К вопросу о методах научения и обучения самопрезентации

Пикулёва О.А.

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета

Анализ научной литературы выявил появление с начала 2000-х гг. исследовательского интереса к вопросам эффективности коммуникативного поведения, управления впечатлением, к изучению возможностей совершенствования навыков самопрезентации личности (с англ. - «Self-presentation»). Так, появляются исследования, предметом рассмотрения которых являются: видеотренинг эффективной самопрезентации (О.А. Пикулёва, 2004, 2007); обучение самопрезентации в публичном выступлении (Е.В. Михайлова, 2005, 2007); обучение техникам самопрезентации (А.Г. Грецов, 2005; А.П. Панфилова, 2011); обучение стратегиям самопрезентации в условиях межкультурной коммуникации (Н.Г. Новицкая, 2012), формирование тактик целенаправленной самопрезентации в виртуальной среде (Е.Ю. Крылов, 2012) и др.Факт наличия в современном российском обществе потребности в эффективных технологиях научения навыкам успешной самопрезентации подтверждают широко распространившиеся в последнее десятилетие рыночные предложения различных тренинговых программ подобной тематики. Отмечая рост востребованности этих программ в профессиональной среде, в связи с ее глобализацией и интенсификацией кросс-культурных коммуникаций, попробуем разобраться в содержательной наполненности этого направления.

Рассматривая пересечение понятий "научение" и "обучение" самопрезентации, встречающееся в научных исследованиях по данной тематике, отметим, что, на наш взгляд, термин «научение» так же подходит для изучения рассматриваемого нами феномена, поскольку обозначает процесс становления новых видов поведения. По мнению исследователя Ю.М. Орлова (1997), научение «имеет место всюду, где есть поведение. И научение предполагает становление новых видов поведения [Орлов, 1997, с. 3].Отметим, что понятие "научение" только в последнее время начинает использоваться в психологии как наиболее широкое понятие, отражающее не только результат, но и сам процесс приобретения человеком индивидуального опыта.

Понятие «обучение», в свою очередь, в наиболее употребительном смысле означает целенаправленную, последовательную передачу (трансляцию) социокультурного (общественно-исторического) опыта другому человеку в специально созданных условиях. При этом чаще всего подразумевается наличие ролевой ситуации «учитель – ученик». Нам представляется, что данное условие не является строго обязательным при наличии желания у человека изменить свой стиль социального поведения. Однако, по сути, оба этих понятия могут быть равноприменимы к процессу совершенствования самопрезентационного поведения человека, поскольку общим для всех предложенных способов и методов научения/обучения самопрезентации является ориентация на закрепление эффективных паттернов поведения в различных ситуациях социального взаимодействия. При этом можно выделить три основных направления совершенствования навыков самопрезентации личности:

2. Ролевая парадигма, основанная на ролевом наборе образов и технологиях их воплощения в конкретной ситуации.

3. Стратегии и тактики эффективной самопрезентации, навыки их использования.
4. Использование в поведении новых коммуникативных техник.

Следует отметить, что поиск практических учебных пособий по данной тематике (2013 год) выявил большое количество различного рода литературы по формированию и управлению персональным имиджем и только две работы, в фокусе которых были стратегии и тактики самопрезентации: «Обучение самопрезентации» (Е.В. Михайлова, 2007) и «Тренинг эффективной самопрезентации» (О.А. Пикулёва, 2007).

Так, Е.В. Михайлова (2007) использует термин «обучение» и предлагает обучение самопрезентации в рамках социально-психологического тренинга и в индивидуальном консультировании. Нам представляется, что индивидуальное консультирование по обучению самопрезентации имеет значительные ограничения с точки зрения прогнозируемых результатов, поскольку в процессе реализации данного подхода отсутствует возможность смоделировать реальные ситуации социального взаимодействия с обязательным присутствием целевой аудитории - объекта самопрезентации. В связи с этим предлагается авторская программа видеотренинга эффективной самопрезентации личности (Пикулёва, 2004), которая возникла как существенное «расширение» одного из разделов коммуникативного тренинга при работе с руководителями. В общем виде цель программы может быть определена как повышение самопрезентационной компетентности.