

УДК 316.624

*К.В. Злоказов***ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СЕБЕ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРИСУТСТВИЯ<sup>1</sup>**

В статье обсуждается представление субъекта о себе, возникающее под влиянием представления о присутствии других людей (социальном присутствии). Исследования явлений социального присутствия показывают, что представление о нем извне регулирует социальную активность субъекта, влияет на процесс и результаты его деятельности. Так, присутствие наблюдателей или представление о таком присутствии фасилитирует или ингибирует деятельность и обучение, влияет на исход соревнования. Мнение окружающих учитывается при покупке вещей или выборе лечения. Представление о присутствии других людей влияет на самосознание и самооценку, используется для социального сравнения.

Социальное присутствие в статье рассматривается с позиций социально-когнитивных и социально-интерактивных теорий. Предполагается, что не только поведение, но и самопредставление («образ Я») субъекта зависят от информации, полученной во взаимодействии с другими людьми. Данная информация осознается в виде представления субъекта о себе или, иначе, образа Я в социальном взаимодействии.

Анализ социально-психологических концепций показывает разобщенность мнений относительно влияния представлений о социальном присутствии на образ Я. В работе проводится их конкретизация. В результате обобщения определяются 4 составляющих образа Я в социальном присутствии: 1) самоопределение – представление о собственной уникальности, отличии от окружающих; 2) самовоплощение – представление о компетентности и эффективности социального поведения; 3) отождествление – представление о себе в социальных ролях, определяющих социальное поведение; 4) соучастие – представление о причастности других людей, их влиянии на действия и решения субъекта. Показано, что эти представления включаются в знание субъекта о себе и используются в процессе самооценки и социального сравнения. Формирование представлений осуществляется на основе восприятия информации о себе, получаемой в социальном взаимодействии. Субъект вычленяет информацию о себе из информации получаемой во взаимодействии, использует ее для оценки и модификации образа своего Я.

*Ключевые слова:* образ Я, социальное взаимодействие, идентичность, социальное присутствие, самоопределение, самовоплощение, социальная роль, референтность, соприсутствие.

**Введение.** Понятие «социальное присутствие» применяется для описания особого вида представлений, возникающих вследствие взаимодействия людей друг с другом. Как правило, люди учитывают присутствие друг друга и ориентируются на него, планируя свои действия и воплощая их в жизнь. Изучение поведения людей в ситуации социального присутствия приводит к любопытным выводам. От того, находятся ли рядом другие люди, зависят самочувствие и самоощущение субъекта, выбор им способа действия и получаемые результаты.

Явление социального присутствия исследуется в разных областях общественных отношений. В сфере массовой коммуникации изучается восприятие присутствия других людей. В ее основу положена концепция J. Short [58], объясняющая, как формируются представления о других людях при получении информации посредством технических средств связи. Одно из направлений этой концепции анализирует закономерности присутствия, влияющие на обучение. Так, например, восприятие учениками лица преподавателя в процессе обучения с помощью интернет-технологий повышает концентрацию внимания и увеличивает удовлетворенность занятием [54]. Исследования поведения потребителей в розничной торговле также обнаруживают роль фактора социального присутствия. Согласно им, на выбор одежды и принятие решения о ее покупке влияет желание оказать положительное впечатление на окружающих и страх оказаться отвергнутым, если одежда по каким-то причинам вызовет неприятие [27]. Социальное присутствие играет роль в выборе лечения: согласно данным, полученным S.E. Taylor, большинство пациентов, лечившихся от рака молочной железы, сообщили, что они сравнивали себя с другими жертвами рака, чтобы справиться с ним [63].

Изучение явлений социального присутствия усиливает интерес к психологической природе его основ и закономерностей. Актуален этот интерес еще и потому, что концепции социального присутствия в социальной психологии охватывают в основном частные аспекты влияния окружающих на субъекта: например, облегчения или затруднения его действий [3]. В других социальных науках (фи-

<sup>1</sup> Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №17-18-01278).

лософии и социологии) представления о присутствии других людей рассматривают вопросы становления сознания и самосознания субъекта, объясняют влияние социального окружения на формирование самовосприятия и самоотношения. Таким образом, концептуальные объяснения в социальной психологии имеют ограничения, связанные с концентрацией на эффектах присутствия, вызванных наличием *другого*. При этом игнорируется самовосприятие субъекта, содержание его представлений о себе и самоотношение, не осмысливаются все последствия их влияния на социальную активность субъекта. Как следствие, это снижает точность оценки влияния присутствия на поведение субъекта. Таким образом, представление субъекта о себе в контексте социального присутствия не рассматривается как регулятор социального поведения.

Цель настоящей статьи – анализ социально-психологических интерпретаций представления о социальном присутствии и определения отношений между представлением о присутствии и образом Я.

Заявленный анализ выполняется посредством трех операций: обобщения эмпирических фактов об эффектах социального присутствия; выявления Я-релевантного контекста в интерпретациях социального присутствия; определения содержания представления образа Я в контексте социального присутствия.

Эти задачи определяют структуру изложения материала. В первой части статьи обсуждаются эффекты социального присутствия и их концептуальные социально-психологические объяснения. Во второй части представлены интерпретации представления субъекта о себе в контексте социального присутствия. В третьей части – описываются области образа Я субъекта, раскрывающие представление о социальном присутствии.

В завершение работы сформулированы выводы и изложены гипотезы эмпирических исследований социального присутствия.

**Эффекты социального присутствия и их объяснения.** В социальной психологии описаны некоторые последствия социального присутствия: фасилитация и ингибция. Эффект фасилитации впервые был обнаружен N. Triplett, экспериментально установившим, что велосипедист на гоночном треке в присутствии других велосипедистов едет быстрее, нежели в одиночестве [16]. Оказалось, что в присутствии окружающих людей легче переносятся физическая боль и стресс [44], повышаются когнитивные способности [14], растут производительность труда и качество результатов [41]. Однако исследования R.B. Zajonc, обнаружившего эффект ингибции, показали, что присутствие других может и ухудшать результаты деятельности. Он пришел к выводу, что в присутствии других людей эффективнее выполняются простые действия, а сложные задачи, требующие креативности и размышлений, напротив, осуществляются хуже [69, 70].

Объяснения влияния социального присутствия на поведение выполнялось в нескольких конкурирующих между собой концепциях. Исторически первая из них – концепция побуждения [70]. Она содержала объяснение, пригодное и для человеческих сообществ, и для высших животных. Согласно данной концепции, присутствие другого существа рассматривалось как источник опасности для субъекта. Опасная ситуация требовала увеличения активности для контроля угрозы нападения со стороны присутствующей особи и выражалась в стрессовом возбуждении. Высокий уровень тревоги приводил к отвлечению внимания от цели на особь, переживаемый стресс блокировал деятельность. Низкий уровень опасности, напротив, способствовал большей концентрации на цели, а стрессовое возбуждение дополнительно стимулировало действия. Конечно, подобное объяснение не соответствовало природе человеческих взаимоотношений, и поэтому стало отправной точкой для альтернативных исследований.

Другая группа концепций анализировала вклад когнитивных процессов при восприятии социального присутствия [26]. Поскольку в экспериментальных условиях использовались задачи разной степени сложности, внимание исследователей сосредоточилось на успешности их решения в ситуации наблюдения посторонних людей за испытуемыми. В ходе эксперимента испытуемым предлагалось решать сложные и простые задачи в присутствии наблюдателей [14]. Предполагалось, что субъект распределяет внимание между целью и зрителями, пытается предсказать реакцию присутствующих на выполнение им задачи. Естественно, что простая задача позволяет испытуемому и решить задачу, и выгодно представить себя в глазах других. Сложная задача рассеивает внимание, вызывает задержки в планировании и выполнении действий – она затрудняет самопредставление и ухудшает производительность.

Схожая идея выдвигалась в концепции социального контроля [23]. Предполагалось, что поведение людей в обществе регламентировано определенными нормами – когда субъект действует, то он прогнозирует социальные последствия собственных действий. В случае, когда решение нарушает правила поведения, субъект тратит время на то чтобы понять, какие реакции окружающих вызовет его поступок. Также разрабатывалась идея отвлечения внимания, определяющая социальное присутствие как отвлекающий фактор (наряду с шумом или музыкой) вызывающий когнитивную перегрузку [57].

Итак, эффекты социального присутствия объясняются с эволюционных (Zajonc) и когнитивных (Duval, Wicklund) позиций. Но ни одна из них не обеспечивает полное понимания того, как влияет присутствие на поведение субъекта и слабо предсказывает его последствия. Отчасти это объяснимо вниманием исследователей к последствиям присутствия при выполнении предписанной экспериментом модели действий. Другими словами, действия испытуемого анализировались в ситуации, ограничивающей варианты поведения. Вследствие этого неохваченным оказывается вопрос планирования деятельности: формирование мотива, выбор цели и создание стратегии действий. В последнее десятилетие эта сторона проблемы начинает актуализироваться из-за виртуализации и анонимности социального присутствия [24].

