο συνομιλητής μας. Σημαντικό είναι να αναφέρουμε πως δεν έχει τόση σημασία σε ποιά στάση βρίσκεται ο συνομιλητής μας, αλλά η κίνησή του και η στάση στην οποία βρίσκεται μετά.

Όταν προσέχουμε έναν άνθρωπο για πρώτη φορά, το μάτι μας καλύπτει πρώτα την γενική του εικόνα, την συνολική του παρουσία ή το λεγόμενο IMAGE. Αλλιώς θα κοιτάζουμε μια κοπέλα ψηλή, ξανθιά, γαλανομάτα και αλλιώς μια

παχουλή κοπέλα, με κούρεμα και ρούχα που δεν την κολακεύουν καθόλου. Αν ένας κύριος με κουστούμι μας ζητήσει οδηγίες θα είμαστε ευγενικοί και εξυπηρετικοί ενώ αν μας ζητήσει οδηγίες κάποιος κύριος με τα ρούχα και τα χέρια του μουτζουρωμένα από την δουλειά, ή ένα νεαρός ροκάς με σκισμένο τζίν, μαύρα ρούχα και μακριά μαλλιά μπορεί να κάνουμε ότι δεν τον ακούσαμε και να συνεχίσουμε να περπατάμε. Όλα αυτά γιατί το IMAGE στην κοινωνία μας παίζει πολύ σημαντικό ρόλο. Δεν κριτικάρουμε μόνο του άλλους αλλά και τους εαυτούς μας γι αυτό όταν πάμε σε μία συνέντευξη για δουλειά δεν ντυνόμαστε όπως κάθε μέρα, αλλά βάζουμε «τα καλά μας» ή αγοράζουμε ρούχα γι αυτό το σκοπό. Το κακό στην υπόθεση αυτή είναι πως πολλές φορές δεν φοράμε εμείς τα ρούχα αλλά «μας φοράνε αυτά». Τα ρούχα, το βάψιμο (για τις γυναίκες), το κούρεμα πρέπει να είναι κάτι που μας αντιπροσωπεύει και μας ταιριάζει. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το άρωμα το οποίο μπορεί να μυρίσουμε σε κάποιον και να μυρίζει θεσπέσια, αυτό όμως δεν σημαίνει πως θα ταιριάζει και σε εμάς.

Όλοι αυτοί οι παράγοντες που αναφέρθηκαν όμως μπορεί να μας δώσουν μια τελείως λανθασμένη εικόνα για τον άνθρωπο που εξετάζουμε ή παρατηρούμε. Οι ψυχολογικοί παράγοντες παίζουν πάγιο ρόλο στις ζωές μας. Αν, για παράδειγμα, η παχουλή κοπέλα που αναφέραμε προηγουμένως εξέπεμπε μια θετική αύρα γεμάτη αυτοπεποίθηση θα νιώθαμε και εμείς καλύτερα για τον εαυτό μας αν καθόμασταν δίπλα της για λίγο. Ως άλλο παράδειγμα λαμβάνουμε υπόψη μας την πιθανή άσχημη ψυχολογική κατάσταση στην οποία μπορεί να βρεθούμε (π.χ. μετά από έναν χωρισμό) και το επόμενο πρωινό έχουμε την συνέντευξη που επίσης προαναφέραμε. Αν και έχουμε το κατάλληλο IMAGE και τα απαραίτητα προσόντα, πηγαίνοντας γεμάτοι απογοήτευση και διστακτικότητα σίγουρα δεν θα μας πρότειναν την θέση. Υποτίθεται πως πρέπει να διαχωρίζουμε την δουλειά από την προσωπική μας ζωή ή από τα συναισθήματά μας αλλά γνωρίζουμε πως αυτό δεν είναι εύκολο αλλά από την άλλη δεν είναι και ακατόρθωτο.

2.1 Στάση του σώματος

Οι ψυχολόγοι λένε πως «Ωραία γυναίκα είναι εκείνη που αισθάνεται όμορφη» και μάλλον πρέπει να τους πιστέψουμε, αφού από τον τρόπο που προβάλλουμε τον εαυτό μας κρίνεται η εικόνα μας. Συχνά παρατηρούμε γύρω μας τη θετική αίσθηση που δημιουργούν όσοι άνθρωποι κινούνται με εμπιστοσύνη στον εαυτό τους και ακόμα πιο συχνά λαμβάνουμε μηνύματα ανασφάλειας από ανθρώπους που δεν αισθάνονται άνετα με την εικόνα τους. Το συμπέρασμα είναι ότι η γλώσσα του σώματος κρύβει μεγάλα μυστικά ομορφιάς.

Κοιλιά «μέσα», στήθος προτεταμένο, πλάτη ίσια και το κεφάλι ψηλά. Αυτή είναι η πιο σωστή και γενικά αποδεκτή ως η καλύτερη στάση στην οποία μπορεί να έχει κάποιος το σώμα του ώστε να δείχνει σίγουρος για τον εαυτό του, με αυτοπεποίθηση. Δίνοντας στο σώμα σας την συγκεκριμένη στάση δείχνετε πιο αδύνατοι, αναδεικνύετε το στήθος, κάνετε πιο επίπεδη την κοιλιά και δείχνετε ακόμα και τους ώμους πιο όμορφους. Οι ειδικοί υποστηρίζουν πως ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζουμε τον κόσμο αντανακλάται στη στάση του σώματος που υιοθετούμε.

Όλοι γνωρίζουμε πως όταν πονούμε σε ένα συγκεκριμένο σημείο, χάνουμε την ευκινησία μας, κυρτώνουμε, χάνουμε την ισορροπία μας. Αυτό γιατί το σώμα μας καταγράφει όλες τις εμπειρίες μας και γίνεται αδιάψευστος μάρτυράς τους. Το ίδιο, όμως, συμβαίνει και όταν μας πλημμυρίζουν αρνητικά συναισθήματα ή μας καταβάλλει το στρες, γιατί και σ' αυτήν την περίπτωση συσπώνται οι μύες και αλλάζει στάση στο σώμα μας. Παίρνουμε έτσι σιγά σιγά μια εμβρυακή στάση που υποδηλώνει ανασφάλεια ή/και αίσθηση απειλής.

Καθοριστικό ρόλο παίζει και ο χαρακτήρας μας, που μπορεί να επηρεάζει αρνητικά τη στάση του σώματός μας. Για παράδειγμα, οι άνθρωποι που δεν αντέχουν την πίεση, έχουν την τάση να κυρτώνουν τους ώμους τους, σαν να μεταφέρουν πραγματικά και όχι μεταφορικά το βάρος των ευθυνών. Εκείνοι πάλι που είναι ντροπαλοί και θέλουν να περνούν απαρατήρητοι, έχουν την τάση να κυρτώνουν την πλάτη και να κρύβουν το στήθος. Γενικά το καμπούριασμα σημαίνει κούραση, απογοήτευση (ακόμα πιο έντονα αυτά τα συναισθήματα όταν το καμπούριασμα γίνεται κατά το βάδισμα και συνοδεύεται από σούρσιμο των ποδιών). Με τη στάση αυτή, όμως, οι άνθρωποι αυτοί δείχνουν πιο κοντοί και παχουλοί. Όταν βρισκόμαστε σε κατάθλιψη χαμηλώνουμε το στήθος και

αναπνέουμε άσχημα, με αποτέλεσμα να χειροτερεύουμε την ψυχολογική μας κατάσταση. Όσοι νιώθουν ανασφάλεια, κινούνται με χαμηλωμένους τους ώμους και το κεφάλι. Οι γυναίκες που νιώθουν ανασφαλείς όσον αφορά στον αισθησιασμό τους, κάνουν το παν για να «εξαφανίζουν» τα πιο προκλητικά σημεία του γυναικείου σώματος. Κουλουριάζονται κρύβοντας το στήθος, σταυρώνουν τα χέρια για να το καλύψουν, μαζεύουν τα πόδια τους. (Τριφύλλη, 2010)

Έχει αποδειχθεί ότι η έλλειψη αρμονίας στον τρόπο που «στήνουμε» το σώμα μας οφείλεται στην προσπάθειά μας να προστατευθούμε από εξωτερικούς παράγοντες. Έτσι, όταν για παράδειγμα, αισθανόμαστε μια φυσική ενόχληση, προετοιμάζουμε το σώμα μας για τα χειρότερα ή προσπαθούμε να το ανακουφίσουμε με κάποια στάση ή μαζεύομαστε για να αποφύγουμε το επόμενο χτύπημα. Το ίδιο συμβαίνει και στον συναισθηματικό τομέα.

Αν, λοιπόν, θέλουμε ένα σώμα που να μαρτυρά την ψυχική μας ευεξία και την καλή ψυχολογική μας κατάσταση, δεν έχουμε παρά να δούμε τον κόσμο με άλλο μάτι αλλά και το αντίθετο δηλαδή, αν θέλουμε να αλλάξουμε την κακή ψυχολογική κατάστασή μας, δεν έχουμε παρά να αλλάξουμε τη στάση του σώματός μας. Το περήφανο περπάτημα (στητό, καμαρωτό) φανερώνει αυτοπεποίθηση, αίσθηση υπεροχής. Όταν αφήνουμε ακάλυπτο το στήθος και την κοιλιά δηλώνουμε άνεση και ελευθερία, ότι δεν έχουμε κάτι να κρύψουμε, ότι είμαστε ανοικτοί σε προτάσεις και ειλικρινείς σε όσα λέμε. (Pease, 2006)

Οι ειδικοί λένε όμως πως το να αλλάξουμε την γενική σωματική μας στάση δεν γίνεται αναγκαστικά και έχει αποδειχθεί πως αν πιέσουμε το σώμα μας ακόμη και στη σωστή στάση, θα καταλήξουμε να νιώθουμε πόνους από την προσπάθεια και γρήγορα θα επιστρέψουμε στην προηγούμενη κατάσταση ή πιθανών και σε χειρότερη. Οπότε θα πρέπει με μικρά σταδιακά βήματα να μαθαίνετε το σώμα σας να παίρνει τη σωστή στάση και θα ανακαλύπτετε πως πολλά από τα φυσικά σας ελαττώματα απλά δεν υπήρχαν ποτέ. Συνήθως δημιουργούνται από κάθε ξεχωριστό άτομο με τη κακή φυσική και ψυχολογική κατάσταση, προκαλώντας έτσι τη γέννηση ενός φαύλου κύκλου. (Ekman, 2004)

Αξιοπρόσεκτο είναι το γεγονός, ότι όσο πιο μακριά από τον εγκέφαλο είναι ένα σημείο του σώματος, τόσο λιγότερο αντιλαμβανόμαστε τι κάνει. Για παράδειγμα, οι περισσότεροι γνωρίζουμε ποιες εκφράσεις παίρνει το πρόσωπό μας και μπορούμε να εξασκηθούμε ώστε να «δείχνουμε αποφασιστικότητα» να «ρίχνουμε μια ματιά αποδοκιμασίας», «να επιμένουμε χαμογελώντας» ή να

«δείχνουμε ευτυχημένοι». Όσο εύκολο είναι για εμάς να νιώθουμε τις εκφράσεις που κάνει το πρόσωπο μας, τόσο εύκολο είναι να τις αντιληφθούμε και στα πρόσωπα των άλλων. Μετά το πρόσωπό μας, αντιλαμβανόμαστε καλύτερα τα χέρια μας, ύστερα το στήθος και το στομάχι μας, ακόμα λιγότερο τα πόδια μας, ενώ σχεδόν αγνοούμε τι κάνουν τα πέλματά μας. Όλα αυτά σημαίνουν ότι τα πόδια και τα άκρα τους αποτελούν μια σημαντική πηγή πληροφοριών σχετικά με τη διάθεση κάποιου, επειδή οι περισσότεροι δεν αντιλαμβάνονται τι τα κάνουν και ποτέ δεν θα σκέφτονταν να προσποιηθούν κάποιες κινήσεις τους, όπως κάνουν με τις εκφράσεις του προσώπου τους. Ένα άτομο μπορεί να δείχνει συγκροτημένο και ψύχραιμο, ενώ την ίδια ώρα το άκρο του ποδιού του να χτυπά νευρικά το πάτωμα ή να ρίχνει μικρές κοφτές κλοτσιές στον αέρα, αποκαλύπτοντας τον εκνευρισμό του επειδή δεν μπορεί να ξεφύγει. Αυτό είναι και το λεγόμενο «φαινόμενο της πάπιας». Ήρεμη στην επιφάνεια αλλά κάτω από το νερό τα πόδια της κινούνται σαν τρελά. Ένα άλλο παράδειγμα είναι πως τα πόδια ανοιχτά και όχι σταυρωμένα αποκαλύπτουν μια δεκτική ή αυταρχική στάση, ενώ τα κλειστά και σταυρωμένα αποκαλύπτουν επιφυλακτικότητα ή αβεβαιότητα. (Pease, 2006)

Ένα ανθρώπινο χέρι διαθέτει 27 μικρά οστά, συμπεριλαμβανομένων 8 οστών σε σχήμα βότσαλου στον καρπό, όλα συνδεδεμένα με ένα δίκτυο συνδέσμων και δεκάδες μικροσκοπικούς μύες που κινούν τις αρθρώσεις. Οι επιστήμονες έχουν παρατηρήσει ότι ο εγκέφαλος συνδέεται με τα χέρια με περισσότερες νευρικές συνδέσεις από οποιοδήποτε άλλο μέρος του σώματος και έτσι οι κινήσεις που κάνουμε με αυτά δίνουν ισχυρές ενδείξεις για τη συναισθηματική μας κατάσταση. Επειδή συνήθως κρατάμε τα χέρια μπροστά στο σώμα μας, τα σήματα αυτά είναι εύκολα ορατά και οι περισσότεροι έχουμε συγκεκριμένες θέσεις για τα χέρια μας που χρησιμοποιούμε συνεχώς. Τα σφιγμένα χέρια δείχνουν μια συγκρατημένη, αγχώδη ή αρνητική στάση. Είναι επίσης η αγαπημένη χειρονομία της βασίλισσας Ελισάβετ, όταν κάνει δημόσιες επισκέψεις και εμφανίσεις και συνήθως είναι τοποθετημένα πάνω στα γόνατά της. Έχουν γίνει μάλιστα έρευνες από ειδικούς επί των διαπραγματεύσεων (Νίρενμπεργκ και Καλερό), οι οποίες αποδεικνύουν ότι τα σφιγμένα χέρια κατά τη διάρκεια μιας διαπραγμάτευσης μαρτυρούν ότι το άτομο προσπαθεί να συγκρατήσει μια αρνητική ή αγχώδη κατάσταση. (Pease, 2006) Αντίθετα, το τέντωμα των χεριών προς τα εμπρός με τις παλάμες προς τα κάτω δηλώνουν βεβαιότητα για τις

απαντήσεις που θα δώσεις ως ομιλητής στο ακροατήριο ή στον συνομιλητή σου, ενώ τα χέρια με τις παλάμες επάνω δηλώνει ειλικρίνεια. Συγκεκριμένα, οι ειλικρινείς θα κρατήσουν τη μία ή και τις δύο παλάμες ανοιχτές προς το μέρος του άλλου ενώ όταν ένα παιδί λείει ψέματα, προσπαθεί να κρύψει τις παλάμες του πίσω από την πλάτη του. Το ίδιο και ένας άντρας που προσπαθεί να τα «μπαλώσει» στη γυναίκα του, θα βάλει δηλαδή τα χέρια του στις τσέπες του ή θα σταυρώσει τις παλάμες του. Γι αυτό και οι πωλητές έχουν εκπαιδευτεί να κοιτούν τους πελάτες στις παλάμες τους για να καταλάβουν αν πρόκειται μεταφορικά και κυριολεκτικά να βάλουν το χέρι στην τσέπη.



Ένα βασικό παράδειγμα στάσης του σώματος είναι όταν μιλάμε στο κινητό μας τηλέφωνο. Συγκεκριμένα, η Sadie Plant, πραγματοποίησε κοινωνιολογική έρευνα για λογαριασμό της Motorola το 2009, με θέμα «The effects of mobile telephones on social and individual life» («ο αντίκτυπος που έχει η χρήση των κινητών τηλεφώνων στην κοινωνικότητα και την προσωπικότητα των ανθρώπων»).

Βάση της μελέτης ήταν η γλώσσα του σώματός και το κύριο συμπέρασμα ήταν πως όσοι τηλεφωνούν σε δημόσιους χώρους υιοθετούν δύο βασικές στάσεις σώματος, οι οποίες αποκαλύπτουν στοιχεία του χαρακτήρα τους: τη στάση «Speakeasy» (ξένοιαστη) και τη «Spacemaker» (αυτός που δημιουργεί τον προσωπικό του χώρο).

Στην πρώτη το άτομο ρίχνει τα χέρια πίσω από το σώμα του και ανασηκώνει τον λαιμό του. Υποδηλώνει ότι κανένα ερέθισμα από τον εξωτερικό κόσμο δεν μπορεί να αποσπάσει την προσοχή του και φανερώνει εξωστρεφή χαρακτήρα.

Στη δεύτερη συνήθως, το κεφάλι γέρνει προς τα κάτω και πλησιάζει στο κινητό και κάποιες φορές και το σώμα ακολουθεί την κλίση του κεφαλιού. Ο στόχος είναι να εμποδίσει οποιοδήποτε εξωτερικό ερέθισμα και φανερώνει εσωστρεφή χαρακτήρα.

Υπάρχουν και πολλές άλλες συγκεκριμένες στάσεις του σώματος, που τις παρατηρούμε συχνά στους ανθρώπους γύρω μας και δεν μπορούμε να καταλάβουμε να μηνύματα που κρύβονται πίσω από τις στάσεις αυτές, διότι δεν

θεωρούμε πως υπάρχουν κρυμμένα μηνύματα στην στάση κάποιου. Τέτοιες στάσεις και η σημασία τους αναφέρονται παρακάτω:

Αρχίζουμε λοιπόν με την κλασική σε όλους μας στάση με τα χέρια σταυρωμένα στο ύψος του στήθους. Το σταύρωμα των χεριών σημαίνει φραγμός, άμυνα, ανάγκη αυτοπροστασίας, αντεπίθεση, αδιαφορία, αβεβαιότητα, νευρικότητα, φραγή στα λεγόμενα του συνομιλητή, συνήθεια και μαζί με χαμήλωμα του κεφαλιού υποδηλώνει



κατηγορηματικότητα. Δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε το προφανές, ότι δηλαδή κάποιος μπορεί να κρυώνει και για αυτό να προσπαθεί να καλύψει όσο περισσότερο μπορεί το σώμα του ή η καρέκλα στην οποία κάθεται δεν έχει



χερούλια και δεν έχει που αλλού να ακουμπήσει τα χέρια του ή απλά είναι μια θέση που θεωρεί βολική. Με τα χέρια όμως σταυρωμένα στο ύψος του στήθους κλείνουμε ουσιαστικά κάθε δίαυλο επικοινωνίας με τον συνομιλητή μας και φράζουμε ή προστατεύουμε την καρδιά μας από έμμεσα χτυπήματα. Μπορεί επίσης να παρομοιαστεί με την αρχική στάση που παίρνουν οι αθλητές πολεμικών τεχνών, η θέση ετοιμότητας όπου τοποθετούνται τα χέρια μπροστά από το στήθος για να αποφύγουν κάποια επίθεση και να προστατέψουν την καρδιά τους από

άμεσα χτυπήματα. Αν συνδυαστεί με σταυρωμένα πόδια τότε καλύτερα αλλάξτε θέμα συζήτησης.

Κάποιος μπορεί να είναι καθιστός με τα δύο χέρια πίσω από το κεφάλι που συναντάται ως τυπική κίνηση διευθυντών και λογιστών. Δείχνει ότι έχει τον έλεγχο της κατάστασης. Την χρησιμοποιούν και οι δικηγόροι σε συναδελφικές παρέες για να δείξουν ότι είναι οι πιο έξυπνοι της παρέας. Ένας καλός τρόπος να αλλάξετε τις ισορροπίες σε μια συζήτηση είναι να κάνετε κάποιες ερωτήσεις. Θα αναγκαστεί να αλλάξει στάση και να έρθει προς το μέρος σας. Γενικά ανοιχτοί αγκώνες με τα χέρια πλεγμένα πίσω απ' το κεφάλι σημαίνει χαλάρωση, ανωτερότητα, νίκη, δικαίωση, απελευθέρωση (συνήθως μετά από κάποια χρονοβόρα συζήτηση που τελικά έφτασε σε τελικό δεκτό αποτέλεσμα). Pease (2006)





Having negative thoughts

Είναι ο συνομιλητής μας καθιστός με το ένα χέρι στη μέση και το άλλο στο πρόσωπο, με το δείκτη να ακουμπάει στο μάγουλο, το άλλο δάχτυλο να σκεπάζει το στόμα και τον αντίχειρα να στηρίζει το πιγούνι, στάση που συναντούμε πολύ συχνά. Πρόκειται για μια στάση άκρως επικριτική, γεγονός που φαίνεται από τις στάσεις των χεριών και το πιγούνι που γέρνει προς τα κάτω και δηλώνει εχθρότητα. Το μήνυμα είναι απλό: «Δεν μου αρέσει αυτό που λες και δεν πρόκειται να συμφωνήσω ποτέ μαζί σου».

Ένα ζευγάρι πλησιάζοντας ο ένας τον άλλο με ανασηκωμένα τα χέρια (σαν να κρατάνε κάτι), είναι μια απόσταση μισού μέτρου που διατηρούμε οι περισσότεροι, ακόμα και χωρίς να το καταλάβουμε. Όταν ο ένας πλησιάζει προς τον άλλο, δείχνει μια τάση κατάκτησης. Αν πρόκειται για ένα άντρα ή μια γυναίκα και υπάρχουν και άλλες προϋποθέσεις, τότε σημαίνει σαφώς μια ερωτική δήλωση. Αν γείρετε προς τα πίσω και σηκώσετε ψηλά τα χέρια σας στην περιοχή του στέρνου, δίνετε το μήνυμα ότι ο άλλος έχει εισχωρήσει στο ζωτικό σας χώρο και καλά θα κάνει να απομακρυνθεί.

Όρθιος με τα χέρια στη μέση, στάση γνωστή και ως «στάση μποξέρ» των αθλητών πριν ανέβουν στο ρινγκ. Επιθετική, δηλώνει άνθρωπο έτοιμο για όλα. Οι ειδικοί την ονομάζουν «στάση επίτευξης». Ο άλλος έχει ένα στόχο και τίποτα δεν θα τον εμποδίσει. Συχνή στους άντρες ιδιαίτερα παρουσία γυναικών, όταν θέλουν να περάσουν μήνυμα ελέγχου. Λαμβάνοντας υπ' όψιν μας και τα υπόλοιπα στοιχεία της γλώσσας του σώματος η στάση αυτή μπορεί να

εκφράσει κάτι αρνητικό (όπως νεύρα ή έτοιμη να «μαλώσει» κάποιον όπως στην περίπτωση της γυναίκας στην εικόνα αριστερά) ή κάτι ουδέτερο (όπως στην περίπτωση του άνδρα της εικόνας δεξιά του οποίου η στάση είναι πολύ χαλαρή). Στην γυναίκα συνήθως συνοδεύεται με νευρική



© www.123rf.com



κίνηση του ποδιού για να δοθεί περισσότερη ένταση. Το στήσιμο των χεριών στους γοφούς μπορεί επίσης να σημαίνει θρίαμβο, κατηγορηματικότητα ή εκνευρισμό (όταν οι παλάμες είναι σε γροθιές). (Καραγιάννης, 2010)

Όρθιος με τα χέρια να κρατούν τη ζώνη ή τις κορυφές των τσεπών, γνωστή ως “Στάση καουμπόι” που δείχνει έτοιμος για επίθεση. Συχνά περνάει ερωτικό μήνυμα (κολλάει «γάντι» με την εικόνα του καβαλάρη με το θεληματικό πιγούνι). Τα χέρια δείχνουν την περιοχή των γεννητικών οργάνων, αφήνοντας υπονοούμενα που δεν μένουν απαρατήρητα από τις γυναίκες. Δύο άντρες αντιμέτωποι με την ίδια στάση σημαίνει ότι ετοιμάζονται να διεκδικήσουν το θήραμα τους.



Όρθιος με τα χέρια πίσω από την πλάτη. Πρόκειται για κίνηση που



δείχνει αυτοπεποίθηση και δύναμη (γι' αυτό τη χρησιμοποιούν οι διευθυντές διασχίζοντας τα γραφεία ή οι καθηγητές στο διάλειμμα). Αντίθετα, όταν το ένα χέρι συγκρατεί το άλλο από τον αγκώνα, ο άλλος είναι εκνευρισμένος μαζί σας και προσπαθεί να ελέγξει τα νεύρα του για να μη σας χτυπήσει.

Καθιστός με σταυρωμένα τα πόδια που όπως και στην περίπτωση των σταυρωμένων χεριών, πρόκειται για στάση που δείχνει νευρική. Έχει όμως την ιδιαίτερη εξήγηση της. Για παράδειγμα, υπάρχει η ευρωπαϊκή στάση σταυρώματος των ποδιών όπου το δεξί πόδι αγκαλιάζει το αριστερό (Εικόνα 1)



© www.123rf.com

Εικόνα 1



Εικόνα 2



Εικόνα 3

Εικόνα 4

και δείχνει άμυνα, τα σταυρωμένα πόδια σε σχήμα του αριθμού «τέσσερα» (Εικόνα 2) δηλώνουν ετοιμότητα για μάχη, το σφίξιμο του ενός ποδιού που σταυρώνεται με το άλλο (Εικόνα 3) δείχνει πείσμα και το σταύρωμα των ποδιών σε όρθια στάση που συνήθως συνδυάζεται με το σταύρωμα των χεριών, σημαίνει ότι δεν νιώθετε σιγουριά και περιμένετε να δείτε την εξέλιξη των πραγμάτων. Ακόμη και τα σταυρωμένα πόδια μπορούν να έχουν πολλαπλές εξηγήσεις. Το σταύρωμα των ποδιών στις γυναίκες είναι πολύ συνηθισμένη στάση και ένα βασικός λόγος της στάσης αυτής για τις γυναίκες που φοράνε φούστα είναι και ο προφανής, δηλαδή να μην αφήνουν να φανούν το εσώρουχό τους. Σπάνια θα δείτε γυναίκα να κάθεται όπως η κυρία στην Εικόνα 4 αλλά και πάλι δεν φαίνεται να κάθεται αναπαυτικά. Τα σταυρωμένα πόδια είναι μια στάση βολική, συνήθης και αν συνδυαστεί με κάποια άλλα στοιχεία της γλώσσας του σώματος, εκτός από τα παραπάνω, μπορεί να εκφράζει από ερωτισμό ως και ψυχολογική και σωματική απομάκρυνση.

2.2 Κίνηση του σώματος

Αν νομίζετε ότι «εν αρχή ην ο λόγος», κάνετε μεγάλο λάθος. Η γλώσσα του σώματος είναι πιο αποκαλυπτική και πιο αληθινή. Αρκεί να ξέρετε τη «γραμματική» και το «συντακτικό» της. Ο Δαρβίνος τα είπε όλα πριν από 114 χρόνια, όταν κυκλοφόρησε το έργο του «Η έκφραση των συναισθημάτων στον άνθρωπο και τα ζώα» και άλλαξε τον τρόπο που βλέπουμε τα πράγματα. Από τότε οι ειδικοί έχουν καταγράψει πάνω από ένα εκατομμύριο μη-λεκτικά σήματα. Κατά μέσο όρο μιλάμε με τις λέξεις σχετικά λίγα λεπτά ή ώρες την ημέρα, ενώ για τα υπόλοιπα περνάμε το μήνυμα με το σώμα μας. Η γλώσσα του σώματος σήμερα αποτελεί από μόνη της μια ολόκληρη επιστήμη και ακριβώς επειδή πρόκειται για ασυνείδητη διαδικασία είναι άκρως αποκαλυπτική.

Η κίνηση είναι αυτομάτως ο πιο βασικός και ο πιο άμεσος τρόπος επικοινωνίας μας. Από την αρχή της εμφάνισης του ανθρώπινου είδους το πέρασμα του ατόμου από τη ζωή έχει ισχυροποιηθεί και διευκολυνθεί από τελετουργικούς χορούς. Κάθε πλευρά της ζωής είχε τον δικό της χορό. Η συμμετοχή σε τέτοιους χορούς έδινε μια δυνατή αίσθηση ταυτότητας, ενίσχυε την αίσθηση την κοινότητας και έδινε την απαραίτητη δύναμη για ανταπόκριση σε δύσκολες καταστάσεις.

Οι προσωπικές μας κινήσεις εκφράζουν την στάση μας και την αντίληψή μας για το περιβάλλον, τους άλλους και τον εαυτό μας. Τα συναισθήματά μας, οι αποφάσεις μας και το νοητικό μας στίλ μπορούν να γίνουν κατανοητά από όσους είναι εκπαιδευμένοι στη παρατήρηση της κίνησης.

«Η ψυχοθεραπευτική τεχνική της χορογραφίας χρησιμοποιεί τη κίνηση σαν μια διαδικασία προώθησης της συναισθηματικής, νοητικής και φυσικής ολοκλήρωσης του ατόμου.» Ο Δημήτριος Ζάχος (2008), σύμφωνα με την επιστημονική του ιδιότητα, πιστεύει και μεταδίδει την πεποίθηση πως η κίνηση του σώματος είναι μια από τις μεγαλύτερες δυνάμεις που κρύβει ο άνθρωπος και πως αν απελευθερωθεί, όλα τα συναισθήματα που κρύβονται βαθιά στην ψυχή θα βγουν στην επιφάνεια και θα εμφανίζονται στο σώμα με αποτέλεσμα να εξαγνιστεί το πνεύμα. Η θεωρητική βάση της χοροθεραπείας αντλείται από τον χορό, την ψυχολογία, την νευροψυχολογία, την ψυχιατρική, την δυναμική των ομάδων και την ανάλυση της κίνησης π.χ. Laban Movement Analysis, Kestenberg Movement

Profile κτλ.

Μιλώντας για την γλώσσα του σώματος και της σπουδαιότητα της κίνησης του σώματος στη ζωή μας, αντιλαμβανόμαστε πόση δύναμη μπορεί να κρύβει ο χορός, που είναι γεμάτος συναισθήματα τα οποία βγαίνουν στην επιφάνεια με κινήσεις και κανένα απολύτως στοιχείο της λεκτικής επικοινωνίας.

Η κίνηση του σώματος συμπεριλαμβάνει όλες τις ορατές κινήσεις του σώματος (χειρονομίες, μορφασμοί, στάση του σώματος, βλέμμα κ.λπ.). Ως κίνηση χαρακτηρίζεται και η σωματική επαφή. Το άγγιγμα επιτρέπεται σε ορισμένες κουλτούρες, ενώ συνιστά ταμπού για κάποιες άλλες και προκαλεί άγχος. Οι χαιρετισμοί (χειραψίες, ασπασμοί), για παράδειγμα, υπόκεινται σε κανόνες που ερμηνεύονται ανάλογα με την εκάστοτε κουλτούρα (π.χ. ασπασμοί στο στόμα των Ρώσων, μια φορά στο μάγουλο οι Άγγλοι, δυο οι Έλληνες και τρεις οι Πολωνοί).

