

УДК 159.923

**Кононенко Анатолій Олександрович**

доктор психологічних наук, доцент

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

e-mail: anatol\_kononenko@mail.ru

ORCID 0000–0002–5583–9036

**СОЦІОПСИХОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ**

Складність та змістовна неоднозначність феномена самонрезентації в сучасній науці розкривається в різноманітних підходах до визначення досліджуваного психічного явища. *Саме* соціально-психологічний підхід розглядає самонрезентацію як постійний процес, *загальну особливість соціальної поведінки особистості*, охоплює діяльнісний та соціальний аспекти самонрезентації. Самонрезентація в даному контексті — це саморозкриття в міжособистісному спілкуванні через демонстрацію своїх думок, характеру тощо. **Ключові слова:** самонрезентація, особистість, соціально-психологічний підхід, соціальна поведінка.

**Постановка проблеми.** Представлена в даній статті проблема вносить суттєвий внесок в розробку фундаментальної проблематики розвитку особистості, вона є значущою і в практичному відношенні, оскільки особливості та структурна організація стилів самонрезентації особистості та пов'язані з ними проблеми її функціонування в індивідуальному соціально-психологічному просторі актуалізують питання саморозкриття, гармонізації суб'єкта не тільки з самим собою, але й з усією спільнотою. Аналіз підходів, що склалися в сучасній психології, до проблеми самонрезентації особистості дозволяє констатувати концептуальну неповноту поглядів на структурний склад і психологічний зміст феномена самонрезентації особистості, недостатню їх практичну спрямованість на конкретні сфери діяльності та вікові прошарки, що створює передумови для доповнення її дослідження іншими аспектами. І, перш за все, на наш погляд, виникає необхідність вивчення структурно-функціональної організації самонрезентації як самостійного феномена психології особистості, як системного утворення, сформованого в процесі індивідуального розвитку суб'єкта, з опорою на сучасні психологічні концепції даного поняття та виявлення місця кожної з них в системі психологічного знання, виходячи з того, з якими саме особистісними процесами або функціями пов'язують самонрезентацію дослідники.

**Результати аналізу останніх публікацій.** Проблема самонрезентації особистості вперше була поставлена у межах символічного інтеракціонізму. Г. Блумер, І. Гофман, Ч. Кулі, М. Кун, Т. Макпартленд, Дж. Мід, Т. Шибутані та ін. представники цього напрямку психології досліджували моделі, стратегії та техніки самонрезентації тощо. В психологічній літературі са-

мопрезентація розглядалася як загальна особливість соціальної поведінки особистості, що змінює свій характер залежно від цілей «актора» і обставин (Т. Лірі, Д. Маркус, А. Шленкер та ін.); як свідомо поведінка, спрямована на створення певного враження в оточуючих (Д. Майєрс, М. Рієс, Дж. Тедеші); як засіб підтвердження образу Я та підтримки самооцінки (М. Вейголд, Р. Ковальські та ін.). Встановлено, що традиції дослідження самопрезентації здебільшого представлені опосередковано: через методологічні механізми відображення дійсності (М. М. Бахтін, С. Л. Рубінштейн) та онтогенетичні аспекти свідомості та самосвідомості (Г. О. Балл, В. Л. Зливков, І. С. Кон, С. Д. Максименко, М. І. Лісіна, К. Є. Панасенко, Н. В. Серебрякова, М. Л. Смільсон, Н. В. Чепелева, М. В. Яремчук та ін.).

**Мета статті** — виокремити соціопсихологічні підходи дослідження самопрезентації особистості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Самопрезентація є не тільки засобом формування образу Я, вона як би виходить з соціальних стандартів, які формуються в суспільстві. Це у першу чергу розмежування реального і ідеального образу, створення моделі поведінки, яка на даний момент відповідає виконуваним ролям, іміджу, соціально прийнятній моделі.

Оскільки самопрезентації особистості орієнтовані зовні та спрямовані на певні соціально-особистісні очікування, на наш погляд, значне теоретичне підґрунтя даного дослідження складають саме соціопсихологічні аспекти даного феномена.

Перше, що можна відзначити, описуючи феномен самопрезентації, це різноманіття провідних властивостей, що відповідають за становлення та прояв даного психічного утворення. Людина — істота багатобічна, багатовимірною та складно організована. Низка властивостей особистості доступна безпосередньому сприйняттю, це, перш за все, зовнішні особливості. Відповідно, мають місце спроби сприйняття та опису людини тільки на основі її візуально сприйманих зовнішніх особливостей.

Але, як підкреслюють В. І. Слободчиков та Є. І. Ісаєв, специфічною особливістю людини є наявність у неї як би подвійного життя: зовнішнього, безпосередньо спостережуваного, і внутрішнього, прихованого від сторонніх очей. У внутрішньому житті людина мислить, планує, веде внутрішній діалог з собою. Суб'єктивний світ людини складно організований, безмежний у просторі і включає всі вимірювання часу: минуле, сьогодення, майбутнє і навіть — вічне. Тобто, на наш погляд, самопрезентація особистості займає проміжне місце між зовнішнім, безпосередньо спостережуваним світом, і внутрішнім світом, прихованим від сторонніх очей. Людський суб'єктивний світ — це мир свідомості і самосвідомості, завдяки чому людина як би виходить за межі самої себе, займає позицію над ситуацією.

За В. І. Слободчиковим та Є. І. Ісаєвим, особливості психічного життя суб'єкта багато у чому визначаються характером індивідуального способу існування у світі (вважаємо, що це стосується й індивідуальної, суб'єктивно обраної моделі самопрезентації) [12]. Ми згодні з тим, що розуміння і можливості дослідження самопрезентації особистості потребують особливого понятійного оформлення. Так, як вихідну категорію, яку необхідно по-

класти в основу дослідження даного феномена, можна узяти пропонувану В. І. Слободчиковим та Є. І. Ісаєвим суб'єктивність.

Суб'єктивність — це категорія, що виражає сутність внутрішнього світу особистості, вона є формою буття людини, формою психічного і загального позначення внутрішнього світу. Для нашого розуміння внутрішньої структури моделі самопрезентації особистості є важливим підхід до суб'єктивності як до факту об'єктивної реальності, що дозволяє припустити її входження до складу реальних життєвих процесів особистості, а тому ми можемо стверджувати, що суб'єктивне само по собі одночасно є об'єктивним. Внутрішній світ людини, її свідомість та суб'єктивність початково виступає не як ставлення до дійсності, а як відношення в самій дійсності, що суттєво полегшує розуміння внутрішньої природи самопрезентації, яка розташована у внутрішньому світі суб'єкта та водночас спрямована зовні.

Людська суб'єктивність є формою практичного освоєння світу. Само виникнення і існування суб'єктивності обумовлене реалізацією саме практичних ставлень людини до іншої людини, світу, суспільства, історії, самої себе, оволодінням і свідомою регуляцією цих ставлень.

Можна прямо сказати, що в людині суб'єктивне все, що забезпечує їй можливість і здатність встати в практичне відношення до свого життя, до самої себе, тобто й феномен самопрезентації несе відбиток суб'єктивності як особливої форми загального, опосередковано-рефлексивного позначення індивідом свого внутрішнього світу. Мірою об'єктивності суб'єктивних явищ і дій людини виявляється їх включеність в реальну практику її життя.

Соціопсихологічні передумови дослідження самопрезентації припускають, що сприйняття суб'єкта іншими людьми через призму основної моделі самопрезентації містять у собі й елементи стереотипізації, оскільки завдяки стійкому стилю самопрезентації оточуючі визначають, до якої соціальної групи або культури належить суб'єкт, наділяють його певними рисами та іншими характеристиками.

В даному випадку включається механізм стереотипізації як детермінований культурою конструкт, що схематизує відносини.

Але, на наш погляд, ототожнювати конструкти самопрезентації та стереотипізації не зовсім коректно, оскільки проблема стереотипа — це проблема або стандарту сприйняття і ставлення, або стандарту поведінки.

Проблема самопрезентації — це завжди проблема індивідуалізації (точніше диференціації), оскільки існуюча безліч відмінностей у поведінці та самоподанні потребує поєднання цих відмінностей у певні стандартні набори або симптомокомплекси. Тобто, на наш погляд, між стереотипізацією поведінки та самопрезентацією існують складні відносини «загального та приватного». Стереотип сприйняття і ставлення пов'язаний не тільки з функціонуванням когнітивних схем на рівні психіки індивіда, але і з наявністю групових образів соціальних об'єктів, тобто якогось стандартизованого (інституціоналізованого) ставлення до об'єкта і стандартизованого (інституціоналізованого) уявлення про нього.

Для нашого концептуального підходу до розуміння ступеня оригінальності та неповторності диференціальних моделей самопрезентації дослід-

ницький інтерес представляють погляди Г. Теджфела на рівні існування та функціонування стереотипів.

Він виділяє дві функції на індивідуальному і дві — на груповому рівні. До індивідуального рівня Г. Теджфел відносить:

- 1) когнітивну функцію (яка припускає схематизацію і спрощення досвіду, що набувається суб'єктом або вже придбаний); та
- 2) ціннісно-захисну функцію (створення і збереження позитивного Я-образу).

До групового або соціального рівня ним були віднесені:

- 1) ідентифікуюча функція (створення і збереження позитивного образу); та
- 2) ідеологізуюча функція (формування і підтримка групової ідеології, пояснюючої і регулюючої поведінку групи; створення і збереження вони-образу).

На наш погляд, визначені Г. Теджфелом комунікативні підстави всіх чотирьох функцій можуть бути використані для теоретичного обґрунтування глибоко психологічної ролі самопрезентації у життєдіяльності суб'єкта.

1. Когнітивна функція — допомагає суб'єкту організувати свої уявлення про світ, пояснити явища і події, що відбуваються. Когнітивні схеми представлені так званою «міфологічною матрицею», що включає кожне нове знання в деяке іманентне суб'єкту поле, в яке, у свою чергу, включається індивідуальна свідомість, що створює якийсь загальний об'єктивний локус-контроль, пояснює все для «Я».

2. Ціннісно-захисна функція припускає наявність у суб'єкта так званої «загальної віри», цінностей, встановлення обов'язкового «зворотного зв'язку» в системі «цінності — індивідуальна свідомість». Інший предстає одночасно і як об'єкт ціннісної екстраполяції і суб'єкт верифікації інтеріоризованої ціннісної системи. Інша людина є необхідною в даному контексті для «пожвавлення» власних ціннісних позицій суб'єкта, для повторення та закріплення стилю самопрезентації.

3. Ідентифікуюча функція в найширшому смислі дозволяє людині протистояти негативній інформації про себе саму, підтримувати стан позитивної «включеності» у спільноту. Нульове значення Я, або так зване «порожнє ідентифікаційне місце» вимагає свого заповнення і усвідомлення за допомогою залучення, інтерполяції у спільноту опису Я, за допомогою співвідношення себе з соціокультурним образом Я, створюючи таким чином позитивний образ «Я-у-спільноті». Коди поведінки, володіючи константно-якісною дихотомією «передача/розуміння», забезпечують відносно «непорушність» уявлень про себе-у-спільноті.

За допомогою віднесення «Я-образу» до позитивної опису Я передача коду інтерполює «Я-образ» в систему «Ми-образ» і моделює «необхідне», «правильне» його розуміння. Формулою реалізації цієї функції в освітньому культурному просторі є конструкт «Я є той, яким мене сприймають Інші».

4. Ідеологізуюча функція припускає віднесення моделі самопрезентації до певної універсальної, надситуативної реальності, певної міфологічної структури. У контексті інтерполяції індивіда у якесь універсальне поле стійких моделей оцінювання, поведінки і відносин, ця функція предстає

як така, що акумулює всі вищеперелічені. Міфологеми, присутні на рівні індивідуальної свідомості, і можливість їх повторення як умова включення в комунікативно-ідеологічний простір, формують культурний і соціальний світ особистості та визначають межі культурно і ідеологічно допустимого в контексті моделі самопрезентації.

Суть соціального аспекту самопрезентації особистості в контексті теорії Г. Теджфела полягає у співучасті з іншими в сприйнятті світу і дії на нього через презентацію власних рис та паттернів поведінки. Причому процес співучасті Г. Теджфел визначає через поняття очікування і оцінки поведінки іншої людини [19]. Очікування і оцінки у нього є індивідуальною стороною норм і цінностей. Цілі дій людей, відзначав він, не можна зрозуміти без аналізу їх систем цінностей [19]. Нові норми і цінності лягають в основу нової ідеології, нового бачення світу в тій або іншій групі, нового позиціонування себе як суб'єкта.

Процес породження цього нового позиціонування Г. Теджфелу представляється наступним чином: прагнучи до досягнення якої-небудь мети і використовуючи для цього ті або інші засоби, суб'єкт виявляє, що його норми та цінності вступають в конфлікт з нормами та цінностями інших соціальних суб'єктів. Зняття конфлікту, на думку вченого, можливо двома способами: або суб'єкт адаптує свою нормативно-ціннісну систему до інших систем, або, навпаки, прагне їх переробити. Цей конфлікт є однією з детермінант не тільки створення нової ідеології, але і трансформації самої особистості та способів її позиціонування себе. Дане припущення Г. Теджфела представляється нам дуже важливим для нашого дослідження, для розуміння соціально-психологічних аспектів самопрезентації суб'єкта.

Основна модель людини, що лежить в основі парадигми самопрезентації, — це людина, яка створює і інтерпретує свої внутрішні смисли за допомогою індивідуально-особистісних та соціально спрямованих симптомокомплексів.

Одним з теоретичних підґрунть дослідження моделей самопрезентації особистості можуть виступати основні тези теорії самокатегоризації Дж. Тернера [20]. Самокатегоризація розглядається ним як когнітивне групування себе з деяким класом ідентичних об'єктів або самоподання у певному контексті.

Базовими постулатами теорії самокатегоризації є виділення трьох її рівнів:

- самокатегоризація себе як людської істоти (людська ідентичність);
- групова самокатегоризація (соціальна ідентичність);
- особистісна самокатегоризація (персональна (особистісна) ідентичність).

За Дж. Тернером, між вираженістю одного рівня самокатегоризації та іншими її рівнями існує функціональний антагонізм: з позицій особистісної ідентичності людина не бачить схожості між групами, з позицій групової ідентичності — не розрізняє індивідуальних характеристик окремих членів групи. Категоризувавши себе зі своєю групою, у пошуках позитивних відмінностей від інших груп суб'єкти поводитимуться груповим чином. Сприйняття та подання себе як члена інгрупи (відмінного від члена

аутгрупи) знижує сприйняття себе як унікального індивіда (відмінного від членів інгруни), тобто відбувається деперсоналізація сприйняття. Це призводить до того, що люди починають сприймати себе та інших як взаємозамінні, ідентичні елементи однієї категорії, що значно обмежує можливість самопрезентаційної поведінки суб'єкта у різних соціальних ситуаціях.

Клініко-психологічні, глибинні аспекти становлення основних моделей самопрезентації створюють, на наш погляд, здобутки К. Хорні щодо основних стратегій компенсації базальної тривоги. Фактично через призму теорії К. Хорні можна розглядати стилі самопрезентації як різновид захисних стратегій особистості, які допомагають долати відчуття недостатньої безпеки, безпорадності і ворожості (що властиве суб'єктам з базальною тривогою).

К. Хорні описала десять таких стратегій, що отримали назву **невротичних потреб** або невротичних тенденцій. К. Хорні стверджувала, що ці потреби присутні у всіх людей, оскільки вони допомагають справлятися з відчуттями знедоленості, ворожості і безпорадності, неминучими у житті будь-кого. К. Хорні пояснює, що невротик, на відміну від здорового, обирає якусь одну потребу і використовує її без розбору у всіх соціальних взаємодіях.

Вчена розділила список з десяти потреб на три основні категорії. Кожна з категорій є стратегією оптимізації міжособистісних відносин з метою досягнення відчуття безпеки у навколишньому світі. Інакше кажучи, її дія полягає в зниженні тривоги і досягненні більш-менш прийняттого життя. Крім того, кожну стратегію супроводить певна основна орієнтація у відносинах з іншими людьми. На наш погляд, означені стратегії можна розглядати як предиктори самопрезентаційної поведінки особистості. Термін «самопрезентація», як правило, використовується як синонім управління враженням для позначення численних стратегій і технік, що застосовуються індивідом при створенні та контролі свого зовнішнього іміджу і враження про себе, які він демонструє оточуючим.

**1. Стратегія орієнтації на людей: поступливий тип** — припускає стиль взаємодії, для якого характерні залежність, нерішучість і безпорадність. Поступливому типу необхідно, щоб його потребували, любили, захищали і керували ним. Такі люди зав'язують відносини з єдиною метою — уникнути відчуття самоти, безпорадності або непотрібності. Проте за їх люб'язністю може ховатися пригнічена потреба поводитися агресивно. Хоча і здається, що така людина бентежить у присутності інших, тримається в тіні, під цією поведінкою часто ховаються ворожість, злість і лють.

**2. Стратегія орієнтації від людей: відособлений тип** — виявляється у тих індивідів, які дотримуються захисної установки: «Мені все одно». Для відособленого типу характерна установка жодним чином не дати себе захопити, чи йде мова про любовний роман, роботу або відпочинок. В результаті такі люди втрачають дійсну зацікавленість в інших, звикають до поверхневої насолоди — вони просто безпристрасно йдуть по життю. Для цієї стратегії характерне прагнення до відокремленості, незалежності і самодостатності.

**3. Стратегія орієнтації проти людей: ворожий тип** — характерні домінування, ворожість і експлуатація. Ворожий тип дотримується думки, що всі інші люди агресивні і що життя — це боротьба проти всіх. Тому будь-які ситуації або відносини він розглядає з позиції: «Що я від цього матиму?» незалежно від того, про що йде мова — гроші, престиж, контакти або ідеї. К. Хорні відзначала, що ворожий тип здатний діяти тактовно і дружньо, але його поведінка у результаті завжди націлена на отримання контролю і влади над іншими. Все спрямовано на підвищення власного престижу, статусу або задоволення особистих амбіцій. Таким чином, в даній стратегії виражається потреба експлуатувати інших, отримувати суспільне визнання і захоплення.

З позиції К. Хорні, ці основоположні стратегії в міжособистісних відносинах коли-небудь застосовує кожен з людей, тобто вони певним чином присутні у моделях самопрезентації. Більш того, за К. Хорні, всі ці три стратегії знаходяться між собою в стані конфлікту як у здорової, так і у невротичної особистості. Проте у здорових цей конфлікт не несе в собі такого сильного емоційного заряду, як у хворих невротиками. Здоровій людині властива велика гнучкість, вона здатна міняти стратегії згідно з обставинами. А невротик не в змозі зробити правильний вибір між цими трьома стратегіями, коли він вирішує питання, що встають перед ним, або буде відносини з іншими. Він використовує тільки одну з трьох стратегій незалежно від того, годиться вона в даному випадку чи ні. З цього виходить, що невротик в порівнянні із здоровою людиною має незрілу, несформовану модель самопрезентаційної поведінки та завдяки її ригідності розв'язання життєвих проблем не є таким ефективним.

### Список використаних джерел та літератури

1. Андреева Г. М. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: учеб. пособие для вузов / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 287 с.
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. — М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. — 380 с.
3. Кононенко А. О. Самопрезентація викладача вищої школи. Теорія та практика: Монографія / А. О. Кононенко // SCIREG С CORPORATION, EIN 33–1219486, San Jose, California, USA. — Certificate № 3600998250. — КПУ: Запоріжжя, Донецьк: Донбас, 2014. — 339 с.
4. Мороз О. Г. Педагогіка і психологія вищої школи: Навчальний посібник / Мороз О. Г., Падалка О. С., Юрченко В. І. — К.: ППУ, 2003. — 267 с.

### References

1. Andreeva G. M. (2002) *Zarubezhnaja social'naja psihologija XX stoletija*[Foreign social psychology of the twentieth century]. Moscow: Aspect Press [in Russian].
2. Gofman I. (2000) *Predstavlenie sebja drugim v povsednevnoj zhizni*[Presentation of each second in everyday life]. Moscow: KANON-press-TS, Kuchkovo pole [in Russian].
3. Kononenko A. O. (2014) *Samoprezentacija vkladacha vishhoi shkoli*[Self-presentation of the teacher of high school]. CPU: Zaporozhye, Donetsk: Donbass [in Ukrainian].
4. Moroz O. G. (2003) *Pedagogika i psihologija vishhoi shkoli: Nauchal'nij posibnik*[Pedagogy and psychology of higher school: tutorial]. Moscow: NPU [in Russian].

**Кононенко А. А.**

доктор психологических наук, доцент

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

## **СОЦИОПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ САМОПРЕЗЕПТАЦИИ ЛИЧНОСТИ**

### **Резюме**

Сложность и содержательная неоднозначность феномена саморепрезентации в современной науке раскрывается в разнообразных подходах к определению исследуемого психического явления. Именно социально-психологический подход рассматривает саморепрезентацию как постоянный процесс, общую особенность социального поведения личности, охватывает деятельностный и социальный аспекты саморепрезентации. Саморепрезентация в данном контексте — это самораскрытие в межличностном общении через демонстрацию своих мыслей, характера.

**Ключевые слова:** саморепрезентация, личность, социально-психологический подход, социальное поведение.

**Anatoly A. Kononenko**

DrSc in Psychology, Associate

Odessa I. I. Mechnikov National University

## **SOCIOPSYCHOLOGICAL APPROACHES TO STUDY OF SELF- PRESENTATION OF PERSONALITY**

### **Abstract**

The complexity and substantive ambiguity of the phenomenon of self-presentation in contemporary science reveals the varied approaches to the definition of the studied psychic phenomena. It is socio-psychological approach considers a self-presentation as an ongoing process, a common feature of social behavior personality, covers the activity and social aspects of self-presentation. Self-presentation in this context is self-disclosure in interpersonal communication through demonstration of their thoughts, nature. The purpose of this article is to highlight the socio-psychological aspects of self-presentation. In modern psychological science recognizes the multifunctionality of teaching, in particular, the ability in each event to highlight the educational, educational and developmental aspects of variability, lack of strict determinism of events, prediction of possible development of events and relations in the team of students, continuous professional reflection, and the like. However, the analysis noted the lack in the scientific literature, indicators and models of individual styles of self-presentation of the faculty of socio-humanitarian disciplines at higher education institutions. Specified actualizes the need to identify the conceptual foundations of structural-functional models of self-presentation of teacher of the social Sciences and the Humanities, taking into account the multidimensional and multilevel phenomena that are discussed.

**Key words:** self, personality, socio-psychological approach, social behavior.

*Стаття надійшла до редакції 20.04.2017*