В целом, эти соображения констатируют влияние представлений о присутствии не только на выполнение действий, но и на планирование деятельности. Таким образом, следует учесть, что влияние на поведение субъекта оказывает не только прямой контакт с окружающими, но и убеждение о возможности их наличия [11]. Соответственно образ присутствия и антиципация подобной ситуации субъектом, как и ее индивидуально-специфические особенности, должны стать самостоятельным предметом изучения. В общем-то, при оценке присутствия многими исследователями отмечается влияние субъективных особенностей испытуемых [28].

Во-первых, установлено, что фактор социального присутствия варьируется в зависимости от уровня экстраверсии, нейротизма [67]. Экстраверсия определяет автономность поведения и независимость суждений, достоверно уменьшая количество негативных последствий от социальной оценки. Нейротизм, напротив, коррелирует с эмоциональной нестабильностью и повышает негативные последствия от социального присутствия.

Во-вторых, индивидуально обретенный опыт социальной оценки влияет на последствия присутствия [45]. Фасилитация либо ингибция действий объясняется опытом оценивания действий субъекта окружающими. Если действия субъекта ранее оценивались положительно, то и текущие действия будут более успешными. Отрицательные оценки в прошлом приведут к негативным результатам в настоящем [26].

В-третьих, влияние социального присутствия опосредуется мотивами самопредставления субъекта [16]. Зачастую, в групповой деятельности для субъекта важнее не достижение цели, а впечатление, которое он оказывает на коллег и окружающих.

В-четвертых, оценка социального присутствия определяется самооценкой. Лица с низкой самооценкой рассматривают присутствие других как вызов или угрозу; субъекты с высокой самооценкой, напротив, рады присутствию наблюдателей, а ситуацию оценивания рассматривают как возможность установления контактов [46].

Обобщая эти факты, можно полагать, что представления о социальном присутствии сопряжены со свойствами субъекта и его жизненным опытом. При этом они связаны сложными отношениями друг с другом. Такое утверждение подтверждается влиянием на восприятие и интерпретацию присутствия и чертами личности (экстраверсией, нейротизмом), и индивидуальным жизненным опытом, и самооценкой.

Вероятно, отношения между разновидностями представлений усиливаются или ослабевают в зависимости от качества представлений. К примеру, нежелание учиться, связанное со стремлением получить другую профессию, не повлияет на уровень волнения студента перед квалификационным экзаменом вне зависимости от состава комиссии. Однако, простое включение этих переменных в экспериментальную схему вряд ли будет способствовать адекватной оценке влияния социального присутствия. Ведь выполнение действий под контролем экзаменатора, либо выступление перед аудиторией экспертов существенно отличаются от выполнения поручений друзей или действий на основе пожеланий членов семьи. Каждый перечисленный тип взаимодействия обнаруживает особую форму социального присутствия и, можно полагать, сочетается с представлениями субъекта о себе. Таким

образом, представления субъекта о себе должны изучаться и определять в контексте социального присутствия.

Для концептуализации этой конструкции обратимся к исследованиям отношений между представлениями о социальном присутствии и образом Я. Этому посвящен следующий раздел статьи.

**Социальное присутствие и представление о себе.** В психологической науке представление субъекта о себе в контексте социального присутствия не имеет завершенной концептуализации.

Исторически наиболее раннее представление о социальном присутствии разрабатывалось в конце XIX в. У. Джемсом. Следуя идее автора, представление субъекта о себе («образ Я»), имело несколько порождаемых самосознанием слоев. Один из слоев – «социальное Я» как представление субъекта о том, каким его считают и признают окружающие. Джемс отмечал, что субъект имеет столько представлений подобного рода, сколько существует групп людей, чье мнение о себе его интересует [39]. Источник информации для развития этих представлений – люди, с которыми взаимодействует субъект. Цитируем его буквально: «Социальное Я человека – это признание, которое он получает от своих товарищей» [39. С. 293]. Такая теоретическая конструкция стала основой для описания природы «образа Я» и его отношений с социальным окружением.

Исследования, посвященные представлению субъекта о себе в социальном присутствии можно условно разделить на две группы: а) развивающие и дополняющие, б) критически переосмысляющие идеи Джемса.

Развитие и дополнение проводилось в отношении различных видов самопредставлений, но наиболее часто они использовались для объяснения сущности самооценки. При этом роль социального присутствия рассматривалась различными исследователями согласованно. Установлено, что прямое или косвенное присутствие – источник оценки (Ч. Кули) и социального сравнения (Л. Фестингер).

В концепции Ч. Кули «зеркального Я» самооценка субъекта определяется его социальным окружением. Автор пишет: «Я представляю ваш ум, и особенно то, что ваш разум думает о моем разуме...» [25]. Формирование самооценки рассматривается им в трех стадиях: а) совершение поступка, 2) восприятие его оценки окружающими, 3) изменение мнения о себе, опосредованное переживанием чувства гордости или стыда. Нарушения самопредставления, следуя Кули, вызваны исключительно субъективными причинами. К ним относятся, например, высокие притязания субъекта, которые обычная социальная среда не может понять и подтвердить. Кроме того, нежелание субъекта принимать оценку общества и, как следствие, самовольность и экстравагантность поступков.

Л. Фестингер определил социальное сравнение как основной способ влияния на самооценку [31]. Согласно взглядам ученого, на самопредставление субъекта влияет социальная оценка группы, участником которой он является. Например, участники низкостатусных групп (лица без определенного места жительства) имеют, как правило, низкую самооценку, а представители статусных (политики, актеры и пр.) – высокую. Помимо этого, социальное сравнение осуществляется посредством стандартов, норм, шаблонов, образцов поведения, разрабатываемых в группах для оценки поведения их участников.

Современное воплощение идей У. Джемса можно проиллюстрировать концепцией представлений субъекта о себе, порожденных межличностными отношениями (relational self) [12]. В концепции самопредставление зависит от лиц, окружающих субъекта: родителей, братьев и сестер, членов семьи, близких друзей и коллег. Их взгляды, оценки, а также сравнения с ними являются основанием для определения себя и самоописания. Ряд эмпирических исследований подтверждает положения этой концепции. К примеру, люди часто не отличают свое мнение от мнения окружающих, приписывают себе качества людей из своего окружения [55]. Лингвистический анализ самоописаний показывает, что люди определяют себя в терминах межличностных отношений (общительный, дружелюбный, честный). С помощью личных местоимений выражается также отношение принадлежности («мнение моих родителей...»), «мой руководитель» [36].

Развитие идей У. Джемса можно увидеть в уточнении отношений между социальным присутствием и «образом-Я». В частности, изменению подверглась идея о множественных «социальных Я». Были определены особые ситуации, в которых разные «социальные Я» сопрягаются друг с другом в один момент времени. Например, оказавшись на рабочем месте с собственным ребенком, субъект испытывает некоторую степень неловкости, переключаясь между двумя моделями поведения – профессиональной и родительской. Конечное поведение может быть признано несоответствующим одним моделям, а может, напротив, быть более эффективным.

Детальному анализу подверглась ситуация присутствия в социальных группах с противоречащими друг другу ценностями. Представление о принадлежности к определенной группе, равно как и присутствие наблюдателей из этой группы, побуждало участника соблюдать требуемую модель поведения. Однако, он избегал конфликта между моделями, основываясь на субъективном представлении об их иерархии. В этой ситуации ясно, что представления о себе в социальном присутствии в сознании упорядочены в зависимости от их субъективной значимости [21].

Итак, очертим представление субъекта о себе в контексте социального присутствия согласно взглядам У.Джеймса. Социальное окружение прямо влияет на представление субъекта о себе в социальном присутствии. Мнения других людей, а также сравнение себя с ними формирует самооценку. При этом субъективное представление о себе не оказывает влияния на «социальное Я». Оно оказывается результатом взаимоотношений между субъектом и окружающими людьми и всецело определяется ими.

