
Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

Autoprezentacja

2013



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt "Uczestnik Społeczeństwa Wiedzy - zintegrowany system kształcenia przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych" współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego



Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Definicja i istota autoprezentacji.....	3
3. Efekt pierwszego wrażenia w autoprezentacji	4
4. Odmiany efektu pierwszego wrażenia.....	5
5. Normy zachowań w autoprezentacji	6
6. Czynniki skutecznej autoprezentacji.....	6
7. Komunikacja werbalna i niewerbalna w autoprezentacji	8
8. Taktyki autoprezentacyjne.....	10
9. Przegląd taktyk autoprezentacyjnych	11
10. Autoprezentacja a trema	12
11. Podsumowanie	13
12. Literatura.....	13



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

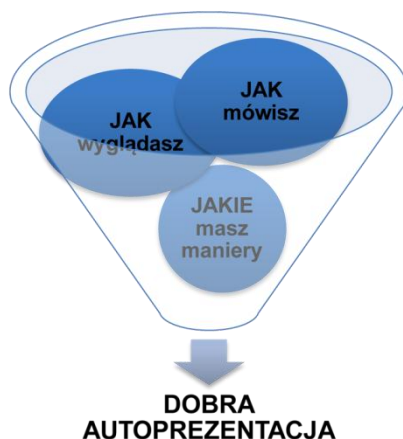
1. Wstęp

Większość z nas dba o swój wizerunek, czyli o to, jak nas widzą, słyszą i odbierają inni ludzie, zarówno ci z bliższego, jak i dalszego otoczenia. Są sytuacje, w których szczególnie nam zależy na wywarciu dobrego wrażenia, np. podczas egzaminów ustnych, na maturze, podczas pierwszego spotkania z osobami dla nas ważnymi, na pierwszej randce, w pierwszym dniu pracy, w nowej szkole lub po prostu w grupie rówieśniczej. Najczęściej chcemy uchodzić za osoby mądre, elokwentne, dowcipne, przebojowe, „wyluzowane” lub też godne zaufania, poważne i odpowiedzialne. Zdarzają się jednak i takie sytuacje, że czyjeś towarzystwo nam nie odpowiada, lecz nie mamy odwagi powiedzieć tego komuś wprost, więc w kontakcie z tą osobą sprawiamy wrażenie znudzonych czy obojętnych. Wówczas prezentujemy celowo i w sposób zamierzony swój negatywny wizerunek.

2. Definicja i istota autoprezentacji

Autoprezentacja to proces prezentacji samego siebie w relacjach z innymi ludźmi. W autoprezentacji wykorzystuje się specyficzne strategie umożliwiające wywarcie wpływu na sposób, w jaki jesteśmy postrzegani przez innych. Dobra autoprezentacja to eksponowanie walorów osobistych, czyli naturalności, własnego stylu, wiedzy, energii i emocji.

To, co mówisz, jest mniej ważne od tego:



Źródło: opracowanie własne.

Autoprezentacja to zjawisko, z którym spotykamy się na każdym kroku. W niektórych sytuacjach, takich jak np. rozmowa rekrutacyjna czy wystąpienia publiczne, pierwsze wrażenie jest niezwykle cenne.

Co warto wiedzieć na temat autoprezentacji?

1. Autoprezentacji i sztuki pozytywnego wywierania wrażenia można się nauczyć i w sposób efektywny kierować ich ważnymi elementami.
2. Autoprezentacja i umiejętność jej prawidłowego kształtowania nie jest cechą wrodzoną. Można i warto się nauczyć technik zwiększających naszą skuteczność interpersonalną w kontaktach z innymi ludźmi.



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

3. W trakcie autoprezentacji najważniejsza jest naturalność i wyzbycie się wszystkich negatywnych nawyków komunikacyjnych (werbalnych i niewerbalnych).

3. Efekt pierwszego wrażenia w autoprezentacji

Autoprezentacja opiera się na przekazie słownym (treść wypowiedzi) oraz przekazie bezsłownym, który obejmuje takie elementy, jak: wygląd, głos, zachowanie, warunki zewnętrzne (pomieszczenie, temperatura, wygoda itp.).

Piramida mówcy:



Źródło: K. Bocheńska-Włostowska, Akademia umiejętności interpersonalnych. 20 spotkań z komunikacją, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2009.