Υπάρχουν και τα λεγόμενα "εμβλήματα" ή "νεύματα" τα οποία είναι χειρονομίες που έχουν ιδιαίτερο νόημα σε κάποιες κοινωνίες. Οι κινήσεις αυτές μπορεί να έχουν διαφορετικό νόημα ανάλογα με την χώρα ή την κουλτούρα της. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η κίνηση που υποδηλώνει το "OK" στις Ηνωμένες Πολιτείες ενώ έχει ένα αισχρό νόημα σε κάποιες Μεσογειακές χώρες. Αν κάνετε το σχήμα του Ο με τα δάχτυλα σας στην Ιαπωνία, σημαίνει ότι θέλετε χρήματα, ενώ σε ορισμένες χώρες της Μεσογείου χρησιμοποιείται για να δηλώσει τις ομοφυλοφιλικές σχέσεις ενός ανθρώπου. Το σήμα της νίκης είναι ένα ακόμη παράδειγμα "εμβλήματος" και εγκαινιάστηκε από τον Ουίνστον Τσόρτσιλ το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο για να δηλώσει τη νίκη των αγγλικών στρατευμάτων. Ο Τσόρτσιλ όμως το έκανε με την παλάμη προς τα έξω γιατί με την παλάμη προς τον ομιλητή θεωρείται άκρως προσβλητική χειρονομία. Το σήμα του σηκωμένου αντίχειρα θεωρητικά δηλώνει ότι «όλα πάνε καλά» ενώ χρησιμοποιείται και για το οτοστόπ. Οι Ιταλοί όμως έχουν τη δική τους εξήγηση: αν σηκώσετε με δύναμη τον αντίχειρα προς τα πάνω, σημαίνει ότι σκέφτεστε κάτι ιδιαίτερα πονηρό, οπότε άδικα περιμένετε στην άκρη του δρόμου κάποιον καλό άνθρωπο να σας πάρει με το αυτοκίνητο του. Αξιοσημείωτο είναι πάντως το γεγονός ότι χάρη στην ευρεία εξάπλωση των αμερικανικών τηλεοπτικών σειρών και ταινιών, οι νεότερες γενιές όλων των χωρών αναπτύσσουν μια γενική μορφή της γλώσσας του σώματος των Η.Π.Α.. Για παράδειγμα, οι εξηντάρηδες Αυστραλοί θα θεωρήσουν τη βρετανική χειρονομία με τα δύο δάχτυλα σηκωμένα ως προσβολή, ενώ ένας Αυστραλός έφηβος το πιθανότερο είναι να την ερμηνεύσει ως τον αριθμό δύο, ενώ θα

θεωρήσει ως κύρια προσβλητική χειρονομία, εκείνη με το μεσαίο δάχτυλο σηκωμένο.

Δεν είναι γενικώς γνωστό ή ευρέως διαδεδομένο αλλά υπάρχει και η χειραψία των αντρών. Η χειραψία είναι το πρώτο στοιχείο των προθέσεων του άλλου, αφού περιλαμβάνει στοιχεία ελέγχου και επιβολής. Αν συναντήσετε για πρώτη φορά κάποιον, προσπαθήστε να του δώσετε το χέρι σας με την παλάμη προς τα κάτω. Έτσι περνάτε το μήνυμα ότι έχετε το πάνω χέρι και άρα καθορίζετε τις καταστάσεις. Η χειραψία αντρών γίνεται με τις δύο παλάμες σε κατακόρυφη θέση. Μοιάζει σαν μέγγενη και πολλές φορές έχει προηγηθεί ένας στιγμιαίος αγώνας δρόμου μέχρι τα χέρια να πάρουν τη θέση τους (αφού έχουν την τάση να δίνουν την παλάμη τους προς τα κάτω για να πάρουν την εξουσία). Ένα κόλπο για να ξεπεράσετε το πρόβλημα είναι να μπειτε στο χώρο με το αριστερό πόδι. Έτσι θα δώσετε το δεξί χέρι με αποτέλεσμα να πάρετε τον έλεγχο.



Υπάρχει βέβαια και η αμφιλεγόμενη «μασονική χειραψία». Είναι κυρίως η χειραψία στην οποία ο ένας αγγίζει με τον αντίχειρά του την πρώτη άρθρωση δακτύλου του άλλου. Η χειραψία αυτή μπορεί να πάρει και άλλες μορφές ανάλογα, λέγεται με τον βαθμό «εξουσίας» που θεωρεί ότι κατέχει αυτός που την κάνει. Μπορεί να αγγίζει το πρώτο χώρισμα ανάμεσα στα δάχτυλά του άλλου και τα υπόλοιπα δάχτυλα να είναι ανάλογα, ή ορθάνοικτα και τεντωμένα, ή κλειστά και μαζεμένα για μην αγγίξει ο άλλος το εσωτερικό της παλάμης αυτό που κατέχει την εξουσία. Αν το προσπαθήσετε και μόνοι σας θα διαπιστώσετε πως δεν είναι καθόλου εύκολο να σας βγει αυτή η χειραψία. Κάποιοι δηλώνουν πως είναι μια από τις



τέσσερις μυστικές χειραψίες που έχουν οι Μορμόνοι και χρησιμοποιούνται για να εξασφαλιστεί η πρόσβαση στον Παράδεισο των Μορμόνων. Άλλη χειραψία των Μορμόνων θεωρείται αυτή στην οποία τα μικρά δάκτυλα συμπλέκονται και η κορυφή του δείκτη βρίσκεται στο μέσω του καρπού. Αυτή η χειραψία θεωρείται πως δεσμεύει ζευγάρια Μορμόνων για την αιωνιότητα. Μπορεί βέβαια όλα αυτά να βγήκαν από ανθρώπους που

βλέπουν συνομωσίες πίσω από τα πάντα αλλά πάλι, δεν είναι καθόλου εύκολο να σου βγει αυτή η χειραψία κατά λάθος.

Αυτά ήταν μόνο μερικά παραδείγματα από τις κινήσεις που μπορούμε να κάνουμε με το σώμα μας ασυνείδητα και όμως να κρύβεται κάτι πολύ βαθύ από πίσω. Δεν γνωρίζαμε όμως για την απόλυτη ερμηνεία τους μέχρι που κάποιοι επιστήμονες αποφάσισαν να ασχοληθούν με το παρόν θέμα. Η πρωτοποριακή δουλειά του Rudolph Laban στη Γερμανία πριν τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο πρόσφερε μια γλώσσα η οποία έδωσε τη δυνατότητα μιας αντικειμενικής συζήτησης της ανάλυσης της ανθρώπινης κίνησης. Η συνεισφορά του ήταν σημαντική στους τομείς της παρατήρησης της κίνησης, της καταγραφής, και της εφαρμογής τους σε όλες τις μορφές της ανθρώπινης προσπάθειας.

Στο χώρο της κινησιολογίας εργάστηκε και ο Αμερικανός ψυχίατρος Άλμπερτ Σέφλεν, ο οποίος μέσα από τις έρευνές του βρήκε ότι στο φλερτ ακολουθείται μια σειρά από προβλεπόμενες και αλληπάλληλες κινήσεις. Παρατήρησε, επίσης, ότι οι άνθρωποι παίρνουν συγκεκριμένες θέσεις στο χώρο και προς τους γύρω τους, όταν θέλουν να αποκλείσουν κάποιον από μια ομάδα ή να τον συμπεριλάβουν σ' αυτήν, και ότι η στάση και οι χειρονομίες τους αλλάζουν έτσι ώστε να αντιγράφουν, να «καθρεφτίζουν» (mirroring) αυτές των συνομιλητών που αποδέχονται (περαιτέρω αναφορά στην ενότητα Ε. ΣΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΖΩΗ).

Στις κινήσεις του σώματος, υπάρχει συνεχής αλληλεπίδραση μεταξύ σώματος και πνεύματος και όταν συμβεί μια σημαντική αλλαγή στο κινητικό επίπεδο μπορεί να επηρεάσει το νοητικό ή το συναισθηματικό και αντίστροφα. Όταν τρομάζουμε για παράδειγμα ανοίγουμε έντονα τα μάτια και το στόμα μας, κάνουμε ένα βήμα προς τα πίσω και σηκώνουμε τα χέρια. Αυτές τις κινήσεις αν τις δούμε σε κάποιον δεν χρειάζεται να ειπωθεί με λέξεις πως το συναίσθημα που ένιωσε ήταν τρόμος ή έκπληξη.

Η κίνηση μπορεί να αποτελεί ένδειξη ασυνείδητης διαδικασίας. Όταν μας ενδιαφέρει κάποιος στρέφουμε το σώμα μας προς το μέρος του. Ελαφριά κλίση προς το μέρος του συνομιλητή δηλώνει ενδιαφέρον, προσοχή, ερωτική έλξη (μειώνετε η απόσταση και αν κλείνουν οι ώμοι δηλώνουν επιθυμία για αγκαλιά). Όταν νιώθουμε άβολα ή τα λεγόμενα κάποιου δεν μας αρέσουν σταυρώνουμε τα

χέρια μας στο στήθος ή απομακρυνόμαστε από αυτόν με το σώμα μας. Πολλές κινήσεις τις κάνουμε τελείως υποσυνείδητα, τις κάνουν όλοι γύρω μας και τις κάνουμε και εμείς ή ανήκουν στην κουλτούρα και τον πολιτισμό στον οποίο ανήκουμε.

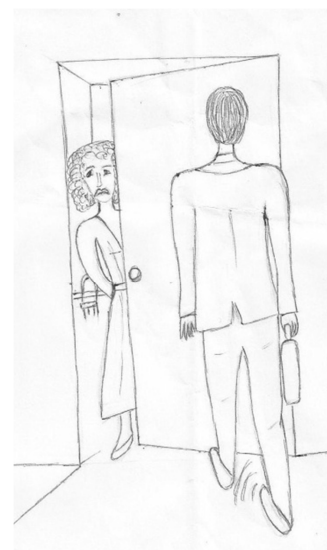
Όπως αναφέραμε και στην αρχή, πολλές φορές δεν έχει πολύ σημασία σε ποιά στάση βρίσκεται κάποιος αλλά η αλλαγή της στάσης του. Για παράδειγμα, αν κάποιος έχει τα χέρια του σταυρωμένα στο στήθος του στην αρχή μιας συζήτησης και μετά από κάποια κουβέντα σας ή κάποια προσφορά (στην περίπτωση του πωλητή) η στάση αυτή μετατραπεί σε ελευθέρωση των χεριών και σκύψιμο του σώματος προς τα εμπρός τότε αυτό είναι πολύ καλό. Σημαίνει ότι κεντρίσατε το ενδιαφέρον του συνομιλητή σας και πλέον έρχεται πιο κοντά σε σας και σας παρακολουθεί με προσοχή. Σε κάποια σοβαρή διαπραγμάτευση που παρακολουθείται ένταση κατά την διάρκειά της, όταν τελικά ένας απ' τους δυο ξαφνικά ανοίξει τα χέρια του και τα περάσει πίσω απ' το κεφάλι του αυτό σημαίνει πως είμαστε πολύ κοντά στο τέλος της διαπραγμάτευσης και ότι ο συγκεκριμένος δέχτηκε τελικά την πρόταση του άλλου. Οι αγκώνες είναι ανοιχτοί και ορατοί από τους υπόλοιπους και αυτό υποδεικνύει πολύ δεκτική συμπεριφορά, συνήθως μετά από πολύωρη συζήτηση. Με άλλα λόγια σημαίνει πως τελικά βρέθηκε η χρυσή τομή.

Αναφέρθηκε στην σελίδα 12 πως «τα πόδια εξελίχθηκαν στον άνθρωπο για να εξυπηρετούν δύο σκοπούς: να τον μετακινούν μπροστά, ώστε να βρίσκει τροφή, και πίσω ώστε να τον απομακρύνουν από τον κίνδυνο.» Αναφέρεται επίσης στην ενότητα «Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΖΩΗ» ο προσωπικός χώρος του καθενός, (σελ 60). Η Ζώνη οικειότητας είναι μια περιοχή, 15-50 εκατοστά, την οποία το άτομο φρουρεί σαν ιδιοκτησία του. Πάνω σε αυτό στηρίζονται κάποιες κινήσεις των πωλητών που θέλουν ή να εισβάλουν ή να αποχωρήσουν από την ζώνη αυτή. Στους πωλητές πόρτα-πόρτα κάποια στιγμή γίνεται ένα βήμα μπροστά, την στιγμή που έχει περάσει από τον πρόλογο (όπου αναφέρει τον σκοπό) στο κυρίως θέμα (όπου αναφέρει ακριβώς το τι πουλάει). Με το βήμα αυτό έρχεται πιο κοντά στο υποψήφιο πελάτη ο οποίος θέλοντας να κρατήσει την ζώνη οικειότητάς του άθικτη θα κάνει και αυτός με την σειρά του ένα βήμα πίσω και συνεπώς θα ανοίξει η

πόρτα ώστε να μπορέσει ο πωλητής να μπει μέσα στο σπίτι. Αυτό δεν γίνεται βέβαια τόσο βεβιασμένα όσο μπορεί να ακούστηκε προηγουμένως. Για να φτάσει στην κίνηση αυτή ο πωλητής πρέπει να έχει δει δεκτικό τον καταναλωτή. Είναι λογικό όμως τις περισσότερες φορές να μην λέει ο πελάτης «Ναι, παρακαλώ περάστε, με ενδιέφερε πάρα πολύ και ευτυχώς που ήρθατε.» Οπότε ο πωλητής όταν καταλαβαίνει πως ο πελάτης είναι «έτοιμος να πέσει» απλά χρειάζεται ένα τελευταίο έναυσμα τότε αυτή η κίνηση τους βγάζει από την δύσκολη θέση και κυλάει πολύ πιο ήρεμα από κάποια προφορική ερώτηση και απάντηση και φαίνεται επίσης λες και έγινε ασυναίσθητα και κυλάει τελείως ομαλά.



Στην λάθος γνωμάτευση τώρα του πωλητή, εκεί δηλαδή που ο καταναλωτής δεν ήταν και τόσο δεκτικός και ο πωλητής πάει να εισβάλει στην ζώνη οικειότητάς του τότε τα αποτελέσματα θα είναι από πολύ έως πάρα πολύ άσχημα. Ο πελάτης μπορεί να φωνάξει ή να βρίσει με φράσεις του τύπου «Που πάτε, σας παρακαλώ, με ποιο δικαίωμα;» ή στην χειρότερη να σπρώξει τον πωλητή για την τολμηρή του κίνηση και να του κλείσει την πόρτα στα μούτρα. (Οι εικόνες δημιουργήθηκαν από την Γεωργία Κονόμη για τον σκοπό της εργασίας.)



Ένας τρόπος για να περάσει ο πωλητής στο επόμενο στάδιο οικειότητας με τον εκάστοτε πελάτη. Στην αρχή ο πωλητής και ο πελάτης είναι πρόσωπο με πρόσωπο και ή λέει ο πωλητής τον λόγο παρουσίας του στον χώρο του καταναλωτή ή ο πελάτης αναφέρει στον πωλητή τι χρειάζεται και για ποιο λόγο θέλει την βοήθειά του. Το αμέσως επόμενο βήμα είναι ο πωλητής να έχει κάποιο έγγραφο στα χέρια του με τα προϊόντα ή τις προσφορές και να στέκεται δίπλα στον πελάτη κοιτώντας μαζί και οι δύο το έγγραφο. Όταν βρίσκονται δίπλα-δίπλα είναι περισσότερο σαν συνεργάτες, είναι πιο προσωπικό και πιο οικείο, άρα και ο πελάτης αντιλαμβάνεται πως ο πωλητής θα κάνει το καλύτερο γι αυτόν,

Με ένα βήμα μπροστά εισβάλουμε στον προσωπικό χώρο του άλλου ενώ με ένα βήμα πίσω αποχωρούμε από αυτόν και μπαίνουμε σε μια πιο γενική ζώνη. Όταν λοιπόν ο πωλητής κάνει μια προσφορά μπορεί να αναφέρει πως είναι μια προσφορά η οποία γίνεται τώρα και ισχύει μόνο για αυτή τη φορά ή την έκανε τώρα ειδικά για αυτόν ή πως ισχύει μόνο για λίγες μέρες ή για λίγους πελάτες. Όταν λοιπόν βλέπει πως ο πελάτης είναι θετικός αλλά δεν ανταποκρίνεται άμεσα τότε η κίνηση που μπορεί να κάνει ο πωλητής είναι ένα βήμα πίσω για να δείξει από την μια πως είναι πλέον επιλογή του πελάτη και μόνο και πως ο πωλητής έκανε ότι καλύτερο μπορούσε και από την άλλη πως δεν ενδιαφέρει τον πωλητή η απόφαση που θα πάρει ο πελάτης, δεν θέλει να ασκήσει επιπλέον πίεση και για τον λόγο αυτό κάνει ο πωλητής ένα βήμα προς τα πίσω χρησιμοποιώντας όμως λεκτικές «προσκλήσεις» οι οποίες θα κάνουν τον πελάτη να τον ξανακαλέσει πίσω. Εκφράσεις όπως «δεν πειράζει, θα μάθετε από τους γείτονες τι κέρδισαν ή πόσα γλίτωσαν», «πείτε μου τώρα όμως γιατί με περιμένουν και οι υπόλοιποι για να προλάβουν την προσφορά», «Ξαναπεράστε αύριο αλλά δεν μπορώ να σας υποσχεθώ ότι θα υπάρχουν ακόμη αποθέματα, θα ισχύει ακόμη η προσφορά, θα προλάβω να σας εξυπηρετήσω γιατί βλέπετε τι κατάσταση επικρατεί.»

Υπάρχει και μια άλλη μορφή απομάκρυνσης, όχι απλά με ένα βήμα πίσω, αλλά αποχωρούμε κανονικά από τον συνομιλητή μας περιμένοντας να μας φέρει αυτός κάτι για να μπορέσουμε να συνεχίσουμε. Κλασικό παράδειγμα είναι στους «πωλητές τηλεφωνίας πόρτα-πόρτα»:

Ζητάει λοιπόν ο πωλητής το απόκομμα για να δει «αν δικαιούνται και αυτοί (οι πιθανοί πελάτες) την μείωση» και ενώ λέει την φράση αυτή ή κάποια παρόμοιας βαρύτητας γυρνάει το σώμα του έτσι ώστε να έχει πλάτη σε αυτόν με τον οποίο μιλούσε και απομακρύνεται κάνοντας ένα βήμα μπροστά και είτε γράφει κάτι στο folder του, είτε πάει να ανοίξει τα φώτα στην οικοδομή, είτε οποιαδήποτε άλλη κίνηση πάντα με γυρισμένη πλάτη στον συνομιλητή του και ενώ απομακρύνεται από αυτόν. Αυτό το κάνει διότι αν δεν πάρει τον λογαριασμό στα χέρια του, δεν έχει τίποτα άλλο να πει, δεν υπάρχει λόγος να κάθεται στην πόρτα και να εξηγεί τι θέλει να κάνει χωρίς πρώτα να δει αν μπορεί να κάνει κάτι. Με το να γυρνάει την πλάτη και να φεύγει μακριά από τον συνομιλητή του, ο πωλητής δείχνει αδιαφορία και αίσθημα βιασύνης. Επίσης εάν έμενε μπροστά στην πόρτα και περίμενε, θα ήθελε ο πελάτης να ρωτήσει τι ακριβώς θέλει να κάνει ο πωλητής και πολλές παρόμοιες

λεπτομέρειες χωρίς λόγο. Μπορεί επίσης να βγάλει μια αρνητική διάθεση μόνο και μόνο επειδή ο πωλητής του χτύπησε την πόρτα και δεν είχε όρεξη. Όταν λοιπόν ο πωλητής απομακρύνεται δεν αφήνει το περιθώριο στον πιθανό πελάτη για να κάνει αυτές τις ερωτήσεις. Υπάρχουν βέβαια και κάποιοι που στέκονται στην πόρτα ή ρωτάνε κατευθείαν «Τι τον θέλετε εσείς τον λογαριασμό μου;» κτλ. Έτσι λοιπόν ζητώντας λογαριασμό του για την μείωση που περνιέται στην γειτονιά του, χρησιμοποιούνται όσο πιο ευγενικές εκφράσεις του τύπου «Φέρτε τον λογαριασμό σας άπλα για να δούμε την γραμμή. Να δούμε αν δικαιούστε και εσείς την μείωση που περνάμε.» Ο πωλητής παραμένει σε κάποια απόσταση και με το σώμα του μισογυρισμένο ίσα ίσα για να απαντήσει, συνεχίζει να απομακρύνεται μόλις δώσει την απάντηση που προανέφερα, πως χρειάζεται δηλαδή τον λογαριασμό και χωρίς αυτόν δεν μπορεί να κάνει και να του πει τίποτα άλλο. (Σιτσάνη, 2010)

2.3. Συνολική παρουσία – Image

Η εμφάνισή μας στην καθημερινή μας ζωή παίζει πολύ σημαντικό ρόλο. Είναι αποδεκτό ότι βγάζουμε μια γενική άποψη για τα άτομα που γνωρίζουμε από τα πρώτα κιόλας λεπτά. Η εξωτερική εμφάνιση κάποιου μας δίνει μια πολύ γενική εικόνα για αυτόν και τις προτιμήσεις του. Η αντιμετώπιση που έχουμε εμείς απέναντί τους είναι διαφορετική σχετικά με αυτό που βλέπουμε και τις αντιδράσεις που αυτό μας προκαλεί. Η κρίση μας για τους άλλους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πόσο ελκυστικά βρίσκουμε τα άτομα με τα οποία επικοινωνούμε. Η ένδυση, η κόμμωση, το μακιγιάζ, το τατουάζ, τα αξεσουάρ κ.λπ. επηρεάζουν την κρίση μας και τον τρόπο επικοινωνίας μας χωρίς να το αντιλαμβανόμαστε. “Παρατηρήστε τα ρούχα, την κόμμωση, το βάψιμο και τα αξεσουάρ. Αυτά συνήθως σας δείχνουν επιφανειακά πράγματα όπως η ηλικία, η υποκοουλτούρα της μόδας με την οποία ταυτίζεται το άτομο, το κοινωνικό τους status, με τι είδος δουλειάς ασχολούνται και τα ενδιαφέροντά τους.” (Quilliam, 2004) Για τους λόγους αυτούς, όταν μιλούμε για την «μη-λεκτική» επικοινωνία δεν γίνεται να μην αναφέρουμε και την γενική εμφάνιση ως βασικό παράγοντα της.

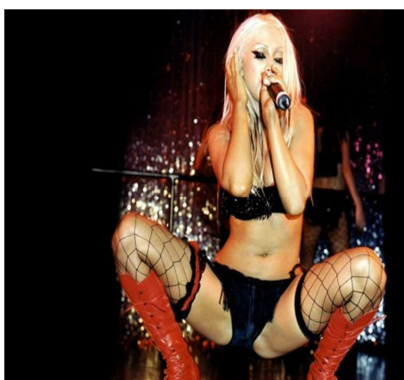
Λέγοντας «εικόνα» πολλές έννοιες δημιουργούνται γύρω απ’ το μυαλό μας. Είναι η εικόνα του σώματος (το όλο στήσιμο του σώματος), η εικόνα που δείχνουμε στους άλλους, η πραγματική μας εικόνα (ποιοί πραγματικά είμαστε), το όλο μας ντύσιμο κ.ά. Η κυριολεκτική έννοια της «εικόνας» είναι μόνο αυτό που βλέπουμε. Η μεταφορική της έννοια όμως είναι και η όλη εικόνα που δημιουργούμε γύρω μας. Είναι η αύρα μας, η αυτοπεποίθηση που έχουμε ή μη, το τι πιστεύει ο κόσμος όταν μας βλέπει κ.τ.λ.

Σε αντίθεση με το σωματικό σχήμα που είναι καταρχήν το ίδιο για όλα τα άτομα (της ίδιας ηλικίας και ιδίου γεωφυσικού περιβάλλοντος), η εικόνα του σώματος είναι προσωπική στον καθένα. Η εικόνα του σώματος είναι κατεξοχήν ασυνείδητη και αποτελεί τη ζωντανή σύνθεση όλων των συναισθηματικών εμπειριών του ατόμου. Η εικόνα του σώματος είναι η αναπαράσταση, αυτό που έχουμε στο μυαλό μας, ο τρόπος με τον οποίο το σώμα μας εμφανίζεται σ’ εμάς τους ίδιους. «Συχνά, το χάσμα ανάμεσα στην εικόνα που έχουν οι άλλοι για μας και στα συναισθήματα που έχουμε για τον εαυτό μας μπορεί να οδηγήσει, όπως συμβαίνει στην ψύχωση, στην άρνηση να προβληθούμε στον καθρέφτη. Το ‘στάδιο του καθρέφτη’ δομείται πάνω σε μια εμπειρία θεμελιακής ταύτισης, στη διάρκεια

της οποίας το υποκείμενο αφομοιώνει την εικόνα του ίδιου του, του σώματος.» αναφέρει ο ψυχαναλυτή J. LACAN (1977).

Μάλιστα, πολλές φορές δε συνειδητοποιούμε ότι δίνουμε στοιχεία για την προσωπικότητά μας και τη συναισθηματική μας κατάσταση με τα παραπάνω, ενώ σε άλλες περιπτώσεις η μη λεκτική επικοινωνία χρησιμοποιείται σκόπιμα για να δηλώσει ιδεολογίες και αξίες, προθέσεις και χαρακτήρες. Άλλωστε, ο τρόπος που ντυνόμαστε, οι χειρονομίες, οι κινήσεις μας και η στάση του σώματός μας αντανακλούν τους ρόλους που αναλαμβάνουμε στις σχέσεις μας και στη ζωή μας γενικότερα, αλλά και τις τάσεις κάθε εποχής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των χίπηδων στην δεκαετία του '60 οι οποίοι με το ντύσιμο και τον τρόπο ζωής τους εξέφραζαν την ιδεολογία τους. Το ντύσιμο των γυναικών σήμερα στις περισσότερες χώρες δείχνει έντονα την απελευθέρωσή τους και το πόσο ο ρόλος τους στην κοινωνία αλλά και στις σχέσεις έχει αλλάξει. (Σαμαράκη, 2008)

Μιλώντας για την συνολική εικόνα ενός ατόμου θα ήταν αμέλεια να μην αναφέρουμε τους image makers. Οι image makers αναλαμβάνουν ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων ή μια εταιρία και προσπαθούν να διαμορφώσουν την προσωπικότητα που δείχνουν προς τα έξω αλλά και το τι πιστεύει ο κόσμος για αυτούς. Οι image makers είναι οι επαγγελματίες που αναλαμβάνουν ανθρώπους και ουσιαστικά τονίζουν τα προτερήματά τους και υποθάλπουν τα μειονεκτήματά τους. Διδάσκουν στους πελάτες τους πώς να περπατούν, πώς να κινούνται, τι να φορούν και γενικά «φτιάχνουν» την εικόνα που δείχνουν οι άλλοι προς τα έξω. Αν κάποιος είναι ευαίσθητος, ή θέλει ο κόσμος να πιστεύει πως είναι, πρέπει να φαίνεται η ευαισθησία του στο βλέμμα. Όταν κάποιος θέλει να



προσποιηθεί το «κακό παιδί», θα πρέπει να φοράει τα κατάλληλα ρούχα, να έχει την άνετη γλώσσα του σώματος αλλά όχι μόνο στις συγκεκριμένες εκδηλώσεις. Οι image makers προσπαθούν να μαντέψουν τι θέλει να δει το κοινό από αυτό το άτομο, ποια συνολική εικόνα θα του ταίριαζε και πώς θα βγάλουν εις πέρας τα στοιχεία του ανθρώπου αυτού ώστε να τον δεχθεί το κοινό. Κλασικά παραδείγματα της δουλειάς των image

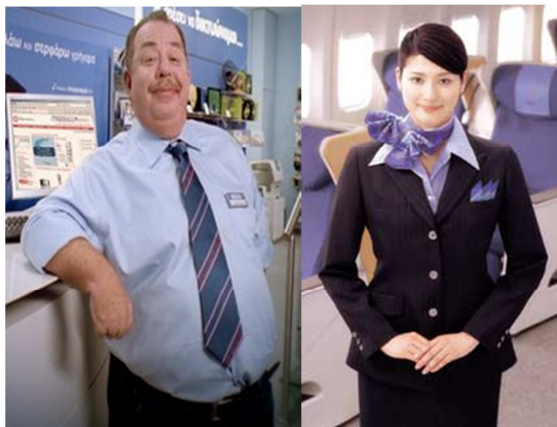
makers είναι από καλλιτέχνες που στην αρχή της καριέρας τους είναι τα αθώα κορίτσια ή αγόρια και στην πορεία ή για να ξαναβγούν στην δημοσιότητα, ή γιατί ή όλη ιστορία του «αθώου» πλέον δεν πουλάει ή γιατί ο κόσμος πλέον καταλαβαίνει πως όλο αυτό είναι φτιαχτό ή τέλος και ο συνηθέστερος λόγος, γιατί έχουν αρχίσει να βγαίνουν πράγματα «στη φόρα» και για να τα καλύψουν, τα βγάζουν οι ίδιοι στην επιφάνεια, πιο γρήγορα και πιο έντονα. Συγκεκριμένα, στις αρχικές δυο φωτογραφίες φαίνεται η Christina Aguilera όπως ξεκίνησε, πολύ γλυκιά και αθώα και πως ξαναβγήκε στο προσκήνιο μετά από καιρό απουσίας. Τεράστια αλλαγή. Παραθέτω επίσης και την γνωστή σε όλους Britney Spears Η οποία στην αρχή της καριέρας της έβγαινε με τα κοτσιδάκια της και την ποδιά της ως μαθήτρια



και τόνιζε πως ήταν ακόμα παρθένα, και πως εξελίχθηκε ως σεξουαλικό είδωλο φορώντας συχνά μόνο τα απαραίτητα, βγάζοντας video clip με στίχους με υπονοούμενα και νερό να κυλάει στο κορμί της. Οι image makers φυσικά την έχουν δασκαλέψει τόσο καλά ώστε ακόμη και το βλέμμα της παίρνει το αγνό ή πρόστυχο ύφος που απαιτείται.

Σε πολλές εταιρίες και επιχειρήσεις υπάρχει ο άγραφος ή μη ενδυματολογικός κώδικας. Απαγορεύεται για παράδειγμα σε πολλούς πωλητές να φοράνε τζίν και αθλητικά παπούτσια. Οι άντρες μπορεί να μην υποχρεούνται να φοράνε ακριβώς παντελόνι από κουστούμι, πουκάμισο, γραβάτα και σακάκι αλλά δυστυχώς στους άνδρες δεν υπάρχουν και πολλές άλλες επιλογές. Όσο για τις γυναίκες, όπου οι επιλογές είναι σαφώς περισσότερες, έχουν για αρχή την επιλογή μεταξύ παντελονιού και φούστας. Μπορούνε να φορέσουν πουκάμισο, πουλόβερ, μπλούζα, ζιβάγκο και φυσικά οι γυναίκες έχουν και την ευχέρεια των accessories οπότε με ένα φουλάρι, ένα γιλέκο, τιράντες, γραβάτα και πολλά άλλα μπορούνε απλά φορώντας μια απλή μπλούζα να της δώσουν ένα πιο εκλεπτυσμένο και επαγγελματικό ύφος. Ενδεικτικά παραδείγματα με επαγγελματικό ντύσιμο απεικονίζονται στις εικόνες που βρίσκονται στο τέλος της ενότητας. Σε κάποιες εταιρίες ο ενδυματολογικός κώδικας είναι συγκεκριμένος. Μπορεί να είναι μπλε

πουκάμισο με σκούρο μπλε παντελόνι, κόκκινο πουκάμισο με μαύρο παντελόνι ή μαύρο πουκάμισο με κόκκινο φουλάρι και μαύρο παντελόνι. Οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν δικά τους πουκάμισα και συνήθως είναι τυπωμένο πάνω το λογότυπο της επιχείρησης ή οι υπάλληλοι φοράνε και τα γνωστά σε όλους καρτελάκια όπου γράφεται το όνομά τους και η θέση τους στην επιχείρηση όπως στις εικόνες.



