

подчёркивание своей исключительности и индивидуальности. Суждения по типу: «всё – или ничего»; «чёрное или белое», нежелание и неумение видеть жизнь во всей многогранности с полутонами, сложностями и противоречиями. При этом любые неудачи, невезение, неприятности приводят к крайностям в эмоциональных способах реагирования. Заявляя, что рождение ребёнка является наиболее актуальной и острой проблемой, тем не менее, приоритеты жизненных ценностей, как в беседе, так и по результатам методики «незаконченные предложения» выстраиваются этими пациентками совсем по-другому. У данной категории пациенток отмечается нежелание «ворочить прошлое», связанное с неприятными психотравмирующими моментами, а также со случаями своего ошибочного или недостойного поведения. Фиксированы на ощущении собственной неполноценности именно из-за невозможности осуществить родительскую функцию. Таким образом, по отношению к этой категории больных мы имеем дело с невротической ограниченностью бытийности. Пациентки, предпочитающие экстремальный способ существования устанавливают причинно-следственную зависимость от заболевания к различного рода последующим жизненным неприятностям и несчастьям. Пациентки – с предельным способом существования пытаются достойно ответить на этот «вызов» судьбы. Предельное существование по сравнению с экстремальным даёт возможность более гибкого и продуктивного самоопределения в плане экзистенциальных дихотомий «жизнь – смерть», «свобода – детерминизм». На уровне экстремального существования человек либо не поднимается до осмысления данной проблематики, либо осмысляет её неконструктивно.

По результатам наших исследований относительно психологических оснований женского бесплодия на первый план выступили проблемы бытия личности в аспекте выбираемых ею способов существования, как до возникновения заболевания, так и в связи с осознанием факта его наличия. В ситуации сообщения диагноза «бесплодие» пациентке необходимо определиться в дихотомиях: «жизнь – смерть» (продолжение себя, личное бессмертие в детях; необходимость выработки собственной «личной религии»), а также «свобода – детерминизм» (необходимость определиться со степенью своей личной ответственности за сложившуюся ситуацию и возможность собственного влияния на преодоление внешних и внутренних ограничений). *Критерием успешности* психологического сопровождения пациентов с бесплодием можно считать ряд показателей: субъективное «принятие» факта заболевания и личностное самоопределение с учётом его наличия при сохранении целостности жизни и без ущерба для её жизнедеятельности; способность к продуктивному разрешению противоречий в различных личностных бытийных пространствах;

ответственность за принятие жизненных решений. Повышается вероятность выбора предельного способа существования, когда самостоятельно происходит обращение к экзистенциальным дихотомиям и своя проблема вводится в круг более высоких смысловых образований. Благодаря способу существования, отвечающему по своим параметрам «предельному», увеличивается возможность достижения и сохранения высокого качества жизни, даже в том случае, если в процессе лечения не наступила беременность. С другой стороны, повышение степени осознания мотивационных оснований и содержания своего способа существования через анализ и продуктивное разрешение ценностно-смысловых противоречий способствует адекватному самоопределению личности не только по отношению к своему заболеванию, но и жизни в целом.

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ: СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Некрасова Н.А., Некрасова У.С.
РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева,
Москва, Россия

Самопрезентация весьма мало изучена, особенно в нашей стране. Основная часть теоретических разработок принадлежит зарубежным учёным таким, как И. Гофман, М. Снайдер, Р. Чалдини, И. Джонс и Т. Итман.

Понятие самопрезентации происходит от латинского слова, что в переводе означает «самоподача», то есть представление себя другим людям. В английском толковом словаре оно буквально означает управление впечатлением о себе у других людей с помощью бесчисленных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям. В американской традиции самопрезентация рассматривается несколько иначе – как форма социального поведения, демонстративно акцентированная субъектом в процессе межличностного общения. Наиболее ёмко определение самопрезентации дано Ж. Тедеш и М. Риессом, где самопрезентация характеризуется как намеренное и осознаваемое поведение, направленное на создание определённого впечатления о себе у окружающих. Поэтому часто синонимами самопрезентации становятся «самоподача», «самопредъявление», «управление впечатлением» [6. 38].

Мы определяем самопрезентацию как умение подавать себя, привлекать к себе внимание при помощи акцентирования внимания на своих качествах, которые актуализируются на основе использования особых технологий и стратегий.

С феноменом самопрезентации мы сталкиваемся каждый день, зачастую, даже не подозревая, что в своём подсознании у нас сформирован проект собственной презентации. Такого рода

презентацию принято называть «природной самопрезентацией». Но кроме такого рода заявка о себе не единственная стратегия личности. Существует и заранее спланированная, осознанная тактика позиционирования своей персоны, которую принято называть «искусственная презентация».

