

REFERENCES

- Berdayayev. 1936* – Berdayayev N. A. Pamyati Georgiya Ivanovicha Chelpanova // Put (Parizh). – 1936. – № 50 (yanvar – mart – aprel). – S. 56-57.
- Zenkovskiy. 1936* – Zenkovskiy V. V. Pamyati prof. G.I.Chelpanova. – «Put». – № 50 (yanv–mart–aprel) / V. V. Zenkovskiy. – Parizh. 1936. – S. 53–56.
- Pisma.... 1992* – Pisma k Gustavu Shpetu G. I. Chelpanova. L. I. Shestova. B. V. Yakovenko, R. O. Yakobsona i dr. / Publikatsiya. predisloviye i kommentarii I. Chubarova. //Logos. Filosofsko-literaturnyy zhurnal. – №3. – М.: «Logos». 1992. – S. 243-263.
- Chelpanov. 1910* – Chelpanov G. Dzhems kak psikholog // Voprosy filosofii i psikhologii. – 1910. – Kniga IV (104). – S. 437-456.
- Chelpanov. 1912* – Chelpanov G. I. Mozg i dusha: Kritika materializma i ocherk sovremennykh ucheniy o dushe / G. I. Chelpanov. – М. : Tipo-litografiya I. N. Kushnerev i Ko. – 1912. – 320 s.
- Chelpanov. 1904* – Chelpanov G. I. Otchet o deyatelnosti Psikhologicheskoy seminarii za 1897—1902 gg./G.I.Chelpanov // Trudy psikhologicheskoy seminarii pri Universitete Sv. Vladimira. Т. 1. Vyp. 1. – Kiyev: Tip. Imperat. Un-ta Sv. Vladimira. 1904. – S. 1-11.

УДК 159.923.2

Тетяна Чигирин

ПРОБЛЕМА ЕФЕКТИВНОСТІ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

У статті представлено результати теоретичного дослідження проблеми ефективності самопрезентації особистості. Визначено поняття самопрезентації, ефективної самопрезентації, виділено три рівні ефективності самопрезентації – ефективна, з достатнім рівнем ефективності і неефективна самопрезентація. Самопрезентація особистості розглядається як поведінковий компонент структури особистості, у якому реалізується прагнення особистості створити бажаний і водночас адекватний соціальній ситуації образ власного «Я» у сприйнятті інших людей в процесі взаємодії та спілкування з соціумом. Виділено п'ять етапів формування самопрезентації: поведінка людини у процесі спілкування з соціумом; відображення реакції соціуму на поведінку у дзеркальному «Я»; співвіднесення «Я-реального» з «Я-ідеальним» і «Я-дзеркальним»; формування і коригування глобального образу «Я» особистості; самопрезентація. Переходи від одного етапу до іншого відбуваються завдяки таким механізмам як первинна і вторинна ідентифікація, рефлексія та емпатія.

Ключові слова: самопрезентація, ефективна самопрезентація, самопрезентація з достатнім рівнем ефективності, неефективна самопрезентація.

В статті представлені результати теоретического исследования проблемы эффективности самопрезентации личности. Определено понятие самопрезентации, эффективной самопрезентации, выделено три уровня эффективности самопрезентации – эффективная, с достаточным уровнем эффективности и неэффективная самопрезентация. Самопрезентация рассматривается как поведенческий компонент структуры личности, в котором реализовывается стремление личности создать желаемый и в то же время адекватный социальной ситуации образ собственного «Я» в восприятии других людей в процессе взаимодействия и общения с социумом. Выделено пять этапов формирования самопрезентации: поведение человека в процессе общения с социумом; отражение реакции социума на поведение в зеркальном «Я»; соотношение «Я-реального» с «Я-идеальным» и «Я-зеркальным»; формирование и корректировка глобального образа «Я» личности; самопрезентация. Переходы от одного этапа к другому происходят благодаря таким механизмам как первичная и вторичная идентификация, рефлексия и эмпатия.

Ключевые слова: самопрезентация, эффективная самопрезентация, самопрезентация с достаточным уровнем эффективности, неэффективная самопрезентация.

