

Идентичность, самопрезентация, притязания – границы понятий

Мисюро А.Я.

Учреждение образования «Минский государственный
лингвистический университет», Минск

В современной научной литературе все чаще наблюдается тенденция к междисциплинарному характеру употребления таких понятий, как «идентичность», «самопрезентация» и «притязания». Это закономерно, так как в контексте активной трансформации социума и протекающих в нем процессов усиливается интерес к проблемам выбора и самовыражения. Возникает необходимость в синтезе накопленных знаний о данных понятиях, т.к. они выступают, по сути своей, гранями одного и того же явления.

Цель статьи – рассмотреть различные подходы к трактовке понятий «идентичность», «самопрезентация» и «притязания», выявить их взаимосвязь в ракурсе управления впечатлением.

Материал и методы. *В статье представлены различные теоретические подходы к трактовке понятий «идентичность», «самопрезентация» и «притязания», поэтому материалом для анализа послужили работы исследователей, оперирующих данными дефинициями в психологии, философии и социологии. При этом применялись общенаучные методы систематизации и анализа материала.*

Результаты и их обсуждение. *Исторически первым и самым разработанным понятием является идентичность, в рамках изучения которой традиционно выделяют личностную и социальную идентичности. Роль данных аспектов по-разному рассматривается в русле трех классических психологических подходов (психоаналитический, интеракционистский, когнитивный). Со второй половины XX в. особое внимание стало уделяться предьявлению своей идентичности другим с помощью самопрезентации, т.к. существенно возросла необходимость презентации себя и управления впечатлением о себе. В настоящее время наблюдается повышенный интерес к изучению особенностей целеполагания личности, которые непосредственно связаны с идентичностью и предьявляются в ходе самопрезентации.*

Заключение. *Установлено, что сформированная личностная и социальная идентичность выражается в притязаниях личности и предьявляется ею в ходе самопрезентации. Делается предположение о существовании комплексной категории притязания, включающей в себя притязание «быть» и притязание «иметь».*

Ключевые слова: *идентичность, самопрезентация, притязания, управление впечатлением, социальная роль, личностная идентичность, социальная идентичность.*

(Ученые записки. – 2021. – Том 33. – С. 146–150)

Identity, Self-Presentation, Claims – Conceptual Facets

Misiuro A.Y.

Educational Establishment “Minsk State Linguistic University”, Minsk

There is an increasing tendency towards interdisciplinary use of such concepts as “identity”, “self-presentation” and “claims”. Due to the fact that the society and communicative processes are actively being transformed, more attention is paid to the problems of choice and self-expression. It is necessary to synthesize the knowledge about these concepts, since they are, in essence, facets of the same phenomenon.

The purpose of the article is to give an overview of various approaches to interpreting the concepts of “identity”, “self-presentation” and “claims” and reveal their interrelationship in the aspect of impression management.

Material and methods. *Since this article presents various theoretical approaches to the interpretation of the concepts of “identity” “self-presentation” and “claims” the material for the analysis is the works of researchers working in the fields of psychology, philosophy and sociology. General scientific methods of systematizing and analyzing the material were used.*

Findings and their discussion. *Chronologically, the concept of identity was the first one to have been developed. Traditionally researchers distinguish between personal and social identities, their role is different depending on the approach (psychoanalytic, interactionist, cognitive). As the need to present oneself and manage the impression has significantly increased since the second half*

of the 20th century, presenting one's identity to others via self-presentation became the focus of research. Nowadays there is an increasing interest in the study of personal goal-setting, which is directly connected to one's identity and is presented via self-presentation.

Conclusion. It is established that both personal and social identities are manifested in the claims and presented via self-presentation. The article suggests the existence of a complex category of claims which includes the claim 'to be' and the claim 'to have'.

Key words: identity, self-presentation, claims, impression management, social role, personal identity, social identity.

