**Приемы самоподачи**

Юлия Сергеевна Крижанская, кандидат психологических наук, генеральный директор Независимого аналитического центра (Санкт-Петербург).

Каждый человек хоть раз интересовался тем, какое впечатление он или она производит на других, т.е. какой результат дает его самоподача. Управление восприятием партнера заключается в умении направить восприятие и внимание партнера по определенному пути.

В общении участвуют как минимум два человека, и каждый из них может активно влиять на восприятие партнера. Дело в том, что партнер, с которым мы общаемся, это не пассивный объект восприятия, а живой человек, имеющий свои цели, свое представление о характере взаимодействия, и главное — способный решительным образом повлиять на то, как мы его увидим. Именно эта способность «вмешательства» живого объекта восприятия в процесс формирования своего образа у собеседника и называется самоподачей. По существу самоподача, самопредъявление состоит в управлении вниманием партнера.

Ведь действительно, когда мы смотрим, например, на дерево, то наше внимание зависит в общем и целом от нас: если у нас плохое настроение, мы обращаем внимание на уродливые наросты на стволе, а если хорошее — то на зеленую листву. И дерево не в состоянии само управлять нашим вниманием — оно не может «прикрыть» некрасивое место ветвями, не может успокаивающе пошелестеть листьями. Разве что птица, севшая на ветку и запевшая свою песню, может нас привлечь, но тут нет заслуги дерева. Когда мы воспринимаем человека, все иначе. Каждый может управлять вниманием партнера — надеть яркую одежду, какие-то части тела открыть для обозрения, а какие-то закрыть, что-то в своем поведении подчеркивать, а что-то затенять и таким образом создавать как бы иерархию признаков своего образа — «вот на это обратите внимание в первую очередь, а вот потом на это, а теперь посмотрите сюда...». И конечно, для этого не только не нужно знать психологию, теорию внимания, для этого не обязательно даже понимать, осознавать, что делаешь. Управление вниманием может производиться невольно и неосознанно с тем же успехом, что и осознанно, хотя, конечно, целенаправленное самопредъявление иногда может быть совершенно неотразимым.

Достаточно вспомнить свой восторг по поводу «волшебства» фокусников, которые умеют вытащить у вас из кармана яйцо, которое там никогда не лежало. Но ведь известно, что огромная доля мастерства фокусника — умение управлять вниманием аудитории: вовремя отвлекать, вовремя направлять его, куда следует.

Наверное, каждый человек хоть раз интересовался тем, какое впечатление он производит на других, т.е. его волновало, какой результат дает его самоподача. Причем этот результат всегда связан с формированием целостного впечатления. Самоподача есть средство управления вниманием других, но не его цель. Ведь не является же целью просто привлечь внимание к ресницам или к румянцу — это только средства для создания желаемого цельного образа. Обычно при взаимодействии человек вольно или невольно ожидает, что тот или иной акцент, который он ставит в самоподаче, вызовет не только и не столько внимание к себе, сколько приведет к раскрытию многих других параметров, необходимых для завершенного образа. Так, увидев на лацкане пиджака собеседника значок «Мастер спорта» (акцент самоподачи), мы склонны приписывать владельцу значка свойства, которые, по нашему мнению, присущи спортсменам (физическая сила, спокойствие). Если же на лацкане значок «Союз журналистов», то будут приписывать, скорее, свойства, присущие журналистам (общительность, любопытство).

Откуда же мы знаем, какие детали, какие акценты приведут к желаемому впечатлению? Основой для самопредъявления является наше интуитивное знание об основных способах социального восприятия. Это и типичные схемы формирования первого впечатления, и эмоциональное понимание, и закономерности каузальной атрибуции. Самоподача заключается в умении (в большинстве случаев неосознанном) направить восприятие партнера по определенному пути. Либо это навязывание того или иного стереотипного представления, которое должно задать потом специфический «ореол» отношения к нам партнера, окрасить его в нужный нам цвет, либо это управление партнером в тесном межличностном общении, которое приводит к более полному и точному взаимопониманию, либо это сообщение информации, которая должна вызвать атрибуцию тех причин и мотивов, которые кажутся нам соответствующими действительности или просто почему-либо выгодными. Управление восприятием партнера происходит с помощью привлечения внимания к тем особенностям своего внешнего облика, своего поведения или представления о ситуации, которые «запускают» соответствующие механизмы социального восприятия. В первом впечатлении и в других ситуациях межгруппового общения — это те знаки, которые связаны с той или иной схемой восприятия; в межличностном общении — это акцентирование определенных моментов в общении, в других ситуациях — «подсвечивание» определенных каузальных схем. Рассмотрим их по очереди.

