

## ОСОБЛИВОСТІ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ТА ВПЛИВ АКЦЕНТУАЦІЙ ХАРАКТЕРУ НА САМОПРЕЗЕНТАЦІЮ ОСОБИСТОСТІ

Осадчук Ганна

Людина свідомо або несвідомо презентує себе навколишнім людям, а у них, у свою чергу, формується певне враження на основі отриманої інформації. Така самопрезентація містить те, що усвідомлено створює сама людина (самопрезентація), і те, що віддзеркалює її справжній зміст (самовираження). Особистісна потреба у самопрезентації тісно пов'язана з потребою у спілкуванні, прийнятті та визнанні, самоствердженні. З огляду на це, володіння успішними механізмами самопрезентації впливає на формування позитивного враження, що сприяє досягненню успіху в різних сферах [1–7].

**Метою** тези є обґрунтування особливостей самопрезентації особистості та вплив акцентуацій характеру на самопрезентацію особистості.

Поняття «самопрезентація» (self presentation), «управління враженням» (impression management) уже давно та стійко (з 1970-х рр.) увійшли в англomовну лексику, а також вони знаходять віддзеркалення у сучасних вітчизняних дослідженнях соціальної перцепції, міжособистісного сприйняття та впливу. Наразі тема самопрезентації є об'єктом уваги політиків, соціальних психологів та соціологів. Термін «самопрезентація» застосовується як синонім управління враженням, для позначення численних технік і стратегій, що використовує індивід у створенні й контролі зовнішнього іміджу та враження про себе, яке він демонструє іншим людям [2].

*Самопрезентація* – це свідоме або несвідоме формування враження про себе, що пов'язане з потребою у спілкуванні, визнанні та самоствердженні. Володіння ефективними техніками самопрезентації сприяє досягненню успіху у різних сферах. Поняття «самопрезентація» та «управління враженням» давно використовуються в дослідженнях соціальної перцепції та міжособистісного сприйняття. Ця тема є актуальною для політиків, соціологів і психологів, оскільки включає широкий

спектр стратегій контролю зовнішнього іміджу.

Дослідники Р. Баумейстер та А. Стейнхілбер наголошують, що самопрезентація є неусвідомлюваним процесом, який відображає соціальну природу людини, її потребу у визнанні іншими. На їх погляд, самопрезентація – це саморозкриття у міжособистісному спілкуванні шляхом демонстрації своїх думок, характеру тощо [3].

Т. Чигирин підкреслює, що найчастіше самопрезентацію визначають як процес формування уявлення або враження про себе у оточуючого соціального середовища, а під метою самопрезентації розуміють створення та донесення свого іміджу іншим людям. Дослідниця виділяє два види самопрезентації: самопрезентація досягнення (людина свідомо будує свою поведінку для вирішення поставлених нею цілей) та захисна самопрезентація (людиною рухає мотивація уникнення невдач) [6].

Самопрезентація може бути маніпулятивною, викликаючи у співрозмовника потребу у подальшій взаємодії. Для ефективного контролю необхідні навички розпізнавання емоцій, створення позитивного враження, логічного пояснення переваг співпраці та оптимальної організації комунікації. [4, с. 135]. В науковій літературі немає єдиної думки щодо впливу акцентуацій характеру на самопрезентацію. Одні дослідники вважають їх фактором девіантної поведінки, інші – засобом успішної самопрезентації. Визначальним є тип акцентуації: неврівноважений, застрягаючий і дистимний мають негативний вплив на особистісний розвиток [7, с. 145].

Дослідниці І. Ревякіна та Є. Курбанова зауважують, що прояви окремих рис характеру можуть виконувати роль бар'єрів на шляху до самопрезентації особистості. Окремі особистості схильні впадати у відчай, відчувати невпевненість у собі, втрачати інтерес до улюбленого роду занять, у той час як інші, «не піддаються» означеному впливу, а навпаки, відчують бадьорість та мають

бажання розвиватися й проявлятися [5].

На наш погляд, вплив акцентуацій на самопрезентацію особистості полягає в тому, що кожен тип акцентуації характеру формує специфічний підхід до взаємодії з оточенням, а отже – і до презентації себе в соціумі. Розглянемо різні типи акцентуацій та їх вплив на самопрезентацію особистості.

Наприклад, люди з гіпертимним типом акцентуації оптимістичні, активні, товариські та прагнуть до лідерства. Їхня самопрезентація яскрава, емоційна та впливає на оточення. Натомість дистимічний тип характеризується тривожністю, песимізмом і схильністю до самоаналізу. Такі люди нерідко уникають уваги, а їхня самопрезентація є стриманою та непомітною [1].

Таким чином, самопрезентація – це поведінковий компонент особистості, що визначає її образ у соціальних взаємодіях. Вона змінюється залежно від ситуації, а різноманітність стратегій допомагає вибудовувати ефективний імідж. Акцентуація характеру впливає на стиль самопрезентації, формуючи унікальні способи взаємодії з соціумом.

### Список використаних джерел

1. Бурда О.Б., Балебрух Ю.Б. Особливості вирішення конфліктів особистостей з різними типами акцентуацій характеру. URL: <https://surl.li/muwkgi>
2. Кононенко А.О. Інтегративна психологія як основа створення моделі самопрезентації особистості. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Психологія*. 2012. Т.17. Вип. 8. С. 99-104.
3. Кононенко А. О. Самопрезентація як важливий регулятор соціальної поведінки суб'єкта. *Теорія і практика сучасної психології*. 2012. Вип. 4. С. 45-49.
4. Кононенко А. О. Соціально-психологічні аспекти самопрезентації особистості. *Вісник Одеського національного університету. Психологія*. 2016. №21. С. 133-138.
5. Ревякіна І. М., Курбанова Є. К. Психологічні особливості прояву акцентуацій характеру та їх вплив на процес самореалізації в юнацькому віці. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 12: Психологічні науки*. 2015. Вип. 1(46). С. 1-7.
6. Чигирин Т. Сучасні підходи до вивчення феномену самопрезентації. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. 2013. №3-4. С. 153-157.
7. Шепелєва Г. А. Акцентуації характеру в юнацькому віці. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. 2019. №9. С. 143-146.