

Rola autoprezentacji w efektywnym poszukiwaniu pracy

W ostatnich latach w naszym kraju doszło do poważnych przeobrażeń gospodarczych, których efektem było pojawienie się zjawiska bezrobocia. Rynek pracy zaczął wymuszać u wszystkich osób, które chciały zostać zatrudnione zmianę podejścia do poszukiwania pracy, tj. samodzielność i aktywność oraz umiejętność prezentowania własnej osoby. Doradcy zawodowi w Powiatowym Urzędzie Pracy w Działdowie prowadzili i prowadzą dla osób bezrobotnych w różnym wieku zajęcia w ramach poradnictwa zawodowego z zakresu aktywnego poszukiwania pracy. Ich celem jest przekazanie wiedzy o metodach i technikach aktywnego poszukiwania pracy jak również nabycie przez te grupy osób umiejętności prezentowania własnej osoby. Wielu naszych bezrobotnych, w tym ludzi młodych podejmuje pracę na umowę zlecenie, czas nieokreślony oraz w ramach staży. Z tej grupy duży procent wraca ponownie do urzędu pracy i powiększa rzeszę osób bezrobotnych. Z rozmów przeprowadzonych z tymi osobami wynika, że nie przywiązywali oni zbyt wielkiej wagi do umiejętności prezentowania swojej osoby w rozmowie z pracodawcą sądzili, że decydujące będą kwalifikacje, dyplom.

Zacząłam więc zastanawiać się nad pytaniem - **Czyżby, więc jednak brak umiejętności prezentowania własnej osoby – autoprezentacji- był tu powodem dalszego pozostawania bez pracy?**

Zaistniały problem długotrwałego bezrobocia wśród młodzieży głównie do 25 roku życia sprowokował mnie do dokonania po ośmiu miesiącach od dnia zarejestrowania retrospekcji tej populacji. Badania przeprowadziłam w 2004 roku w naszym urzędzie. Wtórny rozpoznaniem przyczyn ich bezrobocia objęta została grupa reprezentatywna ok. 300 osób, która wcześniej uczestniczyła w zajęciach aktywizujących tj.:

- grupowej informacji zawodowej,
- zajęciach „Samodzielność w poszukiwaniu pracy” w ramach programu „Pierwsza Praca”,
- poradnictwie indywidualnym,
- spotkaniach z pośrednikami pracy.

Retrospekcja badanej grupy bezrobotnych absolwentów przeprowadzona była pod hasłem „ Rola autoprezentacji w efektywnym poszukiwaniu pracy”. Podjętym działaniom przyświecały dwa cele poznawczy i praktyczny. Cel poznawczy miał charakter złożony. Dotyczył, bowiem rozpoznania wydłużającego się okresu bycia osobą bezrobotną wśród absolwentów w wymiarze lokalnym z punktu widzenia jego struktury i przyczyn. W realizacji celu poznawczego chodziło również o uzyskanie informacji czy absolwenci wykazują własną aktywność w poszukiwaniu zatrudnienia i czy oni sami zdają sobie sprawę z roli, jaką spełnia autoprezentacja w efektywnym uzyskaniu zatrudnienia a także, co sprawia im największy problem w tej kwestii. Cel praktyczny polegał na sprecyzowaniu na podstawie badań własnych wniosków i postulatów umożliwiających opracowanie pewnych działań skierowanych do tej grupy bezrobotnych absolwentów, której zależy na uzyskaniu zatrudnienia, lecz ma z tym trudności.

Retrospekcja badanej grupy miała dostarczyć odpowiedzi na pytania:

- Czy i jakie działania podjęli absolwenci po ukończeniu warsztatów poszukiwania pracy prowadzonych przez urząd pracy w ramach programu „Pierwsza praca”?
- Co zrobili w celu uzyskania zatrudnienia w ciągu ostatnich ośmiu miesięcy?
- Co najbardziej utrudniało im uzyskanie pracy?
- Jaka rola w efektywnym uzyskaniu zatrudnienia przypada ich zdaniem autoprezentacji i czy umieli to robić?

Ze względu na cel i przedmiot diagnozy zastosowałam metodę badań socjologicznych. Była nią metoda sondażu diagnostycznego, która „jest sposobem gromadzenia wiedzy o atrybutach strukturalnych i funkcjonalnych oraz dynamice zjawisk społecznych, opiniach i poglądach wybranych zbiorowości, nasilaniu się i kierunkach rozwoju określonych zjawisk i wszelkich innych zjawisk instytucjonalnie nie zlokalizowanych - posiadających znaczenie wychowawcze – w oparciu o specjalnie dobraną grupę reprezentującą populację generalną, w której badane zjawisko występuje”¹. Zgodnie z przyjętą metodą w diagnozie zastosowałam takie techniki badawcze jak: ankieta – karta usług doradczych, wywiad oraz obserwacja.