Альтернативные взгляды на представление о социальном присутствии формировались на основе критического переосмысления идей У. Джеймса. В них проблематика социальной представленности «Я» разрабатывалась под углом зрения субъекта, стремящегося обнаружить свою непохожесть на окружающих и доказать свою способность влиять на них. Но, что важно, субъекта, нуждающегося в поддержке окружающих и, при этом, укорененного в социальных структурах общества, – то есть озабоченного соблюдением социальных правил и норм. Эта сложная идея хорошо выражена в работах Мерилин Брюер. По ее мнению, «социальное поведение человека определяют две потребности: сохранение собственной уникальности и стремление принадлежать обществу» [18]. Такая теоретическая рамка выступает альтернативой модели Джемса и по-новому представляет отношения между субъектом и его социальным окружением. Следуя ей, тенденции к индивидуализации и интеграции с обществом воплощены в повседневном поведении субъекта и, как следствие, отражаются в представлении субъекта о своем социальном присутствии.

Под этим углом зрения «образ Я» обретает новые качества, отличные от модели, предложенной У. Джеймсом, где представление субъекта о себе рассматривалось в виде структуры с единственным центром в виде глобального «образа Я». Она определялась в отношениях «общество – субъект» в виде однонаправленного воздействия социального окружения на субъект.

Новый взгляд изменял моноцентрированную модель «Я» на полицентрированную. В ней «социальное Я» и «индивидуальное Я» выступают центрами, организующими другие представления субъекта о себе. Отношения между ними построены на основе дополнительности, согласно которой представления о себе и представления о себе в социальном присутствии развивают и уточняют друг друга. При этом субъект признается способным выражать в социальной активности свою индивидуальность, то есть менять социальные модели поведения, исходя из своих внутренних, интуитивных и даже иррациональных представлений [68].

Новая модель «образа Я» в социальном присутствии учитывает этот нюанс. Она предполагает, что люди поддерживают баланс между предписанными группой моделями поведения и собственной индивидуальностью [18]. Ощущая свою изолированность, люди демонстрируют принадлежность группе, восполняя ее посредством того, что становятся более автономными и независимыми в поведении. При этом представление о себе отражает оба стремления.

Иллюстрацией этому может быть концепция «образа Я», предложенная Н.С. Triandis [66]. По его мнению, «образ Я» имеет индивидуальное и коллективное измерения. Индивидуальное Я позволяет субъекту осознавать собственное поведение с индивидуально-значимых позиций (например, высказываться «Я считаю себя флегматиком»). Коллективное Я, напротив, содержит оценки себя с позиции другого человека («Моя семья считает меня флегматиком»). Н.С. Triandis также отмечает, что приоритет индивидуального Я над коллективным, или наоборот, влияет на выбор целей с позиций, соответствующих ценностям субъекта или его группы. По-видимому, и индивидуальное, и коллективное «Я» объясняют друг друга.

Представление субъекта о себе и себе в социальном присутствии может быть организовано на основе принципа двойственной, качественной взаимообусловленности [1]. В предложенной Л.Я. Дорфманом концепции полимодального Я иллюстрируются отношения между областями самопредставлений [2]. Первая область характеризует отношение субъекта к социальному миру, в которой субъект выступает частью мира; второй вид представлений обозначает социальный мир в субъекте, где мир является частью субъекта. Эта двойственность представлений объясняет способность субъек-

та взглянуть на себя «со стороны», а также оценить себя с позиции социального присутствия. При этом в социальном поведении субъекта представления не противоречат друг другу. Действительно, стремление продемонстрировать собственную уникальность в присутствии окружающих всегда сопряжено с необходимостью соответствовать требованиям общества к правилам поведения.

Важно отметить что теоретическая «палитра» исследований не имеет общей платформы: она включает когнитивные, поведенческие и гуманистические объяснения феномена социального присутствия и его воплощения в «образе Я». Поэтому предпринятое нами и изложенное далее в работе обобщение имеет спекулятивный характер [9]: оно опирается на теоретические исследования представлений субъекта о себе и группирует их на основе признаков релевантности и сопряженности. Релевантность предполагает относимость описания к «образу Я», сопряженность говорит о проявлении этой составляющей «образа Я» в поведении субъекта.

Описанные принципы используются для обобщения концепций «образа Я». Их необходимость объясняется отсутствием общего теоретического основания этих концепций, но, при этом, ясной относимостью с «образом Я» и социальным присутствием. Например, все рассмотренные нами концепции «образа Я» опираются на знания субъекта о себе. Однако, объяснения возникновению этого знания основываются на несогласующихся теоретических позициях. Так, с социально-когнитивной точки зрения источником информации становится «социальное окружение», а с гуманистических позиций – «внутреннее переживание себя».

При этом, несмотря на различия в причинах формирования, влияние знания о себе на поведение субъекта в обеих концепциях описывается сходным образом. Ясное представление о себе связывается с эффективным социальным поведением, адекватной самооценкой, а «незнание» – с неудачами и неадекватной самооценкой. С точки зрения релевантности и сопряженности, обе концепции подтверждают влияние этой разновидности представлений на поведение субъекта и рассматриваются нами как принадлежащие одной области представлений субъекта о себе.

**Представления о себе в контексте социального присутствия.** Посредством анализа социально-психологических концепций о социальном присутствии субъекта нами определяются 4 области самопредставлений: самоопределения, самовоплощения, отождествления и соучастия. Области представлений отражают социальное присутствие субъекта и воплощаются в «образе Я». Включаемые в них представления рассматриваются с когнитивной точки зрения, то есть в виде информации, которую субъект получает от окружающих и осознает, связывая с самим собой [48]. Основанием для представлений об «образе Я» выступают два ключевых социально-психологических подхода: когнитивно-поведенческий и социально-интерактивный.

С когнитивно-поведенческой точки зрения субъект развивается через интеграцию в общество. Он получает информацию о себе и своем поведении от социального окружения. Социальная информация влияет на самопредставление и самооценку. Также субъект включается в различные социальные группы и общественные институты, получая определенный статус и связанные с ним модели ролевого поведения. Представление субъекта о себе формируется на основе взаимодействия с социальным окружением благодаря демонстрации моделей поведения, а также информации об успешности их воплощения.

С социально-интерактивной точки зрения способом существования субъекта является активность. Субъект выражает и определяет себя в поступках, которые придают ему ощущения присутствия, эффективности и компетентности. Поступки определяют знание субъекта о себе, а их результаты – самооценку. Развитие субъекта определяется его способностью воспринимать и демонстрировать модели социального поведения. Условием развития является сопредельное социальное окружение – родственников, друзей.

Рассмотрение осуществляется последовательно: сначала приводятся области, обусловленные представлениями субъекта о себе и своем поведении; вслед за ними – представления о своем месте в окружающем мире и присутствии значимых лиц.

**Самоопределение: представление о себе.** Социальное присутствие играет важную роль в построении «образа Я». Под влиянием социального окружения, а также вовлечения в социальные группы формируется представление субъекта о себе. Его «ядром» является определение себя – обобщенное описание себя субъектом, выраженное в терминах, понятных социальному окружению. Для самоопределения зачастую используются обозначения: а) ролей («сын», «учащийся», «инженер», «гражданин»); б) качеств («общительный», «смелый», «сильный»); в) категорий («русский», «верующий») и пр. Самоопределение позволяет представить себя окружающим, но при этом оно также

обобщает знание субъекта о себе как исходная точка для познания себя в социальном и индивидуальном контекстах.

Изучение самоопределения людей разных культур выявило два отличающихся типа описаний: индивидуалистическое и коллективистское [49]. Первое характерно для западной цивилизации – странах Европы и Америки, второе распространено в цивилизациях Востока, к примеру – странах Юго-Восточной Азии. В западной культуре субъект всегда определяет себя уникальным, самобытным и отличающимся от окружающих; в восточной – подчеркивает свою похожесть, слитность с другими людьми, обозначает связь с окружением. При этом, изучение индивидуалистичности представителей западной цивилизации показывает, что оно свойственно не только одному человеку, но мотивирует самоопределение социальных групп. Так, действия участников одной группы обусловлены стремлением отличаться от других групп, несмотря на то, что это желание может приводить к потерям для группы.

Следуя R.F. Baumeister [45], мотивами самоопределения служат: а) стремление субъекта уточнить знание о себе, б) подтвердить его в реальности, в) дополнить имеющееся знание новой и положительной частью. Результаты самоопределения рассматриваются в терминах конструирования [35]; самоописания [22]; саморазличения [29]; определенности образа Я [15]. Сходство между ними можно увидеть в том, что самоопределение всегда связано с социальным окружением и рассчитано на понимание окружающими. Таким образом, несмотря на закрытый, индивидуализированный характер самоопределения, оно может быть понято другим человеком. При этом, определение себя может быть нечетким и несистематизированным, описывать отдельные качества («добрый», «общительный», «веселый»). В целом самоопределение выражает уникальность субъекта. Так, представление себя как неповторимого и непохожего на других связывается с интернальностью, высокой самооценкой и самоуважением, проявляется в независимом поведении, способности отстаивать собственные интересы во взаимодействии с другими людьми. Как показывают клинические исследования, определение уникальности и индивидуальности повышает уровень субъективного благополучия, способность совладать со стрессом. В противном случае, неспособность определить свою независимость и неповторимость, осознать свое отличие от окружающих приводит к риску подвергнуться их когнитивному либо эмоциональному воздействию [40].