Ο κώδικας ενδυμασίας είναι πολύ σημαντικός γιατί με τον τρόπο αυτό δείχνουν οι εξωτερικοί πωλητές πως δεν είναι σαν τους φοιτητές που μοιράζουν φυλλάδια ή διαφημιστικά, πως κάνουν μια σοβαρή δουλειά και απαιτούν να τους πάρουνε στα σοβαρά. Υπάρχουν βέβαια και διαφορετικοί κλάδοι, δηλαδή για παράδειγμα κάποιος που πουλάει ιατρικά είδη πρέπει να είναι με το κουστούμι ενώ γι αυτόν που προμηθεύει με υλικά τους υδραυλικούς δεν είναι απαραίτητο. Ακόμα και στον ίδιο κλάδο μπορούν να υπάρξουν διαφορές όπως κάποιος που προμηθεύει με αναψυκτικά, όταν πάει σε κάποιες ταβέρνες έχει το περιθώριο να είναι πιο χαλαρός σε σύγκριση με τα πεντάστερα ξενοδοχεία τα οποία επίσης προμηθεύει. Λογικό και αναμενόμενο βέβαια να υπάρχει και διαφορετικός τρόπος προσέγγισης και ομιλίας σε κάθε περίπτωση, άλλωστε «δεν κάνουν τα ράσα τον παπά.»



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΝΤΥΣΙΜΟ ΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΡΕΣ

3. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

Η επιστήμη που μελετά τη Γλώσσα του Σώματος βρίσκεται ακόμη σε εμβρυϊκό στάδιο. Υπάρχουν 40.000 επικοινωνιακά σήματα, απ' τα οποία 4.000 είναι τα πιο συνηθισμένα. Στη Γλώσσα του Σώματος υπάρχουν 700.000 επικοινωνιακά σήματα, τα 15.000 μόνο στην περιοχή του προσώπου μας. Η πλειονότητα των ανθρώπων είναι σε θέση να ελέγξει όσα λένε. Προφανώς όμως κανείς δεν μπορεί να ελέγξει τα σήματα αυτά. Όταν, λοιπόν, όσα λέτε έρχονται σε αντίθεση με τα σήματα που στέλνει το σώμα σας, το δεύτερο είναι πάντα το αληθινό. (Denny, 2003)

Ο κύριος λόγος που οι περισσότεροι ειδικοί υποστηρίζουν πως η γλώσσα του σώματος είναι πιο ξεκάθαρη και ειλικρινής είναι ότι ο άνθρωπος δεν έχει πλήρη έλεγχο πάνω της. Όπως χαρακτηριστικά σημειώνει η ψυχολόγος κ. Μαριέττα Ρήγα - Πεπελάση «όσο πιο κοντά στον εγκέφαλο βρίσκεται η περιοχή του σώματος που στέλνει το μήνυμα τόσο πιο εύκολα ελέγχεται. Για παράδειγμα μπορούμε να χαμογελάμε ενώ είμαστε αγχωμένοι. Όσο όμως απομακρυνόμαστε, τόσο λιγότερο έλεγχο μπορούμε να ασκήσουμε στις σωματικές μας αντιδράσεις. Αν είμαστε λόγου χάρη αγχωμένοι, δεν μπορούμε να ελέγξουμε τα χέρια μας που ιδρώνουν». Υπάρχουν μάλιστα και ενδοσωματικά σήματα, τα οποία προδίδουν συναισθηματικές καταστάσεις και δεν μπορούν να ελεγχθούν με κανέναν τρόπο, όπως οι χτύποι της καρδιάς και τα γαστρικά υγρά. (Παπακώστα Κ., 2009)

Μολονότι οι ίδιες εκφράσεις συναντώνται σε όλες τις κουλτούρες, διαπιστώνουμε ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές στις εκφράσεις του προσώπου, ανάλογα με την κουλτούρα στην οποία ανήκει ο καθένας. Ο τρόπος που εκφράζουν οι Κινέζοι το θυμό και την αηδία, για παράδειγμα, κλείνοντας τα μάτια είναι αντίθετος με αυτόν των Αμερικανών. Παρεξηγήσεις παρατηρούνται επίσης και στις χειρονομίες ή στις κινήσεις του σώματος (π.χ. κατάφαση με το κεφάλι στην Ελλάδα). Έχουμε προαναφέρει ότι οι εκφράσεις του προσώπου συγκεκριμένα είναι παγκόσμιες και μη ελεγχόμενες. Σχετίζονται με τους μύες του προσώπου και την όλη διαδικασία που γίνεται υποσυνείδητα. Οι μυς και συνεπώς οι συσπάσεις τους είναι ίδιες σε όλους αλλά το δέρμα κάποιων εθνικοτήτων και ο πολιτισμός ή η κουλτούρα τους μπορεί να επηρεάζει την εμφάνιση κάποιων

συναισθημάτων στο πρόσωπό τους, γεγονός που δεν απορρίπτει τα προηγούμενα λεγόμενά μας.

Ακόμη και στα πιο ελεγχόμενα πρόσωπα υπάρχουν μικροεκφράσεις που αφήνουν να διαρρέει η αλήθεια. Αυτές οι μικροεκφράσεις είναι τόσο ανεπαίσθητες και γρήγορες (σε κλάσματα δευτερολέπτου) που ένας ανεκπαιδευτος παρατηρητής δεν θα τις καταλάβαινε. Ύστερα όμως από ειδική εξάσκηση και με τη βοήθεια του αργού γυρίσματος, οι παρατηρητές μπόρεσαν να τις εντοπίσουν και στην κινηματογράφηση με κανονική ταχύτητα. Έτσι, για τον ειδικευμένο παρατηρητή, ένα πρόσωπο δεν μπορεί να πει ψέματα. Αυτές οι μικροεκφράσεις είναι αποτέλεσμα της μεγάλης ταχύτητας και ικανότητας του προσώπου να αντανakλά τα εσωτερικά συναισθήματα. (Μαρίτσας, 2009) Όταν μια αλλαγή διάθεσης θέλει να εκφραστεί, είναι δυνατό να καταγραφεί μέσα σε λιγότερο από ένα δευτερόλεπτο στη μετακίνηση των μυών του προσώπου. Το αντίθετο μήνυμα από τον εγκέφαλο που διατάζει το πρόσωπο να «κλείσει», συχνά δεν προλαβαίνει να ακυρώσει την πρώτη εντολή έκφρασης. Το αποτέλεσμα είναι να αρχίζει μια έκφραση και μισό δευτερόλεπτο αργότερα να ακυρώνεται από ένα αντίθετο μήνυμα. Αυτό που συμβαίνει στο πρόσωπο μέσα σ' αυτή την απειροελάχιστη καθυστέρηση είναι μια μικροσκοπική, φευγαλέα ένδειξη έκφρασης. Η κατάργησή της είναι τόσο γρήγορη που οι περισσότεροι δεν τη βλέπουν, αν όμως παρακολουθήσει κανείς προσεχτικά καταστάσεις ψέματος, η αλλαγή αυτή μπορεί να εντοπιστεί και αποτελεί μια από τις καλύτερες ενδείξεις εξαπάτησης. (Μόρρις, 1998)

ΕΚΦΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

Το πιο εκφραστικό από τα μέλη του σώματός μας όλοι θα λέγαμε πως είναι το κεφάλι, και συγκεκριμένα το πρόσωπο. Στην ενότητα αυτή θα ασχοληθούμε με τις διαφορετικές εκφράσεις του προσώπου για να μπορέσουμε να καταλήξουμε σε εκτενέστερα συμπεράσματα για το άτομο απέναντι μας. Πολλοί, και όχι άδικα, χαρακτηρίζουν το πρόσωπο ως ένα μικρόσωμα, μιας και μέσω των μυϊκών συσπάσεων του προσώπου καταλαβαίνουμε τα συναισθήματα του συνομιλητή μας.

Άλλοι πιστεύουν πως με την κίνηση του προσώπου μπορούν να κρύψουν πιο εύκολα τα συναισθήματά τους συγκριτικά με το υπόλοιπο σώμα, διότι είναι

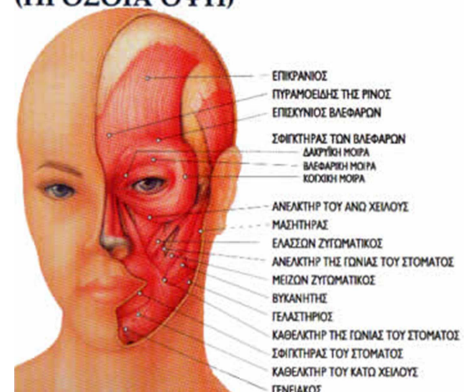
γεγονός πλέον πως εκεί είναι που ο συνομιλητής θα δώσει την περισσότερη σημασία για να «αποκωδικοποιήσει» τα όσα λένε. Πράγμα που σαφώς δεν υφίσταται. Αλλά και έτσι να ήταν δεν δίνουν την δέουσα προσοχή στο υπόλοιπο σώμα, πιστεύοντας ότι δεν μπορεί να «μαρτυρήσει» το τι νιώθουν και ξεχνώντας ότι «όσα μπορεί να μάθει κάποιος από την παρατήρηση του μερικού, άλλα τόσα θα μάθει από την παρατήρηση του όλου».

Οι εκφράσεις του προσώπου δεν είναι ούτε επίκτητες, ούτε κληρονομικές, ούτε ελεγχόμενες. Οι εκφράσεις του προσώπου είναι ομοιόμορφες και «οικουμενικές». Οι εκφράσεις είναι παγκόσμιες και είναι ίδιες σε όλους τους ανθρώπους. Το συναίσθημα φαίνεται στο πρόσωπο είτε παρατηρείτε σε παιδί, σε μία νοικοκυρά ή σε έναν έμπειρο κακοποιό. Τα συναισθήματα και συνεπώς η αλήθεια είναι γραμμένη στα πρόσωπα όλων μας.

Υποστηρίζεται από τον Δαρβίνο, ο οποίος υπήρξε ο πρώτος που έφτασε σε αυτήν την εντυπωσιακή ανακάλυψη διότι ήθελε πολύ να ανακαλύψει τα συναισθήματα των παιδιών του προτού καν αυτά μιλήσουν. Ο Δαρβίνος ξεκίνησε να παρατηρεί καθημερινά τα παιδιά του. Οι εκφράσεις των προσώπων τους θύμιζαν έντονα εκείνες ενός ουραγοτάγκου που παρατηρούσε επίσης σε καθημερινή βάση στο ζωολογικό κήπο του Λονδίνου. Το 1896 δημοσίευσε το βιβλίο του «The Expression of Emotions in Animals and Man» μετά από πολλά χρόνια μελέτης και πέρασε σχεδόν ένας ολόκληρος αιώνας μέχρι οι επιστήμονες να ασχοληθούν ξανά με την επιστήμη των εκφράσεων του προσώπου.

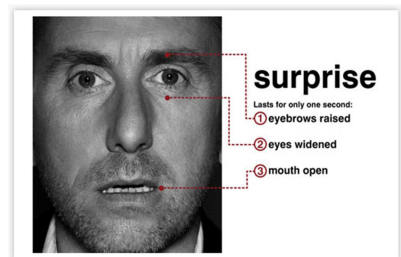
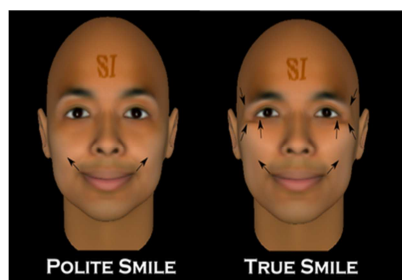
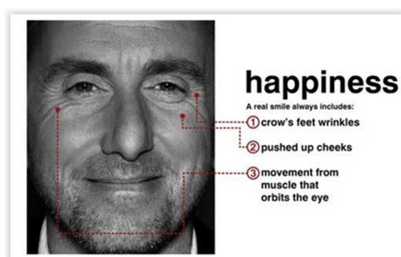
Σήμερα οι έρευνες έχουν προχωρήσει σε τέτοιο βαθμό που αποδεικνύουν με τον πλέον ξεκάθαρο τρόπο την ομοιομορφία των εκφράσεων ανά τον κόσμο και τους διαφορετικούς τύπους ανθρώπων. “Συνήθως τα αποτελέσματα προκύπτουν από ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο σύνολο ανθρωπομετρικών μετρήσεων, το οποίο χρησιμοποιεί 47 σημεία ορόσημο για να περιγράψει το πρόσωπο.” Όλες οι δυνατές εκφράσεις που μπορεί να αποτυπώσει ένα πρόσωπο οφείλονται ουσιαστικά στους χιλιάδες πιθανούς

ΜΥΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ (ΠΡΟΣΘΙΑ ΟΨΗ)



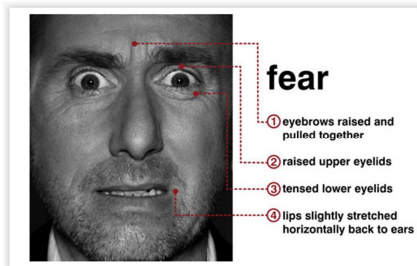
συνδυασμούς των μυών που βρίσκονται στο πρόσωπο. “Ο αριθμός των μυών που παίρνουν μέρος στις εκφράσεις του προσώπου είναι, σύμφωνα με την επιστήμη της ανατομίας 20 με 26.” (Καρπούζης, 2010) Έτσι, ο καθένας που παρατηρεί προσεκτικά τους συνδυασμούς αυτούς, είναι σε θέση να γνωρίσει τα συναισθήματα που κρύβονται πίσω από αυτό το πρόσωπο όποιας εθνικότητας και ηλικίας και αν είναι το άτομο αυτό. Κάποιοι από τους μυς φαίνονται στην παραπάνω εικόνα.

Οι εκφράσεις του προσώπου μεταδίδουν συγκινησιακές καταστάσεις. Ο Paul Ekman (2001) βρήκε ότι υπάρχουν 7 κύριες εκφράσεις προσώπου που εκφράζουν συγκινήσεις. Ευτυχία, έκπληξη, φόβος, λύπη, θυμός, αηδία και περιφρόνηση. Κάθε μια από τις εκφράσεις επιφέρει αλλαγή σε ολόκληρο το πρόσωπο. Μεγάλο ποσοστό πληροφοριών μεταδίδεται από το στόμα και τα φρύδια. Τα μάτια από την άλλη μεριά αποτελούν το εστιακό σημείο πάνω στο σώμα και οι κόρες εργάζονται ανεξάρτητα. (Hess E., 1975) Στις εικόνες υπάρχουν βελάκια που δείχνουν ποιά σημεία του προσώπου κινούνται.



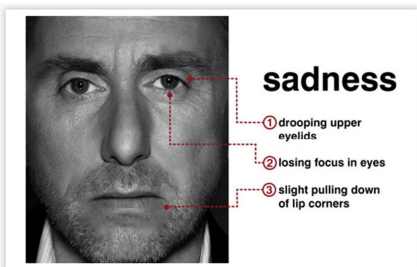
Το πρόσωπο δείχνει ευτυχία όταν παρατηρούνται ρυτίδες στο «πόδι της χήνας», ανοδικές πιέσεις μάγουλα, μετακίνησης από μυς που περιφέρονται γύρω από το μάτι και φυσικά το χαμόγελο. Συγκεκριμένα μπορούμε να παρατηρήσουμε διαφορές ανάμεσα στο ευγενικό και στο πραγματικό χαμόγελο, όπως φαίνεται και στην διπλανή εικόνα και με τον τρόπο αυτό και πολλά άλλα δείγματα φυσικά μπορούμε να κρίνουμε εάν κάποιος είναι πραγματικά ευτυχισμένος ή προσποιείται.

Στην έκπληξη παρατηρούνται τα φρύδια σηκωμένα, τα μάτια ορθάνοιχτα και το στόμα ανοιχτό. Όλοι μπορούμε να αναγνωρίσουμε αυτό το πρόσωπο και πιστεύουμε πως είναι και εύκολο να το παραστήσουμε. Η διαφορά με το ψεύτικο και το αληθινό ξάφνιασμα είναι ότι η πραγματική έκπληξη που νιώθουμε διαρκεί λιγότερο από ένα δευτερόλεπτο και αμέσως εξαφανίζεται απο το πρόσωπο.



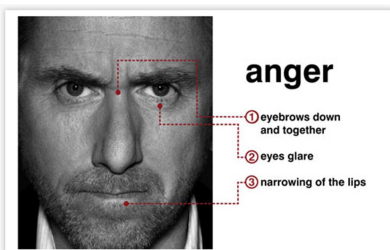
Όταν ένα πρόσωπο νιώθει φόβο τότε έχουμε τα φρύδια σηκωμένα και ενωμένα, τα άνω βλέφαρα σηκωμένα, τα κάτω βλέφαρα τεντωμένα και τα χείλη ελαφρώς τραβηγμένα οριζοντίως προς το αυτί. Στο κέντρο αισθημάτων του εγκεφάλου, τα

αμύγδαλα αποτελούν εκείνη τη δομή του εγκεφάλου που εμπλέκεται με το φόβο. Οι ασθενείς που έχουν υποστεί τραύμα στα αμύγδαλα αδυνατούν να αναγνωρίζουν τα δυσάρεστα συναισθήματα και ιδιαίτερα το φόβο. Πέρα από αυτούς που έχουν υποστεί βλάβη στα αμύγδαλα, έχουν μελετηθεί και περιπτώσεις φυσιολογικών εγκεφάλων όπου παρατηρήθηκε αυξημένη νευρική δραστηριότητα στα αμύγδαλα, όταν παρακολουθήσαν εκφράσεις φόβου, κάτι που δεν ίσχυε στις εκφράσεις χαράς, θυμού και αηδίας. (Ανδριλουδάκη, 2009)



Η λύπη διαφαίνεται στο πρόσωπό μας όταν έχουμε πεσμένα τα άνω βλέφαρα, χάνεται η έμφαση στα μάτια και υπάρχει ελαφρή τράβηγμα κάτω από τα χείλη γωνίες όπως ακριβώς είναι και το πιο απλό πρόσωπο που σχεδιάζαμε από

παιδιά. Πολλοί παρομοιάζουν το πρόσωπο με τα θλιμμένα χείλη και τα υψωμένα και ενωμένα φρύδια με θλίψη ενώ στην πραγματικότητα είναι συμπαράσταση στην θλίψη κάποιου άλλου ατόμου και συνήθως συνοδεύεται από μια κλίση του κεφαλιού.

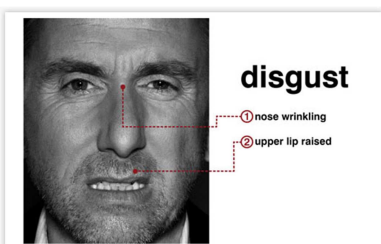


Όταν κάποιος νιώθει θυμό τα φρύδια του είναι χαμηλωμένα και ενωμένα, τα μάτια αγγριοκοιτάζουν και τα χείλη μαζεύονται. Όσο πιο έντονες είναι αυτές οι κινήσεις τόσο μεγαλύτερος είναι και ο θυμός που κρύβεται μέσα

στο άτομο αυτό. Με το βλέμμα δεν είναι απαραίτητο να κοιτάει την αιτία του θυμού του. Μπορεί απλά να αναφέρθηκε κάτι σχετικό με το γεγονός και να το

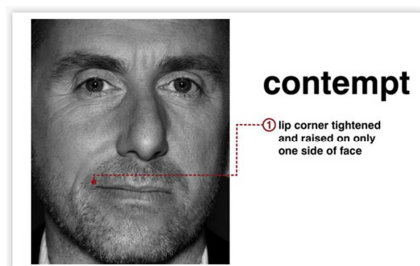


βλέπει εκείνη την στιγμή νοερά στο μυαλό του.



Την αηδία την αναγνωρίζουμε στο πρόσωπο που έχει το άνω χείλος υψωμένο και ρυτίδες έχουν σχηματιστεί πάνω στην αρχή της μύτης. Υπάρχει όμως μια ιδιαίτερη κατηγορία ανθρώπων σχετικά με

την έκφραση αυτή, η οποία αποτελείται από άτομο εξαρτημένα από ουσίες οι οποίοι δυσκολεύονται να αναγνωρίσουν οποιαδήποτε άλλη έκφραση προσώπου εκτός από την αηδία διότι την συναντάνε συχνά στους ανθρώπους που βρίσκονται δίπλα τους.



Η περιφρόνηση είναι μια έκφραση που συναντάμε πολύ συχνά στα πρόσωπα που



αντικρίζουμε αλλά ή δεν μπορούμε να την αναγνωρίσουμε ή γίνεται τόσο στιγμιαία που δεν προλαβαίνουμε να την αντιληφθούμε. Στην έκφραση αυτή η γωνία από το χείλος είναι σφιγμένο και σηκωμένο μόνο από την μια μεριά του προσώπου.



Κάποιες από τις εικόνες που χρησιμοποιήθηκαν πάρθηκαν από το βιβλίο του Jason Osipa, Stop Staring: Facial Modeling and Animation Done Right ο οποίος θεωρείται ειδικός στην τέχνη του animation και όπως λέει και ο ίδιος "Δεν είμαι σε καμία περίπτωση δώρο του Θεού στο animation, αλλά τα καταφέρνω πολύ καλά στο να καταστεί ένα ομιλών κεφάλι να μοιάζει με ένα ζωντανό και όχι σαν ένα σύνολο ούλων να χτυπάνε μεταξύ τους." Οι υπόλοιπες εικόνες είναι από το FACIAL ACTION CODING SYSTEM INSPIRED TUTORIAL – KHAPPUCINO του David Capino, 2009 (<http://www.khappucino.com/2009/08/khappucinos-facial-expression-tutorial.html>) και από την σειρά της FOX «LIE TO ME».

Οι άνθρωποι επικοινωνούν με δύο τρόπους: με τον προφορικό λόγο και με τη γλώσσα του σώματος. Όταν οι δύο γλώσσες (προφορική και την γλώσσα του σώματος) δεν έχουν αντιφάσεις, δηλαδή ότι λέμε αποτυπώνεται και στο σώμα μας, τότε έχουμε επικοινωνιακή πληρότητα και το μήνυμα του άλλου το αποδεχόμαστε ως αληθινό. Όταν όμως υπάρχει αντίφαση ανάμεσα σ' αυτά που λέμε και στον τρόπο που τα λέμε, δημιουργείτε κάποια αμφισβήτηση. Τα κυριότερα σημάδια που δηλώνουν πως κάποιος δεν μας λέει όλη την αλήθεια μπορούν να παρατηρηθούν στην στάση του σώματος, την χροιά της φωνής και στο πρόσωπο. Σημαντικό και πολύ εμφανές παράδειγμα είναι όταν κάποιος

μας λέει «όχι» αλλά το κεφάλι του κινείται πάνω κάτω ή το αντίθετο, όταν δηλαδή η απάντησή του σε κάποια ερώτησή μας είναι «ναι» και το κεφάλι του κινείται δεξιά - αριστερά..



Επειδή το πρόσωπο λειτουργεί και ως καθρέφτης του ψυχισμού μας, όποιος ψεύδεται είναι απόλυτα φυσιολογικό να προσπαθεί να καλύψει, να «μουντζουρώσει» αυτόν τον καθρέφτη. Αυτές ονομάζονται χειρονομίες κάλυψης, όπου τα χέρια έρχονται, τη στιγμή του ψεύδους, και αγγίζουν το πρόσωπο.

Η κάλυψη του στόματος είναι μία από τις λίγες χειρονομίες ενηλίκων που είναι τόσο προφανής όσο ενός παιδιού. Το

χέρι καλύπτει το στόμα και ο αντίχειρας πιέζει το μάγουλο, καθώς ο εγκέφαλος υπό-συνειδητά δίνει εντολή να προσπαθήσει να καταστείλει την δόλια λόγια που λέγονται. Μερικές φορές αυτή η κίνηση μπορεί να είναι πολλά δάκτυλα πάνω από το στόμα ή ακόμα και μια κλειστή γροθιά, αλλά το περιεχόμενό του παραμένει το ίδιο. Πολλοί άνθρωποι προσπαθούν να αποκρύψουν την χειρονομία αυτή με ένα

ψεύτικο βήχα. Εάν το άτομο που μιλάει χρησιμοποιεί αυτή τη χειρονομία, δείχνει ότι λέει ένα ψέμα. Ο Χάμφρεϊ Μπόγκαρτ τη χρησιμοποιούσε συστηματικά στις ταινίες του όταν ανακρινόταν από την αστυνομία. Εάν, ωστόσο, καλύπτει το



στόμα του, ενώ μιλάτε εσείς, αυτό δείχνει ότι αισθάνεται ότι εσείς ψεύδεστε. Το



κλείσιμο του στόματος με το χέρι μπορεί βέβαια να σημαίνει και ξάφνιασμα, σοκάρισμα, τρόμο ή ανησυχία, οπότε απλά παρατηρούμε ποια χρονική στιγμή συμβαίνει κατά την διάρκεια της ομιλίας όπως φαίνεται στην εικόνα.) Τα παιδιά από μικρά όταν λένε ψέματα βάζουν το χέρι στο στόμα για να μην βγει το ψέμα. Όταν όμως ο άνθρωπος εξελίσσεται, η χειρονομία αυτή μπορεί να καταλήξει να είναι ακόμη και μόνο ένα

δάχτυλο στα χείλη. Τα δάχτυλα στο στόμα θεωρούνται και κλασική κίνηση άγχους όπως και το δάγκωμα των χειλιών. Πρόκειται για μια αντανάκλαστική χειρονομία όταν νιώθουμε μεγάλη ανασφάλεια. Οι ψυχαναλυτές υποστηρίζουν ότι προσπαθούμε με αυτό τον τρόπο να βρούμε τη σιγουριά που μας έδινε ο

θηλασμός της μαμάς μας. Το ίδιο ισχύει και τα μολύβια στο στόμα που «μασούμε» για να διοχετεύσουμε το άγχος. (Στην εικόνα δίπλα φαίνεται ποιά έκφραση παίρνουν όταν λένε ψέματα ένα παιδί, μια έφηβη και ένας ενήλικας.)



The nose touch

Το άγγιγμα της μύτης εκτός από τους βασικούς λόγους όπως είναι το κρύωμα και η χρήση ουσιών, σηματοδοτεί το ψέμα. Συγκεκριμένα, το κέντρο που αποφασίζει ο εγκέφαλος τι θα εκφράσει και τι όχι γεινιάζει με το κέντρο που δέχεται τα ερεθίσματα της όσφρησης. Η αντίφαση που υπάρχει λόγω του επικείμενου ψεύδους δημιουργεί μια υπερδιέγερση σ' αυτό το κέντρο, που μεταδίδεται στο διπλανό κέντρο όσφρησης με αποτέλεσμα να υπάρχει ερεθισμός της μύτης που εμφανίζεται σαν φαγούρα, μικρή ενόχληση, ύγρανση κ.λπ. Έτσι το χέρι ακουμπά τη μύτη πολύ συχνότερα από το συνηθισμένο όταν λέμε ψέματα. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείτε περισσότερο στους άντρες. Στην ουσία, η χειρονομία αυτή είναι μια εξελιγμένη, συγκεκαλυμμένη εκδοχή της χειρονομίας κάλυψης του στόματος και μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο από τον ομιλητή να συγκαλύψει την δική του εξαπάτηση και από τον ακροατή που αμφιβάλλει για τα λόγια του ομιλητή.



The eye rub

Το τρίψιμο του ματιού υποδηλώνει επίσης ψέμα με την διαφορά όμως ότι γίνεται συνήθως από τον ακροατή που ακούει το ψέμα. Η χειρονομία είναι η προσπάθεια του εγκεφάλου για να μπλοκάρει το δόλο, αμφιβολία ή ψέμα που βλέπει ή να αποφύγει να εξετάσει το πρόσωπο του προσώπου στο οποίο έχει πει το ψέμα. Οι άνδρες συνήθως τρίβουν τα μάτια τους ζωηρά και αν το ψέμα είναι μεγάλο θα κοιτάζουν συχνά μακριά, συνήθως προς το πάτωμα. Οι γυναίκες χρησιμοποιούν μια μικρή, απαλή κίνηση τρίβοντας ακριβώς κάτω από το μάτι, είτε επειδή έχουν ανατραφεί για να αποφεύγουν εύρωστες χειρονομίες, ή για να αποφύγουν να λερώσουν το βαμμένο τους πρόσωπο. Επίσης, αποφεύγουν τον ακροατή με το βλέμμα στραμμένο στο ταβάνι.



The ear rub

Για το άγγιγμα του λοβού του αυτιού οι επιστήμονες βρήκαν δύο ερμηνείες. Η πρώτη βασίζεται στο «δεν βλέπω, δεν ακούω, δεν μιλάω» που ουσιαστικά σημαίνει πως ο ακροατής δεν μπορεί να ακούει άλλο τον συνομιλητή του.

Αυτή είναι η εξελιγμένη έκδοση των ενηλίκων της κίνησης με τα δύο χέρια πάνω στα αφτιά που χρησιμοποιείται από το μικρό παιδί που δεν θέλει να ακούσει τις επιπλήξεις του γονέα του. Ο συνομιλητής μπορεί να παίζει με το λοβό του ή τα σκουλαρίκια του. Η άλλη άποψη αναφέρει πως ο λοβός αντιπροσωπεύει το κεφάλι, το νοητικό στη φυσιολογική (το αυτί είναι ένα αντεστραμμένο έμβρυο με το κεφάλι να είναι ο λοβός). Αγγίζοντας το λοβό είναι σαν να δείχνουμε τη σύγκρουση που υπάρχει στο κεφάλι. Ένα ασυνείδητο μασάζ στο λοβό προσπαθεί να ηρεμήσει τον ψεύτη συνομιλητή μας.

Άγγιγμα στο μήλο του Αδάμ, στο λαιμό, ή στον κόμπο της γραβάτας. Όταν πρόκειται για έρωτα, ο άντρας τείνει να κάνει συχνά τα παραπάνω όπως επίσης αν δεν φοράει γραβάτα συμμαζεύει το γιακά ή το κόψιμο της μπλούζας του και σε γενικές γραμμές, τα χέρια του κινούνται γύρω από το λαιμό. Η έξαψη που δημιουργείται από τον έρωτα είναι πολύ μεγαλύτερη από αυτήν που δημιουργείται από όταν λέμε ψέματα αλλά πάλι υπάρχει η ανάγκη αποφόρτισης και πολλές κινήσεις μπορεί να είναι ίδιες και στις δυο περιπτώσεις.



