

Самопрезентация личности в современном мире

В современном мире с развитием информационных технологий и формированием межкультурных взаимоотношений растет обмен социокультурными ценностями. В сфере изменчивых аспектов современного мира, человек стремится быть актуальным, соответствовать современным тенденциям, но при этом сохраняя свою индивидуальность. В этом процессе самопрезентация личности играет важную роль. Активизируется потребность в знании определенных стратегий и тактик взаимодействия, в новом имидже и соответствующих средствах самопредъявления.

Человек как существо социальное, безусловно, вовлечен в коммуникативный процесс, и обладая навыками самопрезентации, а именно самораскрытия и самопредъявления, он может намного успешнее реализовать свои потребности, как в общении, так и посредством общения. Самовыражение личности играет важную роль в социальном взаимодействии и коммуникации людей, выступая в качестве механизма для адаптации к окружающей среде.

Самопрезентация - процесс представления человеком собственного образа в социальном мире, характеризующийся намеренностью на создание у окружающих определенного впечатления о себе. Самопрезентация является своеобразным мостом, посредником между внутренним миром человека и внешним миром других людей. Понятия «самопредъявление» и «самоподача» тождественны понятию «самопрезентация», являются внешним проявлением «Я». Понятия «самораскрытие» и «самовыражение» являются проявлением внутреннего «Я» и могут выступать в качестве самостоятельных терминов, раскрывающих внутреннюю сущность субъекта самопрезентации [4].

И. Гофман, являясь сторонником расширенного подхода к трактовке проблем самопрезентации и управления впечатлением, рассматривает самопрезентацию как постоянный процесс, изменяющий свой характер в зависимости от целей личности и обстоятельств, как общую особенность социального поведения. Человек в процессе социального взаимодействия способен не только смотреть на себя глазами партнера, но и корректировать собственное поведение в соответствии с ожиданиями другого, чтобы создать наиболее благоприятное впечатление о себе и достичь наибольшей выгоды от этого взаимодействия [1].

Ребенок, с малых лет проходя этап социализации - адаптируется к окружающему миру, копирует модель поведения взрослых, проявляет интерес к определенным вещам, уже в подростковом возрасте стремления, предпочтения и интересы приобретают более ярко выраженные черты и в процессе коммуникативной активности проявляется самопрезентация. Вступая же во взрослую жизнь, где человек самоактуализируется, реализует себя, имеет определенные жизненные цели, позиции - процесс самопредъявления личности приобретает более многогранную форму.

В области исследований перфекционизма появилось понятие перфекционистской самопрезентации, которая тесно связана с навыком решения социальных проблем [2]. Перфекционизм в научном понимании отражает стремление личности к совершенству; предъявление к себе, к окружающим и в целом к жизни чрезвычайно высоких требований и

нереалистичных стандартов. Таким образом, перфекционизм включает в себя не только личностный стиль, определяющий желаемые границы достижений личности, но и социально-ориентированный стиль, отражающий значимость социокультурного аспекта перфекционизма [3].

Истоки перфекционизма непосредственным образом связаны с детским опытом. Родители изначально задают ребенку высокие поведенческие стандарты и требуют подчинения данным требованиям. Если родители ребенка чрезмерно критичны, требовательны, редко проявляют одобрение, как следствие, ребенок таких родителей стремится стать совершенным, чтобы избежать неодобрения других и принять самого себя через сверхчеловеческие усилия и грандиозные достижения. У ребенка нет права на ошибку, ему всегда приходится удовлетворять родительские ожидания и избегать критики. Любовь родителей чаще может быть зависима от результатов деятельности и достижений ребенка, поэтому он постепенно приходит к убеждению, что только хорошее выполнение какой-либо работы делает его ценным. Если при этом со стороны родителей присутствует любовь, такие дети получают эмоциональное преимущество и будут способны впоследствии планомерно и легко добиваться своих целей. Они отличаются от сверстников высокой успеваемостью, ответственностью, организованностью и исполнительностью. Таким детям свойственно стремление лучше других сделать задание и всегда использовать при подготовке дополнительный материал. Для них характерен очень высокий уровень притязаний, но при этом неустойчивая самооценка. Им важно быть лучшими, и делать что-то не просто хорошо, а блестяще [3].

Перфекционизм является личностной чертой. Пол, возраст и образование человека не оказывают влияния на проявление перфекционистских черт. Несмотря на многочисленные дискуссии и попытки исследователей установить рамки и границы понятия «перфекционизм», он до сих пор остается сложным личностным конструктом без четко определенной структуры. Соответствие высоким стандартам поощряется и культивируется современным социумом. С одной стороны, перфекционизм имеет дисфункциональную природу. Постоянное и чрезмерное стремление к совершенству приводит к хроническому дискомфорту и низкой продуктивности. С другой стороны, определенные перфекционистские черты могут представлять собой конструктивные стремления к достижениям цели [3].

Перфекционистская самоподача как явление современной жизни может быть связана не только с дезадаптацией, но и с нормальным адаптивным существованием. Когда человек получает позитивный настрой от усердной работы и её блестящих результатов, стремится к самосовершенствованию и в результате достигает заслуженного успеха. Сегодня ценятся профессионализм, интеллект, прагматизм, благосостояние. Современный мир делает ставку на успешных, целеустремленных людей, знающих, что им нужно от этой жизни, и умеющих достигать высот. Таким людям присущи нормальные, здоровые перфекционистские черты, но они вовсе не страдают патологическим перфекционизмом. Люди редко пытаются избавиться от перфекционизма, если он работает в их пользу. Сложности начинаются именно тогда, когда это качество начинает создавать им проблемы [3].

Так, П. Хьюиттом была разработана единственная на сегодняшний день модель перфекционистской самопрезентации, отражающая три грани данного феномена: демонстрацию совершенства (стремление казаться безупречным в глазах окружающих, вызывать своим совершенством восхищение и уважение других), поведенческое не проявление несовершенства (стремление вести себя таким образом, чтобы скрыть собственное несовершенство от других), вербальное не проявление несовершенства (стремление избежать признания собственного несовершенства перед другими) [2].

Самопрезентация личности является общей, фундаментальной характеристикой социального поведения. Научные подходы к изучению и пониманию самопрезентации позволяют говорить, что самопрезентация является сложным социально-психологическим феноменом, в котором интегрируются и выражаются различные особенности личности [4].

Человек использует различные формы самопрезентации, для управления впечатлением о себе и достигает определенных эффектов, связанных с их применением. Различные авторы выделяют разные стратегии, тактики и техники самопрезентации. Согласно распространенному мнению, «стратегическая самопрезентация» предполагает продолжительный период времени и является формой вложения в будущее. «Тактическая самопрезентация» является кратковременным явлением и направлена, как правило, на создание желаемого впечатления» [4]. Стратегия самопредъявления является совокупностью поведенческих актов личности, разделенных во времени и пространстве, направленных на создание определенного образа в глазах окружающих. Тактика самопредъявления – это определенный прием, с помощью которого реализуется выбранная стратегия. Стратегия самопрезентации может включать в себя множество отдельных тактик. Э. Джонс и Т. Питтман создали одну из первых классификаций стратегий самопредъявления, основанную на целях и тактиках, которые используют люди в общении с окружающими:

1. Стремление понравиться. Основная тактика - угождать другим людям, льстить и соглашаться, предъявлять социально-одобряемые качества. Цель – казаться привлекательным, вызвать симпатию.

2. Самопродвижение. Основная тактика - доказательство своего превосходства и хвастовство. Цель – казаться компетентным, заслужить уважение.

3. Примерность. Основная тактика - демонстрация духовного превосходства, сочетается с хвастовством и стремлением обсуждать и осуждать других людей. Цель – казаться морально безупречным, достойным подражания.

4. Запугивание. Основная тактика - угроза. Цель – казаться опасным, продемонстрировать силу, которая заставляет окружающих подчиняться.

5. Демонстрация слабости или мольба. Основная тактика – просить о помощи, умолять. Цель – казаться слабым.

Р. Баумайстер выделяет две стратегии самопрезентации, различающихся по способам, которыми они достигаются, и по наградам, которых они достигают: убажывающая стратегия – направлена на то, чтобы выставить себя в выгодном свете, управляется внешними критериями (подстройка под аудиторию) и достигает внешней награды – одобрения; самоконструирующая –

критерии и награды внутри самого человека, человек поддерживает и укрепляет свое «идеальное Я», которое и производит впечатление на окружающих.

Д. Тедески и Линдсколд выделяют два вида стратегий: утверждающая стратегия - предполагает поведение, направленное на создание позитивной идентичности в глазах окружающих; оборонительная стратегия - направлена на восстановление позитивной идентичности и устранение негативного образа.

Российский специалист Г.В. Бороздина предложила следующие «техники самоподачи»: самоподача превосходства – выделение, акцентирование внешних признаков превосходства в одежде, манере речи, поведения; самоподача привлекательности – создание гармоничного облика за счет приведения одежды в соответствие с внешними данными; самоподача отношения – демонстрация партнеру своего отношения к нему вербальными и невербальными средствами; самоподача состояния и причин поведения – привлечение внимания к той причине собственных действий, которая кажется партнеру наиболее приемлемой.

Человек применяет множество тактик самопредъявления в зависимости от ситуации, в которой он оказался, но при этом у него существуют наиболее предпочитаемые приемы, которые наиболее адекватно соответствуют его имиджу. Каждый человек выстраивает свой образ, исходя из своего пола, возраста, принадлежности к определенной культуре, слою общества, профессии и своих личностных особенностей [5].

Очень важную роль в самопрезентации человека играют средства самопредъявления, а именно внешность, костюм и речь, которые также являются неотъемлемой частью для создания благоприятного имиджа.

Внешность человека достоверно отражает главные характеристики человека, которые учитываются в общении с ним окружающими людьми: пол, возраст, социальный статус, личностные черты и пр. Внешность служит средством категоризации людей и их идентификации с разными социальными группами. Она достаточно достоверно свидетельствует о физическом и психическом состоянии человека в конкретный момент времени. Поэтому люди достаточно большое значение придают собственной внешности и внимательно относятся к внешности других людей. Внешность выполняет очень важные функции для адаптации человека к социальной среде: функцию телесного воплощения человека; является основой для формирования Я-концепции личности и средством обретения социальной и личностной идентичности; является выражением внутреннего мира личности; служит средством коммуникации. С. В. Попов выделяет во внешнем облике человека две группы признаков: собственные, которые неотъемлемо принадлежат данному человеку (возраст, рост, пол, национальность, строение тела и его частей, осанка, походка, мимика, речь) и сопутствующие, которые дополнительно его характеризуют (одежда, обувь и пр.) [5].

Костюм несет в себе большое количество информации о владельце и обладает сложной символической системой, обусловленной его формой, цветом, стилем, составом и является выражением его индивидуальности. По мнению М. И. Килошенко, «костюм является средством самопрезентации личности; это не только внешние признаки и характеристики представляемой

индивидуальности, но и средство воздействия на других людей». Основные характеристики, по мнению М. И. Килошенко, которые отражает костюм: классовая дифференциация, богатство, респектабельность, половая принадлежность, принадлежность к определенной идеологической группе, вкус человека, культурная принадлежность, а также личностные особенности человека, его возраст, темперамент, коммуникативные качества и многое другое. Костюм выполняет многие функции самовыражения: идентификация – с помощью определенного костюма человек, прежде всего, стремится вписаться в определенную социо-культурную среду; саморегуляция – с помощью одежды человек может существенно повлиять на свое настроение, собранность, самоощущение, создать у себя определенную установку на предстоящее взаимодействие; регуляции межличностных отношений с помощью одежды человек может сигнализировать о своей закрытости или открытости, о стремлении доминировать или подчиняться, проявлять активность или быть пассивным. Костюм больше, чем другие средства самовыражения, позволяет отобразить индивидуальность человека. Функция воплощения индивидуальности в определенный образ связана с преобразовательной функцией костюма, которая состоит в воздействии на окружающих [5].

Речь человека содержит много информации о нем как личности и его состоянии в данный момент. Вербальную составляющую речи человека определяют, в первую очередь, особенности его языка. Невербальное сопровождение речи больше отражает энергетические характеристики личности, а также ее эмоциональное состояние. В. А. Лабунская отмечает, что невербальное речевое поведение дополняет, замещает, предвосхищает, регулирует речевое высказывание. Без этого канала коммуникации речь человека утрачивает большой процент информации [5].

На основании анализа различных представлений о сути самопрезентации можно сделать вывод, что самопрезентация – это в различной мере осознаваемый и постоянно осуществляемый в межличностном взаимодействии процесс предъявления Я-информации в вербальном и невербальном поведении субъекта самопрезентации с учетом специфики социальной ситуации [4].

Явное внимание к проблеме самопрезентации указывает на важность и значимость данного вопроса. Самопрезентация неотъемлемый атрибут любого социального взаимодействия. Быстро сменяющийся ритм социальных условий современного мира требует быстрой адаптации человека, обладание определенными стратегиями и тактиками самопрезентации, средствами самопредъявления и умением создавать благоприятный имидж во многом будет определять успешность самореализации личности, способствовать успешности профессиональной деятельности, а также гармонизации межличностных отношений.

Литература:

1) Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-пресс-Ц-Кучково-поле, 2000.

2) Золотарева А.А. Перфекционистская самопрезентация и особенности ее диагностики [Электронный ресурс] // Клиническая и специальная психология. 2018 Том 7 № 1 С. 104–117. doi: 10.17759/psyclin.2018070108

3) Ландрева К. С. Перфекционистская самопрезентация образа «Я» в общении // Современная психология: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, июнь 2012 г.). — Пермь: Меркурий, 2012. — С. 51-55.

4) Пикулева О.А. Психологическая многозначность понятия «самопрезентация личности» // Теоретические исследования, Социальная психология и общество №2, 2013.

5) Шкуротова И.П. Самопредъявление личности в общении: монография / И.П. Шкуротова. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2009. – 192 с.

Составитель: студентка ФГБОУ ВО «УдГУ», магистратуры ИППСТ Бегоян М.С., проходившая практику в БУСО УР «Со Действие».