В процессе самоопределения используется два вида представлений: во-первых, уже сформированное представление о себе, во-вторых, представление о других людях и группах. Они необходимы для сравнения образа себя с окружающими, обеспечивающего самоверификацию и самоизмерение [42]. Интересно, что субъект воспринимает социальное сравнение критично, лишь связывая результаты сравнения с собой. Информация, не затрагивающая его лично и предназначенная, например, для всей группы тестируемых, не вызывает таких реакций.

Но представление о других становится ресурсом не только для критического анализа, как об этом писал Л. Фестингер, но и для формирования перспективы развития «образа Я»: определения качеств, которыми субъект уже обладает, а также которые мотивирован приобрести в будущем [63]. Это подчеркивает избирательность принятия информации при формировании «образа Я». По сути используется лишь та, которая согласуется с уже имеющимся самоопределением.

Важная характеристика самоопределения – это его ясность. Экспериментальные исследования показывают, что субъекты с четким представлением о себе обладают меньшей социальной тревожностью и большим удовлетворением самим собой [61]. При этом, по мнению P.W. Linville, самоопределения должны быть сложными а не простыми. Ею обнаружено, что субъекты, определяющие себя большим количеством качеств, черт или терминов социальных ролей, менее подвержены депрессиям, переживаниям стрессовых событий [47]. Изменчивость, нестабильность самоопределения связывается с несамостоятельностью, подверженностью влиянию окружающих. Неясное и несогласованное самопредставление ассоциируется с плохим физическим самочувствием, сопровождается ощущением потери контроля над событиями своей жизни [50].

Обобщая, отметим, что самоопределение – это разновидность представлений субъекта о себе, выраженное в социально-понятной форме и обозначающее его индивидуальность, отличие от окружающих. Роль социального присутствия в представлении субъекта о себе можно проследить, во-первых, в его ясности и стабильности; во-вторых, в стремлении определить свою уникальность, непохожесть субъекта на окружающих; и, в-третьих, в использовании терминов и понятий, используемых социальным окружением.

**Самовоплощение: способность достигать цели, влияя на окружающих.** Исследования «образа Я» подтверждают связь между социальной активностью и самооценкой. Она анализируется с точки зрения разных теоретических позиций, но согласуется в том, что социальная активность необходима для самосознания субъекта. Ясно, что, действуя и получая некие результаты, субъект оценивает свою состоятельность. Таким образом, представление субъекта о своей эффективности, способности воплощать свои планы в жизнь включается в «образ Я».

Вместе с тем, в социальной психологии нет единого представления о самовоплощении. На уровне теоретических описаний идея самовоплощения сходна с идеями саморазвития и самоактуализации в гуманистическом направлении психологической науки [4]. Но ее концептуализация проводится в исследованиях, предпринятых в социально-когнитивном направлении. В нём посредством эксперимента изучается социальная активность субъекта, благодаря чему выявляется сущность представлений о самовоплощении, объясняются механизмы его формирования. Помимо этого, социально-когнитивные исследования объясняют закономерности отношений между самовоплощением и «образом Я», демонстрируя, как самовоплощение влияет на самоопределение и самооценку. Эти соображения, в конечном итоге, и объясняют наше внимание к социально-когнитивному подходу.

Исследования самовоплощения представлены в концепциях «самоэффективности» [13], «социального влияния» [33; 34], «социальной направленности поведения субъекта» [20], «самопроектирования во взаимодействии с окружающими» [56]. Все эти концепции объясняют, как возникает представление о самовоплощении, каким образом оно проявляется во взаимодействии с окружающими и как связано с «образом Я». Обобщая исследования, можно говорить о том, что самовоплощение – это представление человека о своей способности оказывать социальное влияние, воздействовать на других людей, быть компетентным и эффективным в социальном взаимодействии.

Одной из первых концепций самовоплощения выступает представление о самоэффективности, разрабатываемое А. Vandura с позиций социально-поведенческого подхода. Самоэффективность – это «убежденность человека в своей способности организовать и осуществить необходимые действия» [13]. Высокая убежденность в том, что результат будет достигнут, приводит к участию в разных видах деятельности. Неудачи в делах не приводят к отказу от действий, а меняют стратегию поведения. От самостоятельных действий субъект переходит к поддержке окружающих. Таким образом, представление о самоэффективности не вытекает из опыта деятельности, а основывается на восприятии субъектом себя таковым. В трактовке V.Gecas представление о возможности влиять на окружающих исключительно прагматично и рационально [33]. Оно формируется на опыте предыдущих действий, знании о том, как следует действовать, воодушевляющих или обескураживающих высказываниях других людей, переживаниях чувства азарта или страха. По мнению V.Gecas, вовлеченность в социальные отношения позволяет подростку оценивать меру своего влияния на социальную среду, а также измерять собственную компетентность, сравнивая себя со сверстниками [34].

Эмпирические исследования подтверждают отношения между представлением о самовоплощении, самооценкой и социальным сравнением. Так, люди, считающие, что обладают богатым и положительным опытом действий, в определенной ситуации вели себя в ней активнее, нежели люди, чье мнение о собственной продуктивности было низким. Представление о самовоплощении также связано с операциями социального сравнения [38]. Объяснение этому видится в стремлении соответствовать требованиям социального окружения и оценивать свое положение в социальной структуре.

В работе J. Stets представление о самовоплощении и социальная полезность действий определяются как аспекты (стороны) самооценки [60]. Отношения между ними сопряжены: высокая социальная полезность повышает оценку собственной эффективности. При этом сопоставление данных параметров с представлением о себе повышает его стабильность. Понимание общественной важности выполняемого дела и своей способности достичь результата дает субъекту защиту от обесценивания. Самооценка не изменяется ни под влиянием негативного мнения, ни собственной переоценкой. Таким образом, признание полезности социальных действий человека повышает у него ощущение собственной компетентности и вместе с тем способствует развитию и укреплению представлений о себе самом.

Итак, представление о самовоплощении говорит о способности субъекта эффективно достигать собственных целей во взаимодействии с окружающими. Самовоплощение демонстрируется посредством социальной активности, и подтверждается признанием со стороны окружающих. Способность к самовоплощению повышает самооценку субъекта. Социальное присутствие – необходимое условие для самовоплощения, поскольку предоставляет информацию о компетентности, эффективности субъекта.



**Отождествление: принятие социальной роли и самовосприятие.** Для объяснения различных видов социальной активности человека используется понятие «ролевое поведение». В терминах ролей описываются внутригрупповые отношения, конфликты и лидерство, активность в профессиональной деятельности, а также отношение субъекта к разным социальным группам. Во всех случаях, ролевое поведение определяется как способ либо модель социального поведения, предписанная группой участнику соответственно его позиции в структуре группы [6]. Понятие ролевого поведения применяется исключительно к повторяющимся и стабильным видам социальной активности и не затрагивает экстремальных событий. Ролевое поведение субъекта ограничено рамками социальной ситуации, подкрепляется нормами группы, которые предусматривают поощрения и наказания за соответствие роли. Таковы традиционные и, более социологические, нежели психологические взгляды на ролевое поведение.

Содержание концепта «ролевое поведение» изменилось после того, как исследованию стали подвергать не только поведение, но и представление о роли, существующее у субъекта социальных отношений. При этом история применения представлений не была последовательной. В традиции взглядов У.Джемса принято различать представление о себе и представление о себе в социальных отношениях. С этой позиции, Я-концепция включала независимые друг от друга области «подлинного Я» и социального Я. Источником информации для формирования подлинного Я выступали глубинные самоощущения, а социальное Я формировалось как интрапсихологическое последствие выполнения роли.

Альтернативный взгляд на ролевое поведение фокусируется на когнитивной составляющей представлений о поведении. Речь здесь идет о представлении субъекта о себе в контексте социальных отношений, восприятии себя в образе участника социальных отношений. Когнитивный подход сформировал новый взгляд на отношения между двумя видами представлений субъекта: о себе в целом («образе Я») и себе как исполнителе ролевого поведения («социальном Я»).

В частности, получило эмпирическое подтверждение представление о множественности «социальных Я», возникающих из-за присутствия субъекта в различных социальных общностях. Проблема приоритета разных «социальных Я» была решена путем введения представления о «центральности Я», некой интеграции «социальных Я» в единое представление субъекта о себе [56].

