

Pristatymo strategijos ir jas sąlygojantys veiksniai

Aistė Valionienė

Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Klinikinės ir socialinės Psichologijos katedros
Organizacinės psichologijos specialybės magistrantė,
Didlaukio 47, LT-2057 Vilnius
Tel./faks. 76 25 71, 76 18 90
El. paštas: valionis_arturas@hotmail.com

Mūsų visuomenei būdingas viešojo Aš (angl. *public self*) aspekto akcentavimas lemia tai, kad žmogus, vykstant socializacijai, yra skatinamas vystyti savęs, kaip socialinio objekto, sampratą. Su šiuo viešojo Aš įsisąmoninimu yra susijęs prisistatymas (angl. *self-presentation*) – toks elgesys, kuriuo viešoje socialinėje aplinkoje siekiama gauti aplinkinių pritarimą ir išvengti atstūmimo, orientuojantis į visuotinai priimtas elgesio normas bei kitų žmonių lūkesčius.

Prisistatymo motyvacija kyla viešosiose situacijose, kadangi žmogui yra būdingas domėjimasis ir rūpinimasis tuo, kaip jį suvokia ir vertina kiti žmonės (Leary, Kowalski, 1990). Todėl asmuo, įsisąmonindamas save kaip socialinį objektą, bando suvokti ir pamatyti save tokį, kokį jį galėtų matyti kiti, ir, atitinkamai prisistatydamas, siekia pateikti save taip, kad būtų priimtas ir vertinamas, ir/arba taip, kad, valdydamas kitų žmonių įspūdžius apie save, patvirtintų savo tapatybę pačiam sau.

Siekiant išsamiau išnagrinėti prisistatymo reiškinį, šiame straipsnyje išskiriamos svarbiausios prisistatymo strategijos, aptariamai viešosios situacijos ypatumai bei asmeniniai

skirtingų prisistatymo strategijų pasirinkimą sąlygojantys veiksniai, išplečiant prisistatymo, darančio įtaką tiek paties asmens identiškumo, tiek jo visuomeninio statuso formavimui ir suteikiančio kryptį asmeninei sąveikai, sampratą.

Pagrindinės sąvokos

Prisistatymas (angl. *self-presentation*) – tai elgesio būdas, kuriuo viešoje socialinėje aplinkoje siekiama gauti aplinkinių pritarimą ir išvengti atstūmimo, orientuojantis į visuotinai priimtas elgesio normas ir kitų žmonių lūkesčius. Remiantis įvairių autorių pateiktais apibrėžimais, prisistatymą galima apibūdinti kaip procesą, kurio metu: 1) suteikiama vieša informacija apie save (Baumeister et al., 1989); 2) kuriamas savo įvaizdis aplinkiniams (Arkin, Baumgardner, 1986; Baumeister, 1982, cit. pagal Baumeister et al., 1989; Goffman, 1950, cit. pagal Buss, 1986); 3) įtvirtinama asmens tapatybė (Baumeister, 1989; Greenwald, Brecler, 1985, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Prisistatymo strategija – tai aktyvus verbalinis ir/ar neverbalinis elgesio viešoje socialinėje aplinkoje būdas, kuriuo siekiama

sukurti pageidaujamą įvaizdį aplinkiniams, įtvirtinti ir išlaikyti savo socialinį statusą ar kitų tikslų, priklausančių nuo prisistatančiojo asmenybės struktūrų, individualių prisistatymo įgūdžių ir sugebėjimų visumos bei nuo išorinių viešosios situacijos veiksmų.

Viešumo situacija – tai sąlygos, kai vertinami žmogaus sugebėjimai ir elgesys, didinančios prisistatymo tikimybę siekiant sudaryti aplinkiniams palankų įspūdį apie save (Kolditz, Arkin, 1982, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Įspūdžio ar įvaizdžio kūrimas (angl. *impression management*) – tai procesas, kurio metu asmuo organizuoja savo elgesį viešumoje taip, kad sukurtų vienokį ar kitokį įspūdį ar įvaizdį aplinkiniams (Goffman, 1959, cit. pagal Buss, 1986).

Asmens tapatybė – tai žmogaus savo paties vaizdinys, santykiškai pastovus ir vieningas, bet nuolat atsinaujinantis laikui bėgant. Vadovaudamasis šiuo vaizdiniu, žmogus suvokia ir vertina save, renkasi tikslus, gyvenimo stilių ir sąveikauja su kitais žmonėmis.

Kitų žmonių reagavimo įsisąmoninimas (angl. *public self-awareness*) – tai dėmesio sukonzentravimas į atvirus kitų žmonių stebėjimui savojo Aš aspektus ir į aplinkinių reakcijas, susijusias su jų kuriamais įspūdziais apie prisistatantįjį.

Savęs stebėjimas (angl. *self-monitoring*) – tai savo elgesio stebėjimas ir kontroliavimas, reaguojant į informacinius situacijos požymius ir vertinant savo poelgių tinkamumą egzistuojančioms socialinėms normoms ir visuomenės lūkesčiams.

Pristatymo samprata

Žmogaus elgesys kinta priklausomai nuo socialinės situacijos pateikiamų užuominų apie tai, kokio elgesio iš jo laukiama. Savęs, kaip socialinio objekto, įsisąmoninimas atsiranda viešoje vertinamojoje situacijoje – tokio mis sąlygomis, kai vertinamos asmens savybės ir elgesys (Baumeister, 1982a; Schlenker, 1980; Tedeschi, 1981, cit. pagal Baumeister et al., 1989).

Kartu su savęs įsisąmoninimu vyksta kitų žmonių reagavimo įsisąmoninimas (angl. *public self-awareness*): individą apima difuziškas jausmas, kad jis yra kitų žmonių dėmesio centre (Buss, 1986). Tai sąlygoja du pagrindiniai socialinio konteksto požymiai: išskirtinumas (t. y., kai asmuo atsiduria viešai stebimoje pozicijoje, pavyzdžiui, kalba auditorijai) ir naujumas (pvz., asmuo, įsijungdamas į naują grupę, linkęs jausti intensyvių tos grupės narių stebėjimą ir tyrinėjimą). Pasireiškus savęs, kaip socialinio objekto, suvokimui, sustiprėja pažeidžiamumo ir nesaugumo jausmai, todėl asmuo tokiais momentais yra linkęs susikoncentruoti į savo paties išorę ir rūpintis aplinkiniams sudaromu įspūdziumi, ieškodamas socialinių užuominų apie kitų žmonių įspūdzius, susijusius su jo pasirodymu (Leary, Kowalski, 1990). Taip socialinė aplinka motyvuoja prisistatantį individą kontroliuoti dėl savo prisistatymo kylantį kitų žmonių suvokimą ir vertinimą.