The article represents results of theoretical research of the efficiency of personality self-presentation. Definition of self-presentation is proposed as a behavioral component of personality structure in which individual aspirations to create desired and at the same time adequate to social situation image of his own «I» in perception of others in the process of interaction and communication with society are implemented. Self-presentation is a process that is always carried out during interaction and communication between people. The process of self-presentation is profound. There are five steps of self-presentation modeling – people's behavior inside communication processes with others; the reflection of the reaction of society on human behavior in the mirror I; value of the I-real, I-ideal and I-mirror personality; formation and adjustment of the global image of the personality; actually self-presentation. Transitions from one stage to another occur due to mechanisms such as primary and secondary identification, reflection and empathy. The study of effective self-presentation is impossible without the feedback of the immediate social environment. Therefore, definition of effective self-presentation is successful, creative personality feed to the surrounding social environment, because of which the necessary and desirable perception of the personal «I» image is provided by other people due to its use of appropriate situations of interaction and communication of species, strategies and tactics of self-presentation. Defined three levels of self-presentation: effective, sufficient and ineffective levels of self-presentation. For the objective determination of the self-presentation's level, it is necessary to count the number of elections of the subject of self-presentation in a social group regarding typical and situational self-presentation. Each person has a certain repertoire of self-presentation behavior with a variety of strategies and tactics, which uses in accordance with the situation and own psychological peculiarities.

Keywords: self-presentation, effective, sufficient and ineffective levels of self-presentation, personality, social interaction, communication, interaction, attitude, relationship.

Постановка проблеми. Зростання соціальної напруги у міжособистісних, міжгрупових та міждержавних стосунках, посилення конкуренції у всіх сферах життєдіяльності актуалізує дослідження проблеми самопрезентації особистості. Пошук визначення поняття самопрезентації в україномовних, російськомовних та англійськомовних словниках виявив, що це поняття на рівні психологічного узагальнення відсутнє. Аналіз інших джерел психологічної інформації вказує на те, що дослідники під цим поняттям здебільшого розуміють різноманітні особливості поведінки людини в соціумі. Як правило, самопрезентацію розглядають як сукупність певних стратегій і тактик поведінки, а її успішність розуміють як наявність у поведінковому репертуарі особистості великої кількості стратегій і тактик самопрезентації. Відтак інструментальність цього поняття стала підґрунтям для створення великої кількості тренінгів, спрямованих на формування навичок успішної самопрезентації. Проте залишається відкритим питання чи дійсно розширення поведінкового репертуару самопрезентації визначає її ефективність, які насправді критерії ефективності самопрезентації варто застосовувати, а також які рівні ефективності самопрезентації доцільно виділити.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Проблемою дослідження самопрезентації почали займатися ще в середині ХХ сторіччя,

але через відсутність єдиної понятійної системи і єдиних методологічних принципів це явище є мало розробленим як вітчизняними, так і зарубіжними психологами. Вперше дослідження самопрезентації було здійснено І. Гофманом у контексті соціальної драматургії. Як набір певних стратегій і тактик самопрезентацію розглянули М. Вейголд, Б. Шленкер, Д. Майерс, І. Джонс, Т. Пітман, Ю. Жуков, О. Доценко та багато ін. Самопрезентацію як саморозкриття особистості в міжособистісному спілкуванні через демонстрацію власних думок, поглядів, прагнень, рис характеру, певної поведінки і зовнішнього вигляду розглянули Р. Баумейстер, О. Капустюк та інші. О. Михайлова вивчала складові успішної самопрезентації під час публічного виступу.

Мета статті. Теоретичне дослідження феномену самопрезентації особистості, а також визначення рівнів та критеріїв її ефективності.

Вклад основного матеріалу. Ґрунтовний теоретичний розгляд різноманітних наукових підходів дозволив визначити самопрезентацію як поведінковий компонент структури особистості, у якому реалізується прагнення особистості створити бажаний і водночас адекватний соціальній ситуації образ власного «Я» у сприйнятті інших людей в процесі взаємодії та спілкування з соціумом [Чигирин, 2016: с. 5]. Насправді процес самопрезентації впливає не лише на соціальну сферу особистості, а, що найважливіше, на ставлення людини до себе та часто може ставати причиною соціальних страхів, установок, прагнень. Тобто процес самопрезентації носить глибинний характер. Схематично процес формування самопрезентації особистості в онтогенезі зображено на рис. 1.