Следствием «центральности» стало отсутствие внутриличностных конфликтов, которые могли были быть вызваны ролью [53]. Субъект сохранял целостность самопредставления вне зависимости от противоречий, которые возникали в разных моделях поведения. Также были объяснены противоречия между ролевым и неролевым поведением [51]. Противоречия возникали из-за сопряжения нескольких ролей одним субъектом. Например, оказавшись на рабочем месте с собственным ребенком человек вынужден «переключаться» между профессиональной и родительской моделями поведения. При этом выполнение обеих моделей поведения вызывает их взаимонарушение, и, как следствие, затруднения в их исполнении. В работах, оценивающих неролевое поведение, показано, что оно разнообразит поведенческий репертуар социальной роли, влияет на эффективность ее выполнения.

Изучение представлений о роли позволило переосмыслить содержание «образа Я». Оно выявило последствия понимания субъектом ее содержания. Как подчеркивает М. Ногг, восприятие себя как исполнителя социальной роли влияет на «образ Я» [37]. Социальные роли в самосознании становятся самопредставлениями, самореференциями, позволяющими субъекту лучше понять свое место и функцию в социальной структуре. В итоге «образ Я» дополняется информацией о модели поведения в этой роли. Кроме того, оценки поведения субъекта окружающими изменяют его самооценку. В частности, N. Ellemers установила, что социальная оценка группы, в структуру которой вовлечен субъект, влияет на его поведение и затрагивает самооценку [32]. Ею экспериментально доказано, что негативная оценка группы со стороны других групп вызывает у ее участников реакции защитной агрессии. Объясняется это тем, что угроза группе рассматривается как угроза субъекту. Угроза представляется как личный вызов, ответ на который необходимо дать под угрозой потери самоидентичности. Важно также то, что вслед за негативной оценкой группы, снижается уровень самоуважения ее участников. Следовательно, угроза группе, участники которой отождествляют себя с ней как ее представители, затрагивает их самопредставление и самооценку.

Вместе с тем понимание роли субъектом не единственное условие, от которого зависит ее точное выполнение. Значение имеет и отношение субъекта к ней. P.A. Thoits по этому поводу отмечал, что человек, будучи творцом своего поведения, может связывать с ролью свои ожидания и испы-

тывать чувство удовлетворения ею [65]. Ведь неудачи в исполнении роли как правило затрагивают самооценку и поэтому становятся источником стресса. Следовательно, хорошее выполнение ролевого поведения повышает самооценку, а плохое снижает ее.

Итак, суммируя изложенное, отметим, что присутствие в группе рассматривается через представление о роли, которую субъект в ней выполняет. Посредством самоосознания и самооценки ролевого поведения формируется представление субъекта о себе как участнике группы. При этом отношение к роли рассматривается в одномерном континууме, один полюс которого образует отождествление с ролью и стремление ее выполнять; а другой – отрицание роли и протест против нее. Таким образом, отождествление с ролью – это представление о необходимости соответствия модели поведения, предписанной социальной общностью.

В психологических концепциях последствия отождествления с ролью рассматриваются через способность субъекта к социальному взаимодействию (S. Striker, [62]), выражению эмоций (L. Smith-Lovin, [59]), а также объясняют проблему деиндивидуализации субъекта ролевого поведения (St. Rachet [52]).

Используя теоретические рамки символического интеракционизма S. Striker определяет, что социальное поведение осуществляется субъектом посредством известных ему ролей. Использование ролей – это необходимость, вызванная стремлением быть понятным окружающим. Неролевое же поведение воспринимается окружающими людьми с трудом и нередко рассматривается как асоциальное.

Доступный субъекту объем ролей крайне широк, поскольку он занимает определенные позиции в различных социальных общностях, при этом каждая из них предписывает свою модель поведения. Эти общности различаются по своему масштабу и могут относиться и к большим социальным группам (нации, этносу), и к средним (жители города, представители профессий), и к малым (семьи, учебные, профессиональные, служебные группы).

Несмотря на их неограниченность, социальные роли в представлении субъекта о себе структурированы определенным образом. Во-первых, их иерархия отражает структуры общества, в которые вовлечен человек; а во-вторых ситуации, в которых эти роли используются. Таким образом, актуальные социальные роли – наиболее используемые и наиболее релевантные социальным группам, в которых человек участвует.

Оказываясь в нестандартной, «внеролевой» жизненной ситуации, субъект руководствуется наиболее подходящей ролью из имеющегося у него опыта. При этом другие роли тоже могут использоваться им, кооперируясь или конфликтуя – в зависимости от обстоятельств, в итоге облегчая, либо затрудняя поиск выхода из нее. Таким образом, социальное поведение оформляется посредством нескольких социальных ролей, известных субъекту. Вместе с тем, рассуждая о возможности предсказывать социальное поведение, S. Striker выделяет два вида побуждающих его причин: социальные роли и индивидуальные черты. В его представлении и те, и другие влияют на поведение субъекта, но их выражение подвергается воздействию нескольких групп факторов и не может быть конкретно определено.

По мнению L. Smith-Lovin, эмоции образуют связь между социальной ролью и смыслом, который субъект вкладывает в ее выполнение [59]. Эмоции позволяют ускорить восприятие информации, которую несет ролевая ситуация; выражают отношение субъекта к социальной роли и предсказывают ролевое поведение.

К примеру, если учитель отмечает, что ученик не слушает его, он испытывает раздражение из-за опасения, что тот может упустить важную информацию. Эмоция раздражения вызвана исключительно ролью, которую он исполняет; и в другой ситуации, либо у другого субъекта это раздражение не возникнет, либо не будет понято в педагогически значимом смысле. Помимо этого, переживание эмоций выражает отношение субъекта к социальной роли. Спрашивая себя, «каким я себя чувствую в роли учителя», субъект определяет аффективный компонент этого представления. Позитивные эмоции говорят об удовлетворенности ролью, а негативные, напротив, об отрицании этой роли. Подобными оценками сопровождаются другие социальные роли, о которых имеет представление субъект. Например, социальная роль «бабушки» будет описываться в эмоциях, выражающих доброту и заботу; а «внука» – непосредственность и беззаботность. Итак, имея представление о ролях, с которыми субъект себя ассоциирует, можно с достаточной долей уверенности предполагать, какие эмоции он будет выражать, и напротив, выражаемые эмоции позволяют догадаться о социальной роли, которую он демонстрирует.

Исследования в области отождествления затрагивают также эффекты деиндивидуализации. Как правило, максимальное отождествление с социальной ролью связывается с потерей индивидуальности в поведении, самостоятельности и критичности мышления. Однако это положение было дополнено St. Reicher [52]. Его эксперимент по переодеванию группы людей в одинаковую одежду не вызвал эффекта деиндивидуализации. Напротив, усилилось предпочтение участников групповых норм поведения, существовавших в этой группе, а потери самостоятельности мышления или снижения его критичности установлено не было. Тем самым было доказано, что деиндивидуализация может быть вызвана не только чрезмерным отождествлением с ролью, но и анонимностью или изоляцией от социальной группы. При этом и анонимность, и изоляция имеют не пространственный, а когнитивный характер. Следовательно, деиндивидуализацию вызывают не барьеры либо расстояния, а неспособность отождествить себя с какой-либо социальной группой или определить, к какой группе принадлежит субъект. Например, школьник, приходя в новый для него класс воспринимается окружающими как ученик, а не как индивидуальность. Он может находиться в состоянии изоляции и переживать отчуждение довольно долго, если не может рассказать о себе. Лишь с распространением информации о себе он теряет анонимность и обретает индивидуальность в глазах сверстников. Следовательно, даже на уровне представления, отождествление удовлетворяет потребность субъекта в социальном принятии. Оно вызывает ощущение принадлежности к социальной группе, выражается в представлении о предписанном группой поведении.

Принятие ролевой модели поведения одной группы может сопровождаться ее отрицанием в другой. Этот процесс не приводит к явлению аномии и асоциальному поведению, как видел Э. Дюркгейм. Он выражается в деперсонализации, то есть подмене собственной индивидуальности групповой. Субъект стремится освоиться в новой группе, поэтому старается действовать максимально соответствуя ее нормам. При этом его индивидуальность, выражающаяся через стилевые особенности, потребности и ценности, не просматривается в его поведении. Внешне отождествление выглядит как подмена индивидуальности ролью. Однако, в дальнейшем, черты индивидуальности станут заметны.