**Самоподача превосходства**

Самоподача превосходства, чтобы быть успешной, должна опираться на некоторые объективные признаки, знаки превосходства — одежду, манеру речи и поведения. Но поскольку самоподача — это управление вниманием партнера, то очень важно к тому же, чтобы эти крючки при самоподаче были действительно заметны, акцентированы, подчеркнуты, выделены.

Например, модная молодежная одежда одного человека будет воздействовать на окружающих и увеличивать ошибку только в том случае, если она будет рассматриваться на фоне немодной одежды остальных. Когда все одеты одинаково, то этот фактор не сработает. И среди «своих» необходимо буквально «гнаться за модой», чтобы поддерживать представление о себе на желаемом уровне. Превосходство часто демонстрируется через стоимость, цвет и силуэт одежды. Именно эти параметры и должны быть как-то подчеркнуты, выделены для самоподачи превосходства.

Если же нам необходимо скрыть превосходство, мы должны позаботиться об обратном. Когда молоденькая девушка надевает строгий темно-серый костюм, каждый понимает, что она идет не на танцы, а значит, для нее чрезвычайно важно подчеркнуть свой статус: возможно, она депутат, учительница, руководитель; во всех этих случаях ей надо скрыть молодость, акцентировать некоторую официальность. Эта же девушка на вечеринке будет в модном и современном платье — это уже другая самоподача, в данном случае означает, что «я такая же, как все», — среди гостей на вечеринке все одеты модно и современно, она ничем не выделяется. Когда студент, собираясь на экзамен, одалживает строгий галстук у приятеля, он, скорее всего, стремится чуть-чуть завысить свой статус, т.е. управляя схемой восприятия по превосходству, усилить влияние соответствующих представлений. Если же знаменитый профессор, собираясь на тот же экзамен, надевает джинсы и свитер, он, используя ту же схему, пытается в самоподаче сделать обратное — уменьшить, ослабить ошибку превосходства с тем, чтобы улучшить взаимодействие со студентами.

Самоподача превосходства имеет очень большое значение для профессионалов общения — руководителей, юристов, преподавателей. Они, как правило, знают об этом, но не всегда понимают конкретные пути достижения успеха. Именно поэтому во многих странах мира существуют консультативные фирмы, которые помогают «поставить» нужную самоподачу. Работа консультанта основана на тонком знании того, как в конкретных условиях определенной социальной группы воспринимаются представители других групп и как они «должны» выглядеть, чтобы их деятельность была успешной. В следующих двух примерах из книги Дж.Т. Моллоя «Одежда для успеха» хорошо видно, как это делается.

Одна фирма, специализирующаяся на финансовых расчетах, обратилась с просьбой помочь перспективной сотруднице. Женщина эта блестяще окончила университет и была ведущим налоговым консультантом фирмы. Она прекрасно справлялась с работой до тех пор, пока занималась непосредственно в офисах своей фирмы. Как только она перешла к консультациям в фирмах клиентов, дела резко ухудшились: служащие почти полностью игнорировали ее советы. Автор пишет: «Когда я ее увидел, все стало ясно. Она была миловидной блондинкой ростом 1 м 50 см, весом 42 кг. В свои 26 лет она выглядела на 16. Я решил ее заставить выглядеть строго и серьезно, насколько это было возможно с ее миниатюрной фигурой. На службе она стала носить темный костюм и контрастирующую с ним белую блузку, легкий шелковый шарф и шляпку с полями. Существенным дополнением были очки в темной оправе. Изменение гардероба принесло успех. Теперь клиенты слушали ее с уважением и вниманием, ее советы принимались как руководящие. Сейчас эта женщина занимает более высокое положение в фирме».