Если понятие «имидж» акцентирует внимание на создание образа, который находится в статике, то есть является определённым стоп-кадром, фиксирующим качество субъекта имиджа, то самопрезентация – это сам процесс демонстрации этих качеств, это динамика самоподачи. Самопрезентация относится к стремлению человека представить желаемый образ как для внешней аудитории (для других людей), так и для аудитории внутри (для самого себя). Намеренно или не намеренно люди защищают себя, пытаются подтвердить свой «Я-образ». В знакомых ситуациях это происходит без сознательных усилий, а в незнакомых ситуациях – осознанно.

Е.Л. Доценко анализирует процесс управления образами как разновидность манипуляции [2. 263]. Другие исследователи рассматривают самопрезентацию как процесс управления вниманием при помощи привлечения особых механизмов социального восприятия, связанных с внешним обликом субъекта. Ю.М. Жуков рассматривает самопрезентацию как систему правил эффективного общения [3. 23].

Вышеназванные теории (ситуационные теории) акцентируют внимание на внешних факторах самопрезентации. Но существуют также теории, которые предают решающее значение внутренним факторам самоподачи (мотивационные теории). А также есть целый ряд теорий, которые пытаются учитывать как внешние, так и внутренние факторы самопрезентации.

Другое направление исследований относится к изучению индивидуальных различий и склонностей в процессе самопрезентации. Одна из первых работ в этом направлении была сделана Р.А. Викландом, который утверждал, что становление сознания субъекта связано с особым состоянием – состоянием сфокусированного внимания на самого себя, которое он назвал «объективным самосознанием». Теория Викланда вызвала целый ряд исследований, которые были направлены на изучение взаимосвязи «объективного самосознания» и «действия согласно нормам поведения». А. Фенигштейн, М. Шериф и А. Басс начали рассматривать «самосознание» как источник личностных черт (шкала самосознания) и выделили следующие аспекты самосознания: личностное самосознание (обращает внимание на собственные реальные чувства), публичное самосознание (связано с интересом к себе как к социальному объекту), социальную тревогу (которая отражает свойство человека теряться вследствие социального внимания) [5]. Впервые проблема управления впечатлением о себе встречается в работах И. Гофмана, который разработал концеп-

цию «социальной драматургии». Суть её заключается в том, что человек в процессе социального взаимодействия способен смотреть на себя глазами партнёра и корректировать своё поведение в соответствии с желаниями других, чтобы создать наиболее благоприятное впечатление о себе и достичь наибольшей выгоды от этого взаимодействия [1. 209]. Интересные разработки проблемы самопрезентации представлены в работах Д. Майерса, который считает, что у большинства людей завышена самооценка, и они ожидают позитивного отношения к себе со стороны окружающих, что может и не всегда оправдаться в действительности («социальная психология») [7].

Самопрезентацию можно рассматривать как совокупность установок, направленных на самого себя. Эти установки включают в себя: 1) убеждение индивида, которое может быть обоснованным или не обоснованным – образует познавательный уровень самопрезентации; 2) эмоциональное отношение к этому убеждению образует эмоционально-оценочный уровень самопрезентации; 3) соответствующая реакция, которая выражается в поступках, образует поведенческий уровень самопрезентации.

Применительно к самопрезентации эти три установки можно конкретизировать следующим образом. 1) образ Я – представление индивида о самом себе; 2) самооценка – аффективная оценка этого представления, которая может обладать различной интенсивностью, поскольку конкретные черты образа Я могут вызывать более или менее сильные эмоции, связанные с их принятием или осуждением; 3) потенциальная поведенческая реакция, то есть те конкретные действия, которые могут быть вызваны образом Я и самооценкой.

Самопрезентацию можно рассматривать как взаимосвязанный трёхуровневый процесс.

Познавательный уровень самопрезентации основан на представлениях субъекта имиджа о самом себе. При этом субъект всегда завышает свою значимость, независимо от того, основывается ли его представление о себе на объективном знании или на субъективном мнении. Этот уровень самопрезентации связан с самопознанием своих положительных и отрицательных черт характера, с выявлением устойчивых тенденций своего поведения, избирательности своего восприятия.

Оценочный уровень самопрезентации связан с осознанием того, что качество, которое мы приписываем собственной личности, далеко не всегда объективны и с ними не всегда готовы согласиться другие люди. Не вызывает разногласия лишь возраст, пол, рост, профессия и некоторые другие данные, обладающие достаточной неоспоримостью. В попытках охарактеризовать себя присутствует сильный личностный оценочный момент. Источник оценочных представлений субъекта о себе – его социальное окружение и социальные реакции на какие-то его проявления.