Przeprowadzony przez mnie do celów diagnozy wywiad, był jawny, gdyż młodzież była poinformowana o celach, charakterze i przedmiocie wywiadu. Jako narzędzie badawcze wykorzystałam kwestionariusz ankiety – w moim przypadku zastosowałam kartę usług doradczych – podstawowy dokument wykorzystywany przez doradcę zawodowego w poradnictwie indywidualnym i wywiadu według opracowanych wcześniej dyspozycji.

W ramach retrospekcji zastosowano następującą kolejność działań:

- prezentację celu proponowanego programu spotkania,
- dokonanie przez absolwentów autoprezentacji w formie pisemnej i wizualnej w Karcie Usług Doradczych, w której znajdują się wszechstronne informacje o kliencie i jego sytuacji życiowej,
- dokonanie przez uczestników badanej grupy werbalnej prezentacji własnej osoby na forum grupy,
- podsumowanie zajęć i wyciągnięcie wniosków.

Wszystkim uczestnikom retrospekcji przedstawiono cel i proponowany program zajęć. Mieli oni możliwość wniesienia własnych uwag i propozycji. Poprzez wprowadzenie takiego elementu uzyskałam bardziej pozytywne nastawienie uczestników do współpracy i współodpowiedzialności za wyniki zajęć.

Kolejnym krokiem była pisemna autoprezentacja absolwentów dokonana w Karcie Usług Doradczych. Potraktowałam ją jako swoiste C.V.– ankietę - każdego z uczestników, która z pomocą osób prowadzących zajęcia została wypełniona według zawartych w niej następujących grup informacji:

- dane personalne,
- kwalifikacje, umiejętności, zainteresowania (poziom wykształcenia, zawód i specjalizacja, specyficzne kwalifikacje, zawody wykonywane, doświadczenie zawodowe w zawodach wyuczonych i wykonywanych, czynności o znaczeniu zawodowym wykonywane w czasie wolnym, posiadane umiejętności o znaczeniu zawodowym, zainteresowania),
- ograniczenia zdrowotne,
- czynniki społeczno ekonomiczne,
- propozycje rozwiązania problemu zawodowego przedstawione przez klienta.

Następnie wypełnione karty zostały zebrane i poddane wstępnej weryfikacji w celu rozpoznania deficytów w autoprezentacji pisemnej. Kolejna próba, jakiej zostali poddani absolwenci to dokonanie- siedząc przez każdą osobę autoprezentacji werbalnej na forum grupy. W trakcie wykonywania tego zadania miałam możliwość sprawdzenia umiejętności słownego prezentowania swojej osoby na podstawie przed chwilą sporządzonej formy pisemnej. Poprzez zadawanie pytań każdej osobie według wcześniej ustalonych dyspozycji zawartych w kwestionariuszu wywiadu, uzyskiwałam bardziej szczegółowe informacje o kliencie. Po wystąpieniu uczestnika dokonywałam podsumowania i wskazywałam na

¹ T. Pilch, T. Bauman: Zasady badań pedagogicznych, strategie ilościowe i jakościowe, Warszawa 2001, s.80.

popelnione błędy. Każde zajęcia kończyły się wspólną dyskusją podsumowującą osiągnięcia i baraki w autoprezentacji uczestników z jednoczesnym wskazaniem jak można byłoby zrobić to inaczej i lepiej.

Zajęcia przeprowadzone w wyżej opisany sposób dostarczyły wielu spostrzeżeń i informacji dotyczących problemów, z jakimi borykają się bezrobotni absolwenci.

Niekonwencjonalne potraktowanie Karty Usług Doradczych(jako C.V.) pozwoliło na dokonanie następujących spostrzeżeń dotyczących autoprezentacji pisemnej respondentów: mimo otrzymanych szczegółowych instrukcji – aż 62 % osób nie potrafiło właściwie odczytać, zrozumieć i wypełnić dokumentu – dotyczyło to głównie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym i średnim zawodowym a także pojedynczych przypadków z wykształceniem średnim ogólnym, policealnym a nawet wyższym.

