

## К ВОПРОСУ ОБУЧЕНИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

Сергей Филин  
[filins00@hotmail.com](mailto:filins00@hotmail.com)

Множество талантливых людей, специалистов, профессионалов не могут устроиться в жизни, найти нужную им работу, создать семью, наладить отношения со своим окружением в связи с простой причиной, они могут или не желают налаживать хорошую коммуникацию. С другой стороны достаточное количество людей не имеющих больших деловых талантов или специальных знаний получают больше от жизни только по той причине, что они умеют выгодно представить себя. Причин неумения людей представлять себя может быть множество. Попробуем раскрыть некоторые из них.

Прежде всего, люди могут быть просто не обучены технологиям самопрезентации. Надо иметь в виду, что в нашей высшей школе, в отличие от европейских и американских университетов этому просто не обучают. На западе давно поняли необходимость преподавания коммуникации и скажем предмет *Деловое Общение* является обязательным для обучения будущих менеджеров. Многие вузы поддерживают свою репутацию тем, что их выпускники хорошо и быстро трудоустраиваются. Но причина хорошего трудоустройства не только в великолепных знаниях выпускников, а и в том, что студентов обучают технологиям устройства на работу. Частью этой технологии является умение себя продать.

Другой причиной плохой коммуникации часто бывает то, что многие специалисты не желают активно ею заниматься, полагая, что их специальные навыки и знания это та ценность, которая без дополнительных усилий позволит им занять и удержаться на том месте, на котором они хотят быть.

Еще одной причиной может быть простая самоуверенность, которая проистекает из простого посыла, раз я живу среди людей и у меня со многими хорошие отношения, значит, я умею общаться и учиться этому нет необходимости. Действительно в своем круге, в семье, среди друзей мы действительно чаще всего хорошо социализированы и нам не требуется обучение для сохранения отношений. Однако в жизни мы часто сталкиваемся с ситуациями, когда нам жизненно необходимо быстро произвести хорошее впечатление, наладить и заложить фундамент долгосрочных отношений. При этом сделать все очень быстро, так как отношение человека к человеку формируется в течение первых минут, если не секунд контакта. В этом контексте я бы попробовал оспорить поговорку "По одежке встречают, по уму провожают" ибо согласно психологической теории существуют такие эффекты как эффект первичной информации, которая запоминается лучше, чем последующая, эффект "нимба", или переноса качеств (например, если мы решили, что человек честен, то мы склонны переносить на него и другие позитивные качества по умолчанию, скажем доброту, и наоборот). Если объяснять на бытовом уровне, то если человек сразу не пришелся, то никто не даст себе труда выяснить, умен ли он. Другими словами велика вероятность того, что как человека впервые встретили, так и проводят. А затем ему придется прикладывать на порядок больше усилий, чтобы доказать, что он умен, хорош и т.д. Именно на порядок, так как придется переубедить убежденного.

Давайте перечислим некоторые значимые ситуации, в которых первое впечатление о человеке остается и последним, практически без возможности что-

либо исправить в дальнейшем. Одна из основных ситуаций такого типа - это интервью при трудоустройстве. Ибо если человек сразу не понравился работодателю или понравился меньше, чем другой кандидат, то вероятность исправить отношение в дальнейшем равна нулю. Другой ситуацией такого рода являются публичные выступления. Достаточно часто если оратор не нравится аудитории, то никто не будет слушать сообщаемую им даже достаточно интересную информацию. Вероятность того, что оратору удастся выступить именно перед этой аудиторией вторично и исправить ситуацию мала, если это не студенты и преподаватель, а общественное мнение уже сложилось. Существует множество других ситуаций, когда умение произвести впечатление достаточно значимо и может определить судьбу человека. Это выступление сотрудника перед сослуживцами, или перед начальством, выступление начальника перед подчиненными это деловые переговоры, презентация или продажа товара это знакомство юноши и девушки. Это может быть совершенно случайное знакомство, когда грамотная самопрезентация меняет судьбу человека.

Из каких компонентов состоит самопрезентация. Прежде всего в ней, как и в любой коммуникации есть вербальный и невербальный компоненты. Затем в презентации содержатся компоненты отношения и поведения. Затем она может быть сделана лично(устно) или письменно. Возьмем личную презентацию и попробуем описать другие компоненты, которые в ней должны быть, чтобы получить положительное впечатление.

Невербальный компонент должен отражать экспрессию здорового энергичного тела, ибо мы не любим вялых, нездоровых, слабых людей, и они чаще всего не вызывают у нас доверия или желания общаться в дальнейшем. Другими словами описание невербального компонента говорит о том, как мы должны презентовать себя. Вербальный компонент или что мы говорим, во многом зависит от обстоятельств контакта.

Что касается компонента отношение, то наиболее выигрышным для формирования отношения выглядит подход: "я отношусь хорошо ко всем и к себе в том числе". Дело в том, что мы плохо относимся к людям, которые плохо относятся к себе и еще меньше мы любим тех, кто плохо относится к нам.

Компонент поведение в формировании отношения должен соответствовать той культуре, в которой проходит коммуникация, при этом имеется в виду не широкая общественная культура, а, скажем, узкая культура предприятия или группы, к которой относится лицо, с которым мы контактируем. При этом надо иметь ввиду, что культура группы может резко отличаться от культуры общества, в котором эта группа живет.

Все выше сказанное для личной коммуникации вполне подходит и для письменной с той сложностью, что в письменной коммуникации сложнее использовать невербальную коммуникацию и получать обратную связь, но зато есть возможность не реагировать немедленно, а все обдумать.

Таким образом, для того, добиться от человека способности производить впечатление и презентовать его или ее необходимо обучить многим вещам. Причем это не должны быть теоретические вещи. Так как самопрезентация это часто срочный процесс, мы должны научить человека еще и поведению. Причем поведению на уровне условного рефлекса, так чтобы в определенных ситуациях человек начинал немедленно действовать, не упуская драгоценные первые минуты контакта.

Обучить этому практически невозможно просто через преподавание теории. Социальная психология говорит о том, что наше отношение (или знания) изменяют наше поведение только при определенных обстоятельствах. Одно из этих обстоятельств это то, что мы должны вспомнить, что должны вести иначе. В первые минуты значимого общения у нас нет времени на то, чтобы вспоминать, как себя вести. Следовательно, при обучении самопрезентации надо формировать поведенческие модели, которые запускались бы в определенных ситуациях. Это возможно только через тренинг.

Учитывая то, что по данным социальной психологии наше поведение изменяет наше отношение, то в процессе тренинга можно сформировать такое отношение человека, которое помогло бы выстроить психологический контакт с другим человеком или аудиторией.

Таким образом, элементы, заложенные в тренинг, должны формировать, прежде всего, поведение. До ввода практически каждого элемента, как правило, читается соответствующая теория, которая поможет аудитории правильно исполнить этот элемент. Основные элементы тренинга описаны ниже.

Прежде всего это короткая тридцатисекундная самопрезентация в которой слушатель выражает свое отношение к себе и к окружающим его людям. Стандартные темы для презентаций, которые я использую в практике: "Люди, я люблю вас", "Я подарок для человечества", "Голосуйте за меня любимого". При этом презентация начинается через тридцать секунд подготовки после объявления темы. Такие сжатые сроки готовят слушателей к немедленной реакции на коммуникационную ситуацию. После того, как все слушатели выступили, проводится разбор всех презентаций и демонстрация преподавателем собственной презентации по предложенной теме.

Следующий элемент это групповые презентации на избранную группой тему. При этом аудитория делится на группы по 3-5 человек. Последующему разбору подвергается не темы и содержание презентаций, а их структура и использованные коммуникационные технологии и приемы. За время тренинга группы делают несколько таких презентаций, каждый раз оттачивая технику. В конце тренинга, когда слушателям рассказана теория описывающая порядок изложения в зависимости от целей и содержания (изменить поведение слушателей, изменить отношение, проинформировать, сообщить хорошие новости, сообщить плохие новости) в разбор тренером включается еще и порядок изложения.

При наличии времени, элементы презентации отрабатываются еще и письменно, в виде деловых писем на заданную тренером тему.

В процессе тренинга особое внимание уделяется теме трудоустройства. При этом отрабатываются следующие элементы.

Написание резюме (CV). Дело в том, что основная масса людей в нашей стране относится к резюме как к очередной анкете и пишет его формально. В процессе тренинга аудитории разъясняется, что резюме - это рекламная листовка самому себе, сделанная в единственном экземпляре под конкретную вакансию. При этом делается акцент на то, что целью создания резюме и передачи его потенциальному работодателю является только одно, добиться личной встречи. В процессе тренинга, после изложения теории о том, как составлять резюме, все слушатели пишут на себя резюме, потом все резюме обсуждаются в группах и комментируются тренером.

Второй элемент, отрабатываемый в теме трудоустройства это написание сопроводительного письма. Дело в том, что резюме, даже составленное с соблюдением рекламного подхода, остается во многом формальным документом. Сопроводительное письмо к резюме способно при правильном составлении усилить положительное впечатление о кандидате.

Еще одним важным элементом в теме трудоустройства является прохождение собеседования или интервью. До определенной степени можно предугадать вопросы, которые стандартно задаются работодателем при собеседовании. Следовательно, можно подготовить и ответы, которые вызвали бы благоприятное впечатление. Кроме того, у слушателей формируется общий подход к ответам на вопросы. При отработке этого элемента слушателям предлагается изучить наиболее частные вопросы интервьюеров и подготовить ответы на них. Затем аудитория разбивается на группы по три человека, которые поочередно играют роли кандидата, интервьюера и наблюдателя. Интервью проходят по кругу с последующим обсуждением в группах. В заключении наиболее интересные моменты обсуждаются всей аудиторией. В качестве завершения темы тренер предлагает аудитории выступить в качестве интервьюера и задавать вопросы самому тренеру. Затем место интервьюируемого предлагается занять любому слушателю. При наличии времени и небольшой группе в роли интервьюируемого всей аудиторией должен побывать каждый слушатель.

Безусловно, в описанном процессе обучения технологиям самопрезентации содержится еще множество более мелких элементов, которые невозможно изложить в небольшой лекции.

Проведенные в последние восемь лет тренинги с описанным содержанием привели к следующим результатам.

Прошедшие тренинг слушатели:

- осознали важность умения презентовать себя;
- научились более свободно выступать перед публикой;
- научились структурировать свои выступления с определением порядка подачи информации в зависимости от цели презентации;
- научились писать деловые письма и выстраивать в них информацию таким образом, чтобы с большей долей вероятности добиться поставленных перед письмами целей;
- осознали важность резюме для устройства на работу и научились составлять его;
- научились быстро и "правильно" отвечать на вопросы.

Опыт говорит, что обучение не только студентов, но и зрелых специалистов методам самопрезентации позволяет им увеличить вероятность создания позитивного имиджа в глазах окружающих, как на работе, так и в быту, получения интересной работы. Учитывая достаточно простые приемы, которые используются для обучения, отсутствие необходимости в специальном оборудовании можно говорить о том, что каждое высшее учебное заведение должно ввести подобные тренинги в учебные программы. Обученные коммуникационным технологиям выпускники будут не только эффективнее продвигаться в жизни, но и создавать ВУЗу позитивный имидж.