Z autoprezentacją silnie wiąże się efekt pierwszego wrażenia. Kiedy np. pracodawca widzi cię po raz pierwszy, wówczas w ciągu pierwszych kilku sekund w jego podświadomości buduje się reakcja emocjonalna w stosunku do twojej osoby.

NIGDY NIE MASZ DRUGIEJ SZANSY, BY ZROBIĆ PIERWSZE WRAŻENIE!

Efekt pierwszego wrażenia

Pierwsze wrażenie to zjawisko, z którym spotykamy się na każdym kroku naszego życia i które bardzo często decyduje o sukcesie zawodowym. Współczesna psychologia wskazuje na związek między naszym wyglądem a tym, jak jesteśmy odbierani przez otoczenie.

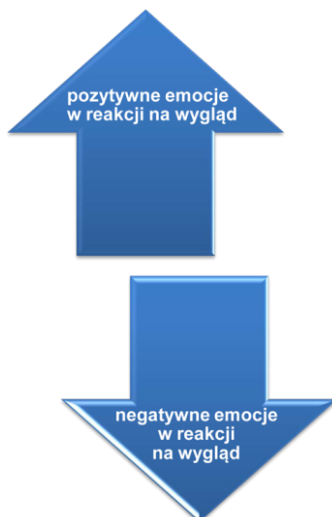
Dlaczego tak się dzieje? Jaki jest mechanizm psychologiczny owego zjawiska?

Nasz wygląd jest bodźcem wzrokowym, który najszybciej działa na innych i wywołuje specyficzną reakcję oceniającą, budowaną na podłożu emocji pojawiających się w wyniku zadziałania owego bodźca (naszego wyglądu).



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

Reakcje w pierwszym kontakcie:



Źródło: opracowanie własne.

Decydujące wrażenie powstaje w ciągu pierwszych 20-30 sekund kontaktu!

Badania Aronsona wskazują na to, że wygląd fizyczny ma wartość wzmocnienia pozytywnego i zwiększa w sposób istotny wzajemną atrakcyjność interpersonalną. Wynikałoby stąd, że atrakcyjność fizyczna jest cechą bardzo pożądaną. To właśnie pierwsze wrażenie kształtuje nasz wizerunek w oczach innych ludzi i może sprzyjać naszej karierze zawodowej oraz odnoszeniu sukcesów.

W procesie komunikacji interpersonalnej osoby wchodzące ze sobą po raz pierwszy w interakcję reagują wzajemnie na swój wizerunek. Zdarza się, że ocena wystawiana innym pod wpływem pierwszego wrażenia jest trafna, zdarza się także, że wprost przeciwnie. Jednakże nie można zaprzeczyć, że wrażenie, jakie wywierają na sobie nawzajem ludzie podczas pierwszego kontaktu, w znacznym stopniu wpływa na ich późniejsze wzajemne relacje.

4. Odmiany efektu pierwszego wrażenia:



Źródło: opracowanie własne.

W myśl **stereotypu fizycznej atrakcyjności**: „piękne jest dobre” – jesteśmy skłonni lubić bardziej ludzi ładnych i przystojnych (niż nieładnych) i przypisywać im dobre cechy. Zjawisko to nazywane jest efektem aureoli. Na podobnej zasadzie działa efekt diabelski: jeśli pierwsze wrażenie, jakie wywiera na nas jakaś osoba, jest negatywne, zakładamy z góry, że ma ona wiele innych, równie negatywnych cech. Osoby, które wywierają na innych dobre wrażenie, wzbudzają większe zaufanie, łatwiej jest im nawiązywać kontakty i relacje. Wraz ze



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

wzrostem efektu aureoli w kontaktach z innymi, wzrasta nasza samoocena i poczucie wartości.

5. Normy zachowań w autoprezentacji

Wyobraź sobie taką sytuację:

Jan Kowalski poszukuje pracy. Niespodziewanie otrzymał zaproszenie na rozmowę kwalifikacyjną.

Na spotkanie przyjechał spóźniony. Ubrany w wygodny, dwukolorowy dres. Spóźnił się, ponieważ po drodze odwiedził bar szybkiej obsługi. Zjadł kanapkę z sosem czosnkowym. Przecież uwielbia sos czosnkowy!

W pośpiechu wbiegł po schodach do sali, w której odbywał się proces rekrutacji. Po wejściu zakomunikował: „Już jestem.” Podał spoconą rękę na przywitanie. W trakcie rozmowy unikał kontaktu wzrokowego.