The collar pull

Ξύσιμο στον αυχένα ή το δάχτυλο στο κολάρο. Πολλές φορές στη διάρκεια του ψεύδους ο συνομιλητής νιώθει σαν να «πνίγεται», σαν κάποιος να τον πιέζει στο λαιμό. Η επιστημονική εξήγηση είναι πως όταν μας “πιάνουν στα πράσα” δημιουργείται μια διαστολή των επιφανειακών αιμοφόρων



αγγείων που εκφράζεται με έξαψη και κοκκίνισμα. Έτσι ξυσίματα γύρω από το λαιμό ή τον αυχένα ή το δάχτυλο γύρω από την μπλούζα που καλύπτει το λαιμό είναι ασυνείδητες κινήσεις αποφόρτισης, προσπάθεια να πάρουμε αέρα. Το ξύσιμο του λαιμού είναι και από τις χαρακτηριστικές κινήσεις αμφιβολίας. Παρατηρήσεις μάλιστα έχουν δείξει ότι ξύνουμε το λαιμό μας περίπου πέντε φορές. Σπάνια ο αριθμός είναι μικρότερος ή μεγαλύτερος. (<http://www.indiabix.com/body-language/hand-to-face-gestures/>)

Με το χαίδεμα στα φρύδια ο συνομιλητής μοιάζει σαν να περιποιείται τον εαυτό του, για να μας δείξει το «καλό» του πρόσωπο όπως όταν κοιταζόμαστε στον καθρέφτη και «διορθωνόμαστε». Προσπαθώντας ασυνείδητα να ωραιοποιήσει τον εαυτό του, θέλει να γίνει πιο ελκυστικός, ώστε να μην τον αμφισβητήσουμε.

Βέβαια, πρέπει να παρατηρούμε αυτές τις χειρονομίες τότε που έχουμε ρωτήσει τον άλλο κάτι κρίσιμο ή μας αναγγέλλει κάτι, γιατί τέτοιες χειρονομίες μπορεί να εμφανιστούν ασυνείδητα σε μια μακρά συζήτηση, σε διάφορες στιγμές, και τότε δεν έχουν απαραίτητα την υπόνοια ψεύδους. (Corfu Psychology, 2010)

Κάποιες άλλες ενδεικτικές κινήσεις που γίνονται στο πρόσωπο είναι το άγγιγμα του δείκτη στο μάγουλο που σημαίνει προσοχή, ελαφρά ανία, υποψία για ψέμα και γενικά αρνητική αντιμετώπιση στα λεγόμενα



Boredom Gesture



Interested, Evaluation Gesture

του συνομιλητή ή «αντιπάλου». Το ξύσιμο του κροτάφου εκδηλώνεται στους άντρες ως αμηχανία και είναι κλασικό συναίσθημα ερωτευμένου. Το άγγιγμα στο πιγούνι δηλώνει αρνητισμό, πεποίθηση ότι ο συνομιλητής μας λέει ψέματα (από όπου προκύπτει και η λαϊκή φράση “μούσι” ότι δηλαδή μας λένε ψέματα). Όταν τώρα ο συνομιλητής μας στηρίζει το κεφάλι του στο χέρι του θα πρέπει να αντιληφθούμε πως τα λεγόμενά μας δεν τον ενδιαφέρουν και πολύ και πως πλέον



πλήττει μαζί μας. Πρακτικά έχει βάλει το χέρι να κρατάει το κεφάλι του για να μην του πέσει καθώς τον παίρνει ο ύπνος. Παντελή έλλειψη ενδιαφέροντος υπάρχει όταν το κεφάλι έχει πάρει μια κλίση και το χέρι έχει πάρει την θέση του μαξιλαριού ή όταν το κεφάλι στηρίζεται και στα δύο χέρια. Ενδιαφέρον τώρα φαίνεται από την στάση του χεριού που ακουμπάει στο μάγουλο με ένα δάχτυλο (συνήθως τον δείκτη) να δείχνει προς τα πάνω όπως φαίνεται στην εικόνα. Αν ο ακροατής μας χάσει το ενδιαφέρον του αλλά δεν θέλει να το δείξει ακόμη θα κάνει μια μικρή κίνηση με το χέρι ώστε να το φέρει κάτω από το πιγούνι του για να στηρίξει το κεφάλι του. Το αυθεντικό ενδιαφέρον φαίνεται όταν το χέρι είναι στο μάγουλο αλλά όχι για να στηρίξει το κεφάλι.

Μελέτες από διάφορους ανθρώπους, όπως ο Dan Hill (2003) έχουν κάνει μεγάλη πρόοδο σχετικά με τις εκφράσεις του προσώπου και πως θα τις αναγνωρίζουμε διότι πολλές από αυτές διαρκούν πολύ λιγότερο από το 1/5 του δευτερολέπτου. Συγκεκριμένα, ο προαναφερόμενος, όντας και Πρόεδρος της Sensory Logic, έχει μελετήσει με τη μέθοδο του Facial Coding περισσότερους από 1200 επαγγελματίες. Το Facial Coding είναι ένα επιστημονικό εργαλείο, το

οποίο στηρίζεται στο γεγονός ότι τα συναισθήματα γεννιούνται γρηγορότερα από τις σκέψεις, αποτυπώνοντας λεπτομερώς, με τη βοήθεια ψηφιακού εξοπλισμού, τις εκφράσεις του προσώπου και τα συναισθήματα που δηλώνουν, ακόμη και σε ακρίβεια 1/30 του δευτερολέπτου. Στηρίζεται στην ταξινόμηση των διαφορετικών μυϊκών συνδυασμών που προκύπτουν από τους μύς του προσώπου που η Sensory Logic έχει εξετάσει. Το Facial Action Coding System ή FACS βασίζεται στην κίνηση των μυών του προσώπου που συνοδεύει τις εκφράσεις του προσώπου επειδή τα ίδια σχέδια έχουν βρεθεί σε εκφράσεις διαφόρων πολιτισμών. Ξεκινώντας το 1960, ο Paul Ekman (University of California, San Francisco) και ο Wallace V. Friesen άρχισαν να μελετάνε συστηματικά τα φυσιολογικά συστατικά του συναισθήματος. Τους πήρε επτά χρόνια ερευνών και διέσχισαν όλη την υφήλιο. Το FACS τώρα χρησιμοποιείται στην ψυχιατρική, στην αστυνομία (FBI and CIA), όπως επίσης και από computer animators της Pixar και της DreamWorks.

Η “μονάδα δράσης” ή “action unit” (AU) καθορίζεται ως την μικρότερη, ορατή, ανατομικά βασισμένη κίνηση που περιλαμβάνεται στην κίνηση του προσώπου. Υπάρχουν 43 προσδιορισμένα AUs που βρίσκονται στο πρόσωπο σε τρεις περιοχές: 1) φρύδια και μέτωπο, 2) μάτια, βλέφαρα, γέφυρα της μύτης και 3) μάγουλα, μύτη, στόμα, πηγούνι και σαγόκι. Μια έκφραση του προσώπου

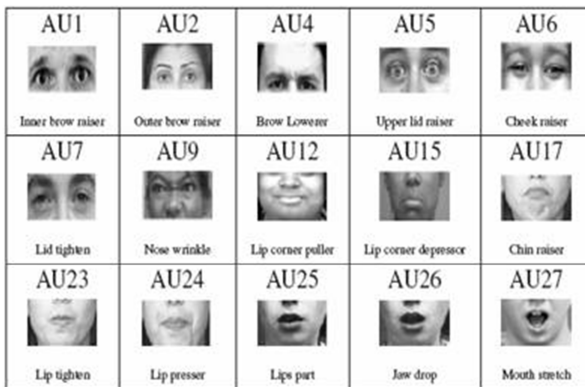


Our Action Units (Ekman's AUs)	Vector	Pleasure	Arousal
Brow Fully Raised (1+2)	\underline{v}_1	0.0	0.7
Inner Brow Raised (1)	\underline{v}_2	-0.5	-0.7
Brow Furrowed (4)	\underline{v}_3	-0.5	0.7
Negative Mouth (various)	\underline{v}_4	-1.0	0.0
Positive Mouth / Smile (12+25)	\underline{v}_5	1.0	0.0
Wide Eyes (5)	\underline{v}_6	0.0	0.4
Closed Eyes (41, 43, 45)	\underline{v}_7	0.0	-1.0
Agitation (N/A)	\underline{v}_8	0.0	0.5

περιγράφεται βάσει της συγκεκριμένης μονάδας δράσης που μεμονωμένα ή σε σχέση με άλλες μονάδες παράγει την μετακίνηση του προσώπου. Το FACS παρουσιάζει ποιιά από τις μονάδες αποτελούν την έκφραση επτά βασικών συναισθημάτων: θλίψη, θυμός, ευτυχία, φόβος, έκπληξη, αποστροφή και περιφρόνηση. Τα ψεύτικα εναντίον γνήσια χαμόγελα

μπορούν επίσης να ανιχνευθούν επειδή χρησιμοποιούν τους διαφορετικούς μύς. (Dan Hill, 2003)

Στην εικόνα επάνω φαίνεται ο χώρος 2 διαστάσεων ευχαρίστηση – διέγερση του Russell και χρησιμοποιείται για να εκφράσει κάθε κατάσταση συγκίνησης. Από



κάτω αναλύονται τα AUs από το FACS και αντιστοιχίσεις φορέων τους στον χώρο των 2 διαστάσεων.

Σε αυτή την εικόνα έχουμε τα πρώτα 27 από τα 43 AUs και τι δείχνουν. Συγκεκριμένα, το AU5 είναι αυτό με τις άνω βλεφαρίδες υψωμένες και αν το συνδυάσουμε με το προηγούμενο

διάγραμμα δίνει 0.0 ευχαρίστηση και 0.4 διέγερση και δείχνει την έκπληξη.

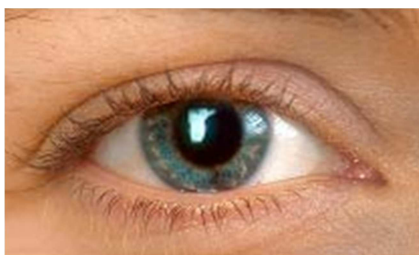
Υπάρχουν βέβαια και άλλες παρόμοιες ανακαλύψεις. Επιστήμονες στο Μάντσεστερ ισχυρίζονται ότι ανακάλυψαν έναν νέο ανιχνευτή ψεύδους. Ένα σύστημα που λειτουργεί απλά με ένα φορητό υπολογιστή και μια κάμερα. Το όλο σκεπτικό λειτουργεί με την παρατήρηση των συσπάσεων των μυών του υποψήφιου ψεύτη. Μια έρευνα που διήρκησε πέντε χρόνια στο Πανεπιστήμιο του Μάντσεστερ, και τα αποτελέσματα ήταν εξαιρετικά. Η συσκευή μπορεί να εντοπίσει και να αναλύσει χιλιάδες πολύ μικρές κινήσεις των μυών του προσώπου, που δεν γίνονται αντιληπτές με γυμνό μάτι. Οι ερευνητές του προγράμματος είπαν με σιγουριά ότι το σύστημα έχει πολλές δυνατότητες και καταπληκτική ακρίβεια. Μετά από τα πειράματα το συγκεκριμένο σύστημα έχει πάνω από 80% επιτυχία, σε σχέση με τον παλιό σύστημα ανίχνευσης ψεύδους που είχε 60% και στηριζόταν κυρίως στη μέτρηση των χτύπων της καρδιάς και την αλλαγή του τόνου της φωνής. Εκτός αυτού ο νέος ανιχνευτής είναι πολύ πιο εύκολος στη χρήση και δίνει και ποσοστό ψέματος, δηλαδή για παράδειγμα αν όλα όσα λέγονται είναι ψέματα ή κάποια ποσοστό απ' αυτά. Το όνομα του συστήματος είναι "Silent Talker", και έχει χρησιμοποιηθεί και σε πραγματικές καταστάσεις, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση του δολοφόνου του Γιορκσάιρ και απ' ότι είπε ο υπεύθυνος του προγράμματος, ο Zuhair Bandar, ο "Silent Talker", ήταν που τους έδωσε όλες τις πληροφορίες. (Rothwell et all, 2006)

Πολλοί λένε ότι τα μάτια είναι ο καθρέφτης της ψυχής. Η τέχνη της κινεζικής φυσιογνωμικής, γνωστή και ως kang xiang, υποστηρίζει ότι όλο το πρόσωπο εκφράζει τον εσωτερικό μας κόσμο. (Dee, 2003) Παρατηρήστε λοιπόν προσεκτικά τον άνθρωπο που έχετε απέναντι σας και ίσως να τον γνωρίσετε καλύτερα.

Τα μεγάλα μάτια δείχνουν άνθρωπο εργατικό, ανοιχτόμυαλο αλλά και ανυπόμονο, ενώ τα μικρά άνθρωπο επιφυλακτικό, ζηλιάρη και εσωστρεφή, που υπολογίζει και την παραμικρή λεπτομέρεια. Μάτια που βρίσκονται στην ίδια οριζόντια ευθεία και είναι ισομεγέθη δείχνουν καλοσύνη και συμπόνια και παραπέμπουν σε κάποιον που εμπιστεύεται εύκολα τους άλλους. Αντίθετα, αν δεν βρίσκονται στην ίδια ευθεία και υπάρχει διαφορά στο μέγεθος, δείχνουν την αδυναμία του ατόμου να εκφράσει τις σκέψεις του και την τάση του να εθελουφλεί.

Όταν γνωρίζουμε κάποιον για πρώτη φορά, όσο περισσότερη οπτική επαφή έχουμε τόσο το καλύτερο. Αυτή η μακροχρόνια πεποίθηση αποτελεί την αντιστροφή της ιδέας ότι οι άνθρωποι με πονηρά και "ανήσυχα" μάτια συνήθως λένε ψέματα. Το αποτέλεσμα είναι μια ατυχής τάση των περισσότερων ανθρώπων όταν έχουν μια πρώτη επαφή με ένα νέο πρόσωπο (όπως για παράδειγμα σε μια συνέντευξη για μια δουλειά) να κοιτάζουν επίμονα τον συνομιλητή τους. Αυτού του είδους η συμπεριφορά είναι πολύ πιθανόν να φέρει το άτομο που παίρνει τη συνέντευξη σε δύσκολη θέση. Οι περισσότεροι από εμάς νιώθουμε άνετα όταν η επαφή με το βλέμμα κρατάει λίγα δευτερόλεπτα. Μια επίμονη ματιά όμως που διαρκεί πολύ περισσότερο μπορεί να μας προκαλέσει νευρικότητα. Ο συνομιλητής μας μπορεί να υποθέσει ότι μάλλον κάτι άλλο συμβαίνει σε αυτήν την περίπτωση. Ίσως τα επίμονα βλέμματα να αποτελούν μια απόπειρα πυροδότησης ερωτικής συμπεριφοράς. Πραγματικά, όπως αποδεικνύουν σχετικές μελέτες γύρω από την ερωτική συμπεριφορά και το φλερτάρισμα (Seymour & Sozou, 2009) η παρατεταμένη οπτική επαφή είναι ένα πρώτο βήμα στη διαδικασία του ερωτικού παιχνιδιού.

Το βλέμμα είναι πολύ σημαντικό κομμάτι της μη λεκτικής επικοινωνίας. Η



κόρη του ματιού είναι αυτή που αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Όσο πιο ανοιχτή είναι η



κόρη του ματιού ενός ανθρώπου, τόσο μεγαλύτερο ενδιαφέρον υπάρχει από την μεριά του για το άτομο που βρίσκεται απέναντι του. Η κόρη δηλαδή του ματιού διαστέλλεται όταν συμφωνούμε ή μας αρέσει αυτό που ακούμε ή κυρίως βλέπουμε και συστέλλεται όταν νιώθουμε το αντίθετο.

Ο James Burke, σ' ένα απ' τα πρώτα του τηλεοπτικά προγράμματα, αποπειράθηκε να αποδείξει τη θέση αυτή με δύο δίδυμες κοπέλες, εντελώς ίδιες μεταξύ τους. Έδωσε στη μία ένα φάρμακο που έκανε τις κόρες της να διασταλούν και στην άλλη ένα που τις έκανε να συσταλούν. Όταν ήρθε το κοινό στο στούντιο παρουσιάστηκαν τα δύο κορίτσια. Ένας άντρας απ' το κοινό κλήθηκε ν' ανέβει στη σκηνή και να διαλέξει μία απ' τις δύο. Αφού ήταν ίδιες, ο καημένος απάντησε ότι και οι δύο ήταν όμορφες. Ο James Burke του είπε: «Ναι, είναι, αλλά δεν σε ρώτησα αυτό. Ποια απ' τις δύο θα διάλεγες;». Εκείνος διάλεξε το κορίτσι με τις διασταλμένες κόρες. Ο James Burke στη συνέχεια εξήγησε πως, αν δείξεις σ' έναν άντρα τη φωτογραφία μιας γυμνής γυναίκας, οι κόρες των ματιών του διπλασιάζονται σε μέγεθος.

Έχει διαπιστωθεί πως υπάρχει και το επιχειρηματικό βλέμμα. Αν λοιπόν σκέφτεστε να ζητήσετε αύξηση ή να κλείσετε μια καλή συμφωνία και θέλετε να δείξετε ότι έχετε αυτοπεποίθηση, το καλύτερο κόλπο είναι το επιχειρηματικό βλέμμα. Φανταστείτε ότι υπάρχει ένα τρίγωνο που συνδέει τα μάτια με το μέτωπο. Όση ώρα λοιπόν κάνετε τις συζητήσεις σας προσπαθήστε να κρατήσετε τη ματιά σας σε αυτό το «τρίγωνο». Αν ρίξετε το βλέμμα σας, σημαίνει ότι έχετε αρχίσει ήδη να χάνετε την κυριαρχία του παιχνιδιού. Αν πάλι δείτε κάποιον να σας κοιτάει αριστερά - δεξιά, με ελαφρά σηκωμένα τα φρύδια και ένα χαμόγελο γοητείας, τότε σας φλερτάρει χωρίς να το έχετε καταλάβει.



Visual Construct



Visual Remembered



Auditory Construct



Auditory Remembered



Feelings



Self Talk

Όταν προσπαθούμε να θυμηθούμε κάτι δεν κοιτάμε αριστερά; Και όμως είναι αλήθεια και συμβαίνει σε όλους. Όπως φαίνεται και στην εικόνα δίπλα όταν προσπαθούμε να θυμηθούμε κάτι οπτικό κοιτάμε πάνω αριστερά ενώ αν κατασκευάζουμε μια οπτική εικόνα κοιτάμε πάνω δεξιά. Το ίδιο συμβαίνει και για τις ακουστικές αναμνήσεις. Μόνο που εκεί κοιτάμε στην ευθεία του ματιού αλλά είναι πάλι αριστερά για να θυμηθούμε κάτι και δεξιά αν το κατασκευάζουμε εκείνη την στιγμή. Αν το προσέξετε ίσως και να πιάσετε στα

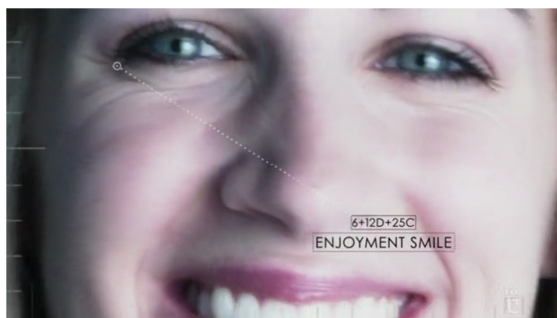
πράσα κάποιον που σας λέει ψέματα την στιγμή που τα κατασκευάζει. Κάτω αριστερά κοιτάμε όταν θέλουμε να δώσουμε κουράγιο στον εαυτό μας και κάτω αριστερά όταν προσπαθούμε να θυμηθούμε ή να ξανανιώσουμε ένα συναίσθημα. Παρατηρήστε το...



Εδώ πρέπει να αναφέρουμε και την έκφραση της ντροπής. Το κεφάλι έχει μια κλίση και τα μάτια είναι στραμμένα στο έδαφος στην δεξιά μεριά. Μπορεί αυτό να συνοδευτεί από την κίνηση του δεξιού χεριού λίγο πιο πάνω απ' το μάτι, δηλαδή στο φρύδι ή στο μέτωπο, για να καλύψει ίσως το χαμήλωμα του βλέμματος. Όταν νιώθουμε τύψεις η κίνηση αυτή αλλάζει φορά. Το χέρι που καλύπτει το πρόσωπο είναι το αριστερό και προσπαθεί κυρίως να κρύψει τα μάτια για δεν θέλει να τον κοιτάει εκεί ο συνομιλητής του διότι νιώθει άσχημα.



Οι άνθρωποι χαμογελούν για χιλιάδες διαφορετικούς λόγους. Από αυτούς μόνον ένας υποδηλώνει ευτυχία. Ο Ekman περιγράφει πολλών ειδών χαμόγελα, ξεκινώντας από το γνήσιο χαμόγελο, μέχρι το χαμόγελο του φόβου, της περιφρόνησης, το δυστυχημένο χαμόγελο και πολλά άλλα. «Το χαμόγελο είναι έμφυτο και παρατηρείται στα βρέφη σχεδόν από τη γέννησή τους... Τα πρώτα χαμόγελα εμφανίζονται δύο με δώδεκα ώρες μετά τη γέννηση και φαίνονται να είναι κενά και χωρίς περιεχόμενο... Η δεύτερη φάση του χαμόγελου ξεκινά κάπου ανάμεσα στην πέμπτη εβδομάδα και τον τέταρτο μήνα της ζωής του μωρού. Αυτό είναι το λεγόμενο "κοινωνικό χαμόγελο" κατά το οποίο το βρέφος χαμογελάει όταν εστιάζει το βλέμμα του σε ένα συγκεκριμένο πρόσωπο...» (Λουπασάκης, 2002)



Στο γνήσιο, ευχάριστο χαμόγελο οι συγκεκριμένοι μύς που κινούνται σύμφωνα με τον Ekman είναι οι 6, 12D και 25C όπως φαίνεται στην εικόνα. Οποιαδήποτε όμως και να είναι η καταγωγή και τα κίνητρά τους, τα χαμόγελα έχουν μια παντοδύναμη επίδραση σε μας τους ανθρώπους. Παρά το γεγονός ότι οι δικαστές στις αίθουσες των δικαστηρίων είναι εξίσου πιθανόν να κρίνουν ένοχους χαμογελαστούς ή "κατσούφηδες" υπόδικους, συνήθως δίνουν σε

αυτούς που χαμογελούν μικρότερες ποινές. Το φαινόμενο αυτό αποκαλείται "smile leniency effect". (Mc Neil, 1998)

Μια διαφορετική «μορφή» χαμόγελου είναι αυτή που παρουσιάζεται από τον David Cohen όπου αναφέρει ότι ένας ερωτευμένος άντρας δεν χαμογελάει συγκρατημένα αλλά με το στόμα του ανοιχτό, ενώ μπορεί σε κανονικές συνθήκες να μην το κάνει. (Cohen ,1996)

Τα λεπτά χείλη είναι σημάδι εσωστρεφούς προσωπικότητας, ενώ τα σαρκώδη χείλη δείχνουν άνθρωπο παθιασμένο και συναισθηματικό όπως επίσης δείχνουν γενναιοδωρία και επιθυμία του ατόμου να μιλά για τον εαυτό του. Τα μεγάλα χείλη δείχνουν πάθος για τη ζωή, ενώ τα στενά εγωισμό και ψυχρότητα. Όταν το άνω χείλος είναι μεγαλύτερο, δείχνει άνθρωπο που «δίνεται» εύκολα στους άλλους και γίνεται στόχος εκμετάλλευσης.

Η συνεχής ύγρανση των χειλιών είναι από τα πιο χαρακτηριστικά σήματα της ερωτικής γλώσσας του σώματος. Προδίδει αυξημένη ερωτική πρόθεση και παρατηρείται σε άντρες και γυναίκες, όσο και αν αυτό φαίνεται απίστευτο.

Το μάζεμα των φρυδιών είναι ίσως το πιο χαρακτηριστικό αλλά και το πιο στιγμιαίο και πραγματικά δύσκολο στην παρατήρηση, γιατί γίνεται πολύ φευγαλέα. Γενικά τα φρύδια είναι το πιο ζωτικό σημείο για την αναγνώριση της έκφρασης και της διάθεσης. (Cohen, 1996)

Ένα φαρδύ, λείο μέτωπο δηλώνει ευτυχισμένη παιδική ηλικία, υψηλό δείκτη ευφυΐας και μεγάλη φαντασία ενώ τα μεγάλα, καλοσχηματισμένα αφτιά θεωρούνται ως ένδειξη επιτυχίας.

Η μύτη υποδεικνύει το βαθμό στον οποίο είναι ανεπτυγμένο το αίσθημα της δικαιοσύνης κάποιου και την ευθύτητα του χαρακτήρα του. Όσο πιο ίσια είναι η μύτη του τόσο πιο δίκαιος είναι. Μικρή και μυτερή μύτη δείχνει άνθρωπο που μπορεί να αποκτήσει φήμη, αλλά παράλληλα είναι εγωκεντρικός, αναποφάσιτος και ευαίσθητος. Μεγάλη και στρογγυλή μύτη δείχνει καλή τύχη και αποτελεί ένδειξη ισχυρού χαρακτήρα, με αποφασιστικότητα και διάθεση για πρωτοβουλία. Τέλος, η χοντρή μύτη χαρακτηρίζει τους ρεαλιστές και όσους προσεγγίζουν τους άλλους με τόλμη.

4. Ο ΤΟΝΟΣ ΤΗΣ ΦΩΝΗΣ

Όπως σοφά είχε πει ο Δαρβίνος 114 χρόνια πριν «είμαστε αυτό που φαινόμαστε, όχι αυτό που λέμε» , πράγμα που σημαίνει ότι και να θέλουμε να κρύψουμε την αλήθεια το σώμα μας θα την μεταφέρει προς τα έξω έτσι κι αλλιώς. Από το 1971 ο Mehrabian και άλλη επιστήμονες που έχουμε προαναφέρει, έχουν αποδείξει πως το 55% της επικοινωνίας μας στηρίζεται στην στάση του σώματος και το 38% στον τόνο της φωνής μας (Pease, 2006).

Ο τόνος της φωνής είναι ένας ακόμη από τους παράγοντες εκείνους που ανήκουν στην μη-λεκτική επικοινωνία και επηρεάζουν ή συνοδεύουν τα λεγόμενά μας. Σε μία πρόταση τονίζουμε περισσότερο την λέξη που θεωρούμε σημαντικότερη (μπορεί και άθελά μας) ή την λέξη στην οποία θέλουμε να δώσει ο συνομιλητής μας μεγαλύτερο βάρος. Αντίθετα, την στιγμή που λέμε κάτι που δεν θέλουμε να πούμε ή δεν θέλουμε να δώσουν τόση σημασία οι ακροατές μας ο τόνος της φωνής μας πέφτει. Αυτό μπορεί να γίνει συνειδητά ή και ασυνειδητά όποτε πρέπει να προσέξουμε πολύ τον ακροατή μας και την υπόλοιπη γλώσσα του σώματός του για να καταλάβουμε το νόημα αλλά και τον σκοπό που χρησιμοποιείται ο τόνος της φωνής.

Ο ανθρωπολόγος Ρέι Μπέρτγουισελ, που ασχολήθηκε με τη μελέτη της επικοινωνίας μέσω κινήσεων του σώματος (kinesics), ανακάλυψε ότι ο μέσος άνθρωπος μιλάει 10-11 λεπτά την ημέρα και μια πρόταση διαρκεί κατά μέσο όρο 2,5 δευτερόλεπτα, ενώ κάνει και αναγνωρίζει χιλιάδες εκφράσεις προσώπου. (Σαμαράκη, 2008) Υπολογίστε τώρα πόση ώρα την ημέρα νομίζετε πως μιλάτε και συνδυάστε το με όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως. Το ποσοστό της καθ' αυτής ομιλίας μας είναι πάρα πολύ μικρό σχετικά με αυτό που νομίζουμε. (Pease, 2006) Η προφορική συνιστώσα σε μια πρόσωπο με πρόσωπο συνομιλία είναι λιγότερο από 35% άλλωστε όπως αναφέρθηκε και παραπάνω.

Κάποια από τα χαρακτηριστικά της φωνής είναι ο τόνος της, η έντασή της, ο ρυθμός της, η παύση, η ταχύτητα και οι χρωματισμοί της. Τα παραγλωσσικά φαινόμενα δίνουν πληροφορίες για τα άτομα και διαφέρουν ανάλογα με την

κουλούρα προέλευσης. (Mediterranean Management Centre, Σεμινάριο με θέμα: Learning Solution for Business Excellence, 2006)

Μεγάλη σημασία επίσης έχει και η ανάσα. Αν ανασάνουμε αργά ή γρήγορα, αν ανασάνουμε βαριά ακόμα και αν «κρατάμε την αναπνοή μας». Συγκεκριμένα, ειδικοί στον ευρύ χώρο της αστυνομίας έχουν παρατηρήσει πως όταν κάποιος κρατάει την ανάσα του είναι γιατί νιώθει ένταση, ταραγμένος ή κρύβει κάτι, ενώ η εκπνοή σηματοδοτεί το σωστό σημείο ή μέρος. Μόλις δηλαδή εκπνεύσει ο συνομιλητής μας ή σε αστυνομικές υποθέσεις ο ύποπτος, είναι επειδή ο ειδικός «έφτασε στο σωστό σημείο» είτε κυριολεκτικά (π.χ. δείχνοντας την κρυψώνα στο χάρτη) ή μεταφορικά (κατάλαβε, έφτασε στο τελικό συμπέρασμα του τι πραγματικά είχε γίνει). Δεν πρέπει φυσικά να ξεχνάμε και το γεγονός ότι η σωστή απάντηση μπορεί να είναι και η πιο απλή, δηλαδή ότι μπορεί ο άνθρωπος που κάθεται απέναντί μας να κράτησε την αναπνοή του γιατί κάτι του μύρισε άσχημα.

Είναι γενική αντίληψη όλων πως η ένταση της φωνής υψώνεται όταν τα άτομα που συνομιλούν είναι θυμωμένα. Για άλλη μια φορά η "μη λεκτική επικοινωνία" σηματοδοτεί με αξιόπιστο τρόπο την παρουσία συναισθημάτων. Ο υψηλός τόνος στη φωνή κάποιου συσχετίζεται με ποικιλία συναισθημάτων συμπεριλαμβανομένου του θυμού, της νευρικότητας, του φόβου, του ενθουσιασμού, της υστερίας και άλλων. Θα πρέπει πάντα να κρίνουμε με μεγάλη προσοχή το άτομο που προσπαθεί να επικοινωνήσει, τα λεγόμενά του καθώς και τα συμφραζόμενα. Ειδικοί προειδοποιούν ότι εάν δεν κατανοούμε καλά τα βασικά μοντέλα επικοινωνίας κάποιου έχουμε ελάχιστες πιθανότητες να ερμηνεύσουμε σωστά και με ακρίβεια τα λιγότερο συνηθισμένα "σήματα" που εκπέμπει. "Το καλύτερα καταγεγραμμένο φωνητικό σημάδι συναισθήματος είναι ο τόνος της φωνής", υπογραμμίζει ο Ekman (2001). Ο τόνος της φωνής όμως μπορεί να διαφέρει ανάμεσα στους ανθρώπους, στους διαφορετικούς πολιτισμούς αλλά και στην συναισθηματική κατάσταση του ανθρώπου. Για παράδειγμα, οι Άραβες σε σύγκριση με τους δυτικούς μιλάνε πολύ δυνατά, δίνοντας την εντύπωση ότι μαλώνουν. Ως δείκτης ψυχικής διάθεσης των ατόμων που επικοινωνούν, αναφέρουμε ως παράδειγμα το γεγονός ότι οι μελαγχολικοί μιλάνε αργά και χαμηλόφωνα.