(Scientific notes. – 2021. – Vol. 33. – P. 146–150)

В современной научной литературе все чаще наблюдается тенденция к междисциплинарному характеру употребления таких понятий, как «идентичность», «притязания» и «самопрезентация». Изменения в обществе, влекущие за собой преобразование форматов, средств и каналов коммуникации, усиливают интерес к проблемам самовыражения, которые рассматриваются широким спектром наук: философией, психологией, социологией и др. Возникает необходимость в синтезе накопленных знаний о данных понятиях, т.к. они выступают, по сути своей, гранями одного и того же явления.

Материал и методы. В статье представлены различные теоретические подходы к трактовке понятий «идентичность», «самопрезентация» и «притязания», поэтому материалом для анализа послужили работы исследователей, оперирующих данными дефинициями в психологии, философии и социологии. При этом применялись общенаучные методы систематизации и анализа материала.

Результаты и их обсуждение. Исторически первым и самым разработанным понятием является идентичность, к исследованию которой в психологии существует три подхода: психоаналитический, интеракционистский и когнитивный. Все три подхода исходят из существования двух видов идентичности – личностной и социальной, однако их роль оценивается по-разному.

Важнейшим представителем психоаналитического подхода считается Дж. Марсиа, разработавший в ходе своих исследований статусную модель идентичности. Идентичность рассматривается как «структура эго – внутренняя, самосоздающаяся, динамическая организация потребностей, способностей, убеждений и индивидуальной истории» [1]. Индивид прибегает к определенным алгоритмам решения проблемных ситуаций, результативность которых сказывается на осознании достоинств и недостатков, а также выборе целевых установок.

В исследованиях А. Ватермана особое внимание уделяется роли ценностей в определении целевых установок личности в жизни. Идентичность тесно связана с наличием у индивида четкого самоопределения, подразумевающего выбор основополагающих целей, ценностей и убеждений, которые и являются элементами идентичности [2].

В рамках психоаналитического подхода личностная идентичность главенствует над социальной. Потребности, убеждения личности, их иерархия и изменчивость, а также индивидуальный опыт составляют ту основу,

на которой формируются социальные характеристики.

Исследователи, работающие в русле интеракционизма, делают акцент на влиянии культуры и социальных условий на формирование идентичности. Так, например, И. Гофман различал актуальную (восприятие согласно реальным, очевидным и легко доказуемым атрибутам) и виртуальную (восприятие согласно предполагаемым атрибутам) идентичности. Под атрибутами он понимал любые признаки индивида, которые используются им при межличностном взаимодействии для акцентирования качеств, дающих ему преимущество на фоне других. Для описания отношения между указанными видами идентичности вводится понятие «политика идентичности», под которым понимается влияние индивида на представляемую о себе информацию с помощью различных «техник» (избегание, компенсация, деидентификация и др.) [3]. Таким образом, формирование идентичности обусловлено особенностями межличностного взаимодействия.

Похожие идеи высказал Р. Фогельсон, результатом исследований которого стала модель «борьбы идентичностей». Он выделил четыре вида идентичности: 1) реальная идентичность – сложившийся у индивида образ самого себя; 2) идеальная идентичность – желаемый индивидом идеальный образ; 3) негативная идентичность – нежелательные и поэтому избегаемые характеристики; 4) предъявляемая идентичность – набор образов и характеристик, транслируемых окружению с целью создания нужного имиджа. «Борьба идентичностей» происходит, когда указанные виды идентичностей вступают между собой в сложные отношения в процессе «работы идентичности», предполагающего манипулирование предъявляемыми фактами и характеристиками в ходе взаимодействия с социальным окружением [4].

Следовательно, символический интеракционизм утверждает существование двух аспектов идентичности – один из них ориентирован на социальное окружение, а второй – на уникальные личностные характеристики человека. Эти аспекты взаимосвязаны и индивиду постоянно нужно поддерживать их единство, представляя те или иные характеристики в ходе социального взаимодействия.

Когнитивный подход объединяет исследователей, утверждающих необходимость поддержания единства социальной и личностной идентичностей с помощью определенных усилий. Так, например, Г. Тэджфел и Дж. Тэрнер рассматривают идентичность, или «Я-концепцию» как когнитивную систему, которая регулирует поведение индивида в соответствующих условиях.