Jakie wrażenie mógł odnieść rozmówca pana Kowalskiego? Czy wrażenie, które wywiera pan Kowalski, ułatwi mu otrzymanie pracy? Wskaż błędy i nieprawidłowości w autoprezentacji Kowalskiego dotyczące:

- zachowania,
- wyglądu zewnętrznego,
- komunikacji werbalnej,
- komunikacji niewerbalnej.

Dostosowanie się do tego, co jest przyjęte za normę czy też oczekiwane przez osoby wchodzące z nami w interakcje, uznaje się za jedną z ważniejszych zasad autoprezentacji. Autoprezentacja będzie skuteczna wówczas, gdy będziemy zachowywać się w sposób ogólnie przyjęty społecznie, nawet wówczas, gdy tzw. manipulowanie wrażeniem nie jest głównym celem naszego działania.

Normy zachowań w autoprezentacji wyznacza:

- etykieta towarzyska (tzw. savoir-vivre),
- etykieta biznesu.

Autoprezentacji i sztuki pozytywnego wywierania wrażenia możesz się nauczyć! Umiejętność kreowania wizerunku nie jest cechą wrodzoną. Można i warto się jej nauczyć, zwiększając tym samym swoją skuteczność interpersonalną w kontaktach z innymi ludźmi. W autoprezentacji najważniejsza jest naturalność i wyzbycie się wszystkich negatywnych nawyków komunikacyjnych (werbalnych i niewerbalnych), a także zgodne z etykietą zachowanie i wygląd zewnętrzny.

6. Czynniki skutecznej autoprezentacji

Ubiór i wygląd zewnętrzny

Ubiór w znacznym stopniu wpływa na nasz wizerunek. Poprzez swój wygląd mówisz, jakim jesteś człowiekiem! Jak się ubrać, aby wzbudzać zaufanie oraz podkreślać swoje kompetencje i profesjonalizm? Pamiętaj o kilku zasadach doboru elementów garderoby, kiedy np. wybierasz się na rozmowę w sprawie pracy.



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

Będąc kobietą pamiętaj:

1. Oszczędność i ostrożność w doborze kolorystyki stroju – im mniej, tym lepiej. Strój raczej elegancki niż codzienny czy sportowy.
2. Oszczędność w ilości rzeczy na sobie (tzw. „ozdobników”) – mniej znaczy lepiej.
3. Biżuteria – zgodnie z starą zasadą: elegancka kobieta może mieć na sobie najwyżej trzy elementy biżuterii.
4. Kolory – raczej stonowane, dobrane do typu urody (czerń, szarość, biel, beż, granat, zieleń butelkowa itd.).
5. Buty eleganckie, mogą być na niewysokim obcasie.

Będąc mężczyzną pamiętaj:

1. Krawat – jego koniec powinien znajdować się na wysokości klamry paska.
2. Dół spodni – z tyłu (nad piętą) powinien sięgać obcasa, z przodu powinien mieć jedno załamanie na podbiciu stopy.
3. Mankiety koszuli – niezależnie od pozycji ciała (czy stoisz, czy siedzisz) powinny wystawać spod rękawa marynarki najwyżej 2 cm.
4. Skarpety – powinny być w kolorze butów lub najwyżej o ton jaśniejsze i zawsze powinny osłaniać całą nogę, tak by niezależnie od pozycji ciała łydka była zakryta.
5. Guziki marynarki – jeśli jednorzędowa, to siadając zawsze rozpinasz, a jeśli dwurzędowa, to nigdy nie rozpinasz guzików.

Kto komu podaje rękę?

Zasady powitania



Źródło: opracowanie własne.

Kto komu pierwszy podaje rękę przy przedstawianiu się i co należy wtedy powiedzieć? To częsty dylemat przy powitaniach i autoprezentacji.

Pamiętaj o trzech głównych zasadach.

1. Rękę na powitanie jako pierwszy(a) podaje:
 - kobieta – mężczyźnie,
 - osoba starsza – osobie młodszej,
 - pracownik wyższą rangą – pracownikowi niższą rangą.



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

2. Jeśli w spotkaniu uczestniczy więcej osób należy pamiętać, że zawsze przedstawia się:

- mężczyznę – kobiecie,
- osobę młodszą – osobie starszej,
- pracownika niższego rangą – pracownikowi wyższemu rangą.