Joneso ir Pittmano (1982) nuomone, motyvą didinti savo galią kitiems žmonėms ir atspindi prisistatymas, sukeliantis aplinkinių atribucijas, susijusias su prisistatančiojo elgesiu, ir nukreipiantis jas palankia, t. y. skatinančia socialinį pritarimą, linkme (cit. pa-

gal Leary, Kowalski, 1990). Pagal Goffmaną (1959), prisistatymo metu apibrėžiami asmeniniai susidūrimai ir juose dalyvaujančių asmenų vaidmenys, kurie padeda valdyti kitų žmonių reakcijas į save kaip į socialinį objektą (cit. pagal Buss, 1986).

Pristatymo procesas

Prisistatymo tikslai

Šiuolaikiniai prisistatymo tyrimai neišskaido prisistatymo strategijos į atskirus aspektus – įvaizdžio kūrimo motyvaciją ir į pačią prisistatymo struktūrą. Pavyzdžiui, Schlenkeris (1980) neatskiria motyvo kurti išpūdį nuo asmens norimo sukurti specifinio įvaizdžio (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Sąlygiškai galima išskirti prisistatymo tikslus atsižvelgiant į tai, kad skirtingiems tikslams pasiekti gali būti pasitelkiamos tos pačios prisistatymo strategijos. Kita vertus, skirtingomis strategijomis gali būti siekiama panašių ar tų pačių tikslų.

Pirma, prisistatymu gali būti siekiama tam tikrų socialinių ir materialinių rezultatų (Schlenker, 1980, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Pageidaujamo įvaizdžio perdavimas bendraujant su kitais žmonėmis didina tikimybę gauti norimą atlygį ir išvengti nepageidaujamų padarinių. Kai kurie rezultatai yra asmeninio pobūdžio (pvz., socialinis pritarimas, pagalba, draugystė), kiti – materialūs (pvz., konkretaus asmens kompetencijos įvertinimas prisistatymo metu gali paveikti jo atlyginimo padidėjimą ar didesnes kvalifikacijos kėlimo galimybes). Taigi prisistatymas gali būti pasitelkiamas siekiant: a) profesinės sėkmės (karjeros, aukštesnių pareigų); b) tikslesnio

naujo vaidmens suvokimo, kai asmuo nėra tikras dėl vienareikšmiško to vaidmens atlikimo; c) pažinčių su žymiais, autoritetiniais žmonėmis; d) aukštesnio statuso, galios kitiems žmonėms; e) sukelti aplinkiniams atitinkamas emocijas; f) socialinio pripažinimo; g) kontroliuoti asmeninius santykius, h) kitų tikslų.

Antra, prisistatymas gali būti naudojamas asmens savigarbai stiprinti. Žmonėms būdingas savigarbos stiprinimo motyvas (Adler, 1930; Allport, 1955; Rogers, 1959; Rosenberg, 1979, cit. pagal Baumeister et al., 1989). Aplinkinių reakcijos (komplimentai, pagyrimai ar kritika, atstūmimas) gali stiprinti arba mažinti savigarbą, todėl prisistatymu dažniausiai bandoma sukurti tokį įvaizdį, kuris sukeltų savigarbą stiprinančias kitų žmonių reakcijas (Schneider, 1969, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Priklausomai nuo prisistatymo tikslų, gali būti išskiriamos šios pagrindinės *prisistatymo funkcijos*:

1. Išpūdžio aplinkiniams kūrimas.

Prisistatymas, kurio metu asmuo kuria išpūdį apie save kitiems žmonėms, atlieka svarbų vaidmenį asmeniniuose santykiuose. Kadangi tie asmens kuriami išpūdžiai yra svarbūs kitų žmonių vertinimui ir suvokimui, pasireiškia polinkis elgtis tam tikru būdu, siekiant sukurti pageidaujamą įvaizdį kitų žmonių akyse. Todėl Jonesas (1964), apibūdinamas prisistatymą, vartoja „įsiteikimo“ ir „noro įgyti palankumą“ terminus: prisistatymas – tai elgesys, kuriuo siekiama paveikti kito asmens kuriamą išpūdį apie save, įsiteikinėjant ir bandant palankiai nuiteikti kitą asmenį (cit. pagal Buss, 1986).

Įvairių tyrimų duomenimis (Buss, Briggs, 1984; Tedeschi, Norman, 1985), žmonės, kurdami tam tikrą išpūdį apie save, yra linkę išgalvoti arba pirmiausia akcentuoti septynis pagrindinius Aš aspektus (cit. pagal Buss, 1986): 1) socialinius bruožus (malonus, šiltas, nuoširdus, mielas); 2) socialinius sugebėjimus (supratingas, mandagus); 3) protą ir kūrybiškumą (intelektas ir įvairūs gabumai menui, mokslui); 4) motyvaciją (energingas, kompetentingas viską atlikti laiku); 5) moralę (sąžiningas, kilnus, garbingas, altruistiškas ir lojalus); 6) statusą (iškovotas, užsitarnautas rangas, visuomeninė padėtis, pvz., šeimos narys ar tam tikros profesijos atstovas); 7) tokias asmenybės savybes, kaip kuklumas ir santūrumas, kurios padėtų įtikinti klausytojus teigiamais prisistatančiojo bruožais.