Η πεποίθηση ότι η ταχύτητα στην ομιλία και η εξαπάτηση συμβαδίζουν είναι ευρέως διαδεδομένη και πολύ ανθεκτική στο χρόνο. Με τα χαρακτηριστικά παραδείγματα των πρωταγωνιστών κάποιων διαφημιστικών σποτ που έλεγαν τις ατάκες τους απίστευτα γρήγορα, οι περισσότεροι αντιδρούν έντονα και καχύποπτα στην γρήγορη ομιλία. Οι άνθρωποι μπορούν κατά μέσο όρο να πουν 150 λέξεις το λεπτό. (ΞΕΝΙΚΟΥΔΑΚΗΣ, 2002) Στο ανώτατο όριο της κλίμακας αυτής οι ακροατές πιάνουν τον εαυτό τους να κρατάει μια αμυντική και επιφυλακτική στάση προς τον ομιλητή. «Δεν μπορείς να εμπιστευτείς έναν πωλητή που μιλάει πολύ γρήγορα» πιστεύει πολύς κόσμος στηρίζοντάς το στο ότι ο πωλητής μιλάει γρήγορα για να τους μπερδέψει. Παρόλα αυτά, εάν συμβαίνει το αντίθετο τότε υπάρχει πολύ σοβαρότερος λόγος υποψίας. Ο προφορικός λόγος που είναι ιδιαίτερα αργός επειδή διακόπτεται από ενδιάμεσες παύσεις, αποτελεί έναν πιο αξιόπιστο δείκτη εξαπάτησης από ότι ο υπερβολικά γρήγορος ρυθμός ομιλίας. Μια συνηθισμένη «διαρροή» στη φωνή είναι αυτή που γίνεται από τη μια διστακτική (μήπως πει κάτι που θα αποκαλύπτει το ψεύδος) και την επόμενη στιγμή γρήγορη, για να «τελειώνει» και να απαλλαγεί από το βάσανο. Ακόμα και στη μαφία έχουν το ρητό: «Αν λες ψέματα, συντόμευε». Ο ψεύτης νιώθει πως όσο λιγότερα και γρηγορότερα τα πει, τόσες λιγότερες εκτεθειμένες περιοχές έχει για να αποκαλυφθεί.

Τα πιο συνηθισμένα στοιχεία ψέματος όμως είναι οι παύσεις. Οι παύσεις μπορεί να είναι πολύ παρατεταμένες ή πολύ συχνές. Όταν κάποιος διστάζει όταν έρθει η σειρά του να μιλήσει και ειδικά όταν ο δισταγμός προκύπτει εν όψη της απάντησης σε μια ερώτηση μπορεί να προκαλέσει υποψίες. Το ίδιο ισχύει και για μικρότερες παύσεις στη ροή του λόγου όταν προκύπτουν αρκετά συχνά. Τα λάθη στην άρθρωση του λόγου μπορεί επίσης να αποτελούν ένα στοιχείο εξαπάτησης. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται επιφωνήματα δισταγμού όπως "εε...", "μμ..." καθώς και επαναλήψεις όπως "εε... εγώ..., εγώ ήθελα να πω..." και τμηματικές λέξεις όπως "εμένα πρα...πραγματικά μου άρεσε". Αυτά τα φωνητικά στοιχεία που συνήθως υποδηλώνουν εξαπάτηση (λάθη στον προφορικό λόγο και παύσεις) μπορεί να προκύψουν από δυο διαφορετικούς μεταξύ τους λόγους. Το άτομο που λέει ψέματα μπορεί να μην έχει προετοιμάσει την επόμενη ατάκα του. Εάν δεν περίμενε ότι θα χρειαστεί να πει ψέματα ή αν ήταν προετοιμασμένος να πει ψέματα αλλά δεν περίμενε να του γίνει η συγκεκριμένη ερώτηση, είναι πολύ πιθανόν να διστάσει να κάνει παύσεις ή να κάνει λάθη στην άρθρωση. Τα λάθη αυτά όμως

μπορεί να προκύψουν ακόμη και αν ο επίδοξος ψεύτης έχει προετοιμάσει πολύ καλά τα λόγια του. Ο υψηλός κίνδυνος εντοπισμού του και αποκάλυψης του ψέματος, μπορεί να κάνει και έναν πολύ καλά προετοιμασμένο ψεύτη να "σκοντάψει" ή να ξεχάσει την "ατάκα" του. Το μεγαλύτερο μέρος της έρευνας γύρω από τη "σιωπηλή επικοινωνία" δείχνει ότι οι άνθρωποι συνήθως δεν είναι και τόσο επιδέξιοι στο να καμουφλάρουν τα αισθήματά τους.

Τελικά η "γλώσσα του σώματος" μας παρέχει πολύ σημαντικά αλλά όχι πάντα τόσο αξιόπιστα στοιχεία σχετικά με τις προθέσεις του ατόμου που προσπαθεί να επικοινωνήσει. Αυτό συμβαίνει κυρίως γιατί οι άνθρωποι δίνουν μεγάλη βάση στον παράγοντα συναίσθημα και είτε είναι προκατειλημμένοι αρνητικά απέναντί του (ξέροντας ότι θα μας πει ψέματα) είτε θετικά (αγνοώντας, υποσυνείδητα, ενδείξεις που διαφορετικά θα λαμβάναμε σοβαρά υπ' όψιν μας). Όσες περισσότερες πληροφορίες μπορούμε να συλλέξουμε σχετικά με τα στοιχεία τα οποία προσπαθούμε να αποκωδικοποιήσουμε, τόσες περισσότερες πιθανότητες έχουμε να τα ερμηνεύσουμε σωστά. Μπορεί η γλώσσα του σώματος να είναι η μόνη που λέει πάντα την αλήθεια, αλλά πρέπει να λάβουμε υπ' όψιν μας πολλούς διαφορετικούς παράγοντες που μπορεί να την επηρεάσουν. Επίσης, έχουμε αναφερθεί και στις διάφορες προσωπικότητες αλλά και συνήθειες των ανθρώπων, οπότε για να καταλήξουμε σε ένα βέβαιο συμπέρασμα θα πρέπει να προσέχουμε πολύ καλά τον συνομιλητή μας και να συνδυάσουμε τουλάχιστον τέσσερις από τις ενδείξεις που μας δείχνει (ο κανόνας των τεσσάρων).

Ο χρωματισμός της φωνής σχετίζεται και με την χροιά της αλλά και με το πόσο «παραστατική» είναι. (Αρβανίτη, 2010) Η αλλοίωση της χροιάς της φωνής μπορεί να είναι ακόμη ένα βασικό στοιχείο ψέματος. Ο συνομιλητής μας μπορεί να ακουστεί με διαφορετική φωνή απ' τη συνηθισμένη. Αυτό μπορεί να γίνει είτε ασυνείδητα (η φωνή αλλοιώνεται, τρέμει, διστάζει κ.λπ.) είτε συνειδητά (γίνεται θελκτική για να μας «ξελογιάσει» ή σκληρή για να μην τολμήσουμε να τον αμφισβητήσουμε). Η αλλοίωση της χροιάς κάποιου μπορεί να είναι ίχνος ψέματος, φόβου ή ακόμα και άγχους (π.χ. στο να ρωτήσει κάποια για να βγούνε στο πρώτο του ραντεβού). Ιδιαίτερο ρόλο στη μη λεκτική επικοινωνία παίζει και η προφορά ενός ατόμου, η οποία μεταφέρει πολλαπλά μηνύματα και συνεισφέρει ιδιαίτερα στη δημιουργία των πρώτων εντυπώσεων.

Ο σημαντικότερος παράγοντας της φωνής είναι η χροιά της, η οποία δεν μπορεί να παρατηρηθεί καλύτερα απ' ό,τι στο ραδιόφωνο. (Κουμιώτης, 2004) Εκεί οι ραδιοφωνικοί παραγωγοί έχουν μόνο τη φωνή τους για να επικοινωνήσουν με τους ακροατές τους άρα είναι και οι ειδικοί σε θέματα φωνής. Θέλοντας και μη μαθαίνεις πότε θα υψώνεις και πότε όχι την φωνή σου, να βελτιώσεις την λειτουργία της αναπνοή σου, να αναγνωρίζεις τα λάθη της αναπνοής και άρθρωσης, να μπορείς να ελέγχεις το συναισθηματικό φορτίο της φωνής και γενικά και την χρωματίζεις και χειρίζεσαι σωστά και αποτελεσματικά. (Mediterranean Management Centre, Σεμινάριο με θέμα: Learning Solution for Business Excellence, 2006) Σε μια ζωντανή εκπομπή ραδιοφώνου έχει καίρια σημασία η χροιά, ο τόνος και η εκφραστικότητά της φωνής του εκφωνητή αλλά και του όποιου συνομιλητή. Παρακολουθώντας μια ραδιοφωνική εκπομπή αντιλαμβανόμαστε πως όλα τα συναισθήματα που προσπαθεί να μας περάσει ο εκφωνητής, τα καταφέρνει λόγω του χρωματισμού της φωνής του. Το θαυμάσιο γεγονός είναι πώς αυτό συμβαίνει χωρίς να δούμε τον εκφωνητή ποτέ. (Νταφέκας, 2000)

Ο τόνος της φωνής είναι ένα σημαντικό εργαλείο για κάποια επαγγέλματα περισσότερο από άλλα. Κάθε επαγγελματίας που φέρει σε πέρας μεγάλο μέρος της εργασίας του χρησιμοποιώντας το τηλέφωνο αλλά και σε όλους αυτούς που η φωνή τους αποτελεί βασικό εργαλείο της εργασίας τους, όπως επαγγελματίες του λόγου, δασκάλους, πολιτικούς, εκπαιδευτές, παρουσιαστές, ιερωμένους, managers, ηγέτες, πωλητές, υπαλλήλους που εξυπηρετούν, δικηγόρους. Επαγγελματίες που ασχολούνται με την θεατρική επικοινωνία, τον αυτοσχεδιασμό και το θεατρικό παιχνίδι. Κατά βάση όμως απευθύνεται σε οποιοδήποτε θέλει να βελτιώσει την γλώσσα του σώματός του για τον επαγγελματικό του χώρο ή για την προσωπική του ζωή.

5. ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ

A. ΣΤΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Ενώ τις λέξεις που χρησιμοποιούμε όταν μιλάμε τις μαθαίνουμε, η γλώσσα του σώματος είναι υποσυνείδητη, αυτόματη και ως επί το πλείστον διαπολιτισμική. Ενώ οι λέξεις πληροφορούν, η γλώσσα του σώματος δίνει νοήματα. Αν και είναι μια βαθιά ανθρώπινη επικοινωνία, στον κόσμο των business η αποκωδικοποίησή της έχει αξιολογηθεί ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Όσοι δεν μπορούν να καταλάβουν την σημασία της γλώσσας του σώματος, ουσιαστικά αγωνίζονται εις μάτην να πείσουν τους άλλους, να τύχουν της ανταπόκρισής τους και να κερδίσουν την προσοχή τους. Ίσως να μην γνωρίζουν πώς το 90% της επικοινωνίας, δεν είναι λεκτική αλλά ένα αποτελεσματικό πακέτο φωνής, σωματικής στάσης και χειρονομιών.

Η προσωπική επαφή είναι ζωτικής σημασίας σε κάθε σημαντική επιχειρηματική συναλλαγή, στις διαπραγματεύσεις και κατά το κλείσιμο των συμφωνιών. Αποτελεί άλλωστε ιδιαίτερο προσόν για το στέλεχος εκείνο που στον επαγγελματικό χώρο του, μέσα από την οπτική επικοινωνία καταφέρνει «να διαβάσει ανάμεσα στις γραμμές», όπως συνήθως λέμε για τον έμπειρο και δεισδυτικό αναγνώστη. «Για όποιον δεν αναγνωρίζει τη γλώσσα του σώματος στην επικοινωνία, είναι σαν να διαβάζει ένα κείμενο που του λείπουν τα σημεία της στίξης.» (Ribbens & Thompson, 2001)

Μπορούμε κι εμείς οι ίδιοι να χρησιμοποιήσουμε τη γλώσσα του σώματος σε μια πρώτη γνωριμία προκειμένου να αυτοπαρουσιαστούμε. Δεν είναι μόνο η χειραψία ή το γνέψιμο με το κεφάλι, αλλά επίσης η εμφάνισή μας, από τα ρούχα μας μέχρι τη στάση του σώματός μας, που δίνει πλήθος πληροφοριών στους άλλους για το ποιοι είμαστε.

Γι αυτό και στις επαγγελματικές συνεντεύξεις, όπου θέλουμε να κάνουμε μια πολύ καλή πρώτη εντύπωση μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, υπάρχει ολόκληρη επιστήμη για το πώς θα συμπεριφερθεί κανείς, όχι μόνο όσον αφορά το λεκτικό κομμάτι, αλλά πολύ περισσότερο το πώς θα σταθεί, πώς θα καθίσει, πόση ώρα και πώς θα κοιτάξει, πώς θα ντυθεί και πολλές άλλες μικρές λεπτομέρειες που μπορεί στον συνεντευξιαζόμενο να φαίνονται ανούσιες αλλά ο άνθρωπος που

παίρνει την συνέντευξη τις θεωρεί σημαντικές και θα τις λάβει υπ'όψιν του ως παράγοντες για την πρόσληψη ή όχι του εκάστοτε υποψηφίου.

Η συνέντευξη αποτελεί το σημαντικότερο μέρος στη διαδικασία αναζήτησης απασχόλησης. Ένα μέρος της διαδικασίας αυτής κερδίζεται από την στιγμή που θα γίνει το πρώτο τηλεφώνημα μέχρι τη στιγμή της συνάντησης με τον αξιολογητή. Έτσι, στο τηλεφώνημα πρέπει να είμαστε σοβαροί, ετοιμόλογοι και ευέλικτοι κυρίως για την ώρα της συνέντευξης. Μέχρι την ημέρα της συνάντησης πρέπει να γνωρίζουμε ορισμένα στοιχεία για την εταιρία στην οποία επιθυμούμε να εργαστούμε. Πρέπει επίσης να φρεσκάρουμε στην μνήμη μας τις ημερομηνίες των σπουδών και επαγγελματικών μας ενασχολήσεων. Ακόμη και αν τελικά δεν ενδιαφερόμαστε για την συγκεκριμένη θέση ή αλλάξαμε γνώμη δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να μην ενημερώσουμε πως δεν θα πάμε. Ποτέ δεν ξέρουμε τι θα συμβεί στο μέλλον και ποιοί θα γνωρίζουν γι αυτή μας την αμέλεια. Κατά την διάρκεια της συνέντευξης πρέπει να εντυπωσιάσουμε με σκοπό να μείνουμε στην μνήμη του αξιολογητή. Μπορούμε να επιστρατεύσουμε τον αυθορμητισμό μας, τον ενθουσιασμό μας, τους ξεκάθαρους επαγγελματικούς στόχους και φυσικά να υποβάλλουμε εύστοχες ερωτήσεις δείχνοντας το ενδιαφέρον μας στον συνομιλητή μας. Κλείνοντας την συνέντευξη μπορούμε να ρωτήσουμε πότε θα ολοκληρωθεί η διαδικασία και με ποιόν τρόπο θα ενημερωθούμε. Τέλος, πρέπει να κάνουμε και μόνοι μας την αυτοκριτική μας διότι η διαδικασία μπορεί να επαναληφθεί σύντομα ή με κάποιον άλλο πιθανό εργοδότη. (Σαχαρίδης, 2004)



Η συνέντευξη μπορεί να γίνει από ένα στέλεχος της εταιρίας ή μια ομάδα ανθρώπων. Στην δεύτερη περίπτωση πρέπει να είμαστε πιο προετοιμασμένοι για να κερδίσουμε τον καθένα ξεχωριστά αλλά και όλους μαζί.

“Η εμφάνιση του υποψηφίου, η ικανότητά του στον προφορικό λόγο και η κοινωνικότητά του είναι προσόντα που εκτιμώνται κατά την συνέντευξη. Επίσης, η προσωπικότητα του υποψηφίου αξιολογείται, όσο είναι δυνατό βέβαια να αξιολογηθεί μέσα στο χρονικό διάστημα που διαρκεί η συνέντευξη. Έτσι, σε μία πρόσωπο με πρόσωπο συνάντηση, ο αξιολογητής προσπαθεί να ανακαλύψει τα κίνητρα, τη συμπεριφορά και τα αισθήματα του υποψηφίου, στοιχεία που δεν μπορεί να διαπιστώσει δια μέσου της αίτησης και του βιογραφικού σημειώματος.” (Μπόγκα-Καρτέρη, 2003)

Ο κύριος Συντζάκης Κυριάκος, υπεύθυνος επικοινωνίας, όντας ένας από τα στελέχη που είναι υπεύθυνα για την στελέχωση τμημάτων, που συνεπάγεται πως είναι ένας από τους ανθρώπους που θα πάρουν τις συνεντεύξεις από τους υποψήφιους για την όποια θέση, ανέφερε στο 12ο διήμερο συνέδριο της EIM φοιτητών, πως όταν κάνει μια ερώτηση στον υποψήφιο δεν τον ενδιαφέρει τόσο η απάντηση που θα δώσει αλλά ο τρόπος που θα απαντήσει. Όπως αναφέραμε προηγουμένως, είναι πολύ σημαντικό για όποιον θέλει να προσληφθεί σε μια θέση να γνωρίζει βασικά στοιχεία για την εταιρία στην οποία θέλει να εργαστεί. Αυτό δεν σημαίνει όμως πως μπορεί να πάρει το εγχειρίδιο της εταιρία και να το αποστηθίσει. Σημαντικό επίσης είναι να γνωρίζουμε πως για σημαντικές θέσεις σε μια εταιρία είναι πολύ συχνή η ερώτηση «Για ποιο λόγο πιστεύεται πως πρέπει να σας προσλάβει η εταιρία μας;» ή «Για ποιο λόγο πιστεύετε πως είστε οι κατάλληλος υποψήφιος;». Στο σημείο αυτό έγκειται και η διαφορά με τις ελληνικές και τις «ευρωπαϊκές» επιχειρήσεις. Στις εταιρίες ευρωπαϊκών προδιαγραφών ο υποψήφιος πρέπει πρώτα να προσκομίσει το βιογραφικό του μαζί με το βιογραφικό του σημείωμα που ουσιαστικά είναι ο λόγος που θέλει να εργαστεί στην εταιρία, με τι διαπραγματεύεται η εταιρία και για ποιο λόγο πρέπει η εταιρία να τον προσλάβει. Αν ο υποψήφιος περάσει από την διαδικασία του βιογραφικού, τότε κανονίζεται η πρώτη συνέντευξη με κάποιο χαμηλόβαθμο στέλεχος της εταιρίας. Αν περάσει και από αυτή τη διαδικασία τότε κανονίζεται η δεύτερη και πιθανών τελική συνέντευξη. Η όλη αυτή διαδικασία είναι χρονοβόρα αλλά θεωρείται σαφής, ασφαλής και δίκαιη. Ευτυχώς αλλά και δυστυχώς ταυτόχρονα, στην Ελλάδα δεν εφαρμόζεται αυτή η τακτική συχνά, πράγμα που σημαίνει πως ο υποψήφιος θα κριθεί αν είναι κατάλληλος για την θέση από την μια και μοναδική φορά που θα πάει στα γραφεία της εταιρίας, που θα αφήσει το βιογραφικό του στην γραμματέα, που θα περιμένει κάποια λεπτά μέχρι ο υπεύθυνος να «ρίξει μια ματιά» στο

βιογραφικό του και τέλος να κάνει κάποιες ερωτήσεις την ώρα της συνέντευξης βασιζόμενες κυρίως στο βιογραφικό.

Όσων αφορά τώρα το βιογραφικό, για τον σκοπό της εργασίας, θα ασχοληθούμε μόνο με αυτά που φαίνονται “ανάμεσα στις γραμμές”. Για αρχή έχουμε την εμφάνιση του βιογραφικού. Είναι η πρώτη εικόνα που σχηματίζει ο αξιολογητής για τον υποψήφιο άρα θα πρέπει να είναι επιμελημένο, χωρίς λάθη και παραλείψεις. Συνεχίζοντας ο αξιολογητής εξετάζει εάν ο υποψήφιος άλλαζε διαρκώς δουλειές που μπορεί να σημαίνει από απόδοση κάτω του αναμενόμενου έως και αδυναμία συνεργασίας. Από την μεριά του υποψηφίου τώρα, βασιζόμενοι σε αυτό, πρέπει να δηλώνουμε στο βιογραφικό μας δουλειές σχετικές με την θέση που θέλουμε και όχι να αναφέρουμε όλες τις δουλειές που έχουμε κάνει. Καταλήγοντας με το βιογραφικό, πολύ σημαντικό στοιχείο για τους αξιολογητές είναι τα χρονικά κενά. Ένας επαγγελματίας δεν μπορεί να καθίσει 6 μήνες ή ένα χρόνο. Ή δεν εργάστηκε πουθενά γιατί δεν έβρισκε δουλειά, ή απασχολήθηκε κάπου που δεν θέλει να το αναφέρει. Όποια από τις δυο περιπτώσεις και να ισχύει ο αξιολογητής θα προβληματιστεί και ο υποψήφιος θα πρέπει να είναι έτοιμος γιατί θα χρειαστεί ίσως να δώσει κάποιες εξηγήσεις. (Σαχαριδής, 2004)

Οι τεχνικές της μη-λεκτικής επικοινωνίας βοηθούν στη δημιουργία θετικής και επιτυχημένης εικόνας του εαυτού σας στον εργασιακό σας χώρο, στη βελτίωση των διαπροσωπικών σας σχέσεων, στην επίτευξη δύσκολων στόχων και στην αντιμετώπιση δύσκολων καταστάσεων. Η συνομιλία με τους άλλους πρέπει να χαρακτηρίζεται από τη μετάδοση όσο το δυνατόν πιο καθαρών και κατανοητών μηνυμάτων. Όσο καλά και αν νομίζουμε ότι γνωρίζουμε τους άλλους, εντούτοις δεν μπορούμε να διαβάζουμε τη σκέψη τους. Πρέπει να μιλούμε ξεκάθαρα μαζί τους για να αποφεύγουμε τις παρεξηγήσεις που μπορούν να πληγώνουν και τις καταστάσεις που προκαλούν σύγχυση ή ακόμη και θυμό. Ακόμη και το να ακούμε τους άλλους προσεκτικά αποτελεί μια καίρια συνιστώσα της αποτελεσματικής επικοινωνίας. Κάποιος που είναι καλός ακροατής, ενθαρρύνει τον άλλο να μιλά ανοικτά και ειλικρινά.

Β. ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Οι περισσότεροι άνθρωποι αποκαλούν «γλώσσα του σώματος» τα στοιχεία, την σημασία τους, και διάθεση για επικοινωνία από τους άλλους. Στοιχεία που λαμβάνουμε από τις χειρονομίες, εκφράσεις του προσώπου, στάσεις του σώματος και οτιδήποτε άλλο το οποίο «δεν λέγετε». Οι επιστήμονες την αποκαλούν «μη - λεκτική επικοινωνία» η οποία ανέρχεται στο ίδιο ακριβώς αντικείμενο: μια δεύτερη πηγή ανθρώπινης επικοινωνίας η οποία συχνά είναι πιο αξιόπιστη ή ουσιώδης στην κατανόηση του τι ακριβώς συμβαίνει από τις ίδιες τις λέξεις.

Δυστυχώς ακόμη στην Ελλάδα, όπως έχουμε προαναφέρει, η επιστήμη της γλώσσας του σώματος δεν έχει μελετηθεί όπως σε άλλες χώρες. Στον ευρύ χώρο του marketing και των πωλήσεων είναι μέγιστης σημασίας να χρησιμοποιούμε τα στοιχεία της μη-λεκτικής επικοινωνίας αλλά και να καταλαβαίνουμε τι εννοούν οι «πελάτες» μας με τις κινήσεις και τις χειρονομίες που κάνουνε χωρίς να χρειαστεί να πούνε κάτι.

«Η σημασία της γλώσσας του σώματος στο μάνατζμεντ δεν έχει εκτιμηθεί όπως θα έπρεπε. Τους λόγους τόσο της επιτυχίας όσο και της αποτυχίας των μάνατζερ, πολύ συχνά, θα πρέπει να τους αναζητούμε στον κρυφό κόσμο της μη λεκτικής επικοινωνίας.» (Ribbens & Thompson, 2001)

Το να είσαι ικανός να αντιληφθείς την «μη - λεκτική επικοινωνία» ή «γλώσσα του σώματος» είναι στοιχειώδης παράγοντας σε επαγγελματικό επίπεδο. Το πρόβλημα είναι πως συνήθως ερμηνεύουμε ένα χαμόγελο ή την έλλειψη οπτικής επαφής (eye contact) μέσω μίας συναισθηματικής οθόνης και όχι μιας επιστημονικής. Μερικές φορές ένα χαμόγελο είναι σημάδι χαράς και μερικές φορές υποδεικνύει μια στιγμή περιφρόνησης.

Ακριβής γνώσεις την γλώσσας του σώματος είναι απαραίτητες για επιτυχία σε διαπροσωπικές σχέσεις, στον εργασιακό χώρο είτε στην προσωπική ζωή. Ωστόσο, το μεγαλύτερο μέρος της αντίληψής μας στα στοιχεία αυτά γίνεται ενστικτωδώς και δυστυχώς τα περισσότερα σήματα που αντιλαμβανόμαστε, είναι λανθασμένα, σύμφωνα με τις σύγχρονες επικοινωνιακές έρευνες.

“Στην αποκωδικοποίησή της γλώσσας του σώματος οφείλονται συχνά επιτυχίες αλλά και τα επικοινωνιακά λάθη των διευθυντικών στελεχών.” (Δαμουλιάνου Χ., 2001) Συγκεκριμένα για τον χώρο της εργασίας υποστηρίζεται ότι η γλώσσα του σώματος είναι εκείνη που προδίδει την πραγματική στάση που τηρεί

ο καθένας, το πώς αντιδρά στις σκέψεις των άλλων και, τελικά, η «γνώση» της γλώσσας αυτής είναι που σε κάνει αποτελεσματικό στην επικοινωνία σου με τους άλλους.

Ο επαγγελματίας πωλητής, όντας ειδικός στο να επικοινωνεί και να κατανοεί τους ανθρώπους, πρέπει να είναι σε θέση να ερμηνεύει και τη «γλώσσα του σώματός τους». Ο επαγγελματίας αντιλαμβάνεται ότι κάθε άτομο με το οποίο επικοινωνεί είναι διαφορετικό. Υπάρχουν, παρ' όλα αυτά, συγκεκριμένες κινήσεις της γλώσσας του σώματος που είναι κοινές για όλους μας. Ενδεικτικές κινήσεις της «γλώσσας του σώματος» αναφέρονται σε ξεχωριστή ενότητα αλλά συγκεκριμένες κινήσεις που μπορεί να βοηθήσουν ένα πωλητή να κάνει καλύτερα την δουλειά του θα αναφερθούν παρακάτω.

Ας ξεκινήσουμε, λοιπόν, από τα μάτια. Λέγεται ότι η κόρη του ματιού διαστέλλεται όταν εγκρίνουμε και συστέλλεται όταν αποδοκιμάζουμε κάτι: όταν, δηλαδή, μας αρέσει κάτι, η κόρη του ματιού μας μεγαλώνει, ενώ, αντίθετα, μικραίνει όταν δεν μας αρέσει.

Μπορεί αυτή να θεωρηθεί μια φαινομενικά άχρηστη πληροφορία αλλά υπάρχει τρόπος να χρησιμοποιηθεί από ένα πωλητή προς όφελός του. Αν μιλάτε μ' έναν πελάτη που ισχυρίζεται πως δεν του αρέσει το προϊόν σας, αλλά οι κόρες του είναι πολύ μεγάλες, ξέρετε ότι προσποιείται. Η γλώσσα του σώματός του λέει ότι εγκρίνει το προϊόν που του πουλάτε απλώς προσπαθεί να πετύχει μια καλύτερη τιμή, μια έκπτωση. Αλλά, ας είμαστε ρεαλιστές. Δεν μπορείτε να «καρφώνετε» τον άλλο στα μάτια ή να σκύβετε πάνω απ' το γραφείο του για να δείτε καλύτερα. Μπορεί, όμως, να το προσέξετε τυχαία. Να θυμάστε, επίσης, ότι η κόρη του ματιού αλλάζει ανάλογα με το φως. Κάθε φορά που περνάτε απ' το λαμπερό φως του ήλιου σ' ένα σκοτεινό δωμάτιο, το μέγεθος της κόρης του ματιού σας αλλάζει. Έχετε, λοιπόν, υπόψη σας τις αλλαγές στο φως αν τύχει να προσέξετε μια κόρη να μεγαλώνει ή να μικραίνει. Η γλώσσα του σώματος θεωρείται τόσο ανακριβής γιατί εξαρτάται από πολλές μεταβλητές.

Ένας από τους παράγοντες που μπορεί να χρησιμοποιήσει ο πωλητής προς όφελός του είναι ο «χώρος». Οι εσωστρεφείς άνθρωποι χρειάζονται περισσότερο χώρο γύρω τους και δεν τους αρέσει να είναι στριμωγμένοι. Οι εξωστρεφείς απ' την άλλη, νιώθουν πιο άνετα σε μικρούς χώρους. Υπάρχει μια ζώνη περίπου 30 εκατοστών γύρω από κάθε ανθρώπινο ον, γνωστή και ως «ζώνη οικειότητας» (στην οποία θα αναφερθώ περαιτέρω στην ενότητα «Η Γλώσσα Του

Σώματος Στην Καθημερινή Ζωή») Ονομάζεται έτσι επειδή τα μόνα άτομα που επιτρέπουμε να βρεθούν σ' αυτήν είναι αυτά με τα οποία έχουμε οικειότητα. Όταν κάποιος νιώσει ότι κάποιος εισβάλλει στο χώρο του, η συνηθισμένη αντίδραση είναι να κάνει πίσω. Ο λόγος είναι πως αισθάνεται πίεση. Ο χώρος μπορεί να χρησιμοποιηθεί από έναν πωλητή για να ασκήσει ή να ελαττώσει πίεση, ανάλογα με τις περιστάσεις.

Πολύ αποτελεσματική χρήση των παραπάνω γίνεται στις ανακρίσεις της αστυνομίας. Οι ανακριτές χρησιμοποιούν τεχνικές παραβίασης του ζωτικού χώρου



για να κάμψουν την αντίσταση των ανακρινόμενων. Καθίζουν τον ανακρινόμενο σε μια σταθερή καρέκλα στον ανοιχτό χώρο ενός δωματίου και καθώς τον ανακρίνουν εισβάλλουν ξαφνικά στην ζώνη οικειότητας και παραμένουν εκεί μέχρι να καμφθεί η αντίστασή του και να απαντήσει. Ως παράδειγμα αναφέρω την

συνήθης εικόνα που βλέπουμε σε αστυνομικές ταινίες, όπου ο ανακριτής ξεκινά την ανάκριση έχοντας απέναντί του τον ύποπτο σε μια απόσταση περίπου 3 μέτρων χωρίς π.χ. ένα τραπέζι μεταξύ τους. Αυτό δημιουργεί ένα αίσθημα ασφάλειας. Στην πορεία ο ανακριτής μετακινεί την καρέκλα του πιο κοντά στον ύποπτο, μέχρι το σημείο που τα γόνατά του φτάνουν ανάμεσα στα γόνατα του υπόπτου. Στο στάδιο αυτό, ο ανακριτής ασκεί τεράστια πίεση και καθιστά αδύνατο για τον ύποπτο να πει ψέματα, χωρίς αυτό να γίνει αμέσως αντιληπτό. (Οικονόμου Ε., 2001)

Στον κόσμο των επαγγελματικών πωλήσεων πρέπει να είστε σε θέση ν' αντιλαμβάνεστε τότε ασκείτε υπερβολική πίεση σ' έναν πελάτη. Το μήνυμα αυτό θα το πάρετε καθώς τα άκρα του πελάτη σας θα κάνουν σπασμωδικές κινήσεις, άθελά του. Το πόδι του θ' αρχίσει να τρέμει ή να κουνιέται μηχανικά ή θα χτυπά τα δάχτυλα του χεριού του στο γραφείο που αναγνωρίζονται ως σημάδια ανυπομονησίας ή απογοήτευσης. Αν δείτε τέτοια ακούσια σημάδια, προσπαθήστε να δείτε τι τα προκαλεί. Αλλάξτε το θέμα της συζήτησης κι αφήστε τη γλώσσα του

σώματος του πελάτη σας να χαλαρώσει. Αν ασκείτε πίεση σε σημείο που ο πελάτης νιώθει αμηχανία, θα αναπτύξει μια αντανακλαστική αντίσταση απέναντί σας.