3. Gdy pracodawca zaprasza, aby zająć miejsce podczas rozmowy kwalifikacyjnej, zaczekaj, aż zostanie ci wskazane miejsce, na którym możesz usiąść. Witamy się uściskiem ręki, który nie trwa dłużej niż wymówienie słów „dzień dobry”.

7. Komunikacja werbalna i niewerbalna w autoprezentacji

Jednym z istotnych elementów mających ogromny wpływ na kreowanie twojego wizerunku jest sposób, w jaki przekazujesz informację na swój temat osobom nieznanym. W większości sukces autoprezentacji zależy od umiejętności komunikowania się. Powszechnie uważa się, że jakość argumentacji, logiczne wyjaśnienie lub to, jakim językiem posługuje się rozmówca, przesądza o porozumieniu lub uzyskaniu akceptacji drugiej strony. Wyróżnikiem komunikowania jest jego skuteczność (przynosi oczekiwane efekty) oraz naturalność i szczerść (buduje zdrowe relacje interpersonalne).

Aspekty komunikacji werbalnej i niewerbalnej w autoprezentacji:



Źródło: Opracowanie własne.

Bez względu na to, czy zachowanie jest zamierzone, czy nie i bez względu na to, czy zostanie ono właściwie zinterpretowane, czy nie, wszystkie zachowania komunikacyjne (werbalne i niewerbalne) potencjalnie kreują komunikat o danej osobie.

Elementy autoprezentacji w zależności od okoliczności

W wielu sytuacjach zależy nam na pozytywnej autoprezentacji. W jaki sposób dostosować poszczególne elementy autoprezentacji do specyfiki odbiorcy lub sytuacji? Jak wywrzeć pozytywne wrażenie na odbiorcy bądź odbiorcach?



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

Przeanalizuj poniższe przykłady.

1. Sytuacja egzaminu lub wystąpienia publicznego o charakterze egzaminu.

Zalecenia:

- ubiór: elegancki, czysty, wyprasowany, w stonowanych, nie krzykliwych kolorach (garnitur dla mężczyzn, garsonka lub sukienka z marynarką dla kobiet);
- komunikacja niewerbalna: stale utrzymuj kontakt wzrokowy z komisją, ruchy i gestykulacja - zrównoważone i spokojne, postawa - otwarta i wyprostowana;
- komunikacja werbalna: mów wyraźnie i wolno, buduj poprawne zdania, koncentruj się na temacie wypowiedzi.

2. Sytuacja ubiegania się o pracę.

Zalecenia:

- ubiór: elegancki, czysty, wyprasowany, mniej formalny niż na egzaminie (kobiety - garsonka lub sukienka z marynarką, mężczyźni – garnitur lub marynarka dopasowana kolorystycznie do spodni);
- komunikacja niewerbalna: wchodząc uśmiechnij się, utrzymuj kontakt wzrokowy, zachowaj spokój i opanowanie w ruchach, gestykulacji i mimice;
- komunikacja werbalna: spójne i konkretne wypowiedzi, odpowiadanie wprost na zadane pytania.

3. Sytuacja spotkania towarzyskiego w szerszym gronie.

Zalecenia:

- ubiór: dopasowany do miejsca spotkania (ogród, grill, klub, pub, mieszkanie), dość swobodny;
- komunikacja niewerbalna: swobodna i żywa gestykulacja oraz mimika, ekspresja emocjonalna w mowie ciała;
- komunikacja werbalna: język swobodny, nieformalny i bezpośredni.

Pozytywne myślenie i dążenie do samoakceptacji we własnym życiu

Optymlstom żyje się łatwiej. Przyciągają do siebie innych, również przyjaznych i pozytywnie myślących ludzi. Lepiej są postrzegani przez innych, zgodnie z starą zasadą: „Jak cię widzą, tak cię piszą”. Im więcej pozytywnych myśli generujesz, tym bardziej wzrasta twoja wiara we własne możliwości. To bezpośrednio przekłada się na pozytywne wrażenie, jakie wywierasz na innych osobach.

Dobra rada.

Bądź optymistą:

1. Wizualizuj (wyobrażaj sobie) pozytywne cele i sposób ich osiągnięcia.
2. Ustaw się na pozycji życiowej zwycięzcy, nie ofiary.
3. Systematycznie i uparcie przeganiaj czarne myśli.
4. Nagradzaj się za najmniejsze sukcesy.
5. Skutecznie wyłączaj swojego wewnętrznego krytyka.
6. Stosuj afirmacje (pozytywne stwierdzenia dotyczące twojej osoby): np. „Dam radę!”, „Potrafię to zrobić!”, „Uda mi się!”, „Jestem w tym dobra/y”.