Należy tutaj zwrócić również uwagę na fakt, że wśród osób z wykształceniem zasadniczym i średnim zawodowym dotyczyło to grup zawodowych takich jak: sprzedawca i handlowiec, którzy już w szkole powinni być przygotowywani do tego, aby umieć zaprezentować siebie i produkt, który chcą sprzedać.

- nie rozumieli podstawowych pojęć takich jak: umiejętności, czynności zawodowe, czynniki społeczno-ekonomiczne, alternatywne rozwiązania;
- nie potrafili także określić swoich zainteresowań, umiejętności i czynności o znaczeniu zawodowym oraz sposobów rozwiązania swoich problemów zawodowych;
- zauważono niestaranne wypełnienie dokumentu, które miało stanowić wizytówkę uczestnika – zaskakujące było to, że dotyczyło to przeważającej liczby (90%) uczestników retrospekcji niezależnie od posiadanego przez nich wykształcenia, bez względu na płeć i miejsce zamieszkania;

Można byłoby pokusić się tutaj o stwierdzenie, że osoby te nie przywiązują wagi do dbałości o swój wizerunek. Niepokojący, zatem jest fakt, że tylko jednostki wykonały zadanie we właściwy sposób.

W czasie zastosowania kolejnej formy autoprezentacji tj. werbalnej na forum grupy

- stwierdzono, że wypada ona nieco lepiej niż pisemna.

Nie należy jednak zapominać, że dużym ułatwieniem było tutaj zadawanie przez nas dodatkowych pytań z kwestionariusza wywiadu.

Zaobserwowano, że znacznie chętniej i lepiej tę formę autoprezentacji wykorzystywali absolwenci uczelni wyższych i policealnych, co może być związane z ich wewnętrzną determinacją dotyczącą uzyskania zatrudnienia – dotyczyło to tych osób, które „zasmakowały” pracy poprzez odbycie stażu absolwenckiego.

Dzięki zastosowanym pytaniom dodatkowym z kwestionariusza ujawnił się fakt, że wielu (ponad 50%) młodym osobom tak naprawdę nie zależy na znalezieniu pracy.

Można było to odczytać poprzez zaobserwowanie zjawiska „sprzężenia zwrotnego” – osoby słownie deklarowały chęć poszukiwania pracy, ale ich komunikaty niewerbalne (mimika twarzy, gesty) mówiły, co innego.

Pozostała część grupy wykazywała zainteresowanie uzyskaniem zatrudnienia, ponieważ praca stworzyłaby im możliwości finansowe do kontynuowania nauki lub doskonalenia zawodowego.

Ujawnił się fakt, że determinacja w poszukiwaniu pracy jest taka sama u osób zamieszkałych na wsi i w mieście (62 % w każdej grupie), jednak w odniesieniu do płci – większa jest u kobiet niż u mężczyzn; u kobiet związane jest to z większą świadomością trudności w znalezieniu zatrudnienia.

W wyniku przeprowadzonej retrospekcji otrzymałam potwierdzenie tezy, że oprócz „tradycyjnych „ przyczyn wysokiego bezrobocia w powiecie działdowskim takich jak: **mała liczba ofert pracy, kwalifikacji absolwentów nieadekwatnych do potrzeb pracodawców to właśnie braki w umiejętnościach autoprezentacji stanowią główną przyczynę**

trudności w znalezieniu zatrudnienia przez naszych respondentów (zjawisko takie jest także powszechnie obserwowane).

W oparciu o zastosowaną retrospekcję stwierdzono, że jej uczestnicy nie potrafili wykorzystać w poszukiwaniu pracy przekazanej im w czasie warsztatów ”Samodzielność w poszukiwaniu pierwszej pracy „, wiedzy nt. prezentowania pracodawcy własnej osoby. **Poszukując pracy stwierdzili jednak, że deficyty w tym zakresie są bardzo dużą przeszkodą w jej uzyskaniu i że nie mieli świadomości tak dużego jej znaczenia.**

Z przykrością muszę stwierdzić, że na przestrzeni siedmiu lat od przeprowadzonych badań w zasadzie nie nastąpiły żadne zmiany w świadomości zarówno ludzi młodych kończących różnego rodzaju szkoły i wychodzących na rynek pracy jak i wśród ludzi dorosłych rejestrujących się w urzędzie pracy jak ważną rolę spełnia autoprezentacja w efektywnym poszukiwaniu pracy. Wnioski i stwierdzenia oparte są na moich wieloletnich obserwacjach i pracy z bezrobotnymi w Powiatowym Urzędzie Pracy w Działdowie oraz z uczniami szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych naszego powiatu. Realizując przez ostatnie 2 lata w ramach Ogólnopolskiego Tygodnia Kariery- spotkania i konsultacje z uczniami tych szkół uwidocznili się deficyt podstawowych zagadnień niezbędnych przy autoprezentacji własnej osoby. Uczniowie, absolwenci i pozostali bezrobotni w dużym stopniu nie rozumieją podstawowych pojęć takich jak:

-umiejętności, czynności zawodowe, czynniki społeczno-ekonomiczne, alternatywne rozwiązania problemu;

- nie potrafią określić swoich zainteresowań, umiejętności i czynności o znaczeniu zawodowym oraz sposobów rozwiązania swoich problemów zawodowych.

Pomimo faktu, że doradcy zawodowi naszego urzędu poświęcają wiele czasu na pracę z naszymi bezrobotnymi w tym zakresie zarówno podczas konsultacji indywidualnych jak i zajęć grupowych to uważam, że w znacznym stopniu szkolnictwo realizujące zadania z zakresu poradnictwa zawodowego powinno włączyć się z większym zaangażowaniem w przygotowanie uczniów do wyjścia na rynek pracy.

Połączone działania różnych instytucji mogłyby przyczynić się do wzbudzenia w społeczeństwie większej świadomości, co to jest autoprezentacja i co się na nią składa oraz jak ważną rolę odgrywa autoprezentacja w efektywnym poszukiwaniu pracy.

„Człowiek od wieków chce wywierać na innych odpowiednie wrażenie. Wykorzystuje do tego różne techniki autoprezentacji. W sferze prywatnej najczęściej robi to nieświadomie, natomiast, aby skutecznie oddziaływać w życiu publicznym i zawodowym uczestniczy w różnych szkoleniach i warsztatach, korzysta z książek, które uczą jak zmanipulować odbiorcą, aby osiągnąć zamierzony efekt”².

Zdaniem psychologów autoprezentacja jest procesem, w którym człowiek kontroluje sposób, w jaki jest postrzegany przez otoczenie. Autoprezentacja określana jest także jako „manipulowanie wywieranym wrażeniem”. Określenie to wywołuje raczej negatywne skojarzenia, jednak w rzeczywistości pozwala nam na nawiązywanie kontaktów i ułatwia wchodzenie w interakcje.

W odniesieniu do rozmowy z pracodawcą autoprezentacja to takie przedstawienie swojej osoby, które zawiera: pośredni opis cech osobowych, konkretny opis umiejętności, rozwiewa obawy dotyczące słabych stron.

Na poziomie jednostki autoprezentacja pełni przynajmniej trzy podstawowe funkcje:

Po pierwsze służy jako narzędzie do oddziaływania w relacjach interpersonalnych. Kiedy angażujemy się w manipulowanie wrażeniem, na ogół czynimy to, ponieważ jesteśmy przekonani – słusznie lub nie, – że wywarłe przez nas wrażenie będzie

² /J.Konopko: Autoprezentacja- kontrolowana informacja czy kłamstwo o sobie samym?, www.org.pl/biblioteka/X/XB/autoprezentacja 1.html

miało poważne następstwa, tj. może zwiększyć ilość otrzymywanych nagród lub zmniejszyć koszty życiowe decyzji, jeśli uda nam się wywrzeć odpowiednie wrażenie. Możemy, więc powiedzieć, że w trakcie interakcji społecznej wrażenie, które ludzie wzajemnie na siebie wywierają, pełni rolę pośrednika. Kiedy więc ludzie reagują na mnie, w rzeczywistości reagują na prezentowany przeze mnie wizerunek – na swoje wyobrażenie o moich zdolnościach, osobowości, postawach, intencjach itp., Dlatego też sposób, w jaki reagują, w dużym stopniu zależy od wrażenia, które odebrali.

Po drugie autoprezentacja służy do budowania i podtrzymywania poczucia własnej wartości.

Jeśli doznajemy niepowodzeń na polu autoprezentacji na ogół powoduje to obniżenie poczucia własnej wartości człowieka i wywołuje negatywne reakcje emocjonalne, podczas gdy sukces w tej dziedzinie powoduje, że cenimy się wyżej i lepiej się czujemy. Ponieważ zachowania, które wywierają dobre czy złe wrażenie często mają związek ze zmianami w ocenie własnej osoby oraz wahaniami stanu emocjonalnego, na poczucie własnej wartości i emocje wpływa też samo wyobrażenie sobie, co inni o nas myślą. Angażowanie się w autoprezentację pomaga także człowiekowi stworzyć i utrzymać własną tożsamość. Możemy tutaj także stwierdzić, że autoprezentacja jest tak głęboko zakorzenionym nawykiem, że nigdy nie przestajemy martwić się cudzymi opiniami nawet wówczas, gdy wiemy, iż nie mają one żadnego znaczenia.

