

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

### **Исследования феномена самопрезентации в работах И.Гоффмана**

*Дряева Элла Давидовна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский*

*факультет, Москва, Россия*

*E-mail: dd\_ella@mail.ru*

Личность индивида, его «Я» представляет собой многомерный, динамичный социокультурный феномен, при этом задача самопрезентации личности остается актуальной в любую эпоху. Новые реалии общественной, экономической и культурной жизни, а в особенности трансформация средств коммуникации влияют на самопрезентацию индивида, привнося новые аспекты в данный процесс.

Современное представление о самопрезентации основывается в первую очередь на трудах представителей символического интеракционизма. В исследованиях классиков этого направления основное внимание уделяется анализу механизмов влияния индивидов друг на друга и поведению участников социального взаимодействия в целом. Именно в рамках этого направления впервые был затронут вопрос о том, как индивид подает информацию о себе, чтобы его воспринимали определенным образом, и какова при этом реакция аудитории.

Авторство самой теории самопрезентации принадлежит американскому социологу Ирвингу Гоффману. Широкую известность получила его работа «Представление себя другим в повседневной жизни», которая и по сей день является отправной точкой изучения феномена самопрезентации. Исследование посвящено механизмам взаимодействия людей в повседневной жизни и способам управления производимым впечатлением. Он начинает с постулата о том, что как только индивид вступает в коммуникацию, окружающие стремятся считать информацию о нем и строить же на основе этого свое поведение. Именно Гоффман впервые (а вслед за ним и другие исследователи) использовал такие термины, как «актер», «публика», «аудитория» в описании концепции самопрезентации. По мнению Гоффмана, жизнь сравнима с «театром», где каждый человек – «актер», который живет и действует, обыгрывая определенную роль. Он определяет самопрезентацию «как активность данного участника в данных обстоятельствах, которая служит для того, чтобы каким-либо способом повлиять на других участников» взаимодействия. Согласно Гоффману, индивид, представляющий себя другим, заинтересован в том, чтобы иметь влияние на поведение других людей. Главным образом, это представляется возможным, благодаря воздействию на определение той ситуации, в которой происходит коммуникация между индивидами.

Самопрезентационная активность индивида связана со степенью осознанности его действий, положению в социальной группе, а также исполнению привычной роли.

На основе произведенного «актером» впечатления публика выносит свои оценки и вырабатывает определенную реакцию на его действия. Причем окружающие могут сделать выводы еще до появления «актера» на сцене, получив информацию о нем из других источников, возможно даже на основании стереотипов. Однако, вступив во взаимодействие с публикой, актер может представить себя таким образом, что либо сложившееся о нем мнение подтвердится, либо будет опровергнуто. В отличие от тех теоретиков,

которые соотносят самопрезентацию с определенным типом людей и специфическими условиями, Гоффману присуща расширенная трактовка проблемы управления впечатлением и самопрезентации. Рассматривая эти понятия, как непрерывный процесс, подверженный динамическим изменениям (в зависимости от обстоятельств и целей актера), Гоффман отдает самопрезентации место одной из фундаментальных структур в социальной жизни.

По сути, самопрезентация является посредником между актером и публикой, создающим определенное взаимодействие между ними.

В своей теории Гоффман также касается проблемы искренности актера в отношении своих действий. Тех, кто не верит в собственные действия он называет «циниками». «Искренними» же являются те актеры, которые создают образ, адекватный ситуации и играемой ими роли.

Отдельное внимание Гоффман уделяет идее разделения «публичного» и «личного Я». Он говорит о том, что в присутствии других людей на первый план выходит использование «публичного Я», а в кругу близких индивид как бы скрывается за «кулисами», поэтому надобность в проявлении «публичного Я» исчезает и становится возможным открыть свое истинное лицо. Такое разделение «сцены» и «кулис» не означает выделение «истинного» и «ложного» Я, а служит отражением того, что индивид представляет различные аспекты своего Я в зависимости от аудитории, с которой он контактирует.

Несмотря на большой вклад Гоффмана в изучение феномена самопрезентации, есть и некоторые замечания по его концепции. В частности, его критикуют за излишнюю прямолинейность в проведении аналогии между театром и реальной жизнью, за несовершенство применяемых методов исследования. Используя для иллюстрации своих предположений примеры из художественной литературы, журналов, мемуаров и даже личных бесед, Гоффман, по большей части, пренебрегает эмпирическими методами. К тому же, говоря о существовании множества мотивов контролировать впечатление аудитории, Гоффман упускает из виду анализ этих мотивов.

Однако несомненной заслугой Гоффмана можно назвать пробудившийся интерес к проблематике самопрезентации и постановку основных вопросов, над которыми работали дальнейшие исследователи этого феномена.

### **Литература**

1. A Dictionary of Psychology / Oxford University Press.
2. Goffman E. Presentation of Self in Everyday Life, N-Y, 1959.
3. Амяга Н. В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении // Личность. Общение. Групповые процессы/М., 1991 – 37-74
4. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебное пособие.— М.: ИНФРА-М, 2006.
5. Жуков Ю.М. Эффективность делового общения / М.:Мысль, 1997.