Το μυστικό σχετικά με την γλώσσα του σώματος είναι πως τα περισσότερα που συμβαίνουν γύρω μας έχουν σημασία αλλά δεν μπορούμε να τα αντιληφθούμε, αυτά ή την σημασία τους. Οι καρέκλες που προορίζονται για τους επισκέπτες, για παράδειγμα, σε κάποια γραφεία είναι σαφώς χαμηλότερες. Όταν κάθεστε σε χαμηλές καρέκλες, χάνετε απότομα την αυτοπεποίθησή σας. Κάθεστε απέναντι, αλλά παρ' όλα αυτά είστε αναγκασμένοι να κοιτάτε προς τα πάνω. Αν η γλώσσα του σώματός σας δείχνει έλλειψη αυτοπεποίθησης, δεν έχετε την ευκαιρία να κάνετε σωστά τη δουλειά σας. Παρατηρήστε τον τρόπο με τον οποίο κάποιος κάθεται. Ένα εσωστρεφές άτομο συχνά τραβάει την καρέκλα του προς τα πίσω ενώ κάποιος πιο εξωστρεφής τραβάει την καρέκλα του προς τα πάνω πριν καθίσει. Ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να κάνετε μια παρουσίαση είναι να κάθεστε



εσείς κι ο πελάτης στην ίδια άκρη ενός τραπεζιού ή ενός γραφείου. Οι «πρόσωπο με πρόσωπο» επαφές στη γλώσσα του σώματος υποδηλώνουν σύγκρουση και θεωρούνται μια κακή αρχή. Το να κάθεστε δίπλα δηλώνει πως δουλεύετε μαζί, ότι είστε δύο άνθρωποι που

σκοπεύουν να συνεργαστούν. Επιπρόσθετα, αν είστε δεξιόχειρες προσπαθήστε να έχετε τον πιθανό πελάτη σας στα δεξιά σας. Θα νιώθετε πιο δυνατοί, πιο άνετοι, πιο σίγουροι για τον εαυτό σας.

Το ύψος του σώματος μπορεί να δώσει μια εντύπωση εξουσίας και δύναμης. Συνήθως σηκώνουμε όρθιο κάποιον για να τον συγχαρούμε για τα επιτεύγματά του. Ο νικητής σε κάποιο άθλημα στέκεται σε ψηλότερο βήθρο απ' ότι ο δεύτερος κι ο τρίτος. Ο πιο σημαντικός άνθρωπος σ' ένα δικαστήριο κάθεται στην πιο ψηλή καρέκλα και τα λοιπά. Επομένως, αν συμβαίνει να είστε πολύ ψηλοί, προσπαθήστε να μη δημιουργήσετε αίσθημα ανασφάλειας στον πελάτη σας.

Για τη στάση του σώματος, αναφορικά με τη γλώσσα του σώματος, έχουν ειπωθεί περισσότερα απ' ότι για οποιονδήποτε άλλον παράγοντα. Μη διαβάσετε περισσότερα απ' όσα πρέπει σε μια σταθερή στάση. Αυτό που έχει σημασία είναι η αλλαγή της στάσης. Μπορεί ο συνομιλητής σας να κάθεται με σταυρωμένα τα χέρια. Αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι βαριέται ή ότι δεν ενδιαφέρεται. Μπορεί



απλά να δείχνει ότι νιώθει άνετα σ' αυτήν τη στάση. Αν, όμως, κάποιος που κάθεται με σταυρωμένα τα χέρια, ξαφνικά τα ανοίξει και γείρει προς το μέρος σας, αυτό μπορεί να είναι ένδειξη πως ότε λέτε τη συγκεκριμένη στιγμή τον ενδιαφέρει πολύ. Κατά τον ίδιο τρόπο να προσέχετε και τα σήματα που δίνετε εσείς.

(Denny, 2003)

Υπάρχουν αρκετά σημάδια που προδίδουν κάποιον όταν δεν λέει την αλήθεια. Κάθε φορά που κάνετε μια σημαντική ερώτηση, παρατηρήστε την απάντηση στη γλώσσα του σώματος. Αν εντοπίσετε μια ακούσια κίνηση των χεριών προς το πρόσωπο, το λαιμό, τα μαλλιά ή το λοβό του αυτιού, είναι πολύ πιθανό αυτό που σας λένε να μην είναι απόλυτα αληθές. Άλλη μια ένδειξη είναι όταν το βλέμμα του συνομιλητή σας ξαφνικά καρφώνεται στο ταβάνι ή στο πάτωμα. Έχετε το νου σας για τέτοιες αλλαγές στη συμπεριφορά των άλλων. Αυτό μπορεί να φανεί χρήσιμο όταν ρωτάτε για παράδειγμα τον πελάτη αν τον ενδιαφέρει περισσότερο το πρώτο ή το δεύτερο προϊόν που του δείξατε και απαντά κανένα οπότε καταλαβαίνεται πως ο πελάτης είναι θετικός για την αγορά αλλά υπάρχουν άλλοι παράγοντες που τον επηρεάζουν και πρέπει να τους ανακαλύψετε.

Τέλος, μπορεί ως πωλητές να μην ασχολούμαστε μόνο με μεμονωμένους πελάτες αλλά να αναφερόμαστε και σε οικογένειες ή ακόμα και σε ολόκληρο συμβούλιο εταιρίας. Εκεί, εκτός του ότι οι παρουσιάσεις θα είναι διαφορετικές, το σημαντικό για έναν πωλητή είναι να απευθύνεται σε όλους αλλά να ανακαλύψει, όσο πιο σύντομα γίνεται, ποιός είναι ο αρχηγός ή ο αρμόδιος για τις αποφάσεις. Σε μια ομάδα ανθρώπων διακρίνεται εύκολα, αν παρατηρήσετε τη συνολική γλώσσα σώματος της ομάδας. Όταν κάποιος σταυρώνει τα πόδια του ή παίζει με το στυλό του κι οι άλλοι τον μιμούνται, είναι πολύ πιθανό να είναι ο αρχηγός, αυτός που παίρνει τις αποφάσεις.

Ο Richard Denny αναφέρει ως παράδειγμα ένα γεγονός που συνέβη στον ίδιο. «Κατά τη διάρκεια μιας παρουσίασης που έκανα σε κάποιο Διοικητικό Συμβούλιο, απευθυνόμουν κυρίως στο Γενικό Διευθυντή, που υπέθεσα πως είναι ο αρμόδιος για τις αποφάσεις. Είχα χειριστεί όλες τις ερωτήσεις του πολύ

ικανοποιητικά, έτσι τουλάχιστον πίστευα. Παρ' όλα αυτά δεν μπορούσα να κλείσω τη δουλειά, ν' αποσπάσω μίαν απάντηση. Ξαφνικά παρατήρησα ότι κάθε φορά που ο Διευθυντής του Οικονομικού τμήματος έκανε κάποια ακούσια κίνηση, οι υπόλοιποι τον μιμούνταν. Έτσι εστίασα την προσοχή μου σ' εκείνον το Διευθυντή. Μέσα σε λίγα λεπτά είχα ολοκληρώσει την Πώληση. Όπως ανακάλυψα, ο Γενικός Διευθυντής είχε μόνο τον τίτλο και ότι ο βασικός μέτοχος ήταν ο Διευθυντής του Οικονομικού Τμήματος.»

Την επόμενη φορά που θα έχετε την ευκαιρία να παρουσιάσετε μια ιδέα σε μια ομάδα ανθρώπων, παρακολουθήστε τους προσεκτικά όπως δίνετε την ιδέα σας και θα παρατηρήσετε κάτι συναρπαστικό. Οι περισσότεροι, αν όχι όλα τα μέλη του ακροατηρίου σας θα φέρουν το ένα χέρι μέχρι τα πρόσωπά τους και να αρχίσουν να χρησιμοποιούν χειρονομίες αξιολόγησης. Καθώς θα φτάνετε στο τέλος της παρουσίασής σας και ρωτήσετε την ομάδα να εκφράσουν τις απόψεις ή προτάσεις σχετικά με την ιδέα, οι χειρονομίες αξιολόγησης θα σταματήσουν. Ένα χέρι θα μεταβεί στο πηγούνι και να αρχίσει μια χειρονομία χαϊδεύοντας το πηγούνι.



Female chin stroking



Making decision

Εικόνες από <http://www.indiabix.com/body-language/hand-to-face-gestures/>

Γ. ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ

Για να δοθεί η σωστή δομή στην ενότητα αυτή, πρέπει πρώτα να αναλύσουμε την διαφήμιση στο σύνολό της και έπειτα την σημασία της γλώσσας του σώματος σε αυτήν. Η διαφήμιση, ως ενότητα μορφής και περιεχομένου, προσπαθεί: α) να πείσει τους καταναλωτές, παρουσιάζοντας χαρακτηριστικά, ιδιότητες, συγκριτικά πλεονεκτήματα του προϊόντος, β) να τους πληροφορήσει και να τους ενημερώσει για το προϊόν, γ) να χτίσει και να διαμορφώσει την εικόνα (image) του προϊόντος, δ) να διαμορφώσει θετική στάση για το προϊόν ή να αναστρέψει την αρνητική στάση, ε) να διαφοροποιήσει το προϊόν και να γνωστοποιήσει τις ειδικές προσφορές, στ) να προβάλλει και να διαμορφώσει θετική εικόνα για την επιχείρηση ή τον οργανισμό. (Ζώτος, 2000) Οι διαφημίσεις επίσης δημιουργούν αναγνωρισιμότητα, πληροφορούν, ενθαρρύνουν, πείθουν για δοκιμή, δημιουργούν συναισθηματικούς δεσμούς μεταξύ προϊόντων και καταναλωτών (brand loyalty). (Ανδρονικίδης, 2006) Η διαφήμιση, η οποία διαδίδει εσκεμμένα νοήματα που αναδεικνύουν μια «αιθαλή πραγματικότητα», απευθύνεται σε κοινωνικές ομάδες **βάση** δημογραφικών και ψυχογραφικών παραμέτρων.

Η διαφήμιση ως κοινωνικό-οικονομικό φαινόμενο έχει προκαλέσει αξιολογητέες συζητήσεις που τείνουν να απεργάζονται αλληλοσυγκρουόμενες απόψεις. Από τη μια πλευρά, η διαφήμιση κατηγορείται με δριμύτητα από κριτικούς/ερευνητές (π.χ. σχεδόν απ' όλο το κοινωνικοπολιτικό φάσμα: είτε είναι συντηρητικοί, είτε φιλελεύθεροι, είτε μαρξιστές) οι οποίοι επιχειρηματολογούν σε γενικές γραμμές ότι: 1) αποσπά την προσοχή μας από κοινωνικά και πολιτικά προβλήματα και εστιάζεται πάνω στις προσωπικές μας ανάγκες και επιθυμίες 2) είναι σεξιστική και χρησιμοποιεί τις γυναίκες βασικά ως σεξουαλικά αντικείμενα, εκμεταλλευόμενη τη σεξουαλικότητά τους για να πωλήσουν προϊόντα και υπηρεσίες (Leiss et al. 1990) 3) προκαλεί άγχος και αυτολύπηση σε άτομα τα οποία δεν διαθέτουν χρήματα να απολαύσουν τη ζωή (ή το lifestyle) που απεικονίζεται σαν «κανονική» στις διαφημίσεις 4) συνήθως παραπλανά τον κόσμο σχετικά με τι προσδοκά από τα προϊόντα 5) διδάσκει τον κόσμο να εξομοιώνει την ευτυχία με την αγορά ενός προϊόντος, κι έτσι τους εκπαιδεύει να καταναλώνουν αβέρτα σαν να ήταν το μοναδικό μέσο για την απόκτηση της ευτυχίας ή της ευδαιμονίας. (Leiss et al. 1990) 6) η λειτουργία της διαφήμισης είναι να δημιουργήσει επιθυμίες, ανάγκες που δεν υπήρχαν προηγουμένως, εξαναγκάζουν

τους ανθρώπους να επιθυμούν περισσότερα και περισσότερα πράγματα τα οποία σε φυσιολογική κατάσταση δεν θα επιθυμούσαν. (Galbraith, 1977)

Από την άλλη πλευρά, οι υποστηρικτές της διαφήμισης επιχειρηματολογούν ότι: 1) πληρώνει τα περιοδικά που διαβάζουμε και τα προγράμματα που παρακολουθούμε (τα οποία θα ήταν πιο δαπανηρά δίχως τη «γενναιοδωρία» της διαφήμισης) 2) μειώνει το κόστος πολλών προϊόντων διαμέσου της οικονομικής κλίμακας (economies of scale) 3) παρέχει στους καταναλωτές πολύτιμη πληροφόρηση για προϊόντα και υπηρεσίες 4) μπορεί να επιχειρεί να πείσει τον κόσμο, αλλά δεν μπορεί να εξαναγκάσει κανέναν να κάνει κάτι που δεν θέλει. (Κόντος, 2006)

Χρήσιμο είναι να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο και την “μέτρηση της AIDA” ακρώνυμο από τα αρχικά των λέξεων Attention (Προσοχή), Interest (Ενδιαφέρον), Desire (Επιθυμία), Action (Πράξη). Η αποτελεσματικότητα της διαφήμισης με την μέτρηση αυτή, μετριέται από την μεταβολή του ενδιαφέροντος και της επιθυμίας πριν και μετά την προβολή της διαφήμισης. Πρέπει επίσης να ξεκαθαρίσουμε πως “ανθρώπινη ανάγκη είναι μια κατάσταση αισθητής έλλειψης κάποιας βασικής ανάγκης”, “επιθυμίες είναι οι πόθοι για συγκεκριμένα μέσα ικανοποίησης των βαθύτερων αναγκών” και τέλος, “οι απαιτήσεις είναι επιθυμίες για συγκεκριμένα προϊόντα/υπηρεσίες, οι οποίες υποστηρίζονται από μια ικανότητα και επιθυμία να το αγοράσουν”. (Δρ. Δ. Πασχαλούδης, 2003) Σύμφωνα τώρα μετά παραπάνω, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως ούτε το marketing αλλά ούτε και οι διαφημίσεις συγκεκριμένα δημιουργούν ανάγκες όπως κατηγορείται από τους κριτικούς. Αντιθέτως, το marketing προσπαθεί να εντοπίσει και να ικανοποιήσει τις διάφορες ανάγκες – επιθυμίες των καταναλωτών με επικερδής φυσικά τρόπους για την επιχείρηση.

Ως επικοινωνιακό μέσο η διαφήμιση είναι πανταχού παρούσα, τόσο ώστε έχει εκτιμηθεί ότι κάθε μέρα ο μέσος άνθρωπος βλέπει 100 τηλεοπτικές διαφημίσεις, ακούει 60 ραδιοφωνικές διαφημίσεις, διαβάζει (ή ρίχνει μια ματιά σε) 70 διαφημίσεις σε περιοδικά και 60 σε εφημερίδες. (Berger, 1991) Ωστόσο, μελέτες που διεξήχθησαν στις Η.Π.Α. έχουν οροθετήσει ότι περίπου το 60% των ενηλίκων ασχολούνται με άλλα πράγματα όταν οι διαφημίσεις προβάλλονται από την τηλεόραση και ότι λιγότεροι από το 25% των τηλεθεατών θυμούνται τη διαφήμιση

που είδαν την προηγούμενη ημέρα (Schudson,1984). Στην Ελλάδα έγινε μια έρευνα (View, 2002) με την ερώτηση: «Τι κάνετε συνήθως όταν αρχίζουν οι διαφημίσεις;» οι ερωτηθέντες απαντούσαν ως εξής: «Πηγαίνω στην κουζίνα/μπάνιο» (6,3%)· «Τις παρακολουθώ» (6,5%)· «Βλέπω μία-δύο και μετά κάνω ζάπινγκ» (20,6%)· «Κάνω μια δουλειά που είχα αφήσει στη μέση» (20,9%)· «Αλλάζω αμέσως κανάλι» (42,7%)· «Τίποτε απ' όλα αυτά» (3%). Συνεπώς, ο υποτιθέμενος καταναλωτής δεν σπεύδει να αγοράσει ένα διαφημιζόμενο προϊόν που προβάλλεται - όσο πειστικό ή φαντασμαγορικό κι αν είναι. Όπως τονίζει ο Schudson, "οι διαφημίσεις κάνουν το θαύμα τους, στο βαθμό που μπορεί να κάνουν οτιδήποτε άλλο, πάνω σε ένα αφηρημένο ή απρόσεκτο ακροατήριο".

Θεωρητικά ο σκοπός της διαφήμισης είναι να μεταδώσει ένα μήνυμα σε μια αγορά-στόχο ενώ πρακτικά είναι να δημιουργήσει ή να αυξήσει πωλήσεις. Συγκεκριμένα η πληροφοριακή διαφήμιση δίνει επεξηγήσεις για: την χρήση του προϊόντος, τις νέες χρήσεις του, την αλλαγή των σημείων πώλησης, την βελτίωση εντυπώσεων και τέλος να εδραιώσει μια εταιρική εικόνα. (Πασχαλούδης, 2003) Επιπλέον, η πληροφόρηση εμπεριέχει διαστάσεις οι οποίες αποδύονται σε ρητορικούς συγκερασμούς με αποτέλεσμα να φανερώνεται η εκάστοτε πληροφόρηση με ποικίλες σκοπιμότητες. Το γεγονός ότι η πληροφόρηση πρέπει να κωδικοποιηθεί και να αποτελείται από σημεία (signs) που να υποδεικνύουν την αξία του προϊόντος, καθιστά το κοινό πιο ευεπίφορο στο να προσελκύεται από αυτά τα σημεία, ιδίως αν είναι σαγηνευτικά. (Κόντος, 2006)

Ένα ουσιώδες χαρακτηριστικό της διαφήμισης είναι ο τρόπος με τον οποίο σκαρφίζονται οι διαφημιστές, κυρίως με σύντομες προσπάθειες να φανούν πρωτότυποι, μηνύματα που απαρτίζουν ένα συμφυρμό περίτεχνων σηματοδοτήσεων. Πολλοί πιστεύουν, όπως το διατυμπάνισε ο McLuhan (1964), ότι η σημαντικότερη τέχνη του 20ου αιώνα είναι η διαφήμιση. Ο Williams (1980) δήλωσε ότι «η διαφήμιση είναι η επίσημη τέχνη της σύγχρονης καπιταλιστικής κοινωνίας».

Έχει ειπωθεί πως «πειστικές εικόνες έχουν περισσότερο αντίκτυπο από τη γλωσσική διατύπωση στη λήψη των αποφάσεων, στη 'συναισθηματική άποψη' και στη συμπεριφορά» φράση που αντικατοπτρίζει την λαϊκή ρήση «μια εικόνα είναι ίση με χίλιες λέξεις». Στην επιστήμη της διαφήμισης αυτό ορίζεται ως «τα

σημαίνοντα και τα σημαινόμενα των διαφημίσεων» τα οποία είναι επιφορτισμένα με ιδεολογήματα (π.χ. φαντασιακές σημασίες) που νομιμοποιούν και δικαιώνουν την ανταλλακτική αξία, αλλά προπάντων τη συμβολική αξία των διαφόρων αντικειμένων μέσω των διαφημίσεων. (Ανδρονικίδης, 2006) Λόγου χάρη, δεν είναι τυχαίο να δούμε έναν απλό εργαζόμενο ή μία εργαζόμενη να σπαταλάει το μηνιαίο πρώτα για ντύσιμο (ή να ντυθεί π.χ. με 10 άτοκες δόσεις) και μετά να κάνει επίδειξη στα ακριβότερα κέντρα διασκέδασης ή εστιατόρια. Εδώ συμβάλλει η ήδη αναφερόμενη ψευδαίσθηση περί της φαντασίωσης που, στην προκειμένη περίπτωση, αναφαίνεται η επιθυμητή χλιδή *dolce vita*, η οποία προβάλλεται ιδίως στα media.

Ακόμη και οι διαφημίσεις υπάγονται σε κάποια πρότυπα. Οι διαφημίσεις πρέπει να είναι ελκυστικές. Στα μαζικά μέσα, οι διαφημίσεις πρέπει να είναι έγχρωμες για να ελκύουν την προσοχή του αναγνώστη. Στο Internet, αυτή η αρχή μπορεί να υλοποιηθεί υιοθετώντας διαλογικό και κινούμενο περιεχόμενο, που μπορεί να ελκύει την προσοχή του επισκέπτη και να τον κάνει να θέλει να επιστρέψει. Οι διαφημίσεις πρέπει να στοχεύουν σε συγκεκριμένες ομάδες ή σε μεμονωμένους καταναλωτές. Οι διαφημίσεις πρέπει να προσαρμόζονται και να μιλούν σε προσωπικό επίπεδο. Οι διαφημίσεις πρέπει να δίνουν έμφαση στο εμπορικό σήμα και στην εικόνα της εταιρίας. Οι διαφημίσεις πρέπει να δίνουν έμφαση στο πώς η εταιρία σας και τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της διαφέρουν από τον ανταγωνισμό. Το εμπορικό σήμα με την σειρά του πρέπει να είναι κάτι πρωτότυπο, μοναδικό, να μένει στην μνήμη του καταναλωτή και φυσικά να συνδυάζεται με την εταιρία και τα προϊόντα της. (Ρούφος, 2003)

Αναφέραμε πως σκοπός της διαφήμισης είναι να δημιουργήσει μια πλασματική, ωραιοποιημένη μορφή ευτυχίας στην οποία παίζει σπουδαίο ρόλο το προϊόν που πλασάρεται. Η διαφήμιση μας μεταφέρει μέσω μιας «εικονικής πραγματικότητας» στην απόλυτη ευτυχία η οποία υλοποιείται με την χρήση του προϊόντος. Είναι η «εικόνα» του προϊόντος και όλων των παραγόντων που την απαρτίζουν. Είναι τα φωτεινά χρώματα, η γρήγορη κίνηση, τα φαντασμαγορικά τοπία και φυσικά οι πάντα χαμογελαστοί άνθρωποι-πρωταγωνιστές.

Ένας από τους τύπους διαφήμισης είναι που στην αρχή ο πρωταγωνιστής είναι κακόκεφος, θλιμμένος (συμπεράσματα που βγαίνουν από την γλώσσα του σώματός του, τις εκφράσεις του προσώπου του και την συνολική του εικόνα) και

αμέσως μετά την χρήση του προϊόντος ο ίδιος άνθρωπος γίνεται όμορφος, καλοντυμένος και πάνω απ' όλα ευδιάθετος.

Μία διαφορετική μορφή διαφήμισης, η πιο πειστική, οικονομική και “αληθινή” μορφή διαφήμισης, είναι με την χρήση «ανθρώπων της διπλανής πόρτας» όπως έχουν χαρακτηριστεί. Ο μέσος καταναλωτής δεν μπορούσε πλέον να ταυτιστεί με τα μοντέλα, τους ηθοποιούς και κάθε είδος κοσμικού που πληρώνονταν για να παίξει έναν ρόλο. Έτσι πρωταγωνιστές διαφημίσεων γίνονταν πραγματικά ο καθένας (γεγονός που έκανα πιο εύκολη την ταύτιση) και έτσι τα συναισθήματα που ο κάθε καλλιτέχνης έπρεπε να προσποιείται μπροστά στην κάμερα, πλέον βγαίνουν χωρίς κανένα κόπο και δυσκολία από καθημερινούς ανθρώπους. Η γλώσσα του σώματος, όπως έχει αναφερθεί, δεν λείπει. Έτσι όταν η νοικοκυρά αγανακτεί γιατί το απορρυπαντικό της δεν καθαρίζει σωστά ή χαίρεται γιατί επιτέλους όλα τα πιάτα της είναι πεντακάθαρα χωρίς πολύ κόπο, τα συναισθήματα που εκφράζονται είναι πιο αυθόρμητα, πιο αληθινά και αυτό φαίνεται στην «γλώσσα του σώματός της».



Πρωταγωνίστρια μια διασημότητα



Πρωταγωνιστές διαφήμισης κοινοί άνθρωποι

Δ. ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Ζούμε στην εποχή της εικόνας και η τηλεόραση είναι ένα μεγάλο κομμάτι της ζωής μας. Η γλώσσα του σώματος παίζει ακόμα πιο σημαντικό ρόλο, αφού κάτω από τα φώτα της κάμερας όλα είναι εμφανή. Στους πολιτικούς, η τηλεόραση τους έχει δώσει δημοσιότητα και καθιστά την εξωτερική τους εμφάνιση, αλλά και τη γλώσσα του σώματός τους πολύ σημαντική για τη γενικότερη εικόνα τους. Αυτές οι δυνατότητες της τεχνολογίας δυσκολεύουν κατά πολύ το έργο τους, αλλά μπορούν να χρησιμοποιηθούν και υπέρ τους αν ξέρουν πώς να τις εκμεταλλευτούν. Γι' αυτό και οι πολιτικοί δίνουν πια πολύ μεγάλη σημασία στην εμφάνισή τους, όχι μόνο όσον αφορά το ντύσιμο, αλλά και τον τρόπο που θα «στηθούν» μπροστά στην κάμερα, ώστε να κερδίσουν το κοινό τους. Η εξωτερική εμφάνιση και το στυλ τους συμβαδίζουν συνήθως με τις πολιτικές τους πεποιθήσεις.

Από την άλλη, το δύσκολο για εκείνους είναι πως συχνά μιλούν και υποστηρίζουν απόψεις στις οποίες δεν πιστεύουν πραγματικά. Κάποιες φορές προσπαθούν να παραπλανήσουν, να πουν ψέματα, να κρύψουν τα πραγματικά τους συναισθήματα και τις σκέψεις τους και να εμφανιστούν ως κάτι που δεν είναι πραγματικά. Μέσα από την οθόνη της τηλεόρασης, μπορεί να φανεί η ασυνέπειά τους στη γλώσσα του σώματός τους. Όσοι από εκείνους το γνωρίζουν αυτό, θα επιδιώξουν να κάνουν όσο το δυνατόν λιγότερες χειρονομίες, κινήσεις και εκφράσεις, θα αποφύγουν να αγγίζουν το πρόσωπό τους και θα έχουν σταθερή οπτική επαφή με το συνομιλητή τους.

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα ήταν το debate των αρχηγών από τα δύο μεγαλύτερα κόμματα. (Σαμαράκη, 2008)

Είχε την ιδιαιτερότητα για τα ελληνικά δεδομένα ότι οι υποψήφιοι ήταν όρθιοι πίσω από ένα αναλόγιο. Η στάση αυτή τους δυσκόλευε, αφού αφενός ήταν κουραστική, αφετέρου όλο τους το σώμα ήταν εκτεθειμένο προς παρατήρηση. Θετικό για εκείνους και αρνητικό για εμάς τους τηλεθεατές ήταν ότι η κάμερα δεν έδειχνε σχεδόν καθόλου «ολόσωμα» πλάνα, οπότε μόνο οι



παρευρισκόμενοι είχαν τη δυνατότητα να βγάλουν συμπεράσματα από το σύνολο της γλώσσας του σώματος. Επίσης, βοηθούσε η ύπαρξη του αναλόγιου μπροστά τους, αφού δημιουργούσε ένα φυσικό εμπόδιο ανάμεσα τους, ενώ μπορούσαν και να στηριχθούν πάνω σ' αυτό. Τέλος, με βάση τα πλάνα της τηλεόρασης δεν ήταν καθόλου ξεκάθαρο πού κοιτούσε ο κάθε υποψήφιος όταν μιλούσε, κάτι που θα μας έδειχνε πώς πραγματικά αντιμετωπίζει ο ένας τον άλλον και ποια σχέση επιδίωκαν να έχουν, αλλά και σε ποιες φάσεις απέφευγαν την αντιπαράθεση με μειωμένη οπτική επαφή.

Ο κάθε υποψήφιος είχε το δικό του στυλ στον τρόπο που μιλούσε και χρησιμοποιούσε το σώμα του ανάλογα με την προσωπικότητά του, αλλά και το "δασκάλεμα" που είχε γίνει προηγουμένως από τους ειδικούς που τον πλαισιώνουν. Ο κ. Καραμανλής ήταν γενικότερο πιο συναισθηματικός, κατηγορηματικός μέχρι και επιθετικός στη γλώσσα του σώματός του και στην εκφορά της ομιλίας του. Οι χειρονομίες του ακολουθούσαν τη ροή του λόγου του και χρησιμοποιούνταν για να δώσει έμφαση στα λεγόμενά του και να τραβήξει την προσοχή των τηλεθεατών σε κάποια σημεία. Ανάλογο ήταν και το κούνημα (γνέψιμο) του κεφαλιού, ενώ έκανε και κάποιες εκφράσεις στο πρόσωπο, κυρίως το ανασήκωμα ή σμίξιμο των φρυδιών.

Κάποια παραδείγματα της γλώσσας του σώματός του και της αποκωδικοποίησής της ήταν τα εξής:

- Κουνούσε αρκετά το σώμα του και τα κάτω άκρα, γεγονός που μαρτυρούσε άγχος, μπορεί όμως και να ένιωθε άβολα στην όρθια θέση. Συχνά παρερμηνεύεται ως αστάθεια στις απόψεις

- Σταύρωνε τα χέρια του κυρίως όταν μιλούσε για δυσάρεστες εξελίξεις, παίρνοντας έτσι μια στάση άμυνας

- Με το ανασήκωμα των φρυδιών έδινε έμφαση στα λεγόμενά του

- Κουνούσε τα χέρια με την παλάμη προς τα κάτω, σαν να απέκρουε λεκτική επίθεση, χωρίς απαραίτητα να έχει γίνει. Προσπαθούσε να την προλάβει ίσως

- Με μια απότομη χειρονομία σαν «τσεκούρι» που σκίζει τον αέρα, έδειχνε αποφασιστικότητα

- Έχοντας ένταση στη φωνή και διακυμάνσεις παρουσιαζόταν πιο συναισθηματικός και ζωντανός, πιο ανθρώπινος, αλλά και επιθετικός



- Ακουμπούσε τα δύο χέρια στο αναλόγιο όταν συνόψιζε, αποπνέοντας σιγουριά και σταθερότητα

- Έσμιγε τα φρύδια (μιλώντας πχ. για την ανεργία), θέλοντας να δείξει προβληματισμό, αλλά και να τονίσει και τη σοβαρότητα του θέματος

- Όταν κάποια στιγμή τον διέκοψε ο συνομιλητής του, έβαλε το χέρι με την παλάμη προς τα κάτω, αντικρούοντας και σωματικά την επιθετική προσέγγιση του συνομιλητή του, ενώ λεκτικά απέρριπτε τα λεγόμενα του.