Remiantis aukščiau išskirtais išpūdžio kūrimo metu akcentuojamais prisistatančiojo požymiais, galima išskirti kitą prisistatymo funkciją, tai yra prisistatymas apima ne tik asmens siekimą kontroliuoti savo įvaizdį aplinkinių akyse (Arkin, Baumgardner, 1986; Baumeister, 1982; Goffman, 1950; Jones, Pitman, 1982, cit. pagal Baumeister et al., 1989), bet ir elgseną, skirtą perduoti tam tikrą informaciją apie save ar tam tikrą savo įvaizdį kitiems. Stone'as (1962) pažymi, kad prisistatydamas asmuo praneša apie savo identišumą, atskleidžia vertybes, emocines būsenas ir nuostatas (cit. pagal Buss, 1986). Tai suteikia pagrindo kalbėti apie prisistatymą plačiąja prasme – kaip informacijos apie save suteikimą.

2. Informacijos apie save suteikimas.

Remdamasis savo patyrimu viešose situacijose, asmuo bando nuspėti kitų žmonių

lūkesčius, taip didindamas socialinio Aš išsąmoninimą. Pristatomasis Aš yra tai, ką žmogus bando ir siekia parodyti kitiems (Adler, Towne, 1987). Nors prisistatymu siekiama viešam vertinimui pateikti geriausias savo puses, t. y. sąmoningai atrenkami tam tikri Aš aspektai, kuriamas įvaizdis dažniausiai atspindi prisistatančiojo Aš sampratą (Leary, Kowalski, 1990).

Asmens savęs vertinimas, nuostatos, vertybės ir kiti asmenybiniai kintamieji sudaro motyvacinę prisistatymo pagrindą. Antra vertus, savo Aš suvokimas turi įtakos prisistatymo strategijos pasirinkimui. Trečia, siekiami ir nepageidaujami Aš aspektai lemia norimų perduoti išpūdžių įvairovę (Leary, Kowalski, 1990). Kita vertus, pats prisistatymas gali turėti tam tikrų padarinių asmeniškajam Aš (Jones et al., 1981, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Tai suteikia galimybę kalbėti apie dar vieną (trečią) prisistatymo funkciją – asmens tapatybės, kaip tam tikro savo paties vaizdinio, formavimą.

3. Asmens tapatybės įtvirtinimas.

Greta aukščiau aptartų prisistatymo funkcijų – informacijos apie save suteikimo ir savo įvaizdžio aplinkinių akyse kūrimo, prisistatymas apima ir siekimą kurti išpūdį apie save pačiam sau (Hogan, Jones, Cheek, 1985; Schlenker, 1985, cit. pagal Baumeister et al., 1989), ir siekimą išlaikyti tam tikrus įsitikinimus apie save patį (Greenwald, Breckler, 1985, cit. pagal Buss, 1986). Baumeisteris (1981) teigia, kad žmonės sukuria ir veikia kitų žmonių išpūdžius apie save, kad patvirtintų savo tapatybę patiems sau (cit. pagal Baumeister et al., 1989). Tai galima pavadinti „vidiniam stebėtojui“ skirtu prisistaty-

mu – tarsi priemonė kompensuoti tapatybės lygmenyje patirtą nesėkmę. Greenwaldo ir Brecklerio (1985) nuomone, palankus Aš vaizdas gali būti formuojamas ir dėl vidinių priežasčių: asmenys, siekdami išlaikyti savo tapatybę, nesėkmių priežastis aiškina sau palankiu būdu (cit. pagal Buss, 1986). Kai prisistatymas yra skiriamas „vidiniam stebėtoju“, jį atspindi kiekviena sau palanki mintis, o aplinkinių nuomonėms formuoti ir kontroliuoti skiriamas viešas prisistatymas pasireiškia elgesiu ir įgyja verbalinę išraišką. Tedeschi (1986) duomenimis, individualus savo tapatybės įtvirtinimas iš esmės yra pagrįstas kognityviniais procesais (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Tačiau asmeniško Aš vaizdo ir viešo įspūdžio kūrimo procesai yra skirtingi ir motyvacinė, ir atlikimo prasme.

Šiame darbe aptariamos tik prisistatymo kitiems žmonėms strategijos. Tai nesumažina individualių asmens motyvų reikšmės, formuojant įspūdį aplinkiniams, ir nepaneigia to fakto, kad asmuo siekia sukurti ir tam tikrą įvaizdį pačiam sau, remdamasis prisistatymo metu suteikiamomis socialinės aplinkos užuominomis apie savo suvokimą ir vertinimą.

Pristatymo strategijos

Prisistatymo strategiją galima apibūdinti kaip aktyvų elgesį viešojoje socialinėje aplinkoje. Šiuo elgesiu siekiama sukurti pageidaujamą įvaizdį aplinkiniams, įtvirtinti ir išlaikyti savo socialinį statusą, taip pat kitų tikslų, priklausančių nuo vidinės prisistatančiojo asmenybės struktūros, individualių įgūdžių ir sugebėjimų prisistatyti gausos bei nuo išorinių (viešosios situacijos) veiksnių.

Daugelis prisistatymo strategijų yra pasąmoningos ir pastovios (Hogan, 1982; Hogan et al., 1985; Schlenker, 1980, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Taip yra dėl asmenybės bruožų įtakos prisistatymo strategijų pasirinkimui. Prisistatymo, kaip „priešdėmesinio“ proceso, apibūdinimas suteikia galimybę paaiškinti kai kurių žmonių nesirūpinimą savo sudaromu įspūdžiu aplinkiniams, sugebant vienaip ar kitaip prisitaikyti prie aplinkinių lūkesčių. Dėl šios priežasties įvaizdžio kūrimo procesas nedaro įtakos visam žmogaus elgesiui, bet gali būti aktyvuojamas tik tam tikru laiko momentu, pavyzdžiui, kaip gynybinis mechanizmas siekiant išlaikyti savo socialinį statusą (Leary, Kowalski, 1990).

