

УДК 159.923

А. О. Кононенко

канд. психол. наук, доцент

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ТА ІНДИВІДУАЛЬНА СОЦІАЛЬНА СИТУАЦІЯ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

В сучасній психологічній науці самопрезентація розглядається 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 присутня в різних ситуаціях; має місце і в тривалому взаємозв'язку суб'єктів, такому як шлюб. Але вона не обов'язково включає свідому увагу і контроль.

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

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 наш погляд, самопрезентація як складне та неоднозначне утворення виступає 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 у інших людей враження про себе. Успіх самопрезентації залежить від уміння подати себе іншим людям, привернути до себе увагу, актуалізувати інтерес людей до своїх якостей.

Спілкуючись з різними людьми, беручи участь в 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 з природною самопрезентацією існує і 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 в пред'явленні свого зовнішнього образу оточуючим.

У зв'язку з цим необхідно, на наш погляд, 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 сенсі вона заснована на включенні всього багатства суспільних відносин в структуру людської особистості. «Частка» власне соціальної поведінки суб'єктів в їх житті варіюється, залежить від установок самої людини і від специфіки соціальних ситуацій. При цьому слід уточнити можливі критерії власне соціальної поведінки. Початкове уявлення про такі критерії, згідно І. О. Федорову [9], відображене на рис. 1.

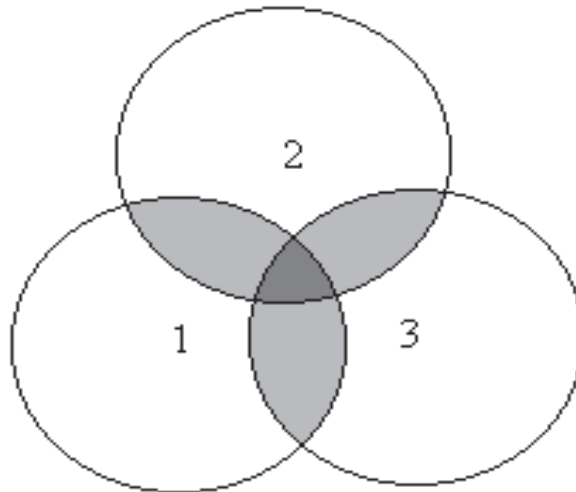


Рис. 1. Можливі критерії соціальності поведінки
Примітка: 1 — минуле; 2 — сьогодення; 3 — майбутнє

Такі критерії повинні охоплювати одночасно минуле (1), сьогодення (2) та майбутнє (3) у житті суспільства та людини (на рисунку — «трикутник історичного часу» МСМ). Згідно першому критерію (1), соціальною є поведінка, орієнтована на загальнолюдські цінності. Ми, услід за І. О. Федоровим, називаємо такий критерій конвенціональним, оскільки він описує як соціальні ті 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 поняттях:

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

Аналіз даних понять уявляється нам дійсно необхідним, тому що не уявляючи того, що ми під ними розуміємо, ми не взмозі будемо дослідити основні механізми та структурні компоненти самопрезентації, тому що 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 сензитивності, які дозволяють йому інтегруватися у суспільстві та вести себе адаптивно.

Поєднати соціальне та індивідуально-особистісне в процесі соціалізації вдалося, на наш погляд, 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, усі 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 в процесі соціалізації особистості ґрунтується на спроможності суб'єкта адекватно розпізнавати витoki власних емоцій та емоцій інших людей, здійснювати на цьому підґрунті самоконтроль, самосприйняття, підтримувати доброзичливі стосунки з навколишніми, самотивувати власну діяльність.

Основними мотивами, що сприяють процесу соціалізації, Е. Носенко вважає:

- 1) пізнання навколишнього світу,
- 2) усвідомлення свого ставлення до нього,
- 3) пізнання себе як суб'єкта діяльності,
- 4) удосконалення себе,
- 5) прагнення досягти самоповаги та успішної взаємодії з іншими людьми, котрі перебувають у найближчому оточенні.

Отже, виходячи з проаналізованих даних, в самому процесі соціалізації можна виділити наступні елементи:

- суб'єкт соціалізації, який може виступати також і як об'єкт соціалізації;
- середовище — простір, в якому цей процес триває (в ролі середовища можуть виступати безпосереднє оточення індивіда, сукупність умов його соціальної ситуації розвитку, міжособистісні відносини, діяльність тощо);
- власне процес соціалізації як сукупність інтеріоризації та екстріоризації;
- зміст процесу соціалізації (знання, цінності, досвід та ін.).

