

САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК ФОРМА ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Заболотна Т.М., старший викладач кафедри менеджменту в галузях АПК

Вільний ринок праці кардинально змінює в сучасному суспільстві характер і цілі праці: зростає її ініціативність, професіоналізм та відповідальність. Крім необхідних для роботи якостей – вміння мислити, самостійно та оперативно приймати рішення, мати здібності до демократичного та гуманного спілкування в трудовому колективі, далеко не останню (а можливо, навіть головну) роль для досягнення бажаного успіху відіграватиме вміння запам'ятовуватися. Візуальною привабливістю володіють не всі. Але, як правило, багато хто знаходить симпатії людей завдяки мистецтву самопрезентації. Своєрідність особистості, відображена в її зовнішніх даних, манері говорити, поєднуючись із сприйняттям цієї особистості іншими людьми, формує її імідж. Це, у випадку позитивного образу, створює передумови для співробітництва з нею.

Поняття «самопрезентація» походить від англійського слова «самоподача», тобто представлення себе іншим людям. Самоподачу розглядають як управління увагою. Причому управління сприйняттям партнера відбувається за допомогою залучення уваги до тих особливостей свого зовнішнього вигляду, поведінки, які «запускають» відповідні механізми соціального сприйняття.

Самопрезентація як форма ділової комунікації виступає унікальним джерелом інформації про людину, рівень її соціалізації. Вступаючи в контакт з оточуючими, більшість людей прагне подати себе у найвигіднішому, найпривабливішому світлі, завойовуючи нові або відновлюючи втрачені

соціальні позиції. Самопрезентація при цьому виступає невід'ємною частиною людської натури.

Технологія самопрезентації втілюється при створенні першого враження, яке формується протягом перших 60-90 секунд, коли в нашій підсвідомості створюється образ людини. Ознайомлення з технологічними позиціями самопрезентації допомагає зрозуміти, як складається ланцюжок самопрезентації, як треба не просто створити імідж, а виділити свої кращі ділові якості.

Виділяють такі основні технологічні позиції самопрезентації. Це – візуалізація образу (формування зовнішнього вигляду); комунікативна механіка (організація взаємодії з людьми); вербальний вплив, якій є найбільш універсальним засобом формального та неформального спілкування.

Серед основних стратегій завойовування прихильності людей слід назвати такі, як: вираз симпатії до іншої людини; створення видимості схожості; підвищення фізичної привабливості; демонстрація власної скромності. Найуживанішими прийомами виразу симпатії до іншої людини є делікатно зроблений комплімент, усмішка та невербальні знаки уваги до співбесідника.

Щодо створення видимості схожості, то слід зазначити, що людям подобаються ті, хто схожий на них самих або на приємних для них людей. Як правило, люди мають потребу у співпричетності та ототожненні з подібними собі, і поряд з цим, – в утвердженні своєї індивідуальності. Схожість може виражатися в спільних інтересах, манері одягатися та розмовляти. Але в усьому потрібно відчувати міру та особливість конкретної ситуації.

В процесі самопрезентації значну роль відіграє зовнішній вигляд. Спостережливій людині взуття, одяг, зачіска можуть багато розповісти про внутрішній світ, особисті цінності і навіть, можливо, про підсвідомі рішення. Помічено, що коли працівник має «доглянутий» зовнішній вигляд, то він наперед одержує позитивну оцінку. Бути або здаватися фізично привабливим вигідно. За даними американських дослідників, таким людям більше платять. Тому люди сидять на дієтах, відвідують тренажерні зали, стежать за собою. Крім того, що дані зусилля сприяють формуванню привабливості, приємна зовнішність (її оцінка зі свого боку і реакція оточуючих) дозволяє підвищити відчуття самоповаги.

Говорячи про демонстрацію власної скромності, варто зазначити, що люди, які зменшують свої успіхи, викликають більше симпатії, ніж ті, хто ними хвалиться. Тому іноді важливо публічно показати, що ваша перемога – результат спільних зусиль, тоді як за помилки (у менш важливих питаннях) ви готові відповідати особисто. Зворотний бік медалі полягає в тому, що скромність не завжди позитивна. Ризик скромності полягає в тому, що люди, особливо малознайомі або недоброзичливо настроєні, можуть повірити у відсутність у вас здібностей, припустити наявність низького рівня самооцінки та самоповаги.

Реалізація наведених вище стратегій дозволяє сформувати свій власний образ (імідж) серед оточуючих. Образ, представлений навколишньому світові, нерідко сприймається і як відображення рівня самооцінки. Через створення свого іміджу людина показує, яке місце в суспільстві вона відводить собі сама.

Отже, успіх самопрезентації залежить від уміння представити, подати себе іншим людям, привернути до себе увагу, активізувати інтерес людей до своїх якостей. Майстерне володіння технологією самопрезентації сприяє

вдалому вибору моделей поведінки і виконанню різних ролей, що дозволяє гідно відчувати себе в спілкуванні з людьми різного соціального положення та професійного статусу. Адже привабливий для інших, і який не суперечить своєму внутрішньому «Я»-образ є ключем до вирішення багатьох життєвих проблем.