Prisistatymo strategijų klasifikacija

Jonesas ir Pittmanas (1982) savo sudarytoje prisistatymo strategijų taksonomijoje konkrečias strategijas apibūdina ir asmeninius prisistatančiojo motyvus bei tikslus, ir prisistatymo stilių atspindinčiais terminais (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Šie autoriai akcentuoja įvairių prisistatymo strategijų padarinius bei juose glūdinčią riziką sulaukti neigiamo aplinkinių įvertinimo. Pavyzdžiui, kai kuriamu įspūdžiu siekiama aplinkinių palankumo ir simpatijų, meilės ir prieraišumo, rizikuojama sulaukti tokių nepalankių apibūdinimų, kaip „konformistas“, „pataikūnas“, „silpnas“ ir pan.; kai siekiama aukšto statuso, pagarbos ir pasitikėjimo, rizikuojama būti palaikytam tuščiagarbiu, pasipūtėliu ir melagiui. Arba, siekiant tapti pavyzdžiu aplinkiniams, būti laikomu garbingu, atsidavusiu, kenčiančiu ir pasiaukojančiu, galima sulauk-

ti priešingų šiems lūkesčiams vertinimų, t. y. kiti žmonės gali palaikyti tokį elgesį manipuliacija ir išnaudojimu. Kita vertus, asmenys, norintys pasirodyti nelaimingais, bejėgiais, nekompetentingais ir taip sukelti aplinkiniams užuojautą ir norą jais rūpintis, rizikuoja būti suvokti kaip tingūs, įnoringi, apsimetinėjantys ir stigmatizuoti.

Joneso ir Pittmano (1980) pateikti išpūdzio kūrimo strategijų apibūdinimai leidžia teigti, kad, keisdami savo elgesį ir bandydami įsitvirtinti viešumoje, žmonės ne visuomet pasiekia savo tikslą ir rizikuoja sulaukti neigiamo aplinkinių požiūrio visai priešingo tam, ko tikėjosi (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Kituose šios srities tyrimuose išskiriamos įvairios prisistatymo strategijos, apibūdinamos kaip „įsitvirtinimo“, „savęs stiprinimo“ (angl. *self-enhancing*), „išankstinio sėkmės numatymo“, „siekimo išvengti nesėkmės“, „savęs žeminimo“, „kentėjimo“, „perfekcionistinė“, „idealizuojančioji“, „įbauginimo“, „įsiteikimo“ strategijos (Leary, Kowalski, 1990; Fukushima, 1994; Smith, 1987). Be šių strategijų, yra išskiriama „įvaizdžio išsaugojimo“ strategijų grupė (Baumeister et al., 1989). Kartais pavadinimai prisistatymo strategijoms suteikiami sąlygiškai, akcentuojant šių strategijų pasirinkimo motyvus ir tikslus.

Tedeschi ir Normanas (1985), nurodydami du pagrindinius ir iš esmės skirtingus prisistatymo motyvus – savignyą ir savęs stiprinimą – atitinkamai išskiria dvi skirtingas prisistatymo strategijas: „gynybišką“ ir „įsitvirtinimo“ (cit. pagal Buss, 1986). Šios dvi strategijos ir „įsiteikinėjimo“ bei „savęs žeminimo“ taktikos daugelio tyrinėtojų (Arkin, Baumgardner, 1986; Baumeister, 1982, cit. pagal Baumeister et al., 1989; Greenwald, Brecler,

1985, pagal Adler, Towne, 1987) yra pripažįstamos kaip labiausiai paplitusios, todėl jos aptariamoms plačiau.

Gynybiška prisistatymo strategija

Šia strategija gali būti siekiama įvairių tikslų: a) išlaikyti savigarbos jausmo stabilumą; b) sukurti arba pateisinti teigiamą išpūdį apie save; c) gauti socialinį pritarimą ir pripažinimą; d) kontroliuoti asmeninius santykius ir dominuoti juose; e) sukelti aplinkiniams tam tikras emocijas (baimę, gailestį, užuojautą); f) paneigti ankstesnįjį savo įvaizdį, t. y. išvengti ar pakeisti neigiamas kitų žmonių atribucijas, kurios gali būti realios arba tik kryptingai suvokiamos prisistatančiojo kaip neigiamos (Buss, 1986). To gali būti pasiekama neigiant kai kuriuos faktus, įvykius, dėl kurių gali nukentėti įvaizdis, interpretuojant taip, kad jie nepakenktų, neprisiimant atsakomybės dėl neigiamų padarinių; teisinant savo poelgius „kilniais tikslais“.

Taigi pagrindinis gynybinio prisistatymo tikslas – išvengti nesėkmės, sumažinti riziką būti nepalankiai įvertintam neapibrėžtose situacijose ir išvengti įsipareigojimo išlaikyti teigiamą Aš vaizdą, kuris ištikus nesėkmei, t. y., kai nepasiseka sukurti norimo įvaizdžio, gali sąlygoti viešą prisistatančiojo atstūmimą ir pažeminimą. Todėl gynybinė prisistatymo strategija yra apibūdinama ir vengimu prisiimti atsakomybę už ankstesnius savo veiksmus bei siekimu likti nepastebėtam, ypač neapibrėžtose ir rizikingose situacijose. Kai kuriais atvejais gynybinis prisistatymas apima savęs blokvimo (angl. *self-handicaping*) ir net prosocialaus elgesio tendencijas (Jones ir Pittman,

1980, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Abejojantis savo sugebėjimais ir akcentuojantis pradines savo nesėkmes asmuo linkęs ne tik atskleisti sėkmingai veiklai trukdančias savo savybes, bet ir susikurti kliūtis sėkmei, siekdamas išvengti atsakomybės už nesėkmes, nors būtent tai didina nesėkmių tikimybę (Baumeister et al., 1989).

Gynybiško įvaizdžio kūrimui būdingi trumpalaikiai tikslai, dažniausiai kylantys netikėtose ir naujose situacijose, esant ribotam laikui apgalvoti savo veiksmus, o „įsitvirtinimo“ strategija yra siekiama formuoti pastovų asmens identitetą ir sukelti aplinkiniams ilgalaikes atribucijas (Buss, 1986).

Įsitvirtinančio prisistatymo strategija

Šią strategiją galima apibūdinti kaip ryžtingą ir rizikingą elgesio viešumoje taktiką, pasireiškiančią savo stipriųjų, pageidaujamų bruožų akcentavimu ar hiperbolizavimu ir tvirtu tikėjimu norimo išpūdžio sudarymo sėkme (Buss, 1986).

