

УДК 159.923

А. О. Кононенко, О. І. Кононенко

САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ РЕГУЛЯТОР СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ

У статті розглянуто підходи до визначення змісту самопрезентації: в сучасній психологічній науці самопрезентацію визначають як засіб підтвердження образу Я та підтримки самооцінки, тобто самопрезентація – це усвідомлюваний або неусвідомлюваний процес (залежно від ситуації), який здійснюється активним суб'єктом. Самопрезентація в усвідомленому або неусвідомленому вигляді представляє полімодальну характеристику, вона здійснюється, виходячи з безлічі мотивів; вона наявна в різних ситуаціях; має місце і в тривалому взаємозв'язку суб'єктів.

Ключові слова: самопрезентація, управління враженням, бажаний образ, підтвердження образу Я.

В статье рассмотрены подходы к определению содержания самопрезентации: в современной психологической науке самопрезентация рассматривается как средство подтверждения образа Я и поддержки самооценки, то есть, самопрезентация – это осознаваемый или неосознаваемый процесс (в зависимости от ситуации), который осуществляется активным субъектом. Самопрезентация в осознанном или неосознанном виде представляет полимодальную характеристику, она осуществляется, исходя из множества мотивов; присутствует в разных ситуациях; имеет место и в длительной взаимосвязи субъектов.

Ключевые слова: сама презентация, управление впечатлением, желаемый образ, подтверждение образа Я.

The article deals with approaches to the definition of the content of self-presentation: in modern psychological science self-presentation is examined as a mean of confirmation of appearance I and support of self-appraisal. In other words, self-presentation is the realized or unrealized process (depending on a situation) which is carried out by a subject. Self-presentation in the realized or unrealized kind presents polymodal description, it is carried out, coming from the great

number of reasons; it occurs in different situations; takes place in the protracted intercommunication of subjects.

Key words: *presentation, management, desired appearance, the impression, confirmation of appearance.*

Постановка проблеми. У повсякденному житті суб'єкт часто стикається з феноменом самопрезентації власної особистості. Але не кожного разу цей процес усвідомлений. У підсвідомості людини існує якийсь проект власної самопрезентації. На нашу думку, самопрезентація як складне та неоднозначне утворення є одночасно і проекцією поведінки в особистісному психічному просторі, і симптомом готовності до засвоєння такої проекції в глибинах індивідуальної свідомості, тобто симптомом реалізації індивідуальної соціальної ситуації розвитку особистості.

Самопрезентація – це процес, за допомогою якого людина прагне сформувати в інших людей враження про себе. Успіх самопрезентації залежить від уміння подати себе іншим людям, привернути до себе увагу, актуалізувати інтерес людей до своїх якостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науці складність феномену самопрезентації розкривається в різноманітних підходах до визначення досліджуваного психічного явища. Зокрема, більшість дослідників розглядають самопрезентацію як *загальну особливість соціальної поведінки особистості* (усвідомлювану поведінку, спрямовану на створення певного враження в близьких; постійний процес або прагнення суб'єкта представити бажаний образ зовнішній та внутрішній аудиторії) (М. Вейголд, Е. Гоффман, Р. Ковальські, Т. Лірі, Д. Маркус, А. Шленкер). Самопрезентація розглядається як прийом усунення когнітивного дисонансу (Л. Фестингер, Ф. Хайдегер); вказується на зв'язок між самопрезентацією та самосвідомістю (А. Басс, А.Фенігстейн, М. Шейер). Численні наукові підходи вивчають самопрезентацію через категорію саморозкриття в міжособистісному спілкуванні, фіксацію уваги на собі внаслідок уваги до суб'єкта з боку інших людей, прагнення до влади та особливості мотивації тощо (Р. Аркін, Р. Баумейстер, Р. Вікланд, Г. Глейтман, І. Джонс, Т. Пітман, А. Стейнхілбер, А. Шутц). Проте запропоновані дослідження самопрезентації не розкривають її з позицій системності, що дозволило б виявити внутрішню структуру цього феномену.

Мета дослідження полягає в теоретичному аналізі підходів до визначення самопрезентації як важливого регулятора соціальної поведінки.

Виклад основного матеріалу. Встановлено, що самопрезентація – засіб підтвердження образу Я та підтримки самооцінки, тобто, усвідомлюваний або неусвідомлюваний процес (залежно від ситуації), який здійснюється активним суб'єктом; стійка особистісна характеристика, що базується на індивідуальних властивостях психіки, є реальним *засобом* формування образу Я; в системі особистісних орієнтирів вона визначає «точку перетину» соціального та внутрішньо-психологічного у структурі особистості. Констатовано, що самопрезентація викладачів соціогуманітарних дисциплін – процес цілеспрямованого спілкування, який дозволяє викладачеві: а) викликати інтерес студента до себе, предмета, навчання загалом; б) адекватно моделювати ситуацію та оцінювати психічний стан за зовнішніми ознаками; в) отримувати в процесі педагогічного спілкування потрібну інформацію і своєчасно приймати рішення.

