

Варнавська І. В.

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри професійної освіти,

Херсонський державний аграрно-економічний університет

САМОРОЗКРИТТЯ І САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ У СПІЛКУВАННІ

У сучасній психології питання, які можна поєднати під загальною назвою «особистісна представленість людини у спілкуванні», досліджуються як феномен саморозкриття (переважно у межах психології) і як феномен самопрезентація. Під саморозкриттям маємо на увазі повідомлення іншим (партнерові) особистої інформації; під самопрезентацією (чи управлінням враженням) – різні стратегії і тактики, які використовує людина, щоб справити певне враження оточуючих.

За підсумками аналізу досліджень з особистої презентації людини у спілкуванні саморозкриття і самопрезентації можна порівняти з двох підстав (критерії): через специфіку змісту; специфіку призначення (мети) інформації, що передається.

При такому зіставленні виявляється: з одного боку, зміст саморозкриття обмежене лише інформацією себе, і з цієї підстави воно вже самопрезентація; проте призначення (мети) саморозкриття досить різноманітні і з цього критерію воно ширше самопрезентації.

З іншого боку, зміст самопрезентації не обмежений лише інформацією про себе, і з врахуванням цього, воно ширше за саморозкриття. Проте призначенням (метою) самопрезентації є переважно управління враженнями, яке особистість зробить на аудиторію, і за цим критерієм воно вже саморозкриття.

Таким чином, доцільно розглядати саморозкриття і самопрезентація як два самостійних, хоча і тісно взаємопов'язаних феномена. Найчастіше ці два феномени співвідносяться таким чином: що більше виражено саморозкриття, то менше самопрезентація. Отже, поверхневе, неглибоке саморозкриття частіше пов'язане з вираженим самопрезентації і може описуватися скоріше як самопрезентація, а не саморозкриття.

Саморозкриття – це процес, пов'язаний із ризиком, за нього доводиться платити, і тому воно – не таке вже поширене явище. Позитивні наслідки саморозкриття можуть перетворюватися за певних умов на негативні. Ймовірно, тому в літературі існує своєрідний реєстр переваг «закритості»:

а) таємниця важлива задля збереження інтегрованості особистості, вона дозволяє підтримувати почуття ідентичності;

б) у людей існує потреба у контактах з іншими, а й у усамітненні, фрустрація якої може призвести до негативних наслідків; на самоті людина краще досягає своє реальне «Я»;

в) занадто велика відкритість сприймається як відхилення від норм суспільства, не вибірковість у виборі осіб, яким доноситься інформація, також сприймається негативно;

г) прихованість дозволяє зберегти свободу, уникнути небажаної близькості, надмірного контролю з боку інших;

д) алегорія, таємниця мають свої чинники, відкритість часом прозаїчна;

е) якщо у процесі саморозкриття промовляються таємниці інших, тим самим їм завдається біль;

ж) саморозкриття часто робить людину вразливою: може виникнути страх опинитися в беззахисному становищі, страх відмови, страх викликати на себе агресію, страх втратити контроль над собою і поведсти себе деструктивно та імпульсивно, страх втрати почуття власної унікальності;

з) саморозкриття часто пов'язане з негативними емоціями, спричиненими самосвідомістю;

і) почуття «ми» особливо в інтимних відносинах частково базується на збереженні таємниці тощо.

Поняття стратегії самопрезентації пов'язане насамперед із дослідженнями І. Джонса і Т. Піттмана. Вони вважають, що в основі самопрезентації лежить прагнення розширити і підтримати вплив у міжособистісних відносинах, тобто прагнення влади.

За цією ознакою вони виділяють стратегії самопрезентації, кожна з яких спрямована на отримання певного виду влади. Намагатися сподобатися чи отримати прихильність. Така стратегія зобов'язує оточуючих бути люб'язними, доброзичливими до суб'єкта і таким чином досягається влада чарівності. Основна мета цієї стратегії – справити сприятливе враження на партнера, здатися йому симпатичним, зачарувати його своєю чарівністю. Для цього можуть використовуватися найрізноманітніші тактичні прийоми:

- висловлення партнерові своєї симпатії;
- створення враження подібності з партнером;
- перебільшення своєї фізичної привабливості;
- демонстрація скромності.