- Σχηματίζοντας γροθιές με τα χέρια, όταν μιλούσε, εμφανιζόταν να έχει αφοσίωση και αποφασιστικότητα στα πιστεύω

Ο αντίπαλός του, κ. Παπανδρέου, ξεκίνησε με "ξύλινο" λόγο και επιτηδευμένες χειρονομίες. Στην πορεία οι χειρονομίες έγιναν περισσότερο φυσικές και εμφανίστηκαν κάποιες εκφράσεις στο πρόσωπο. Είχε όμως μεγαλύτερη σταθερότητα από τον συνομιλητή του στα κάτω άκρα και κατά συνέπεια στη θέση του, γεγονός που τον παρουσίαζε πιο ψύχραιμο και σταθερό, αν και λιγότερο άμεσο.

Κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα από τη δική του γλώσσα σώματος:

- Ανοιγόκλεινε τα μάτια του περισσότερο δείχνοντας έτσι άβολα συναισθήματα, νευρικότητα και άγχος, κάτι που ερχόταν σε αντίθεση με τη σταθερή του στάση και τις ήρεμες κινήσεις

- Χρησιμοποιούσε τη χειρονομία «καμπαναριό» (ένωνε τα ακροδάχτυλα των δύο χεριών μεταξύ τους με τα δάχτυλα ανοιχτά, έτσι ώστε να θυμίζει καμπαναριό καθολικής εκκλησίας) για να εμφανίζεται με αυτοπεποίθηση, κύρος και υπερηφάνεια. Ωστόσο, στα σημεία που προσπαθούσε να πείσει τους τηλεθεατές θα μπορούσε να θεωρηθεί εγωιστική και αυτάρεσκη χειρονομία.



- Είχε τα δάκτυλά του λυγισμένα σαν να κρατάει σφικτά ένα αντικείμενο, χειρονομία που μαρτυρούσε προσπάθεια επιβολής και ενισχυόταν με χτύπημα στο τραπέζι

- Όταν έκανε την ίδια κίνηση, αλλά δεν έσφιγγε τόσο πολύ τα χέρια του ουσιαστικά περνούσε το μήνυμα ότι δεν ήταν σίγουρος ή δεν είχε αρκετή θέρμη, ενώ προσπαθούσε να γίνει πιστευτός.

- Απευθυνόταν ευθέως στον αντίπαλό του, δείχνοντας αμεσότητα και πως δεν φοβάται την σύγκρουση, αλλά ταυτόχρονα προσωποποιούσε την αντιπαράθεση

- Ακουμπούσε τον αντίχειρα με το δείκτη και το μέσο και τα υπόλοιπα δάχτυλα ήταν λυγισμένα μέσα στην παλάμη, όταν ήθελε να κάνει σχόλια με ακρίβεια και λεπτότητα.

- Σταύρωνε τα χέρια του όταν ήταν αρνητικός στην τοποθέτηση του αντιπάλου του

- Χρησιμοποιούσε ανοιχτές χειρονομίες, αποκαλύπτοντας την παλάμη του και αφήνοντας ακάλυπτο το σώμα του για να παρουσιαστεί ως έντιμος, ειλικρινής, συμπαθής και προσεγγίσιμος

- Στο ξεκίνημα κάποιων απαντήσεων έκανε παύσεις, προσπαθώντας να σκεφτεί την απάντηση. Δεν γέμιζε, ωστόσο, το κενό με λέξεις ή ήχους, δείχνοντας έτσι μειωμένο άγχος και αυτοκυριαρχία

- Στο τέλος, ζητά από τους πολίτες την ψήφο τους και παράλληλα κάνει μια χειρονομία με την παλάμη προς τα κάτω που δήλωνε άμεση εξουσία και επιταγή.

Και η πιο χαλαρή στιγμή της βραδιάς ήταν όταν η κα. Χούκλη ξέχασε ότι ο κ. Καραμανλής είχε άλλο ένα λεπτό να μιλήσει. Ζήτησε συγγνώμη και απολογήθηκε ότι ήταν από το άγχος της. Τότε, ο κ. Καραμανλής της είπε με ανοιχτή χειρονομία ότι δεν χρειαζόταν να έχει άγχος. Εκείνη φάνηκε να κολακεύτηκε αφού είχε μια αντίδραση που ονομάζεται «σχεδόν φλερτάρισμα», με ντροπαλό χαμόγελο, χαμηλωμένο βλέμμα και βάζοντας τα μαλλιά της πίσω από το αυτί της.

Υπάρχει και η χειραψία των πολιτικών. Είναι η χειραψία με τα δύο χέρια και θέλει να δώσει την εντύπωση ότι ο άλλος είναι καθαρός και δεν έχει να φοβηθεί τίποτα. Την χρησιμοποιούν ευρύτατα οι πολιτικοί αλλά φέρνει αντίθετα αποτελέσματα, αφού περνάει μήνυμα υπεροφίας και ανάγκης ελέγχου. Καλό είναι να χρησιμοποιείτε μόνο όταν ξέρετε τον άλλο καλά και δεν θα σας παρεξηγήσει.

Περίπτωση πολιτικού από τον διεθνή χώρο είναι αυτή του George Bush Junior, του οποίου μάλιστα το χαμόγελο αποτελεί και μια κατηγορία απο μόνο του. Σύμφωνα με επιστημονική εξήγηση έχει αποδειχθεί ότι οι Τεξανοί είναι οι άνθρωποι που χαμογελούν περισσότερο απο τους υπόλοιπους αμερικάνους. Το μειδίαμα του George Bush, που το έχουμε συναντήσει ουκ ολίγες φορές, υποδηλώνει αυτή την έμφυτη τάση.

Μια ακόμη ενδιαφέρουσα περίπτωση αποτελεί και ο Τόνι Μπλερ, ο οποίος ασυνείδητα κουνάει το μικρό δαχτυλάκι του χεριού του όποτε ένας αντίπαλος τον κάνει να νιώθει άγχος. Εξάλλου, όταν απειλείται αγγίζει το στομάχι του, μια χειρονομία που σύμφωνα με τους ψυχολόγους επαναφέρει πίσω στην παιδική του ηλικία.

Γενικά, πιστεύεται πως πολύ έντονες και κατηγορηματικές κινήσεις των χεριών, υποδηλώνουν μια τάση να φανεί ο εκάστοτε πολιτικός πειστικός για αυτά που λέει. Η κίνηση στα χέρια, όπως λένε και οι γνώστες της γλώσσας του σώματος, είναι κι ένα πολιτικό τρικ που αποτελεί προσπάθεια μεταφοράς της προσοχής του ακροατή στα προτεταμένα χέρια για αποφυγή εντοπισμού εκφράσεων του προσώπου που μπορεί να εντοπισθεί ότι υποδηλώνουν πως ο ομιλητής ψεύδεται.

Ε. ΣΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΖΩΗ

Τα σώματα μας στέλνουν μηνύματα συνεχώς και συχνά δεν αντιλαμβανόμαστε ότι βγάζουμε περισσότερα νοήματα προς τα έξω από αυτά που συνειδητοποιούμε. Με το να εξοικειωνόμαστε με μερικά βασικά μη-λεκτικά σημάδια, μπορούμε να βελτιώσουμε την δυνατότητα μας στο να κατανοήσουμε τι πράγματι εννοούν οι γύρω μας και να αντιληφθούμε τι πράγματι προβάλλουμε εμείς προς αυτούς. Η στάση, η θέση και η κίνηση ενός ατόμου, συχνά μας λένε περισσότερα από αυτά που το ίδιο λέει (ίσως μάλιστα και το ακριβώς αντίθετο). Η χρήση κυρίως αλλά και η κατανόηση της γλώσσας του σώματος είναι κατά βάση ασυνείδητη. Καταλαβαίνουμε, τις προθέσεις του άλλου απλά και μόνο από τις κινήσεις του και στέλνουμε τα δικά μας μηνύματα. Αλλά πολύ συχνά ξεχνάμε πως ακριβώς γίνεται. Συχνά, λέμε για ένα άτομο ότι έχει ένστικτο. Τελικά, απλά μπορεί να κατανοήσει περισσότερα νοήματα και να δεχτεί περισσότερα μηνύματα από το περιβάλλον του επειδή παρατηρεί πιο προσεκτικά τους άλλους ανθρώπους (ίσως και ασυνείδητα), τις κινήσεις τους και γενικά τα μη-λεκτικά μηνύματα που εκπέμπουν.

Στην εποχή μας, που το νόημα των λέξεων κινδυνεύει να εκφυλιστεί σε όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής μας ζωής μέσα από τα κλισέ, τις υπερβολές και την κατάχρηση, οι ερωτικές σχέσεις πολλές φορές φαντάζουν σαν θέατρο του παραλόγου, με χιλιοειπωμένες ατάκες και ένα σενάριο, σωστό πονοκέφαλο, που δεν συνάδει με τα λόγια. Η εξωλεκτική επικοινωνία όμως (η στάση του σώματος, οι εκφράσεις του προσώπου μας, οι κινήσεις και το βλέμμα μας), ως αρχέγονη και παγκόσμια γλώσσα, παραμένει γνήσια ως προς την έκφραση των συναισθημάτων μας και είναι πρακτικά αδύνατο να νοθευτεί με πλαστούς κώδικες.

Γενικά, η σπουδαιότητα της μη λεκτικής επικοινωνίας έγκειται στο ότι αντανακλά τον εσωτερικό μας κόσμο. Ότι αισθανόμαστε και νιώθουμε για τον εαυτό μας εμφανίζεται στη γλώσσα του σώματός μας. Γι' αυτό πολλές φορές λέμε σε όσους παραπονιούνται για την εμφάνισή τους ότι σημασία έχει πώς αισθάνεται ο καθένας μέσα του. Μια προσεγμένη εξωτερική εμφάνιση βοηθά να φαίνεται κάποιος ωραιότερος, αλλά η πραγματική ομορφιά κρύβεται μέσα μας και βγαίνει μόνο όταν το συνειδητοποιήσουμε και το πιστέψουμε. Μαθαίνοντας περισσότερο τον εαυτό μας, θα καταφέρουμε να τον αποδεχτούμε και να τον αγαπήσουμε.

Στην καθημερινή μας ζωή παρατηρούμε την γλώσσα του σώματος παντού. Ακόμα και όταν δεν κινούμαστε στοιχεία του σώματός μας εκφράζουν πολλά χαρακτηριστικά για την προσωπικότητά μας. Ένα από τα στοιχεία αυτά είναι η έννοια του χώρου. Μια περίπτωση χρησιμοποίησης του χώρου είναι, την οποία οι περισσότεροι γνωρίζεται, είναι “η αγαπημένη καρέκλα κάποιου” (συνήθως του πατέρα). Μια άλλη περίπτωση είναι ο χώρος στα γραφεία της επιχείρησης ο “χώρος του γραφείου” συνήθως καθορίζεται λαμβάνοντας υπόψη τη θέση του εργαζομένου στην ιεραρχία της επιχείρησης. Ο Place και άλλοι (1971) προτείνουν τα ανάλογα προς τη θέση του εργαζομένου στην ιεραρχία της επιχείρησης, τετραγωνικά γραφείου, το οποίο θα πρέπει αυτός να κατέχει.

Σύμφωνα με του παραπάνω η ταξινόμηση της επιφάνειας του γραφείου σε σχέση με τη θέση του στελέχους στην επιχείρηση είναι η εξής:

Τίτλος Στελέχους:	Επιφάνεια Γραφείου:
Ανώτερα διοικητικά στελέχη	400 τετραγωνικά μέτρα
Μεσαία διοικητικά στελέχη	300 τετραγωνικά μέτρα
Διευθυντές	200 τετραγωνικά μέτρα
Βοηθοί διευθυντές	150 τετραγωνικά μέτρα
Γενικοί υπάλληλοι	50 – 100 τετραγωνικά μέτρα

Όπως διαπιστώνει κανείς, όσο ψηλότερα στην ιεραρχική βαθμίδα της επιχείρησης βρίσκεται το πρόσωπο, τόσο περισσότερα τετραγωνικά μέτρα γραφείο κατέχει. Μερικές επιχειρήσεις μάλιστα καθορίζουν και το μέγεθος του έπιπλου γραφείου, την καρέκλα με ή χωρίς μπράτσα και λοιπά.

Μια τρίτη έννοια του χώρου είναι του “φυσικού χώρου” ή του “προσωπικού χώρου” ή της “απόστασης”. (Μπόγκα-Καρτέρη, 1997) Είναι ο χώρος που έχουμε γύρω μας και πόσο από αυτόν τον χώρο επιτρέπουμε στους γύρω μας να καταλάβουν. Ο χώρος αυτός, που αφήνουμε γύρω μας είναι γνωστός ως Ζωτικός χώρος και διακρίνεται σε τέσσερις διαφορετικές ζώνες:

1. Ζώνη Οικειότητας (15-50cm): Είναι η πιο σημαντική γιατί αυτήν ακριβώς φρουρεί το άτομο σαν ιδιοκτησία του και μόνο σε αυτούς που είναι συναισθηματικά κοντά του επιτρέπει την παραβίασή της.

2. Προσωπική Ζώνη (50cm-1,5m): Είναι η απόσταση που στέκεται κάποιος από τους άλλους στις κοινωνικές συναναστροφές και τις φιλικές συγκεντρώσεις.

3. Κοινωνική Ζώνη (1,5-3,5m): Στεκόμαστε σε αυτή την απόσταση σε ξένους, σ' ένα καινούργιο συνάδελφο και γενικά σε ανθρώπους που δεν γνωρίζουμε πολύ καλά.

4. Δημόσια Ζώνη (πάνω από 3,5m): Είναι η βολική απόσταση που διαλέγουμε κάθε φορά όταν απευθυνόμαστε σε μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων.

(Οικονόμου, 2001)

Μια επιστημονική έρευνα από τους Κάτσιου και Ζαφρανά απέδειξε ότι ο άνθρωπος έχει τη δική του προσωπική φουσαλίδα που κινείται μαζί του και το μέγεθός της εξαρτάται από την πυκνότητα του πληθυσμού στον τόπο που μεγάλωσε. Εκεί όπου ορισμένοι πολιτισμοί, όπως οι Βρετανοί και οι Ιάπωνες, είναι συνηθισμένοι στο συνωστισμό, οι άνθρωποι δεν έχουν πρόβλημα με την



πολυκοσμία ή ακόμη προτιμούν να βρίσκονται σε ανάμεσα σε πολύ κόσμο. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει εξωστρεφή άτομα, χωρίς όμως να συνεπάγεται πως όλοι οι Βρετανοί είναι εξωστρεφής. Άλλοι όμως, όπως οι Αμερικανοί, προτιμούν ανοικτούς χώρους,

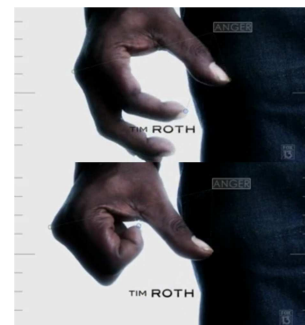
λιγότερο κόσμο που δηλώνεις πιο κλειστό χαρακτήρα ανθρώπου χωρίς πάλι να αναφερόμαστε στο σύνολο των ανθρώπων αυτών. (Οικονόμου, 2001)

Εσείς τι θέση κάθεστε;

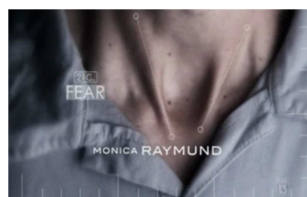
Μπορεί η επιλογή να είναι τυχαία, αλλά υπάρχει στρατηγική, θέλετε να πουλήσετε κάτι σε κάποιον, κάθεστε στη γωνία του γραφείου του για κοντινή επαφή αλλά και εξουσία. Νιώθετε ανταγωνιστικά, κάθεστε απέναντι του. Έρευνα σε ιατρεία έδειξε ότι το 5% ασθενών ένιωθαν άνετα με τον γιατρό πίσω από το γραφείο του. Θέλετε ανεξαρτησία, κάθεστε διαγώνια, θέση εχθρικότητας. Σημαντικό είναι και το τραπέζι: τετράγωνο = επίσημο, δημιουργεί ανταγωνιστική κατάσταση- στρογγυλό = ανεπίσημο, διευκολύνει τη χαλαρή συζήτηση - ορθογώνιο = δύο θέσεις επιρροής που κινούν τα νήματα. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ανοιχτές οικογένειες προτιμούν τα στρογγυλά στις τραπεζαρίες τους, οι κλειστές τα τετράγωνα και οι εξουσιαστικές τα ορθογώνια. Pease (2006)

Όταν κάποιος πιάνει με το ένα του χέρι τον αγκώνα κάποιου άλλου δείχνει πως “τα έχει χαμένα”, βρίσκεται σε έναν χώρο που δεν γνωρίζει κανένα και χρειάζεται κάποιον ως οδηγό ή στήριγμα όπως όταν τα μικρά παιδιά πιάνουν το χέρι της μαμάς. Το τρίψιμο των παλαμών μεταξύ τους υποδηλώνει έξαψη και προσμονή μιας θετικής έκβασης της συζήτησης ενώ η έντονη κίνηση χεριών κατά τον λόγο φανερώνει έντονα συναισθήματα ανάλογα της κίνησης/συζήτησης (π.χ. θαυμασμός, απορία, φόβος, εκνευρισμός, πειθώς κλπ). (Corfu Psychology, 2010)

Όταν παίζουμε τα δάκτυλα στο γραφείο ή τραπέζι, ανυπομονούμε. Οι ενωμένες οι άκρες των δακτύλων των χεριών δηλώνουν προετοιμασία, αναμονή, βαθιά σκέψη, μια διαδικασία που είναι έτοιμη να κλείσει τον κύκλο της (μόλις οι παλάμες ενωθούν, σε σοβαρά ζητήματα, σημαίνει πως ο ενδιαφερόμενος έχει πάρει την απόφασή του).



Σωματικά μπορούμε να δείξουμε και τον θυμό μας και με τα χέρια μας (όπως φαίνεται στις εικόνες), όχι μόνο με τις εκφράσεις του προσώπου που αναφέρθηκαν σε προηγούμενη ενότητα όπως επίσης και ο φόβος διαγράφεται και στις γραμμές του λαιμού και όχι μόνο στο πρόσωπο (εικόνα στα αριστερά).



Έχουμε και την γνωστή χειρονομία τριψίματος του λαιμού, που θέλει να δείξει κάποιον πόνο στον αυχένα και την χρησιμοποιεί ένα άτομο το οποίο ψεύδεται και συνήθως αποφεύγει το βλέμμα σας και κοιτάζει προς τα κάτω. Αυτή η χειρονομία χρησιμοποιείται επίσης ως ένδειξη απογοήτευσης ή θυμού και, όταν συμβαίνει αυτό, το χέρι χτυπά το πίσω μέρος του λαιμού και στη συνέχεια αρχίζει να το τρίβει. Θα παρατηρήσετε πως όταν κάποιος ξύνει τον λαιμό ή τον αυχένα του γιατί νιώθει άβολα ή προσπαθεί αν θυμηθεί κάτι θα το κάνει πέντε (5) φορές. Ο αριθμός αυτός είναι σπάνια μικρότερος ή μεγαλύτερος. Ο άνθρωπος που κάνει την κίνηση αυτή μη-λεκτικά σου λέει ότι είσαι κυριολεκτικά «πόνος στον αυχένα» ή καλύτερα ‘rain-in-the-neck’ για τους αγγλομαθείς, που επεσήμανες το λάθος του.



(<http://www.indiabix.com/body-language/hand-to-face-gestures/>, για εικόνες και σχολιασμό)

Τέλος, ψυχοσωματικά ο Ιδρώτας φανερώνει ανυπαρξία ελέγχου, δύσκολη θέση, υπερβολική ζέστη, άγχος, αγωνία, προβλήματα υγείας (π.χ. κλειστοφοβία).

Η μη λεκτική επικοινωνία είναι πιο αυθόρμητη στο φλερτ, αν και οι περισσότεροι δεν έχουμε επίγνωση του πώς λειτουργεί. Για παράδειγμα, παρότι η πρώτη κίνηση για μια γνωριμία γίνεται παραδοσιακά από τους άντρες, στην πραγματικότητα οι γυναίκες είναι εκείνες που μεταδίδουν τα πρώτα σήματα και ουσιαστικά προσκαλούν τους άντρες να τις πλησιάσουν. Ωστόσο, αυτό γίνεται τόσο ανεπαίσθητα που οι άντρες θεωρούν ότι εκείνοι έχουν ξεκινήσει την αλληλεπίδραση. Πάντως, η συμβολή της γλώσσας του σώματος στο φλερτ είναι ιδιαίτερα σημαντική, αφού μέσω αυτής δηλώνονται συναισθήματα και επιθυμίες που είναι συχνά δύσκολο να εκφραστούν με λόγια. Σύμφωνα μάλιστα με έρευνες που έχει κάνει ο ψυχίατρος Άλμπερτ Σέφλεν, στο φλερτ ακολουθείται μια σειρά από προβλεπόμενες και αλληπάλληλες κινήσεις, όταν ένας άντρας και μια γυναίκα φλερτάρουν μεταξύ τους. (ΣΑΜΑΡΑΚΗ, 2008)

Είτε το πιστεύετε είτε όχι, οι γυναίκες εκπέμπουν διαρκώς εμφανέστατα μηνύματα μέσω της γλώσσας του σώματος, δηλώνοντας κάθε φορά τι σκέφτονται και τι αισθάνονται. Το μόνο κόλπο είναι να αποκωδικοποιήσετε αυτά τα μηνύματα, τα οποία είναι ιδιαίτερα χρήσιμα στο στάδιο της τυχαίας γνωριμίας, όταν, δηλαδή, δεν γνωρίζετε πολύ καλά.

Μπορούμε εύκολα να καταλάβουμε τις γυναίκες που προσπαθούν να τραβήξουν την προσοχή ενός άντρα, ακόμα και όταν βρίσκονται στην άλλη άκρη του δωματίου. Σχεδόν κάθε πτυχή της γλώσσας του σώματός τους τίθεται σε εφαρμογή. Αφού όμως περάσουμε το πρώτο στάδιο της τυπικής γνωριμίας και τα δυο άτομα καθίσουν στο ίδιο τραπέζι, από τα στοιχεία της γλώσσας του σώματος μπορούμε να καταλάβουμε αν κάποιος ή και τα δυο άτομα νιώθουν τελικά αυτή την έλξη που ένιωσαν την πρώτη στιγμή.

Οι γυναίκες σπάνια λένε αυτό που πραγματικά σκέφτονται με λέξεις. Με την γλώσσα του σώματός τους όμως λένε πάντα την αλήθεια. Αντίθετα, οι άντρες που συνήθως λένε αυτό που σκέφτονται χωρίς υπεκφυγές, δεν έχουν μάθει να μιλάνε πολύ οπότε οι γυναίκες πρέπει να γίνουν ειδικοί στην μη-λεκτική επικοινωνία για να μπορέσουν να καταλάβουν τους σκοπούς τους. Έχει αποδειχθεί πως υπάρχουν βασικοί κώδικες της γλώσσας του σώματος που αποκαλύπτουν την ύπαρξη ή μη ερωτικού ενδιαφέροντος. Παρακάτω αναφέρονται κάποια μηνύματα που στέλνουν

αντίστοιχα οι άντρες και οι γυναίκες στο αντίθετο φύλο κυρίως υποσυνείδητα. (Cohen, 1996)

Οι άντρες όταν ενδιαφέρονται εκπέμπουν μηνύματα όπως τα εξής: Χαμογελούν περισσότερο απ' το συνηθισμένο (γεγονός που είναι δύσκολο να αντιληφθεί μια γυναίκα που τον βλέπει για πρώτη φορά). Διατηρούν μεγάλη οπτική επαφή, πράγμα που πρέπει να προσέξουμε πολύ διότι μπορεί να σημαίνει πως τον ενδιαφέρουμε ή πως «μας κοιτάει αλλά δεν μας βλέπει» γιατί του δημιουργούμε πλήξη και θέλει απλά να περάσει η βραδιά. Φέρνεται μερικές φορές αμήχανα έως και νευρικά (παίζουν με το ποτήρι ή με το στυλό). Μπορεί να έχουν το ένα χέρι στη τσέπη με το ένα δάχτυλο να εξέχει ή να χτυπούν τα δάχτυλα στη ζώνη τους. Έχουν τους ώμους γερμένους προς τα πίσω και το στήθος εξέχει (που υποδηλώνει μια ασυνείδητη ανδρική κίνηση άνεσης και σεξουαλικότητας). Κάνουν αρκετά σχόλια για τις επιτυχίες τους στη ζωή (δουλειά, χρήματα, αυτοκίνητο) με σκοπό κάποιες ή όλες να εντυπωσιάσουν την κοπέλα που συνοδεύουν.

Νευρική και αμηχανία παρουσιάζεται και στα δυο φύλα. Αν ένας άντρα φτιάχνει τυχαία τα μανικετόκουμπά του ή μια γυναίκα φέρνει συχνά ψηλά την τσάντα της είναι τέτοιες ενδείξεις. Επίσης το πιάσιμο και με τα δύο χέρια ενός αντικειμένου δηλώνει νευρικότητα ή αμηχανία (προσπάθεια να κρυφτούν τα ευαίσθητα σημεία όπως το στήθος και την κοιλιά).

Όσο για τις γυναίκες, εκπέμπουν τα εξής μηνύματα: Διατηρούν μεγάλη οπτική επαφή και χαμογελούν (όπως ακριβώς και οι άντρες) που είναι απόλυτα λογικό. Γέρνουν προς το μέρος του με όλο τους το σώμα συνήθως ασυναίσθητα. Αποκαλύπτουν το λαιμό τους, τα χέρια τους ή τις παλάμες τους γιατί νιώθουν άνετα. «Παίζουν» με τα μαλλιά τους, είτε με κινήσεις των χεριών είτε με κινήσεις του κεφαλιού με αφορμή την νευρικότητα που νιώθουν ή για να φανούν πιο αισθησιακές. Σταυρώνουν τακτικά τα πόδια τους, συνεχείς κινήσεις που κάποιος θα μετέφραζε πως δεν βολεύονται στην θέση του αλλά είναι ουσιαστικά μια υποσυνείδητη γυναικεία κίνηση για να φανερώσει το σώμα της. «Παίζουν» με στρογγυλά αντικείμενα, όπως είναι η βάση ενός ποτηριού, ένα τσιγάρο ή ένα στυλό. Είναι ένα χαρακτηριστικό της γυναικείας φύσης να «ασχολείται» με κυκλικά αντικείμενα όταν αισθάνεται νευρικότητα και αμηχανία. Αυτό οφείλεται στη νευρική τους έξαψη. Επειδή οι καρδιές τους χτυπάνε λίγο πιο γρήγορα απ' ότι συνήθως, χρειάζονται κάποιο είδος συναισθηματικής διεξόδου για αυτήν την ένταση. Ο

κύκλος είναι σύμβολο του πνεύματος κινούμενο μέσα από την ενότητά του και προξενεί ένα αίσθημα χαλάρωσης και συνεχούς ροής. (Αμπάβη Α., 2009)

Οι λέξεις και η γλώσσα του σώματος των γυναικών συχνά εκπέμπουν ανάμεικτα μηνύματα. Για παράδειγμα, κάποιες γυναίκες χρησιμοποιούν σαρκασμό και προσβολές για να φλερτάρουν με τους άντρες, ακόμα και όταν ενδιαφέρονται ερωτικά γι' αυτούς. Αν η εν λόγω γυναίκα σας προσβάλλει με τα λόγια της, αλλά επιδεικνύει όλα τα φυσικά σημάδια του φλερτ, παρά τα αντίθετα μηνύματα, εννιά στις δέκα φορές, ενδιαφέρεται. Αν η συντροφιά ενός άνδρα της προκαλεί δυσφορία θα φανούν άλλα στοιχεία, αντίθετα με αυτά που αναφέρθηκαν προηγουμένως όπως το «σπάσιμο» της οπτικής επαφής και το σώμα στραμμένο σε άλλη κατεύθυνση από αυτόν.

Όταν βγαίνετε στο πρώτο ραντεβού και προσπαθείτε να καταλάβετε τι σκέφτεται το άτομο που έχετε απέναντι σας, κοιτάζτε προς τα κάτω. Το κλειδί είναι στα πόδια. Τα πόδια είναι μέρος της γλώσσας του σώματος που μπορεί να αποκαλύψει πολλά. Το άτομο που ελκύεται από ένα άλλο άτομο προσπαθεί ασυνείδητα να ευθυγραμμιστεί με αυτό.

Το φαινόμενο του καθρέφτη αποτελεί ένα φαινόμενο που παρατηρείται τόσο στους άνδρες όσο και στις γυναίκες. Όσο πιο κοντά βρίσκονται δύο άνθρωποι, τόσο περισσότερο αντιγράφουν τις κινήσεις, ο ένας του άλλου. Δηλαδή, όταν σταυρώνετε τα γόνατα, τρίβετε το αυτί σας ή τραβάτε τα μαλλιά προς τα πίσω, το ταίρι ή ο/η κολλητός/ή σας, θα μιμηθεί άμεσα τις κινήσεις αυτές. Πίνει από το ποτό του κάθε φορά που σηκώνετε το ποτήρι σας, ανάβει τσιγάρο αμέσως μετά από εσάς, αλλάζει θέση στην καρέκλα όταν το κάνετε κι εσείς; Αντίθετα, αν εκείνος απομακρυνθεί ή δεν παρατηρεί τις κινήσεις σας ποτέ, αυτό σημαίνει πως δεν ενδιαφέρεται για εσάς ή για όσα λέτε. Γενικά η μίμηση υποδηλώνει πλήρης ανταπόκριση, ενδιαφέρον και απόλυτη επικοινωνία. Το γεγονός αυτό παρατηρείται συχνά στα παντρεμένα ζευγάρια που μετά από καιρό βλέπουμε να κάνουν τις ίδιες κινήσεις και όχι μόνο. Έχουμε προσέξει πως τα ζευγάρια αυτά έχουν περάσει και στο επόμενο στάδιο, δηλαδή να μοιάζουν τα άτομα μεταξύ τους σαν να είναι αδέρφια. (Τριφύλλη, 2010)

Από την μια στιγμή στην άλλη το φλερτ μπορεί να μετατραπεί σε πόθο. Οι γυναίκες δαγκώνουν τα χείλη τους και γενικά τα πρόσωπά τους γίνονται πιο ζωηρά. Μπορεί ακόμα να βάζουν τα χέρια στο σώμα τους κατά έναν ασυνήθιστο τρόπο, ή να αγγίζουν το ίδιο τους το κορμί πιο αισθησιακά σε σημεία όπως είναι ο αυχέννας ή ο ώμος, κάτι το οποίο είναι ένα ασυναίσθητο σημάδι που δείχνει ότι αυτό που πραγματικά θα επιθυμούσαν είναι ο εν λόγω άντρας να τις αγγίξει έτσι. Οι ώμοι που κλείνουν ελαφρά προς τα μέσα είναι μια πολύ θετική ένδειξη διότι είναι η κίνηση που υποδηλώνει ότι θέλουμε, υποσυνείδητα, να αγκαλιάσουμε τον άλλο ή να μας αγκαλιάσει.