Итак, представление о себе в контексте социальной роли отражает влияние социального присутствия на самосознание и поведение субъекта. Образ себя в роли формирует содержание представления о себе, при этом качество выполнения роли влияет на самооценку субъекта. Отождествление с ролью предполагает принятие ее содержания, требований к поведению. С точки зрения социального поведения, принятие роли говорит о готовности субъекта соблюдать групповые нормы поведения, а отрицание роли, напротив, выражает стремление к их нарушению. Отождествление с ролью способствует ощущению социальной вовлеченности, пониманию своей принадлежности к группе, избавляет от переживаний чувств изоляции и одиночества.

**Представление о соучастии.** Представление субъекта о себе формируется посредством вовлечения людей в жизнь друг друга. Речь идет о взаимодействии, в котором присутствие другого человека выражается в сопереживании, содействии, помощи или совете. Соучастие проявляется в речи, когда местоимением «мы» субъект объединяет и себя, и другого человека: «мы сделали», «мы решили». В этом речевом акте другой человек становится субъектом действия, совершает поступок, несет за него ответственность. Возможности участия другого человека очень широки, но и неопределенны. Феномен «случайного попутчика» показывает, что люди не просто откровенны с ним, но и принимают мнение такого собеседника как руководство к действию [7].

Соучастие можно определить как представление субъекта о влиянии других людей на него, его решения и действия. Оно основывается на опыте следования мнению другого: принятии совета, помощи и иных проявлений социального присутствия.

Феномен соучастия в социальной психологии разрабатывается в контексте исследования межличностного взаимодействия. Традиционно оно обозначается двумя позициями субъекта: активной и пассивной.

В активной позиции соучастие рассматривается через отношение субъекта к людям, находящимся под его влиянием. Субъект представляется как активный участник отношений – друг, родитель, руководитель. Предметом исследования является отношение к другому [8], способность к восприятию чувств, построению отношений сотрудничества, дружбы, родительства [5]. В пассивной позиции соучастие описывает влияние окружающих людей на субъекта. При этом рассматриваются феномены зависимости поведения от других людей, группового давления и конформности.

В нашем изложении раскрывается третья точка зрения на соучастие. В ней субъект ощущает важность, значимость присутствия другого человека в собственной жизни. Соучастие понимается как представление о влиянии значимого человека. Оно выражается специфическими мыслями и переживаниями, вызванными присутствием другого человека. Представление о соучастии в исследованиях материнства, дружбы выражается ощущениями понимания и принятия, ощущениями заботы и поддержки. Итак, близкими концептами для описываемого представления о соучастии выступают работы, раскрывающие отношения привязанности, дружбы, референтности. Обратимся к ним для прояснения нашей позиции.

В исследованиях Дж.Боулби рассматривается онтогенетически наиболее ранняя форма соучастия – привязанность [17]. Отношение привязанности возникает между ребенком и матерью: оно выражается в особом поведении младенца, сигнализирующем о потребности в постоянном контакте с матерью. При появлении матери ребенок реагирует на нее улыбкой, при расставании – плачем. Проявление привязанности избирательно: оно не распространяется на всех окружающих ребенка взрослых людей, а устанавливается лишь с некоторыми. У детей раннего возраста привязанность к другому сочетается с самопроявлением. Ребенок по-прежнему нуждается в присутствии матери, но, добившись его, проявляет себя. К примеру, прогуливаясь с матерью, ребенок останавливается, протестуя против ее указания. Но угроза расставания побуждает его идти. В этом примере нарастающая субъектность ребенка, выражающаяся в проявлении самостоятельности и автономности, противоречит установленным отношениям привязанности. По мере взросления отношения привязанности между родителями и детьми трансформируются, но такие проявления соучастия, как помощь в принятии решений, сопереживание событий жизни, сохраняются.

Дружеские отношения сопровождаются схожими ожиданиями субъекта от соучастия другого. Развитие дружбы, по мнению J.B. Kupersmidt, вызвано социальной потребностью: представлением о необходимости межличностных отношений, присутствующим у людей на разных этапах возрастного развития [43].

Несмотря на то, что ритуалы и содержательное наполнение дружбы в достаточной мере определяется национальными и культурными контекстами, отношения дружбы способствуют реализации потребности в любви, принадлежности и значимости. Изучение образа дружбы показывает два типа представлений о ней: функциональное и эмоциональное [10]. Функционально дружеские отношения выражаются отношениями поддержки в трудных ситуациях, ожиданием помощи в решении конкретных проблем. Эмоциональное представление говорит о другой стороне дружбы: духовной и эмоциональной близости друзей, удовлетворении потребности быть понятым другим, ощутить сочувствие.

Помимо родительских или дружеских отношений феномен соучастия представлен в восприятии людей и социальных групп. Поскольку восприятие других носит избирательный характер, предпочтение или игнорирование их присутствия основывается на оценке их значимости для субъекта. Значимость объясняется потребностями, целями, интересами субъекта.

Низкая значимость другого человека либо социальной группы приводит к игнорированию другого человека или группы. Высокая значимость, напротив, говорит об обязательном учете мнения другого человека; кроме того, проявляется в переживаниях и действиях субъекта. Мнение референтной персоны изменяет представление субъекта о себе, влияет на уровень самооценки, вдохновляет и мотивирует.

Референтное окружение в целом значимо влияет на самопредставление субъекта. Конечно, его влияние не одинаково на всем протяжении жизни. Многочисленные, неустойчивые и поверхностные социальные контакты подростков заменяются на стабильные и глубокие отношения в зрелости и зрелом возрасте [38]. Соответственно меняется и сила влияния других людей на поведение: достигает максимума в детском и подростковом возрасте и снижается в зрелости. Но в сложных жизненных ситуациях (при распаде семьи, болезнях, потере работы, экономических проблемах) влияние референтных персон на принятие решений и преодоление проблем увеличивается [19].

Дополнительные подтверждения влияния соучастия на образ-Я получены в исследовании изоляции взрослых людей от общества. В них подчеркивается связь между отсутствием доверительных отношений и переживаниями одиночества и депрессии. Вместе с тем, с позиции E. DiTommaso [30], ощущения одиночества зависят не столько от количества собеседников, сколько от качества взаимодействия. Другими словами, субъект, рассчитывающий на определенный уровень доверительности в общении, испытывает ощущение отчуждения, если собеседник ее не демонстрирует.

Суммируя изложенное, отметим, что соучастие – это представление о присутствии других людей в жизни субъекта. Это также условием удовлетворения ряда витальных потребностей, а также источник информации для самовосприятия и самооценки.

**Представление о себе в контексте социального присутствия и их организация.** Анализируя проведенное обобщение в целом, можно отметить, что влияние социального присутствия на представление о себе обширно и разнокачественно. Обширность вызвана множеством ситуаций взаимодействия, а разнокачественность определяется сложностью воздействия общества на человека.

В работе обобщаются теоретические подходы, рассматривающие различающиеся по качеству представления субъекта о себе в социальном присутствии. Выполненный анализ привел к определению четырех областей представлений: а) самоопределение; б) самовоплощение, в) отождествление, и г) соучастие. Гипотетически, каждое из них характеризует «Я», формирующееся в социальном присутствии:

а) самоопределение – представление о собственной уникальности, отличии от окружающих;

б) самовоплощение – представление о компетентности и эффективности социального поведения;

в) отождествление – представление о себе в социальных ролях, определяющих социальное поведение;

г) соучастие – представление о причастности других людей, их влиянии на социальное поведение.

Каждое представление содержит знание о субъекте, которое может использоваться для самооценки, сравнения с окружающими. При этом, будучи релевантными «образу Я», они должны быть соотнесены и друг с другом, и с общей системой представлений субъекта о себе.

Какие отношения между представлениями закладываются на уровне образующих их концепций? В обобщенных нами исследованиях каждое из представлений является базовым. То есть, используется для объяснения других представлений. Отождествление, к примеру, в терминах социальных ролей объясняет, как субъект определяет себя и как рассматривает свое воплощение. Самоопределение служит для объяснения воплощения, соучастия и отождествления, но уже с точки зрения уникальности субъекта. И далее, очевидно, что они обладают возможностью объяснения друг друга. Глядя на их отношения со стороны, можно заключить что они образуют «структуру», состоящую из главенствующего и второстепенных представлений о себе.

Переход от концептуальных моделей к реальности, ставит несколько вопросов о состоятельности идеи множественности самопредставлений.

Первый вопрос: какое из представлений важнее? Он вызван мыслью о том, что социальная активность субъекта побуждается двумя потребностями: принадлежать к обществу и выражать собственную уникальность. В такой трактовке «образ Я» заключает в себе это противоречие – субъект оценивает себя либо как исполнителя социальной роли, то есть подвергающегося воздействию группы; или как индивидуальность, уникальную и независимую. При этом, имея возможность выбирать, люди стараются придерживаться середины между полным сходством со своим окружением и кардинальным отличием от них [18].