Личностная идентичность формируется на основе интеллектуального, нравственного, а также физического самоопределения, социальная или коллективная идентичность – на основе идентификации по принадлежности индивида к определенным социальным категориям (по полу, расе, национальности, профессии и т.д.) [5].

Проблема идентичности несколько по-иному рассматривается Г. Брейкуэлл, которая в своих исследованиях подчеркивает ее социальную природу. Индивид усваивает социальные категории, а в особенности социальные роли, в ходе взаимодействия с окружающим миром. Данные категории влияют на формирование личностной идентичности (набор характеристик, используемых для построения собственного образа) и оценку элементов содержательной структуры (существующие моральные и социальные нормы) [6]. Личностная идентичность играет второстепенную роль, подчеркивается влияние социального окружения.

Проанализировав понимание идентичности в рамках трех классических подходов, можно отметить, что психоаналитическая парадигма выдвигает на первый план личностный аспект идентичности, т.к. акцентируются глубинные механизмы ее формирования; в рамках символического интеракционизма внимание заостряется на первостепенной роли социального окружения в формировании идентичности, которое возможно только в ходе социального взаимодействия с другими индивидами и осознается через призму своей социальной роли; в когнитивной психологии идентичность рассматривается как эмоционально окрашенный процесс осмысления и обобщения сходства людей, принадлежащих к данной общности или группе.

Со второй половины XX в. в связи с интенсификацией процессов общения особое внимание уделяется предъявлению своей идентичности другим с помощью самопрезентации. Возрастает необходимость презентации себя и управления впечатлением о себе. Необходимо отметить, что существует большое количество частных концепций самопрезентации, в которых анализируются различные аспекты проблемы, но не существует единой типологии форм данного явления. Тем не менее исследователи, анализируя проблемы идентичности и самопрезентации, зачастую ссылаются на одних и тех же авторов.

В большинстве работ по самопрезентации в фокусе внимания находятся ее причины, мотивы и функции, однако практически не рассматривается то, как реализовывается этот процесс, не затрагиваются возможные способы управления им.

Согласно точке зрения Б. Шленкера, «самопрезентация руководствуется множеством мотивов; она происходит среди друзей, даже в интимных ситуациях; она имеет место даже в длительной взаимосвязи, такой как брак; она не обязательно включает в себя

сознательное внимание и контроль» [7]. Становится понятным, что индивид может создавать желаемый образ осознанно, исходя из ситуации и цели, либо же неосознанно представлять определенный образ своему окружению.

По мнению Р. Баумейстера и А. Стейнхилбера, самопрезентация – это самораскрытие в межличностном взаимодействии с помощью демонстрации своих мыслей, характера и т.д. [8]. Данный процесс отражает социальную природу человека и происходит неосознанно: человеку присуща потребность в признании другими людьми в ходе взаимодействия. Целью в данном случае является не только создать нужный образ, но и раскрыть себя внешнему миру через представление своего внутреннего мира (мыслей, характера, ценностей и убеждений).

В рамках концепции социальной драматургии, разработанной И. Гоффманом, общение описывается как своего рода театральное представление, где каждый человек выступает актером, создающий определенное впечатление о себе при взаимодействии с другими людьми. Актер определяет для себя роль и исполняет ее. «Получается так, что уже существует несколько хорошо разработанных (и легко узнаваемых) фасадов, среди которых он должен выбирать» [8]. Окружающие или публика стремятся собрать информацию об актере или действуют, исходя из той информации об актере, которой уже обладают. Актер может «дать информацию о себе» (через прямые высказывания) или «выдать себя» (через поведение и невербалику), следственно самопрезентация происходит и осознанно, и неосознанно. Такого рода сведения информативны точки зрения определения характера ситуации и взаимных ожиданий актера и публики [8].

В свою очередь исследователи И. Джонс и Т. Питтман считают, что ведущим мотивом самопрезентации выступает стремление к власти, т.е. стремление получить и поддержать влияние в ходе социального взаимодействия. Самопрезентация – это «особенности поведения, сформированные под влиянием мотивов, чтобы вызвать или сформировать определенное отношение окружающих к положению человека в обществе» [9]. Процесс самопрезентации полностью осознаваем, это сознательно выстраиваемое поведение или игра на публику, воздействовать на которую можно с помощью определенных тактик.