Τα μηνύματα του σώματος που δείχνουν μία σφοδρή ερωτική επιθυμία είναι τα ίδια με αυτά του φλερτ, μόνο που είναι πολύ πιο έντονα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι μια καλλίγραμμη τραγουδίστρια σε κάποιο αποκαλυπτικό videoclip της. Η οπτική επαφή αυξάνεται και παρατείνεται, και οι διασταλμένες κόρες του ματιού δείχνουν τη διέγερση. Οι εντυπωσιακές προκλητικές πόζες, με τους γοφούς και το στήθος προς τα έξω, είναι αυτό που τελικά τις προδίδει. Φυσικά, αυτή η «ανοιχτή» συμπεριφορά συνήθως εμφανίζεται ιδιαίτερα ή σε μέρη όπου ο κόσμος νιώθει ήδη πιο άνετα και απελευθερωμένος, όπως σε ένα club. Παρατηρείτε, ακόμα, η βαριά αναπνοή, η οποία είναι επίσης ενδεικτικό της έντονης επιθυμίας. Αυτό συμβαίνει γιατί υπάρχει διέγερση. Το άγγιγμα μεταξύ δυο ανθρώπων στην αρχή γίνεται τυχαία. Έτσι δημιουργείται περισσότερη οικειότητα και αν δεν υπάρξει κάποια αρνητική αντίδραση, παρόμοιες κινήσεις συνεχίζονται με μεγαλύτερη ένταση.

Η γυναίκα αναφέραμε πως μπορεί να κρύψει τα συναισθήματα της καλύτερα από τον άνδρα και αυτό συμβαίνει και όταν τα πράγματα μεταφερθούνε στο κρεβάτι. Παρακάτω αναφέρονται κάποιοι τρόποι, μέσω της μη-λεκτικής επικοινωνίας, που δείχνουν την πραγματική συναισθηματική κατάσταση ακόμη και σε αυτόν τον τομέα.

Η αναπνοή μας, γενικότερα, όταν είναι αργή και σταθερή τότε αυτό σημαίνει ότι είμαστε σε ήρεμη κατάσταση, με την αδρεναλίνη σε φυσιολογικά επίπεδα. Όταν όμως η αναπνοή ενός ατόμου γίνεται πιο γρήγορη και πιο δυνατή, αυτό σημαίνει ότι έχει ερεθιστεί και της αρέσει αυτό που γίνεται τη δεδομένη στιγμή.

Οι καρδιακοί παλμοί αυξάνονται όταν το σώμα είναι έτοιμο να έρθει σε οργασμό, πράγμα που σημαίνει ότι οι μύες και όλα τα όργανα διψάνε για οξυγόνο. Αν ακούσουμε την αλλαγή στη συχνότητα της αναπνοής και τους χτύπους της

καρδιάς του άλλου ατόμου να αυξάνονται τότε βρισκόμαστε σε καλό δρόμο. Είναι ο τρόπος του σώματος να μαρτυρήσει ότι «περνάει καλά» κι ένας τρόπος να καταλάβουμε αν υποκρίνεται ενδεχομένως η γυναίκα. Ακόμη μπορούμε να προσέξουμε αν η αναπνοή της μετά τον «οργασμό» επανέλθει αμέσως στα φυσιολογικά επίπεδα.

Αν μια γυναίκα τυλίγει τα πόδια της γύρω από το ταίρι της και γενικότερα στρέφει το σώμα της προς εκείνον, τότε μάλλον απολαμβάνει αυτό που γίνεται. Αν ακουμπάει ή ακόμη και πιέζει τον σύντροφό της, της αρέσει σε αντίθεση με την περίπτωση που απλά στέκεται χωρίς να κάνει ουσιαστικά κάτι. Όταν μια γυναίκα έχει ερεθιστεί δε μπορεί να μην το δείξει με κάποιον τρόπο και είναι λογικό να θέλει να αγγίζει και όχι μόνο να δέχεται χάδια. Υπάρχει βέβαια και ο τύπος των γυναικών που απλά δεν νιώθουν ότι μπορούν να απελευθερωθούν στο κρεβάτι αλλά πάλι, είναι στο χέρι του άντρα και στο δέσιμο που υπάρχει μεταξύ τους, για να νιώσει μια γυναίκα άνετα.

Ο συγχρονισμός είναι πάντα καλός. Αν το ζευγάρι βρίσκεται σε κάποια στάση από την οποία η γυναίκα δε φαίνεται να θέλει να ξεκολλήσει και κάνει κι εκείνη τις απαραίτητες κινήσεις, τότε αυτό σημαίνει ότι το απολαμβάνει. Ούτως ή άλλως, ο οργασμός είναι επαναλαμβανόμενες μικρές κινήσεις στο κατάλληλο σημείο. Αν δεν συγχρονίζεται η γυναίκα με τις κινήσεις του συντρόφου της, τότε μάλλον κάτι την δυσαρεστεί, οπότε η αλλαγή στάσης είναι η σωστή επιλογή μέχρι να βρεθεί εκείνη που θα φανεί ότι αρέσει και στους δύο.

Η θέση των χεριών της είναι κάτι που μαρτυράει το πόσο ικανοποιημένη είναι. Αν κρατάει τα χέρια της κοντά στο δικό της σώμα τότε κάτι δεν πάει καλά. Το σώμα της ανταποκρίνεται στις ορέξεις της, οπότε τα χέρια της πρέπει να είναι «ζωντανά», να κουνιούνται συνεχώς και να αγγίζουν τον σύντροφο. Η «σωστή» τους θέση είναι πάνω του, γύρω του κι όχι κρεμασμένα πάνω από το σεντόνι.

Ακόμα και αν ως εδώ όλα πάνε καλά εσείς μπορείτε να μάθετε και άλλα για το άτομο που βρίσκεται δίπλα σας ακόμα και την ώρα που κοιμάται. Αν κοιμηθεί όλο το βράδυ με την πλάτη του γυρισμένη και σε αρκετή απόσταση από σας (και αν δεν συντρέχουν ιατρικοί ή άλλοι λόγοι) κατά πάσα πιθανότητα δεν αισθάνεται συναισθηματικό δέσιμο μαζί σας. Το ίδιο, όμως, δεν ισχύει εάν κοιμάται με την πλάτη γυρισμένη αλλά κοντά σας, ώστε να σας ακουμπά με κάποιο σημείο του σώματός του. Από την άλλη, ο άνδρας που κοιμάται έχοντάς την γυναίκα στην αγκαλιά του, δεν σημαίνει απαραίτητα και ότι είναι ερωτευμένος. Ενδέχεται να

κρυώνει, να νιώθει ανασφάλεια ή να αισθάνεται κτητικά απέναντί της (ιδίως αν σκεπάζει, ταυτόχρονα, με τα πόδια του τα δικά σας). Βέβαια, το θέμα του ύπνο απαιτεί ολόκληρη ανάλυση γιατί έχει περισσότερη σχέση με το υποσυνείδητο απ' ότι νομίζουμε. Ο τρόπος όμως που κοιμάται κάποιος δεν είναι και ξεκάθαρος με βάση την γλώσσα του σώματος. Ένα παράδειγμα είναι πως κάποιος μπορεί να κοιμάται πολύ καιρό, έως και χρόνια μόνος, οπότε να έχει συνηθίσει να «απλώνεται» σε όλο το κρεβάτι. Αυτό όμως δεν σημαίνει πως δεν νιώθει τίποτα για εσάς. Η συνήθεια και συνεπώς οι κινήσεις που έχουμε συνηθίσει να κάνουμε δεν θεωρούν χαρακτηριστικά της γλώσσας του σώματος, αλλά η αλλαγή τους ή η εξάλειψή τους.



Ο Αμερικανός ψυχολόγος Πολ Έκμαν μαζί με τον ψυχολόγο Μάικλ Άρτζαϊλ, ο οποίος μελέτησε διάφορα είδη της γλώσσας του σώματος, υποστήριξαν ότι η μη λεκτική οδός αποτελεί μια πραγματική γλώσσα και ως τέτοια χρειάζεται να την αποκωδικοποιούμε. Δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε μια μεμονωμένη χειρονομία ή κίνηση, παρά μόνο σε συνδυασμό με το γενικότερο πλαίσιο και τις υπόλοιπες εκφάνσεις της λεκτικής και μη λεκτικής επικοινωνίας. (Σαμαράκη, 2008) Είναι ο κανόνας των τεσσάρων. Μια κίνηση μπορεί να συμβεί τυχαία. Μια δεύτερη μπορεί να μας προκαλέσει υποψίες. Σύμφωνα όμως με μελέτες ειδικών, αν συναντήσουμε 4 κινήσεις που υποδηλώνουν ότι ο συνομιλητής μας, μας λέει ψέματα, το περιθώριο λάθους εκμηδενίζεται όπως και η τυχαία περίπτωση συνεχόμενων συμπτώσεων. Πριν βιαστείτε λοιπόν να βγάλετε συμπεράσματα, θυμηθείτε πως οι ειδικοί συνιστούν να βρίσκετε τέσσερα τουλάχιστον σημάδια για να καταλάβετε ότι ο/ η συνοδός σας ενδιαφέρεται. Το ότι δε σας κοιτάει στα μάτια μπορεί να είναι επειδή ντρέπεται, το ότι έχει τα χέρια σταυρωμένα στο στήθος ενδέχεται να οφείλεται στο γεγονός ότι κρυώνει. Αν, όμως, αυτά συνδυάζονται με άλλα δύο αρνητικά σημάδια, τότε έχουμε βεβαιωθεί. Η γλώσσα του σώματος μιλάει πιο δυνατά απ' ότι τα λόγια, και σε αντίθεση με τις συζητήσεις, είναι πολύ πιο δύσκολο να κρύψει κανείς τις πραγματικές του προθέσεις που φαίνονται μέσα από τις ασυναίσθητες πράξεις του. Παρακολουθείστε προσεκτικά τις κινήσεις, και ενεργείστε ανάλογα με αυτές.

Η κατανόηση της γλώσσας του σώματος είναι ένα πολύτιμο εργαλείο σε μια ερωτική σχέση, όπου τα λεκτικά παιχνίδια συχνά δεν μας επιτρέπουν να

καταλάβουμε τις πραγματικές προθέσεις του συντρόφου. Μην ξεχνάτε ότι κάθε άνθρωπος είναι μοναδικός. Η γλώσσα του σώματος χρησιμοποιείται από όλους τους ανθρώπους, σε όλο τον κόσμο, αλλά όχι πάντα με τον ίδιο ακριβώς τρόπο. Γι' αυτό κι εσείς προσπαθήστε να ανακαλύψετε του συντρόφου σας.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η γλώσσα του σώματος είναι μια μορφή επικοινωνίας. Πράγματα που θέλουμε να πούμε αλλά δεν τολμάμε με λόγια, τα εκφράζουμε με τις κινήσεις μας. Η γλώσσα του σώματος είναι αληθινή και αλάνθαστη. Μπορεί να είναι θετική ή αρνητική. Είναι η μόνη μορφή επικοινωνίας που μπορούμε να εμπιστευτούμε, καθώς εκφράζεται από το υποσυνείδητο, ασυναίσθητα και κρύβει πολλά μυστικά.

Η λεκτική επικοινωνία χρησιμοποιείται περισσότερο για να εκφράσει το γνωστικό κομμάτι, να δώσει δηλαδή πληροφορίες και να μεταφέρει γνώσεις, ενώ η γλώσσα του σώματος μεταδίδει περισσότερο συναισθήματα και βοηθά στη διαπροσωπική συνεννόηση.

Μαθαίνοντας την σημασία της κίνησης του σώματός μας αρχίζουμε να την προσέχουμε περισσότερο σε εμάς αλλά και στους ανθρώπους γύρω μας. Παρακολουθώντας λοιπόν τις κινήσεις και γνωρίζοντας την ερμηνεία τους μπορούμε να βελτιώσουμε την αυτογνωσία, την αυτοεκτίμηση και την προσωπική αυτονομία μας, Μπορούμε να κατανοήσουμε πιο εύκολα τους δεσμούς μεταξύ σκέψης, συναισθημάτων και συμπεριφοράς διότι με την γνώση της γλώσσας του σώματος μεγιστοποιούνται οι πηγές επικοινωνίας μας. Κατανοούμε την επίδραση του εαυτού μας στους άλλους, συσχετίζουμε την εσωτερική με την εξωτερική πραγματικότητα, και γίνονται αντιληπτές συναισθηματικές, νοητικές ή φυσικές αλλαγές.

Πρώτον, παρά το γεγονός ότι αυτού του είδους η "μη λεκτική επικοινωνία" σηματοδοτεί πολύ αξιόπιστα την ύπαρξη κάποιου είδους συναισθήματος, το συναίσθημα αυτό μπορεί να σημαίνει ότι κάποιος λέει ψέματα μπορεί και όχι. Η νευρική για παράδειγμα μπορεί να εκδηλωθεί με ανήσυχα και πονηρά βλέμματα. Υπάρχουν όμως χιλιάδες λόγοι που μπορεί να προκαλούν νευρική. Για να είμαστε σε θέση να κατανοήσουμε τη σημασία της κάθε συμπεριφοράς θα πρέπει να ερμηνεύσουμε το συναίσθημα που την πυροδοτεί.

Δεύτερον, ο Ekman ανακάλυψε ότι μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων είναι πολύ επιδέξια στο να εξασφαλίζει επαφή με το βλέμμα η οποία μοιάζει απόλυτα ειλικρινής. Αυτοί είναι οι παθολογικοί ψεύτες. Κατά συνέπεια δεν είναι και πολύ ασφαλές να βασίζεται κανείς στην επαφή με το βλέμμα σαν τρόπο μέτρησης της ειλικρίνειας και της αληθοφάνειας. Οι παθολογικοί ψεύτες λένε πολλά ψέματα, ζούνε μέσα από αυτά και πιστεύουν πως είναι αληθινά ή πως ζούνε στην δική τους

πραγματικότητα. Για τον λόγο αυτό δεν μπορούμε να τους αξιολογήσουμε με βάση την γλώσσα του σώματός τους, απλά επειδή αυτά που λένε, πιστεύουν πως είναι αληθινά και ο οργανισμός τους όπως και το σώμα τους αντιδρούν κατά τον τρόπο αυτό. (Ekman, 2001)

Έχουμε αναφέρει επίσης σε προηγούμενο κεφάλαιο πως η εντύπωση του λαού ότι όποιος δεν σε κοιτάει στα μάτια όταν σου μιλάει, λέει ψέματα, είναι λανθασμένη. Η κατάρριψη του μύθου αυτού στηρίζεται στο γεγονός ότι όταν κάποιος θέλει να σου πει ψέματα, προσπαθεί να διατηρεί όσο μεγαλύτερη οπτική επαφή μπορεί, γιατί θέλει το ψέμα του να γίνει πιστευτό.

Έμφυτη ή επίκτητη;

Ένα ερώτημα που έχει απασχολήσει τους ειδικούς, οι οποίοι ασχολούνται με τη μη λεκτική επικοινωνία, είναι κατά πόσο η γλώσσα του σώματος είναι έμφυτη στους ανθρώπους ή αποκτιέται μέσα από τη μίμηση και τη μάθηση στην κοινωνία όπου ο καθένας μεγαλώνει. Για να απαντήσουν στο ερώτημα αυτό, οι επιστήμονες έκαναν έρευνες σε άτομα που έχουν γεννηθεί με τύφλωση και κώφωση και δε θα μπορούσαν να μάθουν τη γλώσσα του σώματος από το οπτικό ή το ακουστικό κανάλι αντίστοιχα. Ο Άιμπλ Άιμπεσφελντ, για παράδειγμα, Αυστριακός ερευνητής της ανθρώπινης συμπεριφοράς, παρατήρησε ότι τα παιδιά που έχουν γεννηθεί κωφά και τυφλά εμφανίζουν χαμογελαστές εκφράσεις, ανεξάρτητα από μάθηση ή μίμηση. (Σαμαράκη, 2008) Παρατήρησε επίσης χειρονομίες διάφορων λαών και πολιτισμών του κόσμου για να εξακριβώσει κατά πόσο πρόκειται για συμπεριφορές που μαθαίνονται. Επιστήμονες όπως ο Δαρβίνος και ο Έκμαν προσπάθησαν να αποδείξουν ότι οι εκφράσεις του προσώπου είναι οικουμενικές και κατ' επέκταση έμφυτες. Δημοσίευσαν πολλές έρευνες που δείχνουν ότι άνθρωποι απ' όλο τον κόσμο μπορούν να αναγνωρίσουν τις ίδιες αυθόρμητες εκφράσεις θυμού, φόβου, αηδίας, απελπισίας, έκπληξης και χαράς. (Σαμαράκη, 2008)

Αντίθετα, υπήρχαν άλλοι, όπως οι ανθρωπολόγοι Λα Μπαρ και Μιντ, που υποστήριζαν ότι η γλώσσα του σώματος μαθαίνεται μέσα από τη συμμετοχή σε μια κοινωνική ομάδα, αφού ανακάλυψαν πολλά στοιχεία που δεν ήταν οικουμενικά και διέφεραν από πολιτισμό σε πολιτισμό όπως για παράδειγμα, οι Κινέζοι μπορεί να χαμογελούν ακόμα κι αν είναι θυμωμένοι με κάποιον. (Σαμαράκη, 2008) Το συμπέρασμα, τελικά, είναι ότι κάποιες χειρονομίες και εκφράσεις είναι έμφυτες,

όπως το πιπίλισμα που εμφανίζεται στα νεογνά. Άλλες πάλι, όπως το V ως σήμα της νίκης, είναι επίκτητες μέσα από τη μάθηση και τη μίμηση και μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τον πολιτισμό ή ακόμα και την κοινωνία. Σ' αυτόν το διαχωρισμό παίζει ρόλο επίσης και το πόσο αυθόρμητη μπορεί να είναι μια κίνηση. Δηλαδή, μαθαίνουμε να ελέγχουμε υποσυνείδητα ορισμένες χειρονομίες και να μην τις εκφράζουμε αυθόρμητα. Για παράδειγμα, το χαμόγελο, όπως έχει αποδειχτεί μέσα από έρευνες, είναι μια έμφυτη έκφραση χαράς και ευχαρίστησης που έχει τις ρίζες της στη συμπεριφορά των ζώων. Ωστόσο, μαθαίνουμε πολλές φορές να το ελέγχουμε και να το χρησιμοποιούμε για να καλύψουμε το θυμό μας, όπως προαναφέρθηκε για τους Κινέζους.

Στους Κορεάτες δεν αρέσει να δείχνουν συναισθήματα. Θεωρείται αναξιοπρεπές. Άρα πώς αναγνωρίζουμε συναισθήματα από μικροεκφράσεις στους Κορεάτες; Το προαναφερθέν γεγονός ανήκει στους κανόνες έκφρασης. Στην Δύση ο κανόνας είναι να κοιτάς κάποιον στα μάτια όταν του μιλάς. Στην Κορέα θεωρείται αγένεια οπότε επιλέγουν να μην το κάνουν. Αλλά οι μικροεκφράσεις δεν είναι επιλογή. Είναι ακούσιες. Δεν μπορείς να την ελέγξεις. Η εθνικότητα δεν έχει καμία σχέση και έτσι αιτιολογείται η οικουμενικότητα της μη-λεκτικής επικοινωνίας.

Πρέπει έτσι να δεχθούμε το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος της γλώσσας του σώματος (αν όχι εξ' ολοκλήρου) πηγάζει από το υποσυνείδητο και για τον λόγο αυτό δεν μπορεί να ελεγχθεί. Οπότε το συμπέρασμα ότι η γλώσσα του σώματος είναι μη ελεγχόμενη πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Πιστεύουμε ακόμη πως η γλώσσα του σώματος είναι οικουμενική. Δεχόμαστε το γεγονός ότι διαφορετικές φυλές και πολιτισμοί έχοντας διαφορετικά χαρακτηριστικά παρουσιάζουν διαφορές στην “μη λεκτική επικοινωνία” αλλά είναι μικρές ή λίγες και είναι ίδιες μέσα στην ίδια φυλή. Έτσι, ένας μελετητής της γλώσσας του σώματος γνωρίζει πως είναι το θυμωμένο πρόσωπο ενός λευκού, ενός κινέζου και ενός μαύρου. Ακόμη όμως και οι διαφορές αυτές στηρίζονται στην διαφορετική διαμόρφωση του προσώπου και του σωματότυπου των φυλών.

Ας πάρουμε ως παράδειγμα το πρόσωπο και τους μύες του. Για να καταλάβουμε πότε κάποιος χαμογελάει γιατί είναι ευτυχισμένος ή λόγο κάποιας προσωπικής του άμυνας παρατηρούμε τους μύς του προσώπου τους οποίους κινεί υποσυνείδητα. Όταν κάποιος αγχώνεται, συνήθως τα χέρια του ιδρώνουν, γεγονός που δεν μπορεί ούτε και κρύψει αλλά ούτε και να ελέγξει. Τέτοιου είδους είναι τα στοιχεία που μελετούν οι ειδικοί και κατέληξαν σε πολλά “παραδείγματα”

που έχουν παρατηρηθεί σε πολλούς ανθρώπους και δεν μπορούν να αμφισβητηθούν πλέον. Δημιουργήθηκαν κατά αυτό τον τρόπο οι βάσεις και πάνω σε αυτές όλο και περισσότεροι μελετητές προσθέτουν συνεχώς νέα στοιχεία για να φτάσουμε στο επίπεδο γνώσεων που έχουμε σήμερα για την “γλώσσα του σώματος”.

7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Ανδρονικίδης, Α. 2006. *Ανάλυση διαφημιστικών μηνυμάτων*. Σημειώσεις μαθήματος, Θεσσαλονίκη, Σελ. 38 – 40

Ανδρονικίδης, Α. 2006. *Παρουσίαση διαφημιστικής εκστρατείας*. Σημειώσεις μαθήματος, Θεσσαλονίκη, Σελ. 9

Ανδρουλιδάκη, Σ. 2009, Διπλωματική Εργασία, *Θεωρητική και Εμπειρική Προσέγγιση των Συναισθηματικών Αντιδράσεων Κατά την Ακρόαση Μουσικής*, Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Ρέθυμνο, Σελ 25-26

Δαμουλιάνου, Χ. 2001. *Η σημασία της γλώσσας του σώματος*. Οικονομικό τμήμα, Καθημερινή της Κυριακής

Ζώτος, Γ. 2000. *Διαφήμιση: Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press, Σελ. 39

Καρπούζης, Κ. 2010. *Προσαρμοσμένα Παραμετρικά Μοντέλα Ανθρώπινων Προσώπων Και Σωμάτων Και Εφαρμογές Στην Επικοινωνία Ανθρώπου-Μηχανής*. Διδακτορική Διατριβή, Σελ. 71-73

Κάτσιου – Ζαφρανά, Μ. 1992 *Κοινωνική Ψυχολογία 1*, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη

Κόντος, Ν. 2006. *Ρητορική και διαφήμιση*, Σελ 7-8, 15

Λουπασάκης, Α. 2002. *Γέλιο, η καλύτερη θεραπεία*, εκδ. Κέδρος

Μαρίτσας, Κ. 2009. *Πολιτισμός και Φυσική Επιλογή*, Εκδ. Αρσενίδη, Σελ. 302-305

Μπόγκα-Καρτέρη, Κ. 2003. *Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού*, Θεσσαλονίκη: University Studio Press, Σελ. 63

Μπόγκα-Καρτέρη, Κ. 1997. *Επιχειρησιακή Επικοινωνία*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press, , Σελ. 135-136, 141-142

Ξενικουδάκης, Στ. 2002. *Από το στιγμιαίο στο αιώνιο*, Ριζοσπάστης, ΕΝΘΕΤΗ ΕΚΔΟΣΗ: "7 ΜΕΡΕΣ ΜΑΖΙ", 13 Οκτώβρη, Σελ. 7

Οικονόμου, Ε. 2001. *Η γλώσσα του σώματος*. "Αεροπορική Επιθεώρηση", Τεύχος 65, Σεπτέμβρης, Σελ. 87-96

Παπακώστα Κ. 2009. *Το σώμα προδίδει τις σκέψεις μας*, ΤΑ ΝΕΑ, Ρεπορτάζ, 21 Σεπτεμβρίου, Σελ. 18 -19

Παπαμιχαήλ, Θ. & Ρήγα-Πεπελάση, Μ. 2009, *Το e-mail της αυτοδιοίκησης και της πολιτικής*, τεύχος 21, TP Think Politics

Πασχαλούδης, Δ. Δρ. 2003. *Marketing ακούω... και marketing δεν βλέπω (Αρχές marketing)*, Β. Γκιούρδας Εκδοτική, Σελ. 1-3, 27-29, 204

Ρούφος, Ν. 2003. *ΘΕΜΑ: e-Marketing*, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Οικονομικών Και Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Σελ. 10

Σαμαράκη, Χ. 2008. *Πως Να Κατακτήσεις Τα Μυστικά Της Γλώσσας Του Σώματος*, Εκδ. Ψυχογιός, Σελ. 8, 10, 13, 16, 128-135, 137 - 158

Σαχαρίδης, Ν. 2004, *Πώς να προσλάβετε τους κορυφαίους*, WINNER, Τεύχος 2, Σελ. 18-19

Σαχαρίδης, Ν. 2004, *Κερδίστε Τον Υποψήφιο Εργοδότη Στις Μικρές Λεπτομέρειες*, Ανάδειξη, Εταιρία Συμβούλων, WINNER, Τεύχος 3, Σελ. 34-35

Σταύρου, Π. 2009. *Διαταραχές του σωματικού σχήματος και αριστεροχειρία 1*, «Έννοια της εικόνας του σώματος», Εκπαιδευτικό Υλικό Εξειδίκευσης με e-learning

Τριφύλλη, Ό. 2010. *Η γλώσσα του σώματος*, Magazino, τεύχος 1, Μάρτιος, Σελ. 22

Corfu Psychology, 2010. *ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ: Πώς να διακρίνουμε την αλήθεια από το ψέμα*, Κέρκυρα

Morris, D. Μετάφραση: Λώμη, Μ. *Ανθρωποπαράτηρηση - Η ανθρώπινη συμπεριφορά*, Εκδ. Αρσενίδη, Αθήνα, 1998, σελ. 106-111

View, Ένθετο της εφημερίδας "Καθημερινή", τεύχος Φεβρουαρίου, 2002, Σελ. 33

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Berger, A. Asa, 1991. *Media USA: Process and Effect*, 2nd Edition. New York: Longman, pp 321

Cohen, D. 1996. *Η ερωτική γλώσσα του σώματος*, Εκδ. Έσσοπτρον, pp. 42 -45

Darwin, Ch. 2009. *The Expression of Emotions in Animals and Man*, (Originally published in 1896), Publisher: Cornell University Library, pp 22-23, 45-48, 130-135, 196-199

Denny, R. 2003. *Πρώτοι στις Πωλήσεις - Τεχνικές για να πετύχετε στις Πωλήσεις*. Της Σειράς: Business Management, Εκδ. Κριτική, Σελ. 252, 257-258

Ekman, P. 2001. *Telling Lies: Clues to Deceit in the Marketplace, Politics, and Marriage*, W.W. Norton & Company, Inc. pp 27, 95-96, 118-125

Ekman, P. 2004. *Emotions revealed: recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*, First Owl Books Edition. /... Henry Holt and Company LLC, pp 30-34, 228-230

Galbraith, J.K. 1977. *The Affluent Society*, Harmondsworth: Penguin, pp 145

Hess, E. 1975. *The Tell-Tale Eye*, New York: Van Nostrand Reinhold,

Hill, D. 2003. *Body of Truth: Leveraging What Consumers Can't or Won't Say*, Canada: Wiley & Sons, Inc. New Jersey, pp 111-115

Jonathan, D. 2003. *Ο πλήρης οδηγός της κινέζικης φυσιογνωμικής*, Εκδ. Κυβέλη, Σελ. 4-6

Lacan, J. 1977. *The Mirror-Stage as Formative of the I as Revealed in Psychoanalytic Experience*, transl. by Alan Sheridan in *Écrits: A Selection*, London, Tavistock, W.W. Norton & Co. pp 31-48

Leiss, William, Stephen Kline and Sut Jhally. 1990. *Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being*, London: Routledge, pp 17-18

McLuhan, M. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York: Signet Books, pp 246-251

Mc Neil, D. 1998. *The Face: A Natural History*, Little, Brown & Company USA, pp 205

Osipa, J. 2007. *Stop Staring: Facial Modeling and Animation Done Right*, Sybex, pp 223-237, 307

Pease, A. & B. 2006. *The Definitive Book of Body Language*, Publisher: Bantam, pp 8-11, 120, 131, 222-225

Plant, S. 2009. *The effects of mobile telephones on social and individual life*, κοινωνιολογική έρευνα για λογαριασμό της Motorola

Quilliam, S. 2004. *Body language, Learn to read and use the body's secret signals*, FIREFLY BOOKS Ltd, pp 13

Ribbens, G. και Dr Thompson, R. 2001. *Understanding Body Language (Barron's Business Success Guides)*, Hodden & Stoughton Educational, pp 3, 45, 58

Rothwell, J. Bandar, Z. O'Shea, J. and McLean, D. 2006. *Silent Talker: A New Computer-Based System for the Analysis of Facial Cues to Deception*, Department of Computing and Mathematics, Manchester Metropolitan University, UK, www.interscience.wiley.com, Wiley InterScience, April

Schudson, M. 1984. *Advertising, The Uneasy Persuasion*, New York: Basic Books, pp 3

Seymour, R. και Dr. Sozou, P. 2009. *Duration of courtship effort as a costly signal*, Journal of Theoretical Biology, Volume 256, Issue 1, Ιανουάριος, pp. 1-13

Williams, R. 1980. *Problems in Materialism and Culture*, London: Verso, pp 184

ΙΣΤΙΟΣΕΛΙΔΕΣ

Αμπάβη, Α. 2009. *Η Τέχνη του Χρώματος και ο Συμβολισμός του*, 23 Αυγούστου, www.artmag.gr

Ζάχος, Δ. Χοροθεραπευτής και Κινητικός Θεραπευτής, www.dimitrioszaxos.com

Καράγιαννης, Σπ. 2010. *Σε θέλει; Η γλώσσα του σώματος θα σου πει...*, Τεύχος Μαΐου, www.tlife.gr

Μιχαηλίδης, Δ. 2005. *Η καταγωγή και η εξέλιξη του Ανθρώπινου Γένους*, Άρθρο, Απρίλιος, www.physics4u.gr

Capino. D, 2009. *Facial Action Coding System Inspired Tutorial– Khappucino*.
<http://www.khappucino.com/2009/08/khappucinos-facial-expression-tutorial.html>

<http://www.indiabix.com/body-language/hand-to-face-gestures/>, για εικόνες και ερμηνεία

LIE TO ME, 2009-2011, σειρά της FOX βασισμένη στην δουλειά του Paul Ekman

ΔΙΑΦΟΡΑ

Αρβανίτη, Σ. Ραδιοφωνικός Παραγωγός μέσω internet στο www.e-rock.gr και ερμηνεύτρια, Αθήνα, 2011

Κονόμη, Γ. Τελειόφοιτη Αρχιτεκτονικής Τοπίου, Δημιουργία σκίτσων για τον σκοπό της εργασίας, 2011

Κουμιώτης, Γ. Ιδιοκτήτης ραδιοφωνικού Σταθμού Marconi Radio 96,1 και δημοσιογράφος, Βόλος, 2004

Νταφέκας, Αθ. Διευθυντής Παραγωγής στο ραδιόφωνο “Βόλος 98,6”, Βόλος, 2000

Σιτσάνη, Δ. Managing Director MADs Promotions, Θεσσαλονίκη, 2010

Συντζάκης, Κ. Υπεύθυνος Επικοινωνίας, 12ο Διήμερο Συνέδριο της ΕΙΜ Φοιτητών, Festival Διαφήμισης BAD MIND, 31/3 – 1/4/2005, στον “ΜΥΛΟ”, Θεσσαλονίκη

Mediterranean Management Centre, Σεμινάριο με θέμα: Learning Solution for Business Excellence, 2006