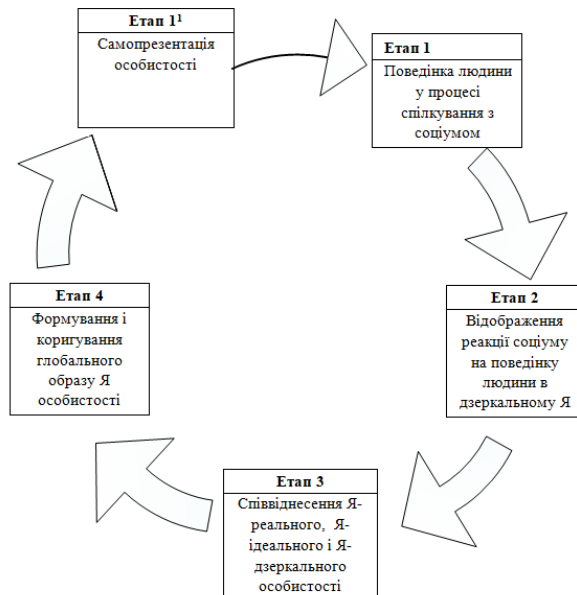


Рис. 1. Модель формування самопрезентації особистості в онтогенезі

У цій моделі відображено процес формування самопрезентації особистості в онтогенезі. На першому етапі людина певним чином поводить себе у процесі спілкування іншими людьми. Далі соціум певним чином реагує на самопрезентацію, що відображається у дзеркальному Я особистості. Відтак, процес самопрезентації актуалізує дзеркальний образ Я особистості, в якому відображається реакція соціального оточення на власне самопрезентацію. Далі особистість співставляє своє реальне Я з дзеркальним та ідеальним Я на емоційному, поведінковому і когнітивному рівнях. У результаті формується і коригується образ Я і Я-концепція особистості, що у подальшому впливає на наступну самопрезентацію.

Наприклад, зразу після народження малеча включається у процес безпосереднього емоційного спілкування з найближчим соціальним оточенням. Як результат взаємодії з дорослим у дитини формується так званий «комплекс пожвавлення» – зорове зосередження на обличчі дорослого, пожвавлений рух ручками і ніжками, голосова реакція у відповідь на ласкаві слова і усмішку. При чому найінтенсивніші та найяскравіші позитивні емоції немовляти викликає посмішка дорослого. За умови позитивного відображення реакції найближчого оточення у дитини формується відкритість і довіра до світу, а отже – новий поведінковий сценарій [Ельконин, 1989: с. 47].

Переходи від одного етапу до іншого відбуваються завдяки таким механізмам як первинна і вторинна ідентифікація, рефлексія та емпатія. Так, спочатку дитина пізнає себе через самоотождолення, наприклад, з референтним дорослим своєї статі або героєм улюбленої казки, імітуючи його поведінку. Далі соціальне оточення певним чином реагує на імітації дитини і дає зворотній зв'язок. Якщо реакція оточення позитивна, можна припустити закріплення певного поведінкового сценарію у подальшій взаємодії з людьми, що уніфікує і полегшує спілкування та взаємне пізнання. З розвитком у особистості виникає вміння бачити ситуацію очима партнера, посісти місце партнера по спілкуванню, а саме рефлексія. Розвиток рефлексії дозволяє людині створювати власний поведінковий репертуар і формувати нові стратегії й тактики самопрезентації. Уміння сприйняти почуття іншої людини як власні (емпатія), здатність до емоційного відгуку – необхідний компонент спілкування та специфічний засіб пізнання людини людиною і власне самопізнання. Тобто емпатія емоційно збагачує самопрезентацію особистості, що забезпечує підвищення якості спілкування і взаємодії [Психологія..., 2000: с. 431].

Ефективність самопрезентації, як правило, розглядається в межах практичної психології і описується як віртуозне застосування різноманітних стратегій і технік від час публічних виступів, ділових зустрічей, романтичних побачень тощо. Таке розуміння ефективності самопрезентації є досить поверховим і залишає багато питань. Насамперед, пропонуємо розглянути визначення ефективності. Так, у тлумачному словнику української мови ефективний (від лат. *effectivus* –

Psychology

дієвий, творчий) – той, який приводить до потрібних результатів, наслідків, дає найбільший ефект, а ефективність – результат, наслідок будь-яких причин, сил, дій [Великий тлумачний..., 2009: с. 492]. Тобто, ефективну самопрезентацію можна визначити як дієву, творчу подачу особистістю себе оточуючому соціальному середовищу, внаслідок якої забезпечується потрібне й бажане сприйняття образу «Я» особистості іншими людьми завдяки використанню нею відповідних ситуації взаємодії та спілкування видів, стратегій і тактик самопрезентації. Для дослідження ефективності самопрезентації недостатньо вивчати психологічні особливості окремої людини, адже її уявлення про те, наскільки успішно є її вміння взаємодіяти, спілкуватися, управляти враженням про себе тощо є необ'єктивним. Більше того, виходячи з визначення ефективної самопрезентації не достатньо дослідити уміння продемонструвати заданий, або потрібний образ поведінки, або віддзеркалити поведінку об'єкта самопрезентації, адже це не відображає сутність ефективної самопрезентації особистості. Звідси зрозуміло, що вивчення ефективної самопрезентації неможливе без зворотного зв'язку найближчого соціального оточення щодо самопрезентації суб'єкта [Чигурин, 2016: с. 7].

Можна констатувати, що різноманітні психологічні концепції досить широко описують інструменти самопрезентації – стратегії й тактики, які можуть використовуватись як свідомо, так і неусвідомлено, а також можуть застосовуватись природно, або штучно. *Стратегія самопрезентації* – це загальна система поведінки особистості, яка реалізується у взаємодії та спілкуванні й охоплює тривалий період. *Тактика самопрезентації* – це сукупність поведінкових засобів і прийомів, спрямованих на досягнення короткострокової мети у взаємодії та спілкуванні з людьми. Починаючи з теорії соціальної драматургії І. Гофмана і закінчуючи сучасними дослідженнями самопрезентації, підтверджується той факт, що будь-які інструменти мають бути адекватними ситуації.

Зрештою, важливим питанням теоретичного дослідження проблеми самопрезентації є виділення рівнів її ефективності. Так, у першу чергу варто визначити показники ефективності самопрезентації. З огляду на те, що самопрезентація – це процес, який завжди здійснюється під час взаємодії та спілкування між людьми, то для визначення того чи ефективною була самопрезентація чи ні, потрібно звернутися за зворотнім зв'язком до візаві, або соціального оточення, яке виступило об'єктом самопрезентації. Тобто для того, щоб зрозуміти наскільки успішною була самопрезентація, потрібно з'ясувати враження соціального оточення на самопрезентацію з різних сторін спілкування – комунікативної, інтерактивної і перцептивної та співвіднести з метою самопрезентації. З комунікативного боку слід встановити чи зрозумілою була інформація, яку прагнув донести комунікатор; з інтерактивного – чи вдалося суб'єкту сформувати поле спільних дій; з перцептивного – чи відбулося

порозуміння між комунікатором і реципієнтом. Інакше кажучи, якщо людина не змогла донести суть комунікації, або їй не вдалось побудувати ефективну взаємодію, або виникло певне непорозуміння між об'єктом і суб'єктом самопрезентації, то можна констатувати неефективність власне самопрезентації.

З огляду на те, що наукові дані про критерії або параметри, які можуть використовуватись для визначення успішності самопрезентації, відсутні, пропонуємо запозичити з математики *критерій про необхідність і достатність умов* (з англ. necessary and sufficient conditions). Так, необхідною умовою є властивість об'єкта, яка *визначає* істинність твердження, а достатньою – показник об'єкта, який *може визначати* істинність твердження [*Философский словарь...*, 1981: с. 284]. Наприклад, пропонуємо розглянути твердження: «Хлопець отримує стипендію». У цьому твердженні необхідною умовою є те, що хлопець навчається у навчальному закладі, а достатньою – хлопець навчається без трійок. Отже, для вирішення нашого завдання необхідно визначити, що для ефективної самопрезентації є необхідною умовою, а що – достатньою. Очевидно, що самопрезентація не може здійснюватись поза ситуацією взаємодії та спілкування. Відтак необхідною умовою ефективної самопрезентації є наявність об'єкта самопрезентації, з яким відбувається процес взаємодії і спілкування. Звідси можемо припустити, що достатньою умовою ефективної самопрезентації є певний зворотній зв'язок об'єкта самопрезентації. А отже, постає наступне завдання вимірювання зворотного зв'язку об'єкта самопрезентації. Після ретельного вивчення й аналізу діагностичних методів, які могли б допомогти у вирішенні завдання комплексного дослідження ефективної самопрезентації особистості, ми дійшли висновку, що з існуючих методик жодна не може вирішити це питання. Проте самим доцільним методом дослідження міжособистісних стосунків є запропонована Я. Морено соціометрія [*Морено, 2001: с. 51*]. Головна мета цього методу полягає у дослідженні внутрішніх групових зв'язків та ієрархії в малих соціальних групах, як, наприклад, академічна група студентів певного навчального закладу. Суть методу – дослідження виборів, які зробили члени групи. Проте соціометрія як метод дослідження структури групи не має прямих зв'язків з самопрезентацією особистості. Окрім цього значущим елементом дослідження самопрезентації є вивчення не лише кількості виборів, а і якісний аналіз цих виборів. Отже, соціометричний метод цікавий з точки зору дослідження виборів в малій соціальній групі, в якій суб'єкт самопрезентації взаємодіє і спілкується, але не є вичерпним з точки зору якісного аналізу даних. Тому, для розв'язання питання дослідження ефективної самопрезентації необхідно створити опитувальники, які ґрунтовно зможуть дослідити типову і ситуативну самопрезентацію. Повертаючись до визначення достатньої умови ефективності самопрезентації, пропонуємо сформулювати її як *кількість*

виборів суб'єкта самопрезентації у соціальній групі щодо типової і ситуативної самопрезентації.

Виходячи з достатньої умови самопрезентації особистості можемо виділити три рівні ефективної самопрезентації – *ефективна, з достатнім рівнем ефективності та неефективна*. Так, на *рівні ефективної самопрезентації* людина використовує всі стратегії й тактики, якими можна скористатися для створення бажаного образу Я у сприйнятті соціального оточення. На *достатньому рівні самопрезентації* людина використовує ті стратегії й тактики, яких вистачає, щоб створити бажаний образ Я у сприйнятті соціального оточення. Відповідно на *рівні неефективної самопрезентації* людина або недостатньо використовує, або взагалі не використовує стратегії і тактики, якими потрібно було б скористатися для створення бажаного образу Я у сприйнятті конкретного соціального оточення.

У кожної людини існує певний репертуар самопрезентаційної поведінки з різноманітними стратегіями і тактиками, які вона використовує відповідно до ситуації та власних психологічних особливостей. Так, актори, ведучі, оратори у процесі навчання та трудової діяльності повинні розвивати і застосовувати різноманітні інструменти самопрезентації, що виправдано кінцевою метою їх професійної діяльності – передати своєю грою, виступом задум митця. Психологи, педагоги, представники публічних і соціально орієнтованих професій також повинні мати широкий репертуар самопрезентаційної діяльності, проте без заперечення принципів конгруентності, автентичності, надійності, емпатійності і відкритості [Подшивайлова, 2011: с. 31]. У професійній діяльності інженерів, програмістів, технічних спеціалістів широта поведінкового репертуару самопрезентації не є визначальним чинником. Тому розвиток ефективності самопрезентації для таких спеціальностей знаходиться у межах особистісного вибору. Таким чином, ефективна самопрезентація скоріше визначається певними соціальними, а також індивідуально-психологічними умовами і не завжди є доцільною.

Незважаючи на те, що виділення рівнів самопрезентації нібито підтверджує її інструментальність, проте виникає безліч питань щодо психологічних умов, у яких здійснюється вибір певних видів, стратегій і тактик самопрезентації, а також загальної психологічної характеристики людей з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією.

Висновки. Отже, на основі теоретичного аналізу літературних джерел визначено поняття самопрезентації, ефективної самопрезентації, виділено рівні ефективності самопрезентації. Самопрезентацію пропонуємо розглядати як поведінковий компонент структури особистості, у якому реалізується прагнення особистості створити бажаний і водночас адекватний соціальній ситуації образ власного «Я» у сприйнятті інших людей в процесі взаємодії та спілкування з соціумом.

Ефективна самопрезентація – дієва, творча подача особистістю себе оточуючому соціальному середовищу, внаслідок якої забезпечується потрібне їй бажане сприйняття образу «Я» особистості іншими людьми завдяки використанню нею відповідних ситуації взаємодії та спілкування видів, стратегій і тактик самопрезентації. При чому у кожної людини існує певний репертуар самопрезентаційної поведінки з різноманітними стратегіями і тактиками, які вона використовує відповідно до ситуації і власних психологічних особливостей. Оскільки самопрезентація не може реалізуватись поза соціальним контекстом, необхідною умовою самопрезентації є наявність об'єкта самопрезентації. Достатньою умовою ефективної самопрезентації є зворотній зв'язок об'єкта, який полягає у кількості і якості виборів суб'єкта самопрезентації у соціальній групі щодо типової і ситуативної самопрезентації.

Відтак, було виділено три рівня самопрезентації – ефективна, з достатнім рівнем ефективності і неефективна самопрезентація. На рівні ефективної самопрезентації людина використовує будь-які інструменти з єдиною метою – досягти цілей самопрезентації. На достатньому рівні ефективності людина використовує лише ті інструменти, яких вистачає для досягнення цілей самопрезентації з огляду на ситуацію взаємодії і морально-етичних установок суб'єкта самопрезентації. На неефективному рівні самопрезентації людина або не достатньо, або взагалі не використовує інструменти самопрезентації. Таким чином, у подальшому важливо дослідити, по-перше, соціально-психологічні умови самопрезентації, а по-друге, описати та проаналізувати психологічні профілі особистостей з різним рівнем ефективності самопрезентації.

ЛІТЕРАТУРА

- Великий тлумачний словник...*, 2009 – Великий тлумачний словник сучасної української мови/ уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009 – 1736с.
- Эльконин, 1989* – Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды / Д. Б. Эльконин. – М. : Просвещение, 1989. – 365 с.
- Морено, 2011* – Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе/ Я. Л. Морено; [Пер. с англ. А. Боковой, В. Корзинкина]. – М. : Акад. проект, 2001. – 383 с.
- Подшивайлова, 2011* – Подшивайлова Л. І. Вступ до спеціальності: психологія : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Подшивайлова; Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка. – Кам'янець-Подільський : Буйницький О. А., 2011. – 316 с.
- Психологія, 2000* – Психологія: Підручник / Ю. Л. Трофімов, В. В. Рибалка, П. А. Гончарук та ін.; за ред. Ю. Л. Трофімова. – 2-ге вид. – К. : Либідь, 2000. – 558 с.
- Философский словарь, 1981* – Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. – 4-е изд. – М. : Политиздат, 1981. – 445 с.
- Чигирин, 2016* – Чигирин Т. О. Психологічні умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів: автореф. дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія / Т. О. Чигирин. – К., 2016. – 22 с.

REFERENCES

- Velykyi tлумachnyi slovnyk...*, 2009 – Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy/ uklad. i holov. red. V. T. Busel. – K.; Irpin : VTF «Perun», 2009 – 1736s.

Psychology

- Elkonyn, 1989* – Elkonyn D. B. Yzbrannyye psikhologicheskyye trudy / D. B. Elkonyn. – M. : Prosveshchenye, 1989. – 365 s.
- Moreno, 2011* – Moreno Ya. L. Sotsyometryia: Eksperymentalnyi metod y nauka ob obshchestve / Ya. L. Moreno; [Per. s anhl. A. Bokovykova, V. Korzynkina]. – M. : Akad. proekt, 2001. – 383 s.
- Podshyvailova, 2011* – Podshyvailova L. I. Vstup do spetsialnosti: psikhologhiia : [navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl.] / L. I. Podshyvailova; Kyiv. un-t im. Borysa Hrinchenka. – Kamianets-Podilskyi : Buinytskyi O. A., 2011. – 316 c.
- Psikhologhiia, 2000* – Psikhologhiia: Pidruchnyk / Yu. L. Trofimov, V. V. Rybalka, P. A. Honcharuk ta in.; za red. Yu. L. Trofimova. – 2-he vyd. – K. : Lybid, 2000. – 558 s.
- Fylosofskyy slovar, 1981* – Fylosofskyy slovar / pod red. Y. T. Frolova. – 4-e yzd. – M. : Polytyzdat, 1981. – 445 s.
- Chyhyryn, 2016* – Chyhyryn T. O. Psikhologichni umovy formuvannia efektyvnoi samoprezentatsii maibutnykh psikhologiv: avtoref. dys. ... kand. psikhol. nauk: spets. 19.00.07 – pedahohichna ta vikova psikhologhiia / T. O. Chyhyryn. – K., 2016. – 22 s.