Įsitvirtinimo strategiją pasitelkiantys asmenys yra linkę: a) atkreipti į save dėmesį, išsiskirdami iš kitų žmonių; b) viešai tvirtinti pageidaujamą informaciją apie save, pabrėždami stipriąsias savo puses, ambicingai, netgi agresyviai save idealizuodami, aukštindami savo sugebėjimus, kompetenciją bei galią, demonstruodami sąžiningumą, gailingumą, nuoširdumą ir kitas pageidaujamas savybes, padedančias sudaryti maksimaliai palankų išpūdį apie save; c) remtis pradine sėkme ir aiškinti ankstesnių įvykių priežastis sau palankiu būdu, ištikus nesėkmei priskirti ją išorės veiksniams, o sėkmę aiškinti kaip savo nuopelną,

t. y. jos priežastis priskirti vidiniams veiksniams (Schlenker, Weigold, Hallam, 1990, cit. pagal Fukushima, 1994); d) stiprinti savo socialinį statusą ir galią, prisimindami profesinius pasiekimus bei anksčiau pasiektus laimėjimus ir nuopelnus; e) siekti aplinkinių pagarbos ir pasitikėjimo, parodydami panašumą su klausytojais, jų problemų ir interesų supratimą; f) būti atviri, neslėpti savo jausmų ir pripažinti klaidas, kadangi tai skatina kitų žmonių pasitikėjimą (Buss, 1986); f) akcentuoti savo vertybines orientacijas ir nuostatas, kurios neabejotinai atitinka visuomenėje dominuojančias vertybes ir nuostatas; g) rizikuoti, kad juos demaskuos (Baumeister et al., 1989).

Teigiamos informacijos apie save tvirtinimas yra rizikinga prisistatymo pradžia. Kadangi įsitvirtinančio prisistatymo tikslas yra priversti auditoriją kuo palankiau vertinti prisistatantį, informuojant apie teigiamas savo savybes, talentus ir pasiekimus, sėkmė pasiekama tada, jei auditorija patiki šiais tvirtinimais (Buss, 1986). Kita vertus, tikintis padaryti didesnę poveikį, rizikinga pabrėžti savo skirtingumą ar pranašumą, nes tai gali sukelti klausytojams menkavertiškumo jausmą ir norą elgtis gynybiškai (Suslavičius, 1995). Taigi ši taktika yra rizikinga, kadangi savęs apibūdinimas teigiamais ir ryškiais epitetais negarantuoja palankaus aplinkinių įvertinimo. Pirma, asmuo rizikuoja pasirodyti išdidus, pasipūtęs ir arogantiškas. Egzistuoja kultūros normos, netoleruojančios aukštų savo paties vertinimų išsakymo (Powers, Zuroff, 1988, cit. pagal Baumeister et al., 1989), apie jas kalbama toliau. Kitas rizikos momentas yra tai, kad po įsitvirtinančio prisistatymo einantys įvykiai gali įrodyti perdėtai teigiamų tvirtinimų apie save klaidingumą (Weary, Arkin, 1981, cit. pagal Baumeis-

ter et al., 1989). Taigi savęs įtvirtinimo strategija yra rizikinga potencialaus pažeminimo ir socialinio statuso praradimo prasme, tačiau, jeigu pasiseka, būtent ši elgesio viešumoje taktika suteikia galimybę efektyviausiam įsitvirtinimui socialinėje aplinkoje.

Įsiteikinėjančio (meilikaujančio) prisistatymo strategija

Tai elgsena, kuria bandoma sukelti teigiamas kitų žmonių reakcijas ir palankų vertinimą, siekiant asmeniškios naudos (Buss, 1986). Jei ši strategija pritaikoma sėkmingai, kiti žmonės pamėgsta įsiteikinėjančią asmenį ne dėl specifinių jo bruožų ir savybių, bet dėl jo elgesio su vertintoju. Toks „įsiteikinėjimas“ pasireiškia dėmesingumu kitam žmogui, atsižvelgimu į jo nuomonę ir interesus, komplimentų sakymu ir paklusnumu bei pritarimu pašnekovo ar auditorijos nuomonei. Jonesas (1964) pažymi, kad asmuo, pasitelkiantis įsiteikinėjimo strategiją, turi būti labai atsargus, kadangi vertintojas gali išvelgti jo elgesyje tam tikrą manipuliaciją (cit. pagal Buss, 1986). Siekdamas savo tikslų, „įsiteikinėtojas“ vartoja įprastą socialinį atlygį – tai gali būti dėmesys, pagarba, pagyrimas, simpatija ar jautrumas kitam žmogui.

Save žeminančio (menkinančio) prisistatymo strategija

Tai elgsena, kuria siekiama sukurti nepalankų Aš vaizdą aplinkiniams arba palaikyti „kentėtojo“ įvaizdį visuomenės akyse, menkinant savo sugebėjimus, žeminant ir kritikuojant save bei neigiant savąją vertę, apskritai pateikiant neigiamą informaciją apie

save (Jones ir Pittman, 1980, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Taigi save žeminančiu prisistatymu siekiama sukurti nepageidaujama savo įvaizdį, pristatant save kaip nepatrauklų, nesugebantį kažko atlikti ir nepatikimą, sukeltiant kitų žmonių baimę, užuojautą arba gailestį. Ši strategija gali pasirodyti visiškai iracionali ir nenaudinga. Kolditzas ir Arkinas (1982) teigia, kad pagrindinis savęs žeminimo motyvas – tai ne asmens savigarbos išlaikymas, o aplinkinių pagarbos ir paguodos siekimas (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Paradoksalus šios strategijos ypatumas yra tai, kad viešai suteikiama neigiamą informaciją yra suvokiama ryškiau nei teigiama (Kanouse, Hanson, 1971), todėl save žeminantys asmenys atsiskleidžia daugiau nei save aukštinantys (cit. pagal Baumeister et al., 1989). Įvairių tyrimų duomenys (Leary, Kowalski, 1990) rodo, kad šia prisistatymo strategija iš tikrųjų nėra pažeminamas viešasis Aš. Naudojantis šia strategija, tarsi atsisakoma atskleisti tam tikrą informaciją apie save, siekiant išvengti atsakomybės už savo veiksmus, pasirenkant neįpareigojančius ir patikimus, nerizikingus elgesio būdus, pavyzdžiui, išsisukinėjimą. Neišsakant teigiamų tvirtinimų apie save, išvengiama su aukščiau aprašytąja įsitvirtinimo strategija susijusios rizikos, aplinkinių dėmesys nėra atkreipiamas į save ir nesukeliama vėlesniuose socialinės tarpusavio sąveikos etapuose galintys įpareigoti kitų žmonių lūkesčiai. Todėl galima teigti, kad „saikingos“ savikritikos strategija netgi gali sukelti palankią kitų žmonių reakciją, neįpareigodama abiejų pusių (Powers, Zuroff, 1988, cit. pagal Baumeister et al., 1989).