Загальне уявлення про елементи соціалізації, які провокують виникнення самопрезентації, можна створити відповідно до ідей І. О. Федорова [9], на рис. 2, де такі процеси та елементи показані в найбільш абстрактному вигляді.

Мета даної схеми — описати загальний механізм виникнення самопрезентації. Кореляція процесів, що викликають формування самопрезентації, в рисунку не враховується. Сама самопрезентація особистості позначена знаком «Sp». Її виникнення пов'язане з діалектикою взаємодії трьох процесів:

- буття психіки (знак «А»);
- буття соціальних ролей (знак «В»);
- вплив макросоціальних дій на життя людини або соціальної групи (знак «С»).

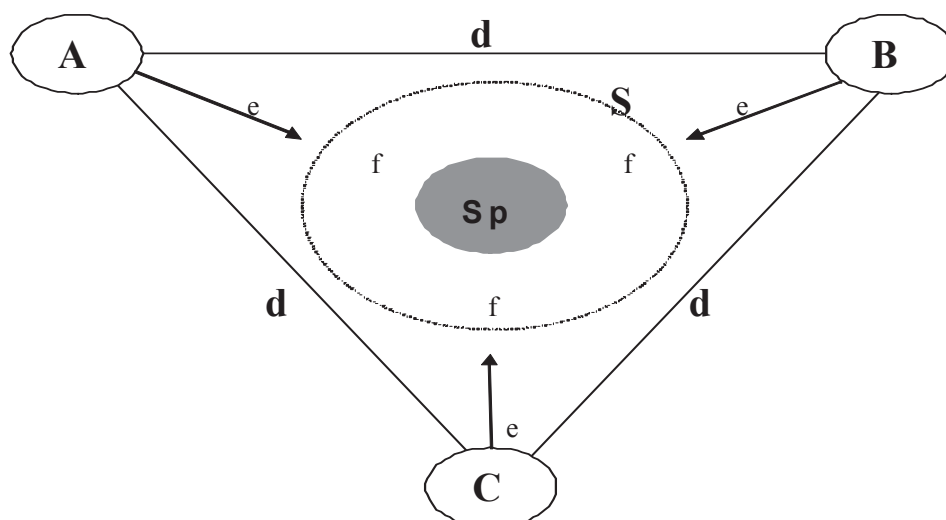


Рис. 2. Виникнення самопрезентації (за І. О. Федоровим)

Всі три блоки, що впливають на становлення самопрезентації (тут і далі їх називатимемо А-, В-, С-процеси), — процеси надзвичайно суперечливі і динамічні, що позначається і на самій структурі самопрезентації, яка характеризується високою пластичністю і неоднозначністю взаємодій з будь-якими «зовнішніми» феноменами. Вплив на самопрезентацію процесів А-, В-, С-типу опосередкований ситуацією (знак «S»), яка є своєрідним полем поведінкових взаємодій. Таке поле стихійно орієнтує буття самопрезентації, причому ситуація має помітні ступені свободи, не копіюючи автоматично якість конкретних процесів А-, В-, С-типу, які лише «задають» саму необхідність і логіку зміни ситуацій (знак «e» на малюнку).

Самосприйняття розглядається в науці як основа формування позиції суб'єкта, без якої подальший процес соціалізації та адаптації утруднюється, а інколи стає неможливим.

Самосприйняття розуміється не тільки як процес орієнтування людини у власному внутрішньому світі, але й як наслідок розуміння, 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. Розуму, 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 в цілому у взаємодії його аспектів [6]. Розвивальні аспекти середовища можуть бути представлені у 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 з людьми, до яких індивід є найбільш чутливий, які викликають його позитивний емоційний відгук);

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

Отже, на наш погляд, 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]. В 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], Е. Weinstein [12] та ін.). На думку О. Л. Доценко, управління образами є одним з 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 з прийомів усунення дисонансу: різні уявлення і установки особистості узгоджуються один з одним, і людська свідомість прагне виключити суперечності між окремими когнітивними елементами, тим самим усунути виникаючий дисонанс.

Для досягнення даної мети особистість використовує такі прийоми, як:

- спотворення думки інших про себе;
- взаємодія з людьми, які здатні своїм відношенням підтримувати вибраний даною особистістю імідж;
- побудова своєї поведінки так, щоб викликати у оточуючих бажане уявлення про себе.

