

СОЦІОПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЯК ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ СТВОРЕННЯ ЇЇ МОДЕЛІ

УДК 159.923

Кононенко А. О.

У статті визначені основні теоретичні підстави створення моделі самопрезентації. Соціопсихологічні передумови дослідження самопрезентації допускають, що сприйняття суб'єкта іншими людьми через призму основної моделі самопрезентації містять у собі елементи стереотипизації.

Ключові слова: самопрезентація, суб'єктивність, стереотипизація, самокатегоризація, Я-образ.

В статье определены основные теоретические основания создания модели самопрезентации. Социопсихологические предпосылки исследования самопрезентации допускают, что восприятие субъекта другими людьми через призму основной модели самопрезентации содержат в себе элементы стереотипизации.

Ключевые слова: самопрезентация, субъективность, стереотипизация, самокатегоризация, Я-образ.

The basic theoretical grounds of creation of model of self-presentation are certain in the article. Social-psychological pre-conditions of research of presentation assume that perception of subject by other people through the prism of basic model of presentation are contain the elements of stereotypification.

Keywords: self-presentation, subjectivity, stereotypification, self-kategorization, self-image.

Самопрезентація є не тільки засобом формування образу Я, вона, немов би, виходить із соціальних стандартів, які формуються в суспільстві. Це, насамперед, розмежування реального і ідеального образу, створення моделі поведінки, яка на цей момент відповідає ролі, іміджу, соціально прийнятній моделі.

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

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

Але, як підкреслюють В.І.Слободчиков та Є.І.Ісаєв, специфічною особливістю людини є наявність у неї немов би подвійного життя: зовнішнього, безпосередньо спостережуваного, і внутрішнього, прихованого від сторонніх очей [5]. У внутрішньому житті людина мислить, планує, веде внутрішній діалог

із 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 світ свідомості і самосвідомості, завдяки чому людина немов би виходить за межі самої себе, займає позицію над ситуацією [5].

За В.І.Слободчиковим та Є.І.Ісаєвим, особливості психічного життя суб'єкта багато в чому визначаються характером індивідуального способу існування у світі (вважаємо, що це стосується й індивідуальної, суб'єктивно обраної моделі самопрезентації) [5]. Ми згодні з тим, що розуміння і можливості дослідження самопрезентації особистості потребують особливого понятійного оформлення. Таким чином, як вихідну категорію, яку необхідно покласти в основу дослідження цього феномена, можна узяти запропоновану В.І.Слободчиковим та Є.І.Ісаєвим суб'єктивність [5].

Суб'єктивність — це категорія, що виражає сутність внутрішнього світу особистості, вона є формою буття людини, формою психічного і загального позначення внутрішнього світу. Для 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 можна 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 зобумовлене реалізацією саме практичних ставлень людини до іншої людини, світу, суспільства, історії, самої себе, оволодінням і свідомою регуляцією цих ставлень.

Можна сказати, що в людині суб'єктивне все, що забезпечує їй можливість і здатність відноситися 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 у реальну практику її життя [4].

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.

У цьому випадку включається механізм стереотипізації як детермінований культурою конструкт, що схематизує відносини [4].

Але, на наш погляд, отожднювати 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, оскільки наявна 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 частного». 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 [4].

Для нашого концептуального підходу до розуміння ступеня оригінальності та неповторності диференціальних моделей самопрезентації дослідницький інтерес представляють погляди Г.Теджфела на рівні існування та функціонування стереотипів [8].

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);
- 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);
- 2) ідеологізуюча функція (формування і підтримка групової ідеології, що пояснює і регулює поведінку групи; створення і збереження вони-образу) [8].

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

1. Когнітивна функція - допомагає суб'єкта 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 предстас одночасно і як об'єкт ціннісної екстраполяції і суб'єкт верифікації інтеріоризованої ціннісної системи. Інша людина є необхідною в цьому 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, інтерпеляції 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 відносну «непорушність» уявлень про себе-у-спільноті.

За допомогою віднесення «Я-образу» до позитивного опису Я передавання коду інтерпелює «Я-образ» в систему «Ми-образ» і моделює «необхідне», «правильне» його розуміння [8]. Формулою реалізації цієї функції у 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 інтерпеляції 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 [8].

Суть соціального аспекту самопрезентації особистості в контексті теорії Г. Теджфела полягає у співучасті з іншими у 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 [8]. Очікування і оцінки у нього є індивідуальною стороною норм і цінностей. Цілі дії людей, відзначав він, не можна зрозуміти без аналізу їх систем цінностей [8]. 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 [8]. 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-психологічного 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 [9]. 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 інгрупи), тобто відбувається деперсоналізація сприйняття. Це призводить до того, що люди починають сприймати себе та інших як взаємозамінні, ідентичні елементи однієї категорії, що значно обмежує можливості 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 [7]. 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 впоратися 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, кожній стратегії супроводить певна основна орієнтація у відносинах з іншими людьми. На наш погляд, означені стратегії можна розглядати як предиктори самопрезентаційної поведінки особистості, яка теж. Термін «самопрезентація», як правило, використовується як синонім управління враженням для позначення багаточисельних стратегій і техніки, вживаних індивідом при створенні і контролі свого зовнішнього іміджу і враження про себе, які він демонструє тим, що оточують.

1. Стратегія орієнтації на людей: поступливий тип – припускає стиль взаємодії, для якого характерні залежність, нерішучість і безпорадність. Поступливому типу необхідно, щоб любили його, 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 бентежиться 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 ситу-

ації 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 цій 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 все 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 обставинам. А невротик не в змозі зробити правильний вибір між цими трьома стратегіями, коли він вирішує питання, що постають перед ним, або буде відносини з іншими. Він використовує тільки одну з трьох стратегій незалежно від того, підходить вона до даного випадку чи ні. Таким чином, невротик, в порівнянні із здоровою людиною має незрілу, несформовану модель самопрезентаційної поведінки, та, завдяки її ригідності, розв'язання життєвих проблем, не є таким ефективним.

Отже, ми спробували визначити основні теоретичні підстави дослідження моделей самопрезентації, виходячи з функцій останніх, і з'ясували, що підґрунтям вивчення даного психічного феномену виступають соціопсихологічні підходи (Г. Тэджфел, Дж. Тэрнер, С. Московичи, К. Хорні).

Література

1. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания / Б.Г.Ананьев. — СПб. : Питер, 2002. — 228 с.
2. Балин В.Д. Психическое отражение: элементы теоретической психологии/ В.Д. Балин — СПб. : Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2001. — 376 с.
3. Веккер Л.М. Мир психической реальности: структура, процессы и механизмы/ Л.М. Веккер — М. : Информационно-издательское агентство «Русский мир», 2000. — 512 с.
4. Ганзен В. А. Системные описания в психологии/ В.а.Ганзен, — Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1984. - 176 с.
5. Князева Е.Н. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомеры/ Е.Н.Князева, С.П Курдюмов — СПб. : Алетейя, 2002. — 414 с.
6. Панферов В.Н. Основания интегративных моделей психической организации человека/ В.Н. Панферов //Психолого-педагогические проблемы развития личности в современных условиях: Тезисы докладов Межвузовской научной конференции, Санкт-Петербург, 18-20 мая 1999 г. — СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И.Герцена. — С. 3-6.
7. Horney K. Neurosis and Human Growth: The Struggle Toward Self-Realization/ K. Horney. — N.Y.: W.W.Norton & Co, 1950. — 318 p.
8. Tajfel H. Social identity and intergroup relations/ Tajfel H. —Cambridge, Paris, 1982.
9. Turner Social J. Categorization and Self-concept: A social cognitive theory of group behaviour/ J.Turner //Advances in group processes. London, 1985. P. 77-121.