Однако не каждой женщине надо для успеха превращаться, перерождаться из лани в барракуду. Второй пример: «Женщина, занимающаяся заключением торговых контрактов. Рослая, крепкого телосложения, она начала свою карьеру на севере страны, после переезда в южные штаты продолжала носить темные костюмы и большой атташе-кейс. Ее дела на Юге стали идти хуже, хотя никаких изменений, кроме географических, как будто не произошло. После консультации она стала носить костюмы светлых тонов и легкие женские сумки. Этого было достаточно, чтобы она стала мягче, "южнее" и респектабельней. В результате она достигла успеха, удовлетворяющего и ее и фирму».

В этих примерах достаточно ясно видно, что самоподача строится не вообще, а в соответствии с конкретными стереотипами, бытующими у определенных групп.

Если показать превосходство одеждой достаточно просто, то акцентирование превосходства в манере поведения сложнее. Признаком превосходства здесь является независимость, за которой скрываются те или иные нарушения норм общения. Например, вызывающее поведение молодежи служит именно тому, чтобы подчеркнуть манерой поведения превосходство. Кто не слышал в общественных местах преувеличенно громкий смех молодых компаний, подчеркнутое употребление либо непонятных, либо нецензурных слов. Это ведь способ самоподачи — только через независимость в поведении (в данном случае — в речи). Разумеется, такое поведение — признак низкой культуры в общении, и его следует преодолеть в процессе воспитания и самовоспитания.

**Самоподача привлекательности**

Привлекательность тоже является предметом управления. Причем если самоподача превосходства не всегда важна для человека, то самоподача привлекательности важна для каждого.

Знаками привлекательности могут являться затраты человека на свой внешний вид, та работа, которую приходится выполнять для создания определенного внешнего облика. Уточним, какая именно работа необходима для создания своего образа. Может, это работа по добыванию модного платья, усилия по созданию современной прически. Наверное, каждый интуитивно понимает, что отдельные элементы его облика (одежда, прическа) сами по себе не сильно «играют» в смысле привлекательности. Скажем, модная одежда сама по себе, вопреки распространенному мнению, чаще «работает» не на привлекательность, а на демонстрацию превосходства. Но если эта модная одежда идет нам, т.е. нами затрачено время на подбор одежды не только по критерию моды, но и по критерию соответствия одежды нашим данным, то мы наверняка будем выглядеть более привлекательно.

Итак, правило самоподачи привлекательности очень простое: не одежда сама по себе делает нас привлекательнее, а та работа, которая затрачена нами на ее приведение в соответствие со своими внешними данными.

Часто, стоя перед зеркалом, мы не подозреваем о том, что не только приводим себя в порядок, но и усиливаем ошибку по фактору привлекательности: все это — самоподача, ведь чем больше мы понравимся, тем лучше по всем параметрам мы будем оцениваться. Конечно, не надо думать, что самоподача привлекательности всегда увеличивает ее оценку. Бывают ситуации, когда самоподача служит другому — снижению ошибки. Когда красивая женщина «не очень следит за собой» — чуть реже причесывается, не уделяет особого внимания тому, что носят — это тоже не что иное, как самоподача, в данном случае это попытка снизить ошибку привлекательности.

По наблюдениям социологов, красивым женщинам гораздо труднее построить прочную счастливую семейную жизнь, чем менее красивым. Связано это с ошибкой привлекательности, которая в некоторых случаях так велика, что приводит к явной переоценке женщины по всем параметрам — уму, хозяйственности и т.п., что нередко не подтверждается в браке, и разочарованные мужчины склонны винить супругу в том, что она «испортилась». А это всего лишь недоучет самоподачи и влияния ошибки привлекательности. Поэтому снижение этой ошибки при общении с будущим мужем — очень важная задача. Да и в гораздо более простых ситуациях полезно уметь уменьшать действие ошибки. Масса ситуаций требует этого: прием гостей — «хозяйка не должна быть красивее гостей», чужая свадьба — «невеста должна всех затмить красотой», сдача экзамена женщине-преподавателю — зачем ее отвлекать? Во всех этих случаях самоподача привлекательности тоже производится, но только «наоборот» — меньше затрат, меньше внимания к себе и т. п.

**Самоподача отношения**

Самоподача превосходства и привлекательности по важности и «частоте употребления» значительно проигрывает самоподаче отношения. Ведь действительно всегда очень важно уметь показать партнеру свое отношение к нему — чаще хорошее, но иногда и плохое. И конечно, недоучет самоподачи отношения к нам сильно сказывается на эффективности общения.

С детства ребенка учат вежливости, обходительности, предупредительности (волшебные слова «спасибо» и «пожалуйста», «поздоровайся с тетей», «не смотри в пол») — все это азы самоподачи. Ему очень рано объясняют, что отношение к человеку зависит от этих волшебных слов и выполнения этих предписаний. И поэтому, если относительно самоподачи превосходства или привлекательности можно подозревать их неосознанность, «подспудность» и, следовательно, невольное их использование, то самоподача отношения, безусловно, происходит гораздо более осознанно. Наверное, мало найдется людей, которые вполне отчетливо не осознавали бы, что хмурый вид, взгляд в сторону или мимо собеседника не располагает окружающих к ним, в то время как улыбка, кивок согласия или открытый взгляд помогают наладить контакт.

Но и здесь наши знания и представления скорее интуитивны, чем точны. Что такое «открытый взгляд»? Как нужно смотреть, чтобы получился как раз такой взгляд, а не какой-нибудь другой, ведь от взгляда очень многое зависит?

Действительно, обычно прямой взгляд интерпретируется как выражение хороших чувств. Но есть одно существенное исключение. Если кто-то смотрит на нас прямо, пристально, непрерывно и упорно, то такой «вызывающий» взгляд часто интерпретируется скорее как знак враждебности, нежели дружелюбия. В одном очень остроумном исследовании проверялся «эффект» такого взгляда. Когда водители автомобилей стояли перед перекрестком и ожидали зеленого сигнала светофора, они «получали» пристальный взгляд от другого шофера, стоявшего рядом, или от пешехода, либо вообще на них никто не смотрел. Затем была измерена скорость, с которой они двигались с места и пересекали перекресток. Результаты оказались такими:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Водители | На которых смотрели | | На которых не смотрели | |
| Мужчины | Женщины | Мужчины | Женщины |
| Секунды, затраченные на пересечение перекрестка | 5,7 | 5,7 | 6,2 | 6,8 |

Отсюда следует, что пристальный взгляд вызывает реакцию избегания: шоферы (и мужчины, и женщины), на которых «так» смотрели, пересекали перекресток значительно быстрее, чем те, которых никто не пугал.

Способы самоподачи отношения к нам можно разделить на вербальные и невербальные. Вербальные мы хорошо знаем по приемам, используемым подхалимами. Если проанализировать подобные приемы, то мы увидим, что главное в них — это умение как можно скорее выразить согласие с собеседником в значимых для него вопросах и ни в коем случае не возражать («приятно спорил»).

Безусловно, негативное отношение к подхалиму и его средствам было бы неверно переносить на самоподачу отношения. Часто такие же приемы мы используем во многих ситуациях обыденного общения. Например, мы знакомимся с новым человеком. Наиболее хорошая тактика — найти общую тему для разговора. Причем важно найти именно такую тему, где точки зрения заведомо совпадают (ведь в некоторых отношениях мы все в одной группе). Может, поэтому так характерен для начала общения разговор о погоде.

Арсенал невербальных средств разнообразен: показать отношение можно и кивком головы и «взглядом прямым, открытым и честным с легкой улыбкой на губах (отнюдь не заискивающей, а простодушной)». Но, пожалуй, наиболее важны среди невербальных знаков отношения такие, как поза, расположение тела по отношению к собеседнику. Понятно, что если мы повернулись к собеседнику лицом — одно отношение, а спиной — другое. Очень хорошо это видно у детей: если ребенок любит взрослого, он старается быть как можно ближе к нему, а если не любит — убегает или прячется. И если у взрослых не принято поворачиваться спиной к собеседнику, то дети это делают всегда, когда они обижены — отворачиваются, стоят боком, смотрят исподлобья. И все это — знаки определенного отношения. Однако очень важно еще, чтобы вербальные и невербальные средства не противоречили друг другу, так как это противоречие весьма информативно, оно «изобличает» заведомо ложную, осознанно неправдивую самоподачу, выявление которой приводит к отрицательной оценке человека.

Это очень ярко проявляется в результатах исследований, посвященных тем внешним поведенческим характеристикам, которые связаны с ситуациями симуляций, обманов и т.п. В таких работах показано, что человек, говорящий неправду, старается это скрыть и поэтому выглядит неестественно — то, что он говорит, воспринимается как менее спонтанная, более подготовленная речь. Одновременно говорящий демонстрирует больше равнодушия к содержанию. Данный комплекс часто и используется для распознавания лжи. Совпадение вербальных и невербальных средств, наоборот, усиливает доверие к человеку.

Однако здесь мы уже ближе к самоподаче эмоционального состояния в общении.

**Самоподача актуального состояния**

Все те особенности проявления актуального состояния человека в его внешнем облике и поведении, которые мы обсуждали ранее, могут быть также использованы в самоподаче. Когда мы смотрим фильм или спектакль и нам не нравится игра актера, мы можем охарактеризовать ее так: «что-то он здесь переигрывает, пережимает». Что это значит? Если вдуматься, то это значит, что, играя то или иное состояние (а значит, производя осознанную самоподачу), актер перестарался — переполнил внешний рисунок роли знаками своего волнения, того или иного переживания.

И мы, глядя на это, не находим, что он адекватно передает то, что с ним происходит. С неопытными актерами часто происходит обратное — они явно «недоигрывают», или, как говорят профессионалы, сказывается «зажим», состоящий в том, что внешние знаки переживания актера просто не видны, и тогда вообще неясно, что же происходит с его героем.

Примерно то же мы часто видим в собственном общении. Иногда, желая, чтобы собеседник лучше нас понял, проникся нашими переживаниями, мы «педалируем», подчеркиваем какие-то внешние признаки взволнованности, удрученности и т.д. Это может происходить и ненамеренно, однако это не что иное, как самоподача, и мы рассчитываем, что наши партнеры адекватно поймут наше поведение. Иногда бывает как бы отрицательная самоподача — человек по тем или иным причинам старается скрыть, что с ним происходит, не показать внешне своих чувств. Существует даже расхожее мнение, будто умение скрывать свои чувства очень полезно в жизни. Однако трудно не согласиться с тем, что в реальном общении это только затрудняет понимание другими наших проблем и в общем не способствует успешному взаимопониманию. Когда человек действительно заинтересован в партнере и его понимании, то он должен всячески избавляться от такой отрицательной самоподачи, а попросту говоря, вести себя раскованно и более непринужденно.

Таким образом, самоподача актуального состояния — очень существенный компонент общения, вниманием к которому вряд ли стоит пренебрегать.

**Самоподача причин поведения**

Нет сомнения в том, что в общении постоянно используется и самоподача, «целью» которой является организация понимания причин своего поведения партнером в нужном для нас направлении. Большое количество таких часто употребляемых оборотов, как «я не виноват, что...», «обстоятельства так сложились, что...», «я был вынужден...», «тогда все так делали» и т.д. и т.п., являются достаточно простыми и всем доступными, наивными, если можно так выразиться, средствами самоподачи, в которой внимание партнера привлекается к той причине собственных действий, которая кажется нам наиболее приемлемой.