Pristatymo strategijų keitimas

Prisistatymu siekiama tam tikrų tikslų, todėl po prisistatymo gali sekti atitinkamas prisistatymo strategijų keitimas, įvertinus ankstesniųjų strategijų efektyvumą, susijusį su tų tikslų pasiekimu (Carver, 1979; Miller et al., 1960; cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Šis subjektyvus įvertinimas turi įtakos ne tik vėlesniam prisistatančiojo elgesiui (kitos prisistatymo strategijos pasirinkimui), bet ir grįžtamojo ryšio principu veikia įvaizdžio kūrimo motyvaciją bei turinį sąlygojančius veiksniai.

Kai asmuo tikisi prisistatymu pasiekęs norimų tikslų, jis dažniausiai sulaiko tolesnias aktyvias pastangas kurti išpūdį aplinkiniams, tačiau stengiasi palaikyti sukurtą įvaizdį, vengdamas nesuderinamų su juo elgesio būdų. Jei žmogus nemano sudaręs norimą išpūdį, jis gali pasirinkti tris tolesnės veiklos kryptis (Leary, Kowalski, 1990).

Pirma, jei po nesėkmingo prisistatymo asmuo mano, kad siekiamą išpūdį galima sukurti ir toliau laikantis tokios pačios elgesio strategijos, jis bus linkęs tęsti ankstesnes pastangas.

Antra, kai prisistatantysis mano, kad jam nepavyks sudaryti norimo išpūdžio, jis gali nukreipti savo pastangas priešingo ankstesniajam išpūdžio sudarymo linkme. Pavyzdžiui, jei žmogus nori padaryti išpūdį aplinkiniams savo protu ir sąmoju, jis to gali pasiekti racionalizavimu arba nuoširdumu ir spontaniškumu. Arba, pavyzdžiui, jam nepasisekė pasirodyti kompetentingu, todėl prisistatydamas pakartotinai jis gali siekti pasirodyti draugišku (Leary, 1980, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Trečia, kai prisistačiusiam atrodo, jog jam nepavyks sukurti norimo įvaizdžio, jis gali pasinaudoti gynybine prisistatymo strategija (Arkin, 1981), kuri yra nukreipta į viešo įvaizdžio išsaugojimą, atsisakant tolesnių bandymų aktyviai kurti norimą įvaizdį (cit. pagal Baumeister et al., 1989). Šiuo atveju galima išskirti „įvaizdžio išsaugojimo“ strategijas, kuriomis siekiama atkurti ankstesnę teigiamą įvaizdį. Tai gali pasireikšti atsiprašėjimu (Snyder, Stucky, Higgins, 1983); teisinimusi ir pasiaiškinimais (Schlenker, Darby, 1981); sau palankių atribucijų priskyrimu (Weary ir Arkin, 1981); paslaugomis ir malonėmis (Apsler, 1975); kitų žmonių kaltinimu ir šmeižimu (Cialdini, Richardson, 1980); atsiribojimu nuo savo socialinio vaidmens (Archibald, Cohen, 1971) ir kompensuojančio išpūdžio kūrimu (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Šiuo atveju prisistatantysis yra linkęs abejoti savo sėkme, patirti socialinį nerimą ir elgtis neryžtingai (Leary, 1983; Schlenker ir Leary, 1982, cit. pagal Baumeister et al., 1989). Toks prisistatančiojo santūrumas atspindi gynybinę strategiją, sumažinančią galimybę vėliau sulaukti nepalankių aplinkinių vertinimų (Arkin, 1981; Leary, Knight, Johnson, 1987, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Apžvelgus prisistatymo strategijų įvairovę, kyla klausimas, kokie veiksniai lemia strategijos pasirinkimą ir sėkmingą iškeltų tikslų pasiekimą šiai strategijai padedant. Baumeisterio (1989) nuomone, prisistatymo strategija yra keleto veiksnių sąveikos rezultatas – vidinių psichinių struktūrų, individualių prisistatymo įgūdžių bei sugebėjimų visumos ir išorinių socialinės aplinkos veiksnių.

Pristatymo strategijų pasirinkimą sąlygojantys veiksniai

Įvairiose socialinėse situacijose gali kilti sunkumų, atliekant pasirinktąjį ar priskirtąjį vaidmenį bei laikantis pasirinktos prisistatymo strategijos. Egzistuoja ryškūs prisistatymo skirtumai, prisitaikant prie situacijos reikalavimų (Snyder, 1974, cit. pagal Baumeister et al., 1989).

Apibendrinus įvairių prisistatymo tyrimų duomenis (Baumeister et al., 1989; Leary, Kowalski, 1990), prisistatymo strategijų pasirinkimą sąlygojantys veiksniai skirstomi į tris pagrindines grupes: asmenybinius (individualius) veiksnius, tarpasmeninius ir situacinius (socialinės aplinkos) veiksnius, kuriuos sąlygiškai galima priskirti vidiniams ir išoriniams veiksniams. Visi šie veiksniai yra glaudžiai susiję ir sąveikaujantys tarpusavyje ne tik prisistatymo metu, bet ir pasirenkant tikslus bei būdus jiems pasiekti. Taigi pirmiausia reiktų nustatyti veiksnius, darančius įtaką asmens motyvacijai kurti savo įvaizdį viešumoje ir apimančius ne tik norimo sukurti įvaizdžio pasirinkimą, bet ir apsisprendimą, kokie elgesio būdai tinkamiausi šiam įvaizdžiui kurti, t. y. pasirinkti prisistatymo strategijas. Taip pat svarbu yra atsižvelgti į kai kuriuos išorinius situacinius veiksnius ir į visuomenėje egzistuojančias socialines normas, galinčias turėti įtakos prisistatymo planavimui ir atlikimui.