Використання такої стратегії «самореклама чи самопрезентації, самопросування» посідає важливе значення, відбувається переваги експерта. Реалізація такої стратегії здійснюється за допомогою тактик:

- демонстрація компетентності;
- заяви про компетентність;
- використання атрибутів компетентності;
- завчасні виправдання, заяви про наявність серйозних перешкод.

Залякування – демонстрація сили, що зобов'язує оточуючих підкоритися, в такий спосіб досягається влада страху. Часто такий спосіб спілкування використовується у політиці, де багато агресії. Однак тільки дуже наївна людина може вважати, що подібні політики потребують уроків спілкування, що причина їх агресивних випадів полягає в невмінні спілкуватися. Цілком зрозуміло, що у подібних випадках перед нами особистість, яка володіє техніками спілкування набагато краще, ніж, можливо, багато тренерів, які проводять практикуми зі спілкування. Ця, здається, неконструктивність у деяких випадках виявляється цілком усвідомленою стратегією самопрезентації. Усе визначається метою, що оратор-політик собі поставив. У цих ситуаціях має на меті не домовитися, не вирішити проблему, а сфокусувати на собі увагу оточуючих, показати себе особистістю, здатною виділитися із низки респектабельних політиків, залучити на свій бік нових прихильників, які поділяють його погляди. Його мета – самопрезентація. Ця людина чудово розуміє, що заробити додаткові бали вона може саме агресивною поведінкою і, можливо, приниженням інших, а її неконструктивне спілкування виявляється, хоч як це парадоксально, конструктивним щодо поставлених завдань.

Агресивна самопрезентація дуже часто обирається як стратегія поведінки людьми, які відчувають певну тривогу за ефективність «своєї самоподачі». Як тактичні прийоми використовуються вербальні знаки (лайка, образи), невербальні засоби (кожному знайомий вираз «лютий» погляд, агресивні жести тощо).

Пояснення прикладом – демонстрація своєї переваги, переконання партнера зі спілкування у своєму високому соціальному (рольовому) статусі та можливостях – така стратегія сприяє досягненню влади наставника. Серед великої кількості тактик, що використовуються для досягнення цієї мети, найбільш ефективними є такі: демонстрація артефактів статусу і влади; тактика марнотратного споживання; тактик «грітися в променях чужої слави»; підкреслення свого домінуючого становища через невербальну поведінку. Поза, жести, постава таких людей свідчить про їх високий рольовий статус.

Благання – демонстрація слабкості, мета якої – викликати співчуття. Така стратегія не завжди вибирається справді слабкими людьми. Найчастіше до цієї стратегії вдаються у тих випадках, коли відкрите протистояння не дає бажаного ефекту через зрозумілу перевагу опонента, а ось «приспати його пильність», змусити його бути поблажливим – може принести набагато більші переваги.

Список використаних джерел:

1. Варнавська І.В. Особливості професійного спілкування фахівців економічного напрямку. *New impetus for the advancement of pedagogical and psychological sciences in Ukraine and EU countries: research matters : Collective monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing»*. 2021. Р. 119-134.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2005. 448 с.
3. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2007. 464 с.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-48>

Гольцов А. Г.

доктор політичних наук,
доцент кафедри філософії та міжнародної комунікації,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ВПЛИВ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ФАКТОРА НА ПРОЦЕСИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПОСТРАДЯНСЬКИХ КРАЇНАХ СХІДНОЇ ЄВРОПИ

У Радянському Союзі в кожній із союзних республік стимулювався розвиток «національної за формою, соціалістичної за змістом» культури. Водночас, у республіках під контролем союзного «центру» відбувався процес формування загальнорадянської культури. Остання носила, по суті, імперський характер, і забезпечення її домінування мало ґрунтуватися на розповсюдженні загальноімперської мови – російської. Тому випереджувальними темпами реалізовувалася «русифікація» всіх сфер суспільного життя союзних та автономних республік. Особливо потужною «русифікація» була в «братніх» Україні та Білорусі. У науці та освіті панувала теорія щодо трьох «братніх» народів зі спільним корінням – російського, українського та білоруського. Загалом міжкультурні