При этом новые социальные оценки могут изменить представление субъекта о самом себе. Таким образом, самооценка отражает степень развития у субъекта чувства самоуважения, ощущения собственной ценности и позитивного отношения ко всему тому, что входит в сферу его Я. Низкая самооценка предполагает неприятие своего Я, самоотрицание, негативное отношение к своей личности. Поэтому для повышения степени самооценки субъекта имиджа можно использовать метод самовнушения, который похож на гимн «Я-любимый» и способен повысить заниженную самооценку. Самооценка проявляется в сознательных суждениях субъекта, в которых он пытается сформулировать свою значимость. Для этого важно помнить следующие три момента: 1) сопоставлять образ реального Я с образом идеального Я, что формирует представление о том, каким человек хотел бы быть; 2) для формирования самооценки необходимо интериоризировать социальную реакцию на себя, то есть оценить себя так, как, по его мнению, его оценивают другие; 3) субъект оценивает успешность собственных действий и проявлений через призму своей идентичности и испытывает удовлетворение от того, что с наибольшим успехом «вписывается» в структуру общества.

Поведенческий уровень самопрезентации связан с достижением результата и по своей сути является самым актом самопрезентации. Существуют концепции, которые утверждают, что человек всегда идёт по пути достижения максимальной внутренней согласованности. Представления, чувства, идеи субъекта, вступающие в противоречие с другими представлениями, чувствами, идеями, дегармонизируют личность, создают психологический дискомфорт. Чтобы восстановить утраченное состояние внутренней гармонии, субъект готов к различным действиям: отказаться видеть вещи такими, какие они есть, стремиться изменить каким-то образом себя и окружающих и т.д. Дисгармонии субъект устраняет при помощи защитных механизмов. Одним из таких механизмов выступает рационализация. Этот механизм исследовал Ф.Дж. Роджерс, который доказывал, что субъект, реагируя на состояние диссонанса как на угрозу, использует один из двух защитных механизмов – искажение или отрицание [4. 147]. Искажение используется, чтобы изменить личностную значимость переживания, а отрицание как бы устраняет сам факт наличия переживания. Внутренние противоречия часто становятся источником стресса, так как субъекту свойственна способность реально оценивать ситуацию.

Самопрезентация как бы объединяет три установки: 1) реальное Я – установка, связанная с тем, что субъект воспринимает свои актуальные способности, роли, свой актуальный статус, то есть его представления о том, каков он на самом деле; 2) зеркальное (социальное) Я – установки, связанные с представлением субъекта о том, как

его видят другие; 3) идеальное Я – установки, связанные с представлениями субъекта о том, каким бы он хотел стать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гофман Ирвинг Представление себя другим в повседневной жизни / Ирвинг Гофман: Пер с англ. А.Д. Ковалёва: Ин-т социологии РАН. – М.: Канон-пресс-Ц: Кучково-поле, 2000. – 302 с.
2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М.: Че.Ро: Юрайт, 2000. – 342 с.
3. Жуков Ю.М. Эффективность делового общения / Ю.М. Жуков. – М.: Знание, 1988. – 63 с.
4. Роджерс Ф. Дж. Путь успеха: Как работает корпорация / Ф.Дж. Роджерс. Пер с англ. - СПб.: Азбука-Терра, 1997. – 256 с.
5. Семёнов И.Н. Саморегуляция личности как субъекта жизнедеятельности / И.Н. Семёнов // Основы общей и прикладной акмеологии. – М.: Наука, 1995. - С. 86-87
6. Семёнова Л.Н. Технология самопрезентации: учебно-методический комплекс / Л.М. Семёнова: под ред. К.В. Киуру. – Челябинск: Из-во ЮУрГУ. – 2005. – 54 с.
7. Черняев Г.В. Презентация личности / Г.В. Черняева. – М.: МАКС Пресс, 2002. – 106 с.

ЦЕННОСТНОЕ ЕДИНСТВО НРАВСТВЕННОСТИ И ПРАВА

Некрасов С.И., Бородавко Л.Т.
*Юридический институт МВД России
Белгород, Россия*

Общей чертой большинства аксиолого-правовых исследований является понимание нравственно-правовых ценностей как социально обусловленных потребностей, рассмотрение их как детерминированных социально-историческими, экономическими причинами.

Менее часто предпринимаются исследования духовно-ценностной взаимосвязи нравственности и права, причем не на социально-нормативном, а на более глубинном, духовном, сущностном уровне. К таким работам следует отнести монографии Г.В. Мальцева, Е.А. Лукашевой, А.И. Экимова.

Оценивая состояние теоретических исследований взаимосвязи и взаимодействия морали и права в современных источниках, следует отметить то, что в большинстве своем авторы ограничиваются констатацией их различия или взаимосвязи на уровне социальном, как бы «изнутри» права и морали. Действительное различие может быть найдено только в том случае, если выйдем за пределы конкретной нормы к общечеловеческим началам, которые своими духовными корнями уходят в глубины личностного выбора людей.