Asmenybiniai veiksniai

Vieną kartą motyvuoti sukurti savo įvaizdį aplinkiniams, žmonės gali keisti savo elgesį, siekdami paveikti kitų žmonių nuomonę apie save (Leary, Kowalski, 1990). Tyrimai rodo,

kad vieni asmenys yra labiau motyvuoti valdyti aplinkiniams kuriamus įspūdžius, nei kiti. Pavyzdžiui, makiaveliškam asmenybės tipui priskiriami asmenys linksta veikti kitus strateginiu prisistatymu (Christie, Geis, 1970; Fontana, 1971; Jones et al., 1962, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Asmenybiniai, individualūs veiksniai yra vienas iš pagrindinių prisistatymo dinamikos šaltinių (Smith, 1987).

Apžvelgsime pagrindinius pageidaujamo įvaizdžio kūrimui svarbius prisistatančiojo asmenybės ypatumus.

1. Pasitikėjimas savimi. Baumeisterio (1989) teigimu, pasitikintis savimi asmuo neturėtų būti linkęs naudoti gynybiškų prisistatymo strategijų. Nepasitikintis savimi asmuo, priešingai, gali pasinaudoti sėkmingai viešajai veiklai kliudančiomis aplinkybėmis, siekdamas išvengti atsakomybės už galimas nesėkmes. Toks asmuo nuolat stebi kitus žmones ir vadovaujasi jų reakcijomis kaip socialinėmis užuominomis, atitinkamai keisdamas savo elgesį (Buss, 1986). Bussas (1986) taip pat teigia, kad dažnai prisistatymo tikslas yra ne manipuliacija kitais žmonėmis, siekiant ekonominės ar socialinės naudos, bet viešo įspūdžio apie save formavimas tada, kai asmuo nepakankamai pasitiki savo spontanišku elgesiu ar socialiniais įgūdžiais. Nuo pasitikėjimo priklauso ir prisistatymo kokybė – nepasitikėjimas savimi prisistatymo metu atsispindi ir neverbaliniame elgesyje (judesių suvaržymas ir neryžtingumas, viso kūno įtampa ir pan.), ir aplinkiniams verbaliniu būdu suteikiamoje informacijoje (savikritiškumas, santūrumas, savęs žeminimas) (Baumeister et al., 1989).

2. Savimonė. Stipri viešojo savimonė (angl. *high self-consciousness*) yra susijusi su žmo-

gaus polinkiu susikongruuoti į savo paties viešai stebimas puses (Feningstein, 1975, cit. pagal Baumeister et al., 1989). Žinojimas, kad esi kitų žmonių dėmesio objektas, sustiprina atmetimo ir pažeidžiamumo galimybės baimę bei personalizmo tendencijas, t. y. polinkį asmeniškai reaguoti į socialinės aplinkos signalus arba suvokti įvykius kaip tyčia nukreiptus į konkretų žmogų. Taigi, susirūpinęs tuo, kaip jį mato kiti (turintis stiprią viešąją savimonę), asmuo labiau linkęs manyti, kad aplinkiniai jį stebi, ir naudoti prisistatymo strategijas. Stipri savimonė sustiprina jausmą, jog esi stebimas. Kita vertus, ir pats aplinkinių stebėjimas sustiprina prisistatymo savimonės jausmą bei motyvaciją kurti tam tikrą įvaizdį.

Taip pat būtina paminėti su viešąja savimone susijusio anksčiau aptarto „kitų žmonių reagavimo įsisąmoninimo“ laipsnį. Tyrimų duomenimis, asmenys, kurių savęs, kaip socialinio objekto, įsisąmoninimas nėra stipriai išreikštas, retai jaučiasi išsiskiriantys iš kitų žmonių ir mažai tesirūpina savo sudaromu aplinkiniams išpūdžiu. Jų vidines dispozicijas atitinkančiam elgesiui būdingas spontaniškumas, atvirumas, nuoširdumas ir pastovumas, t. y. šie asmenys mažiau linkę keisti savo elgesį dėl socialinio konteksto, kitaip nei asmenys, kuriems būdingas stiprus kitų žmonių reagavimo įsisąmoninimas (Leary, Kowalski, 1990).

3. Ekstraversija, orientacija į kitus žmones (angl., *other-directness*), yra glaudžiai susijusi su aukščiau aptartais veiksniais, ji sąlygoja prisitaikymo, konformizmo, socialinio pageidaujamo pasireiškimo ir atsispindi elgesyje, nukreiptame į socialinių užuominų

ieškojimą stebint aplinkinių reakcijas, kai asmuo viešoje situacijoje nėra tikras dėl vienareikšmiško savo vaidmens atlikimo ir suvokimo (Buss, 1986). Šis asmenybinis veiksnys suteikia galimybę prisistatančiam pasirinkti tinkamesnę konkrečiai situacijai prisistatymo strategiją, orientuojantis į aplinkinių lūkesčius ir socialines normas.

4. Savigarba. Įvairiais tyrimais nustatyta savigarbos lygio ir savigarbos jausmo stabilumo įtaka prisistatymo procesui. Schneideris ir Turkatas (1975) pažymi, kad gynybiški aukštą savigarbą turintys asmenys labiau vertina savo sugebėjimus ir siekia aplinkinių pripažinimo, tuo tarpu tvirtą savigarbos jausmą turinčių asmenų savęs vertinimas yra aukštas, o pripažinimo poreikis išreikštas silpniau (cit. pagal Baumeister et al., 1989). Žema savigarba sąlygoja prisistatymo strategiją, pagrįstą siekimu išvengti nesėkmės. Aukštas savigarbos lygis skatina naudoti taktiką, susijusią su aukštesnio statuso, prestižo ir kompetencijos siekimu (Baumeister et al., 1989). Aukštą savigarbą turintys žmonės siekia kurti ir įtvirtinti teigiamą Aš vaizdą, o žemą savigarbą turintys asmenys, nors ir siekdami pageidaujamo įvaizdžio, yra linkę veikti netiesiogiai ir apdairiai. Jei grįžtamasis ryšys neigiamas, nepastovų savigarbos jausmą turintys gynybiški asmenys stengiasi prisistatyti pozityviau nei stabilios savigarbos asmenys.