Проанализировав подходы к пониманию идентичности и самопрезентации, можно прийти к выводу, что это взаимосвязанные явления. В зависимости от ситуации и целей общения человек неосознанно или стратегически предъявляет нужные элементы своей идентичности в ходе самопрезентации.

В настоящее время наблюдается повышенный интерес исследователей к изучению особенностей целенаправленного поведения личности, которые непосредственно связаны с идентичностью и предъявляются в ходе самопрезентации. В этом контексте обязательно упо-

минается уровень притязаний личности как основа, определяющая как выбор предъявляемых элементов идентичности, так и стратегию поведения в различных ситуациях общения.

В психологии и социальной психологии теме притязаний личности уделено немалое количество исследований. Сам термин «уровень притязаний» впервые появился в 1930-х гг. и стал одним из самых популярных конструктов в психологии XX в. Вслед за его введением возникло множество определений, экспериментальных схем исследования, отдельных ракурсов изучения, вследствие чего наблюдается некоторая рассогласованность научных позиций по данному явлению.

В русле исследований Ф. Хоппе и Б.С. Братуся притязания рассматриваются как поставленные субъектом цели, которые связаны со способностями человека и непосредственно конкретизируются в уровне притязаний при определении показателя трудности. Именно Ф. Хоппе ввел разделение целей на реальные и идеальные. Реальной целью называлась та, которую, по мнению индивида, он может достичь в данных конкретных условиях, определенных сложившейся ситуацией общения. Под идеальной целью понималась широкая цель, превышающая временные реальные цели; это цель, к достижению которой в той или иной деятельности стремится индивид. Идея разделения целей была продолжена Б.С. Братусем, который указал на то, что существует определенный конфликт между тенденциями поднять притязания на максимальную высоту и понизить их, чтобы избежать неудачи. В связи с этим он вводит существенный критерий полноценного развития личности – разьединение, отсутствие жесткой связи, иначе – слитности между «хочу» и «могу», идеальными и реальными целями. Результат подобного разьединения и определяет композицию притязаний личности, а также ее стратегии [10].

По мнению К.А. Абульхановой-Славской, притязания личности выражают степень соотносительности жизненных целей и собственных возможностей и выступают как устойчивое личностное образование, побуждающее человека действовать согласно его содержанию [11]. В контексте ее исследований жизненный путь человека рассматривается как процесс, в котором можно выделить три системы: притязания, саморегуляция и удовлетворенность. Притязания определяют представления личности о возможности достижения желаемого в зависимости от внешних и внутренних условий (складывающиеся обстоятельства, жизненное пространство с одной стороны, и образ «Я» и самооценка с другой стороны). После того, как личность определила свои притязания, начинает действовать система саморегуляции, включающая в себя средства и способы достижения поставленных целей и преодоления возникающих трудностей. Показателем же личностных достижений выступает удовлетворенность, которая находится в прямой зависимости от притяза-

ний (чем выше удовлетворенность – тем смелее индивид в своих притязаниях и наоборот).

Личностные притязания являются центральным предметом исследования С.Т. Джанерьян, А.Э. Ким. Они утверждают, что притязания – это «мотивационно-целевое личностное образование, которое проявляется в стремлении к достижению субъективно приемлемого результата в значимых сферах реальности и жизни в целом» [12]. В их исследовании выделены различные типы притязаний по определенным критериям: 1) по обобщенности результата – глобальные и парциальные; 2) по содержанию – глобальные общецелевые, эмоционально-жизненные, инструментальные и парциальные профессиональные, материально-экономические, семейно-ориентированные, образовательные, досуговые, социально-ориентированные, личностно-диспозиционные.

В большинстве исследований уровень притязаний рассматривается в контексте решения личностью ситуативных задач, а личностные притязания определяют выбор жизненных стратегий. Кроме того, исследования уровня притязаний обычно носят эмпирический характер и сосредоточены на определенной сфере жизни человека, что накладывает определенные ограничения на изучение видов и содержания личностных притязаний.