Спілкуючись із різними людьми, беручи участь у різних діях та поведінкових актах, вибираючи собі стиль одягу і поведінки, людина впроваджує свої індивідуальні властивості у власну індивідуальну соціальну ситуацію розвитку, що надає поштовх для розвитку так званої «природної самопрезентації». Разом із природною самопрезентацією існує й усвідомлено заздалегідь спланована тактика позиціонування своєї особистості, або «штучна презентація». Поняття «самопрезентація» походить від англійського слова «самоподача», тобто надання іншим людям певної інформації про себе за допомогою незліченних стратегій поведінки, що полягають у пред'явленні свого зовнішнього образу іншим.

У зв'язку з цим необхідно, на нашу думку, сформулювати основні характеристики соціальної поведінки особистості. Соціальна поведінка не є всього лише системою дій людини в суспільстві, вона виникає як неминуче взаємопроникнення світу соціуму і світу людини в актах спілкування і в актах психічної діяльності. У цьому значенні вона заснована на включенні всього багатства суспільних відносин у структуру людської особистості. «Частка» власне соціальної поведінки суб'єктів у їх житті варіюється, залежить від установок самої людини і від специфіки соціальних ситуацій. Водночас слід уточнити можливі критерії власне соці-

альної поведінки. Початкове уявлення про такі критерії, за словами І. О. Федорова [9], відображене на рис. 1.

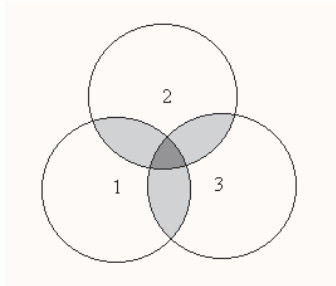


Рис. 1. Можливі критерії соціальності поведінки

Примітка: 1 – минуле; 2 – сьогодні; 3 – майбутнє.

Такі критерії повинні охоплювати одночасно минуле (1), сьогодні (2) та майбутнє (3) в житті суспільства та людини (на рисунку – «трикутник історичного часу» МСМ). Згідно з першим критерієм (1), соціальною є поведінка, орієнтована на загальнолюдські цінності. Ми, услід за І. О. Федоровим, називаємо такий критерій конвенціональним, оскільки він описує як соціальні системи намірів і відповідних дій, які вважаються такими найбільшим числом людей тривалий час [10].

Тому перш, ніж перейти до більш диференційованого розгляду дефініції самопрезентації, вважаємо за необхідне детально зупинитися на таких поняттях:

- соціалізація та соціальна адаптація;
- самосприйняття особистості;
- індивідуальна соціальна ситуація розвитку особистості.

Аналіз цих понять видається нам справді необхідним, оскільки, не уявляючи того, що ми під ними розуміємо, ми не взможемо дослідити основні механізми та структурні компоненти самопрезентації, бо не будемо мати необхідних теоретичних підґрунть.

Соціалізація, за А. В. Петровським та М. Г. Ярошевським, це одночасно і процес, і результат засвоєння та активного відтворення індивідом соціального досвіду, здійснюваного у спілкуванні та діяльності [7]. Соціалізація – інструмент, за допомогою якого індивід набуває знань, цінностей, навичок та соціальної сензитив-

ності, які дозволяють йому інтегруватися в суспільстві та вести себе адаптивно.

Поєднати соціальне та індивідуально-особистісне в процесі соціалізації вдалося, ми вважаємо, Е. Носенко, яка розглядає як соціально значущу інтегральну властивість емоційний інтелект [4]. Авторка вважає, що йому властиві внутрішні (диспозиційні) та зовнішні (ті, що виявляються в ознаках перебігу емоційного процесу) компоненти, що виконують стресозахисну та адаптивну функції цієї інтегральної особистісної властивості. Саме ці дві функції відображають, на думку Е. Носенко, всі найважливіші аспекти функціонування людини як суб'єкта життєдіяльності, а саме: ставлення до навколишнього світу, до себе як до суб'єкта активності, до інших, як до партнерів у спілкуванні і взаємодії. Роль емоційного інтелекту у процесі соціалізації особистості ґрунтується на спроможності суб'єкта адекватно розпізнавати витоки власних емоцій та емоцій інших людей, здійснювати на цьому підґрунті самоконтроль, самосприйняття, підтримувати доброзичливі стосунки з навколишніми, самомотивувати власну діяльність.

Основними мотивами, що сприяють процесу соціалізації, Е. Носенко вважає: пізнання навколишнього світу, усвідомлення свого ставлення до нього, пізнання себе як суб'єкта діяльності, вдосконалення себе, прагнення досягти самоповаги та успішної взаємодії з іншими людьми, котрі перебувають у найближчому оточенні.

Отже, виходячи з проаналізованих даних, у самому процесі соціалізації можна виділити такі елементи:

– суб'єкт соціалізації, який може бути також і об'єктом соціалізації;

– середовище – простір, у якому цей процес триває (в ролі середовища можуть бути безпосереднє оточення індивіда, сукупність умов його соціальної ситуації розвитку, міжособистісні відносини, діяльність тощо);

– власне процес соціалізації як сукупність інтеріоризації та екстеріоризації;

– зміст процесу соціалізації (знання, цінності, досвід та ін.).

Самосприйняття розглядають у науці як основу формування позиції суб'єкта, без якої подальший процес соціалізації та адаптації утруднюється, а інколи стає неможливим.

Самосприйняття розуміють не тільки як процес орієнтування людини у власному внутрішньому світі, але й як наслідок розумін-

ня, оцінювання та порівняння себе з іншими, що набирає не тільки вигляду певної самооцінки, Я-образу людини, але й специфіки соціалізації суб'єкта.

Оскільки весь суб'єктивний усвідомлений світ людини формується в онтогенезі під час спільної діяльності та спілкування з іншими суб'єктами, то й формування уявлень про себе має місце в цьому ж контексті. Суб'єкт сприймає себе, описує свої якості у тих категоріях, які надаються йому соціальним оточенням (саме так, як він робить це з будь-яким іншим об'єктом). Тому, на думку С. І. Розума, здібність ставитися до себе як до об'єкту і є результатом соціалізації [8].

Індивідуальна соціальна ситуація розвитку особистості, за Р. В. Овчаровою, є відображенням у внутрішньому світі індивіда соціального світу загалом у взаємодії його аспектів [6]. Розвивальні аспекти середовища можуть бути представлені в індивідуальній свідомості суб'єкта у формі значущих персонажів (тобто тих учасників соціального середовища, котрі викликають активну роботу свідомості та переживань суб'єкта. Причому це можуть бути не лише референтні, авторитетні, емоційно важливі персонажі, але й їхні антиподи.

І. О. Ніколаєва представляє індивідуальну соціальну ситуацію розвитку у вигляді трьох основних рівнів:

1. Персональний склад індивідуальної соціальної ситуації розвитку (ті, хто персонально представляє соціальне середовище у внутрішньому світі суб'єкта, їхні вікові, статеві, соціальні, професійні та інші категорії).

2. Структура емоційно-комунікативних відносин суб'єкта в індивідуальній соціальній ситуації розвитку (якості особистості іншого, основні сторони взаємовідносин із людьми, до яких індивід є найбільш чутливим, які викликають його позитивний емоційний відгук).

3. Структура ціннісних відносин суб'єкта в індивідуальній соціальній ситуації розвитку (самооцінка, ціннісний статус щодо інших) [5].

На нашу думку, соціалізація, самосприйняття особистості та її індивідуальна соціальна ситуація розвитку найбільш повно розкривають соціальні аспекти самопрезентації. Цієї ж думки дотримуються такі вчені як О. Л. Доценко [3], В. М. Шепель [11] та ін. Так, В. М. Шепель визначає самопрезентацію як уміння подавати

себе, привертаючи до себе увагу, актуалізуючи інтерес людей до якихось своїх якостей [11]. У зарубіжній психології самопрезентація розглядається як прояв демонстративної поведінки в міжособистісному спілкуванні, а сама демонстративна поведінка розглядається як одна з форм поведінки соціальної (Е. Е. Jones [12], R. R. Vallacher [12], E. Weinstein [12] та ін.). На думку О. Л. Доценко, управління образами є одним із видів маніпуляції. Саме маніпуляція, згідно Г. Шиллеру, розглядається як приховане примушення, програмування думок, намірів, відчуттів, відносин, установок і поведінки. За основними положеннями теорії когнітивного дисонансу, самопрезентація розглядається як один із прийомів усунення дисонансу: різні уявлення й установки особистості узгоджуються один з одним, і людська свідомість прагне виключити суперечності між окремими когнітивними елементами, тим самим усунути виникаючий дисонанс.

Жодна соціальна взаємодія не обходиться без презентації себе, своїх особистісних або професійних якостей. Опиняючись у ситуації міжособистісного спілкування, кожна людина негайно стає суб'єктом самопрезентації. Незалежно від усвідомленості своїх поведінкових дій, вона пред'являє партнеру зі спілкування інформацію про себе за допомогою різних символічних знаків (зовнішнього вигляду, навколишнього простору – офісу, дома, соціальних символів престижу і статусу – марки автомобіля, телефону та ін.), а також своєю вербальною і невербальною поведінкою. Автоматично, з моменту початку спілкування партнер, сприймаючи як усвідомлено, так і частково, і неусвідомлено, цю інформацію, стає об'єктом самопрезентації. Тобто самопрезентація справді є засобом управління враженням, яке суб'єкт сам продукує, формує.

Самопрезентація як своєрідна маніпулятивна технологія передбачає, що головним у ній є прагнення до того, щоб у об'єкта самопрезентації в момент розставання з суб'єктом виникло відчуття, що без подальшої співпраці ніяк не обійтись, виникла свого роду залежність (А. В. Брушлінський [1], І. Гофман [2] та ін.). Щоб володіти ситуацією спілкування повною мірою суб'єкт повинен володіти широким спектром знань, умінь і навичок, до яких можна віднести:

– уміння швидко і точно розпізнавати властивості і стан конкретної людини;

– уміння створювати позитивне враження про себе за допомогою міміки, пантоміміки, інтонацій, риторичних оборотів;

– уміння зв'язно пояснити, ненав'язливо показати конкретній людині ті нові можливості, які вона отримує після початку співпраці;

– уміння показати навички ділової взаємодії з тим, щоб продемонструвати свою здатність цінувати своє і чужий час, оптимально організовувати ділову діяльність.

Самопрезентація як невід'ємна частина індивідуальної соціальної ситуації кожної людини дозволяє:

– отримувати від інших людей потрібні ресурси (матеріальні, інформаційні, емоційні та інші). Людина, що вмє подати себе, легше за інших влаштується на роботу, сподобається чоловікові або жінці, знайде спільну мову з керівником і т.д.;

– конструювати образ власного Я. Образ Я залежить не тільки від власних переконань суб'єкта, але також і від того, як, на його думку, його бачать інші;

– відносно гладко протікати соціальним контактам. У спілкуванні це дозволить істотно згладити моменти критики, понизити конфронтацію й агресію.

Загалом у процесі спілкування і соціальної взаємодії, за допомогою самопрезентації, суб'єкт здатний не тільки дивитися на себе очима партнера, але і коректувати власну поведінку відповідно до його очікувань, якщо його мета – створити найбільш сприятливе враження. Побічно це дозволяє контролювати і поведінку інших людей.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, самопрезентація у процесі життєдіяльності суб'єкта є важливим регулятором його соціальної поведінки. Під час розгляду проблем соціальної детермінації поведінки особистості особливу увагу приділяють специфіці пізнання навколишнього світу, усвідомленню свого ставлення до нього, пізнанню себе як суб'єкта діяльності, вдосконаленню себе, прагненню досягти самоповаги та успішної взаємодії з людьми з найближчого оточення.

Індивідуальний досвід кожного поступово реалізується у формах стійкої індивідуальної поведінки та власного стилю самопрезентації, на який суттєво впливають особливості соціалізації та соціальної адаптації, самосприйняття особистості та взагалі індивідуальної соціальної ситуації розвитку особистості, що містить у

собі конкретних референтних персоналіїв, цілісну структуру емоційно-комунікативних та ціннісних відносин суб'єкта.

Література:

1. Брушлинский А. В. Проблема субъектности в психологической науке / А. В. Брушлинский // Психологический журнал, 1991. – № 6. – С. 311.
2. Гофман И. Представление себя другим / И. Гофман// Современная зарубежная социальная психология. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – С. 188–196.
3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции / Е. Л. Доценко. – М., 1997. – 344 с.
4. Носенко Е. Л. Емоційний інтелект як соціально значуща інтегральна властивість особистості / Е. Л. Носенко // Психологія і суспільство. – 2004. – № 4. – С. 95–110.
5. Обухова Л. Ф. Возрастная психология / Л. Ф. Обухова. – М. : Педагогическое общество, 2001. – 442 с.
6. Овчарова Р. В. Справочная книга социального педагога / Р. В. Овчарова. – М. : ТЦ Сфера, 2004. – 480 с.
7. Петровский А. В. Популярные беседы о психологии / А. В. Петровский. – М. : Педагогика, 1989. – 224 с.
8. Розум С. И. Психология социализации и социальной адаптации человека / С. И. Розум. – Речь. – 2006. – 365 с.
9. Федоров И. А. Имидж как программирование поведения людей / И. А. Федоров. – Рязань, 1997. – 240 с.
10. Федоров И. А. Основы социального поведения / И. А. Федоров. – Тамбов : ТГПИ, 1993. – 305 с.
11. Шепель В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – М., 1994. – 320 с.
12. Gleitman H. Basic psychology / H. Gleitman. – N.Y., 1986.