Самопрезентационная компетентность специалистов коммуникативных профессий как фактор профессиональной эффективности

Пикулёва О.А.

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета

Век «экономики впечатлений» с очевидностью всем демонстрирует, что одной из важных составляющих общей профессиональной компетентности специалиста сегодня является самопрезентационная компетентность. Исследования, проведенные нами в последние 10 лет на российской и зарубежных выборках, показали, что самопрезентация личности (от англ. Self-presentation) не является исключительно манипулятивной и осознанной деятельностью по управлению впечатлением, как это имплицитно воспринимается до сих пор многими исследователями. В процессе любого коммуникативного акта, осознаем мы это или нет, но мы осуществляем самопрезентацию своей личности, выражая ее посредством своего вербального и невербального коммуникативного поведения, и используя при этом различные тактики и стратегии самопрезентации [2]. Таким образом, самопрезентация личности рассматривается нами, как в различной мере осознаваемый, с учетом специфики социальной ситуации, и постоянно осуществляемый в межличностном взаимодействии, процесс предъявления Я-информации в вербальном и невербальном поведении субъекта самопрезентации. Мы полагаем, что самопрезентация личности в процессе общения может иметь как осознаваемый (проактивный), так и неосознаваемый (реактивный) характер; и что понятия «самопрезентация личности» и «управление впечатлением» не могут быть тождественными, т.к. самопрезентация личности является средством управления впечатления.

В результате проведенных нами исследований (Пикулёва, 2004, 2013) по изучению гендерных особенностей тактик самопрезентации руководителей, имеющих длительный стаж управленческой деятельности, было установлено, что людей с высоким социальным статусом, независимо от половой дифференциации, отличает высокий уровень самомониторинга, характеризующий их как «специалистов» по управлению впечатлением, отслеживающих собственное поведение с целью произвести желаемое впечатление в ответ на «презентационные требования» ситуации и реакции других людей. Было обнаружено, что менеджеры со стажем более умело учитывают специфику социальной ситуации, осуществляют контроль и управление собственной вербальной и невербальной самопрезентацией и более легко модифицируют свое поведение для получения позитивных результатов в социальном взаимодействии, чем люди, не обладающие высоким социальным статусом. Их также отличает использование широкого спектра тактик самопрезентации, с предпочитанием ассертивных, для получения позитивных результатов в любом социальном взаимодействии. В отличие от людей с высоким статусом, женщины и мужчины, не имеющие высокого социального статуса, в общении проявляют прямолинейность, принципиальность, невнимательность к социальной информации, упорство в отстаивании своего мнения [2]. По нашему мнению, необходимость развития самопрезентационной компетентности будущих управленцев, а также специалистов в сфере коммуникативных профессий, типа «человек-человек», является очевидной, поскольку в условиях высокой конкурентности на современном рынке труда определяющей профессиональной и социальной успешности индивида становится его способность успешно позиционировать свои личностные и профессиональные качества, эффективно осуществлять социальное взаимодействие в процессе профессиональной деятельности.

Полагаем, что в процессе профессиональной подготовки специалистов в современных условиях очень важно уделять целенаправленное внимание аспектам формирования у них самопрезентационной компетентности, которая рассматривается нами как совокупность знаний, ценностных ориентаций, умений, навыков, способности к самомониторингу и саморегуляции, успешного опыта самопрезентационного поведения, обуславливающая способность индивида к эффективной самопрезентационной деятельности. Таким образом, составляющими самопрезентационной компетентности являются мотивационно-ценностный, когнитивный, социально-личностный, эмоциональной-волевой и практико-деятельностный компоненты. Следует отметить, что все составляющие самопрезентационной компетентности взимосвязаны и высокий уровень самопрезентационной компетентности специалиста предполагает всестороннее развитие всех ее компонентов, ситуативно адекватное применение средств, стратегий и тактик самопрезентации в соответствии с целями социального взаимодействия.