Однако существуют и гораздо более сложные способы самоподачи причин поведения. Кто не встречал людей, у которых всегда все плохо, которым во всем не везет и которых просто преследуют разнообразные жизненные затруднения, но, главное, которые очень любят об этом рассказывать. Такая «долговременная» самоподача приводит к тому, что при необходимости проинтерпретировать поведение такого человека в той или иной ситуации окружающие в первую очередь вспомнят об этих и других обстоятельствах и припишут причину им, а не личным качествам человека. С другой стороны, самоподача «мне всегда везет» приводит обычно к личностной атрибуции поступков «счастливчика». Вероятно, не имеет большого смысла подробно описывать все такие способы самоподачи, важно просто еще раз подчеркнуть их влияние на понимание нас нашими партнерами. И стоит задуматься над тем, почему все считают, что именно вы виноваты во всех своих неудачах, а такой же как вы Василий Иванович всегда оказывается несчастной жертвой обстоятельств — в этом, видимо, проявляется не только несправедливость общего мнения, но и наши собственные усилия.

Представления о самоподаче будут неполными, если не рассмотреть ее этических аспектов. В распространенных обыденных выражениях типа «пускать пыль в глаза», «вешать лапшу на уши» слышится явно отрицательное, негативное отношение к тем действиям, с помощью которых «пускают пыль в глаза», да и к людям, которые это делают. Иными словами, в житейском представлении бытует не особенно уважительное отношение к самоподаче. Конечно, не всегда, но часто житейские представления связывают ее не с лучшими качествами людей.

Такая позиция по отношению к самоподаче объясняется тем, что в общем мнении она неоправданно тесно связана с представлением об осознанности действий. Считают, что самоподача всегда сознательна и, более того, всегда направлена на то, чтобы ввести партнера в заблуждение. Однако ни первое — обязательное осознание самоподачи, ни второе — то, что она всегда вводит в заблуждение, — не соответствуют действительности.

Самоподача влияет на общение всегда, совершенно независимо от того, насколько полно люди ее себе представляют и как они к ней относятся. Если два приятеля собираются на важный разговор к начальству и один из них считает необходимым надеть лучший костюм, белую рубашку и галстук, чтобы выглядеть «соответственно», а другой презирает такое «подлаживание под ситуацию» и поэтому идет в джинсах и старом свитере, то, несмотря на разное отношение к ней, самоподачу производят оба: первый «подает» официальность, уважение, статус, респектабельность, другой «предъявляет» независимость, наивность, самостоятельность. Таким образом, самоподача объективно присутствует в любом общении, хочет того человек или нет. А значит, она в любой момент может послужить источником ошибок при восприятии другого. При таком понимании проблемы важнее не столько фиксироваться на негативных эмоциональных ассоциациях, связанных с самоподачей, сколько, осознав ее обязательное присутствие в общении, понять ее закономерности, средства и методы с тем, чтобы учитывать возможное влияние.

Например, многие исследования показывают, что одной из причин ранних разводов является разочарование супругов друг в друге после некоторого периода совместной жизни, когда они обнаруживают, что те качества, которые они предполагали в партнере, на самом деле отсутствуют. Понятно, что это во многом связано с самоподачей. В период добрачного общения влюбленные осознанно или, что чаще, неосознанно пытаются показать себя с лучшей стороны, склонны некритически относиться друг к другу, не учитывают ошибки социальной перцепции и поэтому видят в любимом скорее то, что им хочется, чем то, что есть на самом деле.

В нашем обществе люди чаще всего вступают в брак с романтическим туманом в голове; обычно они не обращают внимания на черты характера, потребности и цели своего избранника (избранницы). Они вступают в брак с образом, а не личностью. Образ этот частью составлен из их собственных желаний и фантазий (больше всего это похоже на интерпретацию пятен Роршаха), а частью получается в результате сознательной или неосознанной игры партнера. Человек может изображать себя перед другим иным — такой личностью, какую, на его взгляд, можно принять и полюбить, однако очень редко это — настоящий образ личности. А семейная жизнь выявляет точки несовпадения ожидаемого и действительного, и происходят изменения в отношениях.

Конечно, умелая самоподача важна не только для счастливого брака. Она очень значима и во многих профессиях — врача, педагога, следователя, адвоката, руководителя и т.д. Самоподача играет важную роль в дружеских и деловых отношениях. Поэтому недоучет ее влияния является непростительной ошибкой.