Po trzecie autoprezentacja może redukować negatywne emocje, a nasilać pozytywne. Kiedy otrzymujemy pochwały i jesteśmy akceptowani skutkuje to na ogół dobrym samopoczuciem. Człowiek jest w stanie sam poprawić sobie nastrój, zachowując się w sposób, który zostanie zaakceptowany i pochwalony. Biorąc, więc pod uwagę, że autoprezentacja jest jednym ze sposobów na zyskanie aprobaty, ludzie mogą operować wywieranym wrażeniem, aby poczuć się lepiej. Inna forma regulowania naszych emocji za pomocą autoprezentacji wiąże się z tym, że w pewnych okolicznościach samo mówienie innym o sobie redukuje negatywne uczucia. Kiedy człowiek jest urażony, niespokojny, w depresji, spięty czy rozgniewany, często odczuwa potrzebę rozmowy z drugą osobą. Mówienie o sobie redukuje poczucie wewnętrznego dyskomfortu – zwykle wyrażenie własnych uczuć poprawia samopoczucie, redukuje stres, sprzyja zdrowiu psychicznemu³.

Głównym celem autoprezentacji jest spowodowanie, żeby inni ludzie postrzegali nas w pozytywny sposób. Jeżeli wywrzemy na ludziach pozytywne wrażenie w czasie pierwszego spotkania, to wydamy się im na pewno bardziej kompetentni i atrakcyjni. Tym samym zwiększą się nasze szanse na to, że pozytywnie odniosą się oni do naszych starań o pracę.

Przygotowując się do rozmowy z przyszłym pracodawcą powinniśmy pamiętać, że wiedza dotycząca autoprezentacji znana jest także jemu. Jeśli więc będziemy chcieli tylko dobrze odegrać swoją rolę, możemy narazić się na szybkie rozszyfrowanie i nasze starania o pracę mogą zakończyć się niepowodzeniem.

Dlatego też powinniśmy bardzo starannie przygotować się do prezentowania własnej osoby przyszłemu pracodawcy, pamiętając, że na nasz sukces, autoprezentacyjny składa się nasza wiedza o sobie i wiedza zawodowa, umiejętności z zakresu komunikacji interpersonalnej, panowanie nad naszymi emocjami, entuzjazm, kreatywność oraz nasza determinacja wewnętrzna do podjęcia pracy.

Przygotowując się do autoprezentacji powinniśmy wziąć pod uwagę kilka składników:

1) dokonanie samooceny własnej osoby.

³ M. Leary: Wywieranie wrażenia na innych o sztuce autoprezentacji, Gdańsk 2004, s.54.

Chodzi w niej o zastanowienie się nad swoimi cechami osobowości związanymi z pracą, o którą się staramy, moimi predyspozycjami fizycznymi związanymi z warunkami wykonywania tej pracy. Niezwykle ważne jest również określenie, jakie są moje umiejętności adaptacyjne, uniwersalne i kwalifikacyjne związane z daną pracą a także określenie, które z nich umiem wykonywać bardzo dobrze lub dobrze, które zaś tylko w stopniu dostatecznym.

Dokonanie takiej analizy swoich słabych i mocnych stron jest istotne, ponieważ pracodawca często chce w sposób praktyczny sprawdzić np. naszą znajomość języka obcego, znajomość obsługi komputera lub konkretnych programów komputerowych, naszą umiejętność szycia na maszynach szybkoobrotowych czy zareklamowania jakiegoś towaru.

Konieczne jest także zastanowienie się nad tym, jakie wartości chcę realizować w swoim życiu a jakie wartości cenię w pracy i jakie swoje cele życiowe i zawodowe chcę realizować poprzez pracę, o która się staram.

Warto również zastanowić się, jakie do tej pory miałem w życiu osiągnięcia, sukcesy. Dla jednej osoby będzie to ukończenie kursu, dla innej przełamanie strachu przed publicznymi wystąpieniami.

Wszystkie elementy wymienione powyżej składają się na nasze predyspozycje zawodowe.

2) komunikacja interpersonalna

Komunikacja interpersonalna może przebiegać na trzech poziomach:

- poziom faktyczny - jej typowym przejawem jest swobodna rozmowa na nieważne tematy; jest to bezpieczne, wolne od emocji komunikowanie się, podczas którego nie rozmawia się o poglądach ani wartościach;
- poziom instrumentalny - tutaj rozmówcy przekazują sobie informacje i/lub instrukcje w sposób bezpośredni, wolny od emocji;
- poziom afektywny - w tym komunikowaniu się ludzie ujawniają wartości i poglądy, swoje emocje, zaangażowanie w rozmowę.

Nasze komunikowanie się z drugą osobą, może przybierać dwie formy:

a) komunikacji werbalnej

Najistotniejszym elementem komunikacji werbalnej są słowa mówione i pisane. To dzięki nim ludzie przekazują sobie informacje, przekonują się nawzajem i wywierają wpływ na postępowanie innych ludzi.

Proces komunikowania się ludzi może przybierać między innymi formę komunikacji jednokierunkowej, kiedy przekazujemy informacje i/lub instrukcje nie oczekując odpowiedzi. Może być także forma dwukierunkowa, kiedy przekazujemy drugiej osobie informacje i/ lub instrukcje i otrzymujemy informację zwrotną jak to zostało odebrane. Jest to bardziej efektywny sposób komunikowania się ludzi ze sobą, ponieważ otrzymujemy informację czy to, o czym mówimy jest ciekawe, czy robimy to w sposób interesujący dla słuchacza, czy posługujemy się zrozumiałym dla niego językiem, czy nasze wypowiedzi są precyzyjne, czy skupiamy się na sprawach najważniejszych, czy słuchacz dobrze zrozumiał nasze intencje, czy dostosowaliśmy nasz przekaz werbalny do poziomu odbiorcy, czy poruszamy się w obszarze wspólnych doświadczeń i wiedzy, czy mówimy do rozmówcy a nie o nim, czy to, co mówimy jest zgodne z tym, co wyrażają nasze gesty, czy przejmujemy odpowiedzialność za swoje przekonania, czy wyrażamy własne odczucia, czy nie atakujemy rozmówcy i nie przypinamy mu etykietek, czy nie uogólniamy, czy korzystamy z przykładów.

Ale prawidłowe komunikowanie się to nie tylko umiejętność mówienia, ale także słuchania drugiej osoby.

Zwykle słyszymy, że inni ludzie mówią. Rzadziej słuchamy tego, co mówią i jakie są ich intencje.

Słuchamy na czterech poziomach:

- poziom I - następuje tutaj nadawania sensu dźwiękom i rozróżnianie słów,
- poziom II - następuje koncentracja, słuchający stara się zrozumieć sens i znaczenie wypowiedzianych słów,
- poziom III - obejmuje odróżnianie faktów od fantazji i wymaga od słuchacza analitycznego myślenia,
- poziom IV - tutaj następuje słuchanie i rozumienie tego, co zostało powiedziane, zgodnie z intencją nadawcy.

Osiągnięcie ostatniego poziomu możliwe jest tylko wtedy, gdy słucha się osoby, która mówi a nie tylko wypowiedzianych przez nią słów⁴.

Jak należy słuchać swojego rozmówcy? – należy utrzymywać z nim kontakt wzrokowy; słuchać uważnie – wysłuchanie nie oznacza jeszcze akceptacji; reagować na słowa rozmówcy; stosować „zdania-wytrychy” otwierające rozmowę; reagować na wypowiedź rozmówcy jako całość i być uważnym na to, co mówi jego ciało; starać się własnymi słowami odtworzyć to, co usłyszeliśmy i wyrażać uczucia mówiącego; należy akceptować ciszę – to ważny element rozmowy; co jakiś czas powinieneś zrobić podsumowanie tego, co zostało powiedziane.

W procesie komunikowania się mogą pojawić się czynniki – **bariery komunikacyjne** - które utrudniają zrozumienie przekazu zawartego w wypowiedzi.

Możemy tutaj wymienić:

- **wybiórczość uwagi** – odbiorca słucha przekazu i odbiera te informacje, które potwierdzają jego przekonania i wypierają te, które są z nimi sprzeczne;
- **nadmierne zaabsorbowanie własną osobą** – zbyt mocna koncentracja na sobie, na swoich racjach powoduje, że nie jesteśmy w stanie przyjąć innego punktu widzenia niż swój własny; tylko wtedy właściwie zrozumiemy naszego rozmówcę, kiedy przyjmiemy jego perspektywę;
- **różnice kulturowe i językowe**, – kiedy używamy żargonu, słów niezrozumiałych dla odbiorcy utrudnia mu to zrozumienie treści; często też różnice kulturowe powodują, że różnie interpretujemy taką samą wypowiedź;
- **nastawienie do nadawcy**, – jeżeli wcześniej otrzymaliśmy negatywną informację o nadawcy, może to często stanowić barierę w komunikacji,
- **samopoczucie** – to, w jaki sposób postrzegamy świat i rozwiązujemy problemy w dużej stopniu zależy od naszego samopoczucia⁵.

Komunikację werbalną wykorzystujemy podczas autoprezentacji pisemnej i wizualnej oraz z udziałem rozmówcy. Autoprezentacja pisemna i wizualna to nasze dokumenty aplikacyjne tzn. życiorys zawodowy (C.V.) i list motywacyjny, które są pierwszą wizytówką naszej osoby u pracodawcy. Dlatego też powinniśmy zadbać o takie ich opracowanie, aby go zainteresować swoją kandydaturą.

b) komunikacji niewerbalnej - czyli inaczej „mowy ciała”

Może ona podnieść wiarygodność przekazywanej informacji. Składa się na nią:

- **mimika i ekspresja twarzy** – wyrażająca uczucia i nasz nastrój;
- **kontakt wzrokowy** – chęć nawiązania kontaktu, pewność; jeśli kontakt wzrokowy trwa do 30% rozmowy – rozmówca ma wrażenie, że unikamy kontaktu z nim; jeśli trwa 30%-60% czasu rozmowy - to są to relacje prawidłowe, pozytywne dla

⁴ Seria Zeszytów Metodycznych dla Pośredników Pracy-Zeszyt Nr 7, Warszawa 1997 r. s. 14.

⁵ E. Liwosz, K. Pankiewicz, A. Staroń oraz A. Kostecka: Klub pracy program szkolenia, Warszawa 2003 s. 364.

kontaktem z drugą osobą; jeśli kontakt wzrokowy trwa powyżej 60% czasu rozmowy – można uznać, że jesteśmy nadmiernie zainteresowani drugą osobą, co może zostać odebrane jako nachalność z naszej strony;

- **siła i ton naszego głosu;**
- **pozycja i układ ciała** - wyraża sposób własnej prezentacji, statusu społecznego, zajmowanej pozycji czy stanowiska; postawa naszego ciała może wiele powiedzieć o naszym stosunku do rozmówcy; pochylenie ciała w jego stronę, lekki uśmiech mogą nam pomóc w zdobyciu jego sympatii; skrzyżowane nogi i ręce, robienie dziwnych min sygnalizuje postawę zamkniętą, która może mieć negatywny wpływ na postrzeganie naszej osoby; sposób, w jaki siedzimy, stoimy, chodzimy;
- **pozycja zajmowana przy stole wobec naszego rozmówcy;** pozycja „przyjacielsko w rogu”, to najkorzystniejsza pozycja do rokowań, atmosfera tutaj jest luźna i przyjazna, co ma trochę związek ze swobodnym kierowaniem wzroku, można, bowiem bez przeszkód umknąć oczami, lecz można też szukać wzroku partnera i nikt nie czuje się bezpośrednio zaatakowany; pozycja po „jego stronie” mówi, że kto chce zasiąść po lewej stronie gościa powinien czynić to tylko wówczas, gdy wstępne potyczki są już rozegrane, wspólne stanowisko uzgodnione, a do omówienia pozostały już tylko szczegóły; pozycja „oko w oko” mówi, że niemal od początku panuje atmosfera konfrontacji, żadna ze stron nie będzie unikała rozprawy i zaryzykuje ambitną walkę, łatwo może się tutaj pojawić wrogi ton; pozycja „brak zainteresowania” to siadanie po przeciwnych rogach stołu - mówi, że kto decyduje się na taki dystans pokazuje, że właściwie nie chce mieć nic wspólnego z rozmówcą, pozycja ta zdradza bądź niewielkie zainteresowanie bądź zupełny brak pewności siebie⁶;
- **dystans społeczny** (zależności przestrzenne), – jaki ludzie przyjmują w stosunku do innych ludzi; możemy poruszać się w stosunku do innych ludzi w czterech strefach: strefa pierwsza – intymna (do 0,5 m), w której pozostają ze sobą osoby bardzo bliskie sobie, można tutaj poczuć zapach drugiej osoby i dotknąć jej ciała: strefa druga – dystans osobisty (od 0,5 m do 1,20 m) to dystans dzielący nas od dobrych znajomych, zachowujemy go na przyjęciach, w czasie rozmów i na wszystkich przyjacielskich spotkaniach, nasz rozmówca jest tutaj zawsze w zasięgu ręki; strefa trzecia – dystans towarzyski(społeczny - od 1,20 m do 3,60 m) zachowujemy z osobami, z którymi nie jesteśmy po imieniu, zachowuje go przełożony z podwładnymi; strefa czwarta – dystans oficjalny (publiczny od 3,60 m i dalej), w którym język staje się bardziej formalny, należy mówić trochę głośniejszym głosem, jest to odległość ceniona przez ważne osobistości i polityków⁷;
- **nasz wygląd** tj. nasz ubiór i jego kolor, nasze włosy, męskość, kobiecość.

O ile nad swoją komunikacją werbalną możemy panować, ponieważ zależy ona od tego jak jesteśmy przygotowani, o tyle nad komunikacją niewerbalną możemy panować krótko, ponieważ nasze ciało robi i tak to, co chce. Mówimy, że komunikowanie się zachodzi nawet wtedy, kiedy nie pada nawet jedno słowo i ma to właśnie związek z mową naszego ciała.

Znaczy ona więcej niż słowa, które wypowiadamy, one są, bowiem niewielką częścią naszej ekspresji. Słowa stanowią treść tego, co mówimy, ale to postawa ciała, barwa i ton naszego głosu, gesty i mimika tworzą kontekst tego przekazu.

„Słowami możesz kłamać – mową ciała trudniej oszukać”⁸.

⁶ E. Thiel: Komunikacja niewerbalna, Mowa ciała zdradzi więcej niż tysiąc słów, Wrocław 1997. s. 26.

⁷ M. McKay, M. Davis, P. Fanning: Sztuka skutecznego porozumiewania się, Gdańsk 2004, s. 64.

⁸ E. Liwosz, K. Pankiewicz, A. Staroń oraz A. Kostecka: Klub pracy program szkolenia, Warszawa 2003, s.366.

W naszym komunikowaniu się z ludźmi słowa stanowią - 7%, siła i ton naszego głosu – 38% a język ciała aż 55%.

Mowa ciała nie jest interpretacją pojedynczych gestów w oderwaniu od innych niewerbalnych sygnałów lub kontekstu sytuacji, w której aktualnie się znajdujemy. Trzeba ją interpretować kompleksowo i dopiero powiązanie jej z wypowiedzią słowną jest kluczem do właściwej interpretacji języka.

Mówiąc o komunikowaniu się z ludźmi nie sposób pominąć zjawiska tzw. „**pierwszego wrażenia**”. Wyniki badań przeprowadzonych przez amerykańców pokazują, że wystarczy tylko 11 sekund żeby ktoś ocenił naszą osobę. Pokazały one także, że przeprowadzający rozmowy z kandydatami do pracy zazwyczaj podejmują decyzję - czy zatrudnić daną osobę czy nie - już podczas pierwszych czterech minut, nawet, jeśli rozmowa trwa dłużej. W 80% rozmów kwalifikacyjnych decyzja zostaje podjęta zanim kandydat do pracy wypowie pierwsze słowo.

Mówi się, więc, że pierwsze wrażenie to pierwsze 20 sekund kontaktu, pierwsze 20 gestów, pierwsze 20 wypowiedzianych słów. Pierwsze wrażenie można zrobić tylko raz i trudno je zmienić⁹.

Prowadząc rozmowę z pracodawcą stosujemy formę autoprezentacji werbalnej i wizualnej z udziałem rozmówcy.

Kiedy mamy kłopoty w komunikowaniu się z drugą osobą, u naszego rozmówcy może pojawić się uporczywe milczenie, demonstracyjne pochylanie się (w pozycji siedzącej), przesadne zajmowanie się dokumentami, prowadzenie rozmowy na boku, wyrażanie pogardy, okazywanie znudzenia, uśmiechanie się z wyższością, nieustanne potrząsanie głową, okazywanie bezradności.

Przygotowując się do rozmowy z pracodawcą, jeśli chcemy, aby ocenił, że jesteśmy tym właściwym kandydatem do pracy, każda z osób poszukujących pracy powinna skorzystać z omówionych wyżej technik autoprezentacji.

Opracowała:
Danuta Ostrowska
Doradca zawodowy II stopnia
Powiatowego Urzędu Pracy
w Działdowie

⁹Film „Autoprezentacja”, Gdańsk 1997.