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

Pozytywne myślenie składa się z trzech elementów:

1. Przekonania o własnych umiejętnościach i możliwości osiągnięcia celu.
2. Umiejętności zbudowania pozytywnych komunikatów.
3. Dokonywania zmian w sposobie interpretacji wydarzeń i sytuacji życiowych.

Nerwowe zachowania i brak pewności siebie lub nadmierna pewność siebie:

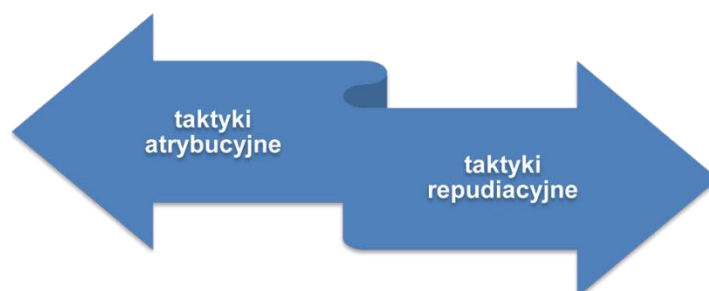
- unikanie kontaktu wzrokowego,
- wiercenie się na krześle,
- wyłamywanie palców czy bawienie się długopisem,
- ciche mówienie,
- długi czas i wahanie się przy udzielaniu odpowiedzi,
- przerywanie rozmówcy,
- oznaki arogancji czy nadmiernej agresji.

8. Taktyki autoprezentacyjne

Autoprezentacja towarzyszy nam w ciągu całego życia. Zazwyczaj jest opisywana jako:

- kreowanie własnego wizerunku,
- kontrolowanie wrażenia wywieranego na innych,
- działania, których celem jest zaprezentowanie określonego wizerunku własnej osoby (taktyki autoprezentacyjne).

Taktyki autoprezentacyjne:



Źródło: opracowanie własne.

Taktyki atrybucyjne mają wywrzeć wrażenie, że jesteśmy osobami o takich, a nie innych cechach i że to, co prezentujemy, jest dla nas ważne w życiu (np. ważne dla mnie są etyczne zachowania w prowadzeniu biznesu).

Taktyki repudiacyjne – przeciwnie: mają zaprzeczyć, że jesteśmy osobami o takich, a nie innych cechach (np. nie jestem osobą nieetyczną, nie jestem złodziejem).

Pamiętaj:

Autoprezentacji i sztuki pozytywnego wywierania wrażenia można się nauczyć i w sposób efektywny kierować jej ważnymi elementami. Sztuka kształtowania wizerunku nie jest cechą i umiejętnością wrodzoną. Możesz nauczyć się technik zwiększających twoją skuteczność interpersonalną w kontaktach z innymi ludźmi.



9. Przegląd taktyk autoprezentacyjnych

Autoprezentację określa się jako selektywne ujawnianie innym ludziom informacji o sobie. W działaniach tych przedstawiamy informacje w swoisty sposób: jedne ujawniamy, inne pomijamy, niektóre uwypuklamy, a pozostałe staramy się ukryć. Te wszystkie taktyki mają nam pomóc osiągnąć podstawowy cel autoprezentacyjny – wywrzeć wrażenie zgodnie z naszymi potrzebami i oczekiwaniami.

Najczęściej stosowane taktyki autoprezentacyjne:



Źródło: opracowanie własne.

Chcemy być postrzegani przez otoczenie pozytywnie. To podnosi naszą samoocenę, poczucie wartości, pomaga nam osiągać cele i odnosić sukcesy. Manipulujemy wrażeniem, aby zaprezentować się jako osoba odpowiedzialna, inteligenta, otwarta, przyjaźnie nastawiona do innych czy bezkonfliktowa. Oprócz umiejętnie stosowanych taktyk autoprezentacyjnych pomagają nam w tym różne świadomie stosowane techniki komunikacji niewerbalnej i werbalnej.

Opisywanie siebie

Opisywanie siebie w taki sposób, aby osiągnąć cel autoprezentacyjny – wykreowanie pożądanego przez nas wrażenia. Przykładem jest np. sposób, w jaki opisujemy siebie w CV i liście motywacyjnym.

Wyrażanie postaw

Wyrażając opinie i sądy na różne tematy, często kontrowersyjne (np. kara śmierci), kreujemy swój wizerunek, zwłaszcza w zakresie posiadanych cech, właściwości i przekonań.

Publiczne atrybucje

Wyjaśnianie przyczyn swojego zachowania w taki sposób, aby było ono zgodne z określonym, pożądanym przez nas wizerunkiem.

Pamięciowe manipulacje

Zapominanie, selektywne zapamiętywanie i zniekształcanie informacji tak, aby wypaść w oczach innych korzystnie i pozytywnie.



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

Zachowania niewerbalne

Stosowanie komunikatów niewerbalnych (postawa ciała, mimika, gestykulacja, intonacja głosu oraz sposób poruszania się), zgodnych z pożądanym przez nas wizerunkiem i podkreślających go.

Kontakty społeczne

Ekspozowanie faktu posiadania relacji i znajomości z ludźmi o wysokim prestiżu społecznym, zawodowym czy finansowym. Szczególnie korzystnie wpływa na nasz wizerunek możliwość pojawienia się w konkretnej sytuacji w towarzystwie osoby ważnej. I odwrotnie: pokazanie się publicznie z osobą nieakceptowaną społecznie i kontrowersyjną, negatywnie wpływa na nasz wizerunek.

Konformizm i uleganie

Spełnienie wymogów i oczekiwań społecznych w zakresie naszego sposobu funkcjonowania i zachowań (dostosowanie się do reguł obyczajowych i formalnych: strój, zachowania, poglądy). Podążanie za ogólnie przyjętymi normami społecznymi chroni nas przed wizerunkiem osoby niedostosowanej czy odrzuconej. Taktyka ta może przyjąć formę schlebiania i komplementowania (Świetnie wyglądasz. Uwielbiam cię słuchać!).

Dekoracje, rekwizyty i oświetlenie

Wykorzystywanie przedmiotów, wystroju wnętrza i innych elementów otoczenia fizycznego w celu manipulowania wrażeniem. Zmieniając wygląd domu, mieszkania czy biura, wywieramy określone (korzystne lub niekorzystne) wrażenie na osobach, które do nas przychodzą.

10. Autoprezentacja a trema

Wszystkich albo prawie wszystkich dotyka trema w sytuacji autoprezentacji, np. w trakcie rozmów rekrutacyjnych: krótki oddech, pocenie się, wilgotne ręce, drżące nogi, ucisk w brzuchu, niezborne myśli...



Źródło: opracowanie własne

Jak przeciwdziałać tremie?

Np. przed rozmową rekrutacyjną:

1. Starannie się przygotuj.
2. Powtarzaj na głos przed lustrem tekst przykładowej autoprezentacji.



Metody i techniki skutecznej autoprezentacji

Np. w trakcie egzaminu:

1. Oddychaj – długi wydech to najlepszy sposób na emocje.
2. Skup swoją uwagę na rozmówcy – oderwiesz się od myślenia o sobie i swoich emocjach.
3. Zmień sposób mówienia – obniż lub podwyższ ton głosu.
4. Zmień pozycję ciała (uśmiechnij się). Zawsze pamiętaj, że rozmówca dostrzega tylko 1% tego, co odczuwasz !

11. Podsumowanie

Umiejętność kierowanie własnym wizerunkiem to nie tylko znajomość technik autoprezentacji, ale także świadomość, że wszyscy ludzie odgrywając swoje role w życiu, w mniejszym lub większym stopniu manipulują swoim wizerunkiem. Efekt pierwszego wrażenia, jaki wywołasz, może zadecydować o twojej przyszłości. Jesteś uczniem/uczennicą już jakiś czas, więc dobrze wiesz, że nie łatwo jest zacząć od nowa.

Poświęć trochę czasu na zastanowienie się nad swoim wizerunkiem i nad tym, czy jest on zgodny z twoim celem autoprezentacyjnym. Co udało ci się osiągnąć i dlaczego? Czego nie udało ci się osiągnąć i dlaczego? Jeżeli nie pomoże ci to w chwili teraźniejszej, to na pewno przyda się w przyszłości. Życzymy powodzenia!

12. Literatura

1. Leary Mark, Wywieranie wrażenia na innych, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
2. Zimbardo Ruch, Philips Floyd L, Psychologia i życie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1988.
3. Aronson Elliot, Człowiek istota społeczna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
4. Bocheńska-Włostowska K., Akademia umiejętności interpersonalnych. 20 spotkań z komunikacją, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2009.