Заключение. Взаимосвязь понятий идентичность, притязания и самопрезентация становится понятной. Сформированная личностная и социальная идентичность выражается в притязаниях личности и предъявляется ею в ходе самопрезентации. Предъявляя себя, человек реконструирует свою идентичность, которая определяется культурным и историческим контекстом, выстраивается в процессе взаимодействия с другими людьми и общественными институтами. Идентичность динамична, она постоянно изменяется, т.к. полна противоречий. Социальный характер общения детерминирует выбор тех качеств и характеристик, на которых личность акцентирует свое внимание, и определяет стратегии и тактики их презентации окружающим в различных ситуациях.

Стремление индивида к положительной идентификации, к совершенствованию своего личностного и социального портрета является естественным. Однако сегодня мы все чаще наблюдаем не только предъявление себя (кто я и какой я, каким я хочу быть), но и предъявление того, что адресант хочет – его притязаний на обладание чем-то (что я хочу иметь и получить). В фокусе внимания оказывается соответствующий уровню притязания говорящего портрет потенциального партнера, клиента, избирателя и т.д., а также конечная цель его деятельности и осознание своего места в обществе. В связи с этим назревает необходимость исследования комплексной категории притязания, включающей в себя и притязание «быть», и притязание «иметь».

Литература

1. Marcia, J.E. Identity in adolescence / J.E. Marcia // Handbook of Adolescent Psychology / ed.: J. Adelson. – N.Y.: John Wiley, 1980. – P. 159–187.
2. Waterman, A.S. Identity Development from Adolescence to Adulthood: An Extension of Theory and a Review of Research / A.S. Waterman // Developmental Psychology. – 1982. – V. 18, iss. 3. – P. 341–358.
3. Гоффман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гоффман. – М.: Канон-пресс, 2000. – 304 с.
4. Fogelson, R.D. Self and Identity. Some Anthropological Retrospects, Circumspects and Prospects / R.D. Fogelson // Psychosocial Theories of the Self: Proc. of a Conf. on New Approaches to the Self, Chicago, March 29 – Apr. 1 1979 / Center for Psychological Studies; ed.: Lee B. [et. al.]. – Chicago: Plenum Press, 1982.
5. Tajefel, H. An Integrative Theory of Intergroup Conflict / H. Tajefel, J.C. Turner // The Social Psychology of Intergroup Relations / ed.: W.C. Austin [et. al.]. – Monterey, CA : Brooks-Cole, 1979. – P. 33–47.
6. Breakwell, G.M. Coping with threatened identities / G.M. Breakwell. – London : Mithuen, 1986. – 280 p.
7. Schlenker, B.R. Self-Presentation / B.R. Schlenker // Handbook of Self and Identity / ed.: M.R. Leary [et. al.], – New York: Guilford, 2003. – P. 492–518.
8. Baumeister, R.F. Paradoxical Effects of Supportive Audiences on Performance under Pressure: The Home Field Disadvantage in Sports Championships / R.F. Baumeister, A. Steinhilber // Journal of Personality and Social Psychology. – 1984. – № 47. – P. 85–93.
9. Jones, E.E. Toward a General Theory of Strategic Self-presentation / E.E. Jones, T.S. Pittman // Psychological Perspectives on The Self. – 1982. – Vol. 1. – P. 231–262.
10. Братусь, Б.С. Соотношение структуры самооценки и целевой регуляции деятельности в норме и при аномальном развитии / Б.С. Братусь, В.Н. Павленко // Вопросы психологии. – 1986. – № 4. – С. 146–154.
11. Абульханова-Славская, К.А. Стратегия жизни / К.А. Абульханова-Славская. – М.: Мысль, 1991. – 289 с.
12. Джанерьян, С.Т. Содержание личностных притязаний в связи с жизненными стратегиями молодых людей / С.Т. Джанерьян, А.Э. Ким // Психология и Психотехника. – 2018. – № 3. – С. 1–12.

Поступила в редакцию 22.03.2021