5. Suvoktas Aš efektyvumas (angl. *perceived self-efficiency*). Suvokiamas aukštas Aš efektyvumas skatina aktyvesnę veiklą; primami sprendimai prisistatyti tam tikru būdu pasižymi aukštesniu rizikos laipsniu (Bandura, 1989, cit. pagal Hybels, Weaver,

1989). Analizuojant socialinę aplinką, yra labiau pastebimi ir akcentuojami situacijos privalumai, palankios prisistatančiam sąlygos, o ne jos grėsmė ir trūkumai, į kuriuos labiausiai atkreipiamas dėmesys esant žemam suvoktojo Aš efektyvumo laipsniui (Krueger, Dickson, 1994, cit. pagal Fukushima, 1994). Suvoktas Aš efektyvumas turi įtakos žmogaus pasirinkimui elgtis viešumoje tam tikru būdu ir jo sugebėjimams bei pastangoms pasiekti norimą tikslą.

6. Priežasčių aiškinimo stilius. Tai taip pat gali būti svarbus vidinis veiksnys, kuriuo remiantis sėkmės ar nesėkmės priežastys priskiriamos vidiniams ar išoriniams veiksniams (Kelley, 1955, 1973; Seligman, 1986, cit. pagal Smith, 1987). Kaip pastovus asmenybės konstruktas, priežasčių aiškinimo stilius turi tiesioginį ryšį su individo savigarbos lygiu ir savęs vertinimu. Seligmano (1986) teigimu, asmenims, kuriems būdingas pesimistiškas priežasčių aiškinimo stilius, nesėkmė gali ypač stipriai paveikti jų savigarbos lygį (Smith, 1987). Taigi priežasčių aiškinimo stilius gali būti reikšmingas kintamasis, darantis įtaką prisistatymo strategijos pasirinkimui ir objektyviems veiklos rezultatams viešumoje.

7. Socialinis nerimas. Šis jausmas kyla, kai kitų žmonių reagavimo išsąmoninimas yra toks stiprus, kad jis sukelia nesaugumo jausmą aplinkinių akivaizdoje ir psichologinio diskomforto sąlygojamą nenatūralų socialinę elgesį, pasireiškiantį santūrumu, uždarumu, kalbos ir gestų slopinimu bei bendravimo vengimu (Buss, 1986). Tyrimų duomenimis, socialiai nerimastingi žmonės yra linkę socialinę situaciją suvokti kaip sau grės-

mingą, todėl prisistatymo metu patiria didelį fiziologinį ir psichologinį susijaudinimą.

Kita vertus, socialinis nerimas kyla, kai asmuo trokšta sudaryti gerą išpūdį aplinkiniams, bet nesitiki sėkmės (Schlenker, Leary, 1985, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Nerimastingi asmenys naudoja atsargias, patikimas tarpasmeninio elgesio strategijas, kurių suteiktą galimybę bendrauti, išvengiant nesėkmės (atstūmimo, sumišimo, pažemimo). Šiuo atveju labiau siekiama išvengti nesėkmės, nei pasiekti sėkmę. Socialinio nerimo samprata glaudžiai susieja gynybinę prisistatymo strategiją ir žemą savigarbos lygį.

Kita asmenybinių veiksmų grupė yra susijusi su individualiais prisistatančiojo sugebėjimais ir įgūdžiais, kurių padedamas asmuo gali sukurti daug įvaizdžių (Hogan, 1983, cit. pagal Baumeister et al., 1989). Snyderis (1974) pažymi, kad individai skiriasi savo sugebėjimais prisistatyti pagal viešosios situacijos reikalavimus (cit. pagal Hybels, Weaver, 1989). Prisistatant veikia šie pagrindiniai asmens sugebėjimai ir įgūdžiai:

1) prisistatymo atlikimo sugebėjimai, t. y. sugebėjimai vaidinti ir improvizuoti kuriant norimus įvaizdžius aplinkiniams (Briggs, Cheek, Buss, 1980), taip pat sugebėjimai valdyti savo kūną: gestus, veido išraišką, pozą ir kitas neverbalines išraiškas, taip pat ir savo balsą (cit. pagal Buss, 1986);

2) savireguliacijos įgūdžiai, jie suteikia galimybę prisistatančiam nukreipti savo veiklą į neatitikimo tarp esamo ir norimo socialinio patyrimo mažinimą. Kai minėtas neatitikimas yra sumažinamas iki norimo lygio, savireguliacija baigiasi. Prisistatymo situacijoje ši savybė yra svarbi socialiniam nerimui

įveikti, nesėkmės baimei sumažinti bei konstruktyviai reaguoti į kritiką, atmetimą ir pažeminimą (Adler, Towne, 1987). Savireguliacijai gimininga sąvoka yra savikontrolė, kuriai pasireiškus, prisistatymas prasideda spontaniško, natūralaus elgesio slopinimu. Prisistatymo metu pasireišianti savikontrolė slopina spontanišką elgesį ir suteikia galimybę prisistatančiajam sutelkti dėmesį tik į tuos savo elgesio viešumoje aspektus, kurie suderinami su jo kuriamu įvaizdžiu (Buss, 1986);

3) *socialinio suvokimo sugebėjimai*; viešo elgesio lankstumas, sugebėjimas keisti prisistatymo strategiją yra susijęs su asmens jautrumu kitų žmonių elgesiui, t. y. sugebėjimu suvokti ir suprasti aplinkinių emocijas, poreikius ir motyvus, remiantis verbalinėmis ir neverbalinėmis jų elgesio išraiškomis (Briggs, Cheek, Buss, 1980; Lennox, Wolfe, 1984, cit. pagal Buss, 1986). Socialinio suvokimo sugