

Введение

Основные проблемы и задачи обучения самопрезентации

Современное общество предъявляет новые требования к подготовке специалистов-психологов разных профилей. Наиболее востребованными психологическими направлениями являются на сегодняшний день прикладные специализации социальной и экономической психологии, такие, как организационная психология, психология бизнеса, психология рекламы и массовых коммуникаций, — отрасли, лишь сравнительно недавно ставшие предметом научного анализа в нашей стране.

Но, несмотря на высочайшую востребованность специальных знаний, особенно знаний прикладного характера, наблюдается огромный дефицит как теоретических построений, так и эмпирических исследований в данной области.

Все вышесказанное в равной мере относится к актуальной проблеме делового взаимодействия и организационного поведения — самопрезентации, а также к обучению самопрезентации — новой предметной области психологической теории и практики.

Самопрезентация — чрезвычайно интересный психологический феномен, старый как мир и всегда актуальный. Каждая культура хранит традиции того, как следует себя вести и как научить(ся) себя вести, любой социум озабочен проблемой, как произвести нужное впечатление.

Особенно актуальной эта проблема становится тогда, когда меняются социальные условия: традиции умирают, появляются новые правила поведения и соответственно требуются новые формы обучения. Именно такая ситуация сложилась в нашей стране в настоящее время. Изменилось лицо многих востребованных профессий, ему (лицу) потребовался имидж. Навыки самопрезентации стали неотъемлемой частью таких профессий, как руководитель, секретарь, многочисленные разновидности менеджеров, продавцов и агентов. Появилась и профессия, задачи которой — обучение полезным поведенческим умениям, прежде всего именно навыкам

самопрезентации, так называемый бизнес-тренер. Возникли консультирующие компании, предоставляющие широкий спектр услуг по обучению персонала всех уровней — от самого нижнего до наиболее высокого. Стало востребованным и индивидуальное обучение самопрезентации как важное условие профессионального развития и карьерного роста.

И тем не менее, как отмечалось, самопрезентация весьма мало изучена, особенно в нашей стране. Основная часть теоретических и практических разработок принадлежит зарубежным ученым, таким, как И. Гоффман, М. Снайдер, Р. Чалдини, И. Джонс и Т. Питтман.

Предлагаемая работа — первый опыт создания учебного пособия для студентов, направленного на получение наиболее полного представления о состоянии психологического знания в данной области, предоставляющего помощь в поиске и выборе наиболее эффективного инструментария для дальнейшей профессиональной практической работы.

В ходе изучения предлагаемого материала студенты должны приобрести знания о теориях самопрезентации и детерминации самопрезентации, эмпирических исследованиях и методах обучения самопрезентации, научиться выбирать методы, методики и конкретные упражнения для формирования программы тренинга самопрезентации и индивидуального консультирования по самопрезентации.

В учебном пособии рассматриваются в исторической перспективе существующие на сегодняшний день теоретические подходы к самопрезентации, проводится их сравнительный анализ, дается обзор зарубежных и отечественных эмпирических исследований самопрезентации и обучения самопрезентации, анализируются стратегии, техники самопрезентации, а также методы обучения самопрезентации, приводятся примеры наиболее эффективных учебных упражнений и программ.

Глава 1 посвящена теоретическим подходам к изучению самопрезентации, в ней рассмотрены концепции И. Гоффмана, Г. Мида и Ч. Кули, Б. Шленкера и М. Вейголда, М. Лири и Р. Ковальски, Д. Майерса, Р. Викланда, Г. Глейтмана, Дж. Андерсона, С. Фиске, С. Тейлора, Ф. Хайдера, Л. Фестингера, Р. Аркина и А. Шутца, Р. Баумейстера и А. Стейнхилбера, Дж. Тедеша и М. Риеса, И. Джонса и Т. Питтмана, А. Фенигстейна, М. Шейера и А. Басса, М. Снайдера, Е.Л. Доценко, Г.В. Бороздиной и Ю.М. Жукова.

Авторы этих концепций искали ответы на вопросы, почему люди занимаются самопрезентацией, всем ли в одинаковой степени свойственно стремление к самопрезентации, какие стратегии и техники используются в процессе самопрезентации. Обращает на себя внимание довольно большое количество разнообразных подходов и отсутствие единой концепции или хотя бы небольшого их числа. Поэтому на первый взгляд достаточно сложно даже сопоставить эти направления между собой. Для того чтобы иметь возможность проанализировать системы взглядов различных исследователей самопрезентации и составить о них общее представление, было предложено семь критериев для их классификации. Такими критериями стали: осознанность процесса самопрезентации, степень активности субъекта, полюс рассмотрения самопрезентации, значимость аудитории для субъекта самопрезентации, цели самопрезентации и ее средства, а также детерминации самопрезентации. Эти критерии позволили представить все многообразие теорий самопрезентации в виде некоторым образом упорядоченной системы. Затем выяснялось место каждой из этих теорий в системе психологического знания исходя из того, с какими именно психическими процессами (функциями) связывал самопрезентацию автор. Таким образом, была сделана попытка, охватывая как можно большее количество подходов к самопрезентации, создать целостное представление о них, их особенностях, ограничениях, о том, что их объединяет и чем отличается каждый из них. Подобная схема может быть применена для анализа других оригинальных теорий самопрезентации, оставшихся, возможно, за рамками данной работы.

Теоретические предположения авторов многих концепций вызвали к жизни определенное число эмпирических исследований, направленных на подтверждение или опровержение выдвигаемых теорий. Этому посвящена глава 2. В ней рассматриваются исследования предположений И. Гоффмана и Р. Викланда, стратегий самопрезентации И. Джонса и Т. Питтмана, техник управления впечатлением Р. Чалдини и некоторые другие.

Глава 3 посвящена методам обучения самопрезентации. В ней подробно рассмотрены предлагаемые исследователями техники и стратегии самопрезентации, в частности, каким образом, осознанно или неосознанно, по мнению авторов, самопрезентация применяется в

практической жизни, некое ноу-хау управления впечатлением, которое может быть применено для целей обучения. Речь идет о стратегиях самопрезентации И. Джонса и Т. Питтмана, техниках управления впечатлением Р. Чалдини, техниках самопрезентации, предложенных Г.В. Бороздиной и Ю.М. Жуковым. Здесь же приводятся методы обучения актерскому мастерству в школах театрального искусства, а также даются рекомендации по организации группового и индивидуального обучения самопрезентации, сформулированные на основе опыта практической работы автора данного исследования.

Каждая глава завершается психологическим практикумом — практическими заданиями, направленными на формирования у студентов навыка составления программ группового и индивидуального обучения самопрезентации: отбору и подаче материала, упражнений, методов обучения и контроля.

В приложении приводятся дидактические приемы изложения учебного материала на тренинге, правила работы с аудиторией.

Пособие может быть полезным студентам и аспирантам, изучающим психологию, преподавателям психологии, а также практикующим тренерам и психологам-консультантам.

Автор выражает признательность доктору психологических наук, профессору Ю.М. Жукову, предложившему идею проекта и направившему его в течение нескольких лет, а также благодарит О.В. Иванникову за перевод с английского главы 6 «Самопрезентации» Дж. Сабини [Sabini J. Social Psychology. N.Y.: W.W. Norton, 1992], который стал огромным подспорьем при написании данной работы.