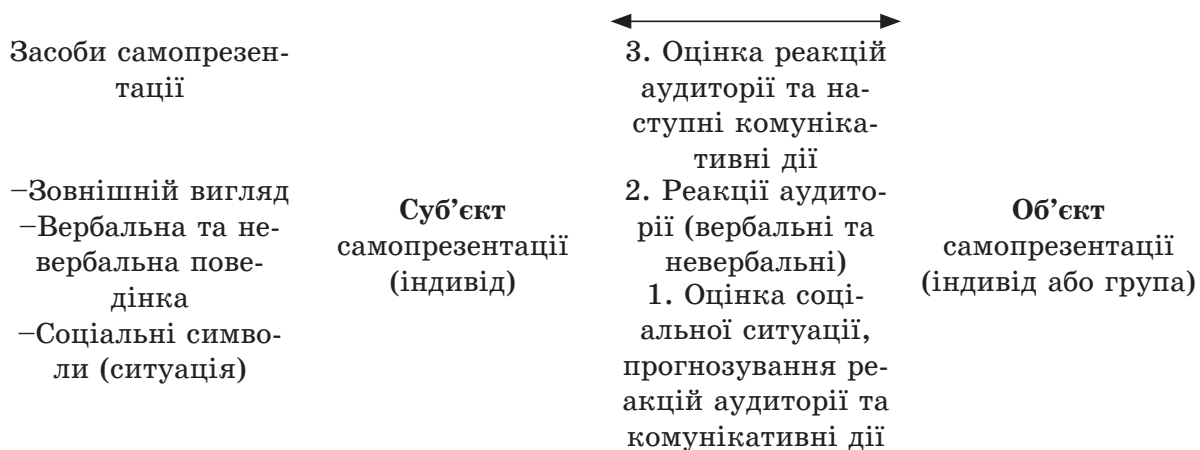
Навмисно або ненавмисно, індивід може поводитися так, щоб викликати у оточуючих відгук, відповідний його уявленню про себе.

Жодна соціальна взаємодія не обходиться без презентації себе, своїх особистісних або професійних якостей. Опиняючись в 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 (таблиця 1).

Таблиця 1

Схема здійснення самопрезентації в процесі міжособистісної взаємодії



Автоматично, з моменту початку спілкування партнер, сприймаючи як усвідомлено, так і частково неусвідомлено, цю інформацію, стає об'єктом самопрезентації. Тобто самопрезентація дійсно виступає засобом управління враженням, яке суб'єкт сам продукує, формує.

Самопрезентація як своєрідна маніпулятивна технологія передбачає, що головним в ній виступає прагнення до того, щоб у об'єкта самопрезентації в момент розставання з суб'єктом виникло відчуття, що без подальшої співпраці ніяк не обійтися, 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 отримає після початку співпраці;
- уміння показати навички ділової взаємодії з тим щоб продемонструвати свою здатність цінувати свій і чужий час, оптимальним чином 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 уміє 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 і агресію.

В цілому, в процесі спілкування і соціальної взаємодії, за допомогою саамопрезентації 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.

Основні самопрезентаційні стратегії отримання позитивного ставлення людей — це:

- вираз своєї симпатії до іншої людини.
- створення видимості схожості.
- збільшення своєї фізичної привабливості.
- демонстрація власної скромності.

Таким чином, самопрезентація в процесі життєдіяльності суб'єкта виступає важливим регулятором його соціальної поведінки. При розгляді проблем соціальної детермінації поведінки особистості особлива увага приділяється специфіці пізнання навколишнього світу, усвідомленню свого ставлення до нього, пізнанню себе як суб'єкта діяльності, удосконаленню 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, самоприйняття особистості та, взагалі, індивідуальної соціальної ситуації розвитку особистості, що містить в собі конкретні референтні персоналії, цілісну структуру емоційно-комунікативних та ціннісних відносин суб'єкта.

Список літератури

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

А. А. Кононенко

канд. психол. наук, доцент

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ИНДИВИДУАЛЬНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ СИТУАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ

Резюме

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, такой как брак. Но она не обязательно включает сознательное внимание и контроль.

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

A. Kononenko

Candidate of psychological science, assistant of professor

I. I. Mechnikov Odessa national university

SELF-PRESENTATION AND THE INDIVIDUAL SOCIAL SITUATION OF PERSONALITY

Summary

In modern psychological science self-presentation is examined as a mean of confirmation of appearance I and supports of self-appraisal, that, self-presentation is the realized or unrealized process (depending on a situation) which is carried out an active subject. Samoprezentaciya in the realized or unrealized kind presents polymodal description, it is carried out, coming from the great number of reasons; it is in different situations; takes a place and in the protracted intercommunication of subjects, such as marriage. But it includes conscious attention and control not necessarily.

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