Второй вопрос вызван связью представлений о себе с самооценкой. Поскольку «образ Я» включает в себя и когнитивный, и оценочный компоненты, оценка осуществляется через выражение себя в каждом из этих представлений. Обобщает ли она все виды представлений, являясь интегральной, или же является дискретной, т. е. независимой, реализуемой отдельно через самоопределение, самовоплощение, отождествление и соучастие?

Третий вопрос вызван необходимостью обеспечения стабильности каждого из этих представлений. Определение себя, равно как и оценка способности к воплощению своих планов, может быть подвержена изменениям и из-за внутренних факторов (эмоций, представлений), и внешних, например, смены места работы, установления или разрыва отношений с другими людьми. Во всех этих случаях, образ себя может быть преобразован. Изменчивость вызывает вопрос об их взаимодействии с другими образами, т. е. о риске «выпадения» или, напротив, «вытеснения» одного «образа Я» другим.

И, наконец, общий вопрос о реальности этих представлений. Дело в том, что субъект не всегда использует систему представлений о себе и обращается к образующим ее представлениям. Они могут выступать элементами самоосознания, связанными с конкретными ситуациями взаимодействия, но никоим образом не соотносятся друг с другом.

Ответы на эти вопросы могут быть найдены путем эмпирической проверки следующих гипотез:

1. Вероятно, что с позиции «центральности», то есть организации представлений о себе как иерархической системы, одно из представлений будет иметь главенствующий характер, а другие подчиненный.

2. Иерархия представлений может зависеть от когнитивных способностей субъекта и эмоционального отношения субъекта к каждому из представлений.

3. Самооценка определяется каждым из этих представлений сообразно формирующим их механизмам.

4. Постоянство представления о себе определяется социальным взаимодействием.

5. Представления имеют реальный характер, поскольку обусловлены механизмами самосознания и самооценки.

### Заключение

В результате исследования проведена реконструкция понятия «социальное присутствие». Обобщение его интерпретаций в концепциях социально-когнитивной и социально-интерактивной направленности позволило установить влияние представления о социальном присутствии на социальное поведение и «образ Я»:

1. Установлено, что представление о социальном присутствии влияет на взаимодействие с окружающими и результаты деятельности субъекта.

2. Влияние присутствия определяется индивидуальными свойствами и представлениями субъекта о себе.

3. Уточнены области представлений субъекта о себе, формируемые в контексте социального присутствия: самоопределение, самовоплощение, отождествление и соучастие.

4. Высказано предположение о связи между представлениями о себе и социальной активностью субъекта по их верификации.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дорфман Л.Я. Метаиндивидуальный мир: Методологические и теоретические проблемы. М.: Смысл, 1993. 456 с.
2. Дорфман Л.Я. Я-концепция: дифференциация и интеграция // Интегральная индивидуальность, Я-концепция, личность / Под ред. Л.Я. Дорфмана. –М.: Смысл, 2004. С. 96-123.
3. Леонов Н.И., Главатских М.М. Психология социального мира. - Ижевск: Lingua Socialis, 2006. 132 с.
4. Леонтьев Д.А. Самореализация и сущностные силы человека // Психология с человеческим лицом: гуманистическая перспектива в постсоветской психологии. М.: Смысл, 1997.
5. Мелибруда Е. Я-ТЫ-МЫ: Психология возможности улучшения общения / Пер. с польск. М.: Прогресс, 1986. 256 с.
6. Ойстер К. Социальная психология групп. Эффективная работа с людьми: законы групповой динамики, интересы и конфликты, влияние и власть, лидерство. СПб: Прайм-Еврознак, 2004. 224 с.
7. Поляков Е.А. Рилив-терапия как новое психотерапевтическое направление в психологическом консультировании // Российский научный журнал. 2013. № 3(34). с. 198-208.
8. Собчик Л.Н. Диагностика межличностных отношений. Модифицированный вариант интерперсональной диагностики Т. Лири: Методическое руководство. - М.: ИКА "Москва", 1990. С.48.
9. Философский энциклопедический словарь. М.: «Советская энциклопедия», 1983. с. 645-646.
10. Юркова В.В. Социально-психологические исследования дружбы// Современные проблемы психологии семьи: феномены, методы, концепции. Вып. 3. СПб.: Изд-во АНО «ИПП», 2009. – С. 96-101.
11. Abeele, M.V., Roe, K., Pandelaere, M. Construct validation of the concepts: Social presence, emotional presence and connectedness and an application of Zajonc's social theory to social presence research // Proceedings of the 10<sup>th</sup> International Workshop on Presence. Barcelona. 2007. pp. 215-224.
12. Andersen, S.M., Chen, S. The relational self: An interpersonal social-cognitive theory // Psychological Review. 2002. №109. pp. 619-645.
13. Bandura A. Self-efficacy mechanisms in human agency // American Psychologist. 1982. № 37. PP. 122-147.
14. Baron, R.S. Distraction-conflict theory: Progress and problems // Advances in Experimental Social Psychology. 1986. №19. PP. 816-824.
15. Bigler M., Neimeyer G. J., Brown E. The divided self revisited: Effects of self-concept clarity and self-concept differentiation on psychological adjustment // Journal of Social and Clinical Psychology. 2001. № 20. PP. 396-415
16. Bond, C.F. Social facilitation: A self-presentational view //Journal of Personality and Social Psychology. 1982. №42. PP. 1042-1050.

17. Bowlby, J., Ainsworth, M., Boston, M., Rosenbluth, D. The effects of mother-child separation: A follow-up study // *British Journal of Medical Psychology*. 1956. № 29. PP. 211-247.
18. Brewer M.B. The social self: On being the same and different at the same time // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1991. № 17. PP. 475-482.
19. Brookmeyer K.A., Fanti K.A., Henrich C.C. Schools, parents, and youth violence: A multilevel, eco-logical analysis // *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*. 2006. № 35 (4). PP. 504-514.
20. Brown J.D., Smart S.A. The self and social conduct: linking self-representations to pro-social behavior // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001. № 60. p. 368-375.
21. Callero, P.L., Howard A.J., Pilavin A.J. Helping Behavior as Role Behavior: Disclosing Social Structure and History in the Analysis of Prosocial Action // *Social Psychology Quarterly*. 1987. № 50. PP. 247-256.
22. Campbell, J.D. Self-esteem and clarity of the self-concept // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1990. №59. PP. 538-5491
23. Carver, C.S., Sutton, S.K., Scheier, M.F. Action, emotion, and personality: emerging conceptual integration // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2000. № 26. PP. 741-751.
24. Chua, Z., Jiang, Z. Effects of anonymity, media richness, and chat-room activeness on online chatting // *Proceedings of 14th European conference on information systems (ECIS)*. Göteborg. 2006. PP. 2336-2348.
25. Cooley, C.H. *Life and the Student: Roadside Notes on Human Nature, Society, and Letters* // New York: Alfred A. Knopf. 1927. p. 20.
26. Cottrell, N.B. Performance in the presence of other human beings: mere presence and affiliation effects // *Social facilitation and imitative behavior*. Boston: Allyn and Bacon. 1968. PP. 91-110.
27. Dahl, D.W., Manchanda, R.V., Argo, J.J. Embarrassment in consumer purchase: The roles of social presence and purchase familiarity // *Journal of Consumer Research*. 2001. №28. PP. 473-481.
28. Dashiell, J.F. Experimental studies of the influence of social situations on the behavior of individual human adults // *A handbook of social psychology*. Worcester, Mass.: Clark University Press, 1935.
29. Diehl M., Hastings C.T., Stanton J.M. Self-concept differentiation across the adult life span // *Psychology and Aging*. 2001. №16. PP. 643-654.
30. DiTommaso, E., Spinner, B. Social and emotional loneliness: A reexamination of Weiss' typology of loneliness // *Personality and Individual Differences*. 1987. № 22. PP. 417-427.
31. Duffy, M.K., Shaw, J.D., Scott, K.D., Tepper, B.J. The moderating roles of self-esteem and neuroticism in the relationship between group and individual undermining // *Journal of Applied Psychology*. 2006. № 91. PP. 1066-1077.
32. Ellemers, N., Spears R., Doosje, B. Self and Social Identity // *Annual Review of Psychology*. 2002. № 53. PP. 161-186.
33. Gecas V. The Self-Concept: Social Product and Social Force // *Social Psychology: Sociological Perspectives*. New York: Basic Books, 1990. PP. 562-592.
34. Gecas V., Schwalbe L.M. Beyond the Looking-Glass Self: Social Structure and Efficacy Based Self-Esteem // *Social Psychology Quarterly*. 1983. № 46. PP. 77-88.
35. Gergen, K.J., Morse, S. Self-consistency: Measurement and validation // *Proceedings of the American Psychological Association*. 1967. № 75. PP. 207-208.
36. Hinkley, K., Andersen, S. M. The working self-concept in transference: Significant-other activation and self-change // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1996. № 71. PP.1279-1295.
37. Hogg M.A. Social identity, self-categorization and the communication of group norms // *Communication Theory*. 2006. № 16. PP.7-30.
38. Ingersoll-Dayton B., Morgan D., Antonucci T. The effects of positive and negative social exchanges on aging adults // *Journals of Gerontology. Social Sciences*. 1997. № 52. PP. 190-199.
39. James, W. *The Self and Its Selves/Social Theory: The Multicultural Readings* / ed. C.Lemert. Philadelphia: Westview Press. 2010. - PP. 161-166.
40. Kerr M.E. Chronic anxiety and defining a self // *Atlantic Monthly*. 1988. № 9. PP. 35-58.
41. Klehe, U, Anderson, N., Hoefnagels, E.A. Social Facilitation and inhibition during maximum versus typical performance situations. // *Human Performance*. 2007. № 20 (3). PP. 223-239.
42. Kruglanski, A.W., Mayselless, O. Classic and current social comparison research: Expanding the perspective // *Psychological Bulletin*. 1990. № 108. PP. 195-208.
43. Kupersmidt, J.B., Coie, J.D. Preadolescent peer status, aggression, and school adjustment as predictors of externalizing problems in adolescence // *Child Development*. 1990. № 61. PP. 1350-1362.
44. Lazarus, R.S. *Psychological Stress and the Coping Process*. New York: McGraw-Hill. 1966. 312 p.
45. Leary, M.R., Baumeister, R. F. The nature and function of self-esteem: sociometer theory // *Advances in experimental social psychology* San Diego: Academic Press. 2000. № 32. PP. 1-62.
46. Leary, M.R., MacDonald, G. Individual differences in self-esteem: a review and theoretical integration // *Handbook of self and identity*. New York: Guilford Press. 2003. PP. 401-418.
47. Linville, P. W. Self-complexity and affective extremity: Don't put all of your eggs in one cognitive basket. *Social Cognition*. 1985. № 3. PP. 94-120.

48. Markus, H.R. Self-schemata and processing information about self // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1977. № 35. PP. 63–78.
49. Markus, H.R., Kitayama, S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation // *Psychological review*. 1991. № 98. PP. 224-253.
50. McConnell, A.R., Renaud, J.M., Dean, K.K., Green, S.P., Lamoreaux, M.J., Hall, C.E., et al. Whose self is it anyway? Self-aspect control moderates the relation between self-complexity and well-being // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2005. № 41. PP. 1-8.
51. Nuttbrock, L., Freudiger P. Identity Salience and Motherhood: A Test of Stryker's Theory // *Social Psychology Quarterly*. 1991. № 54. PP.146-157.
52. Reicher, S.D. Levine, M. Deindividuation, power relations between groups and the expression of social identity: The effects of visibility to the out-group // *British Journal of Social Psychology*. 1994. №33. PP.145-163.
53. Reitzes, D., Mutran, E. Self-concept as the organization of roles: Importance, centrality, and balance // *Sociological Quarterly*. 2002. № 43. PP. 647-166.
54. Richardson, J., Koehler, A., Besser, E., Caskurlu, S., JiEun, L., Mueller, C. Conceptualizing and investigating instructor presence in online learning environments. *International Review of Research // Open & Distance Learning*. 2015. № 16. PP. 256-297.
55. Robbins, J.M., Krueger, J.I. Social projection to in-groups and out-groups: A review and meta-analysis // *Personality and Social Psychology Review*. 2005. № 9. PP.32- 47.
56. Rosenberg M., Turner R.H. *The Self-Concept: Social Product and Social Force // Social Psychology: Sociological Perspectives*. New York: Basic Books. 1981. PP. 562-592.
57. Sanders, G.S., Baron, R.S. The motivating effects of distraction on task performance // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1975. № 32. PP.956-963.
58. Short J., Williams W., Christie B. *The Social Psychology of Telecommunications*. Wiley & Sons. 1976.
59. Smith-Lovin, L. Emotion as Confirmation and Disconfirmation of Identity: An Affect Control Model // *Research Agendas in Emotions*. New York: SUNY Press. 1990. pp. 238-270.
60. Stets J.E., Burke P.J. Self-esteem and identities // *Sociological Perspectives*. 1994. № 57. PP. 409-433.
61. Stopa, L., Brown, M.A., Luke, M.A., Hirsch, C.R. Constructing a self: The role of self-structure and self-certainty in social anxiety // *Behaviour Research and Therapy*. 2010. № 48. PP. 955-965.
62. Stryker, S. 'In the beginning there is society': Lessons from a sociological social psychology // *The message of social psychology - Cambridge, MA: Blackwell*. 1997. PP. 315-327.
63. Taylor, S.E., Wayment, H.A., Carrillo, M. Social comparison, self-regulation, and motivation / *Handbook of motivation and cognition*. New York. Guilford Press. 1996. PP. 3-27.
64. Taylor, S.E., Wood, J.V., Lichtman, R. R. It could be worse: Selective evaluation as a response to victimization // *Journal of SocialIssues*. 1983. № 39. PP. 19-40.
65. Thoits, P.A. On Merging Identity Theory and Stress Research // *Social Psychology Quarterly*. 1991. № 54. PP.101-112.
66. Triandis, H.C. Individualism-collectivism and personality.//*Journal of Personality*. 2001. № 69. PP. 907-924.
67. Uziel L. Individual differences in the social facilitation effect: A review and meta-analysis // *Journal of Research in Personality*. 2007. № 41. PP. 579-601.
68. Waterman, A.S. Personal expressiveness: Philosophical and psychological foundations // *Journal of Mind and Behavior*. 1990. № 11. PP. 47-74.
69. Zajonc, R.B. Social facilitation //*Science*. 1965. № 149. PP. 269-274.
70. Zajonc, R.B. *Comprehension // Psychology of group influence*. - Hillsdale, NJ: Erlbaum. 1980. PP. 35-60.

Поступила в редакцию 06.02.2018

**K.V. Zlokazov**

#### **SELF-IMAGE IN THE CONTEXT OF SOCIAL PRESENCE**

The article discusses the subject's self-image, which is influenced by the notion of the presence of other people (social presence). Investigation of the phenomena of social presence shows that the idea of it regulates the social activity of the subject, affects the process and the results of his activities. Thus, the presence of observers or the perception of such a presence facilitates or inhibits activity, training, affects the outcome of the competition. The opinion of others is taken into account when buying things or choosing a cure. The notion of the presence of other people influences self-awareness and self-esteem; it is also used for social comparison.

The social presence in the article is viewed from the standpoint of socio-cognitive and socio-interactive theories. It is assumed that not only the behavior, but also the self-representation ("self-image") of the subject depends on the information obtained in interaction with other people. This information is realized in the form of the subject's presentation of himself or, in other words, the self-image in social interaction.



An analysis of socio-psychological concepts shows the dissociation of opinions about the influence of ideas about the social presence on the self-image. In this work their concretization is carried out. As a result of the generalization, the four components of the self-image in the social presence are defined: a) self-determination – the idea of one's own uniqueness, differences from others; b) self-embodiment – an idea of the competence and effectiveness of social behavior; c) identification – representation of oneself in social roles that determine social behavior; d) complicity – the idea of the involvement of other people, their influence on the actions and decisions of the subject. It is shown that these representations are included in the subject's knowledge of oneself and are used in the process of self-evaluation and social comparison. Formation of representations is carried out on the basis of perception of information about oneself, received in social interaction. The subject extracts information about oneself from the information obtained in the interaction, and uses it to evaluate and modify the self-image.

*Keywords:* self-image, social interaction, identity, social presence, self-determination, self-embodiment, social role, referentiality, coexistence.

Злоказов Кирилл Витальевич,  
кандидат психологических наук, доцент кафедры  
педагогике и психологии  
ФГКО ВО «Санкт-Петербургский университет  
МВД России»  
198206, Россия, г. Санкт-Петербург,  
ул. Летчика Пилутова, 1  
E-mail: zkirvit@yandex.ru

Zlokazov K.V.,  
Candidate of Psychology, Associate Professor  
at Department of pedagogy and psychology  
Saint Petersburg University  
of the Ministry of Internal Affairs of Russia  
Letchika Pilutova st., 1, Saint Petersburg, Russia,  
198206  
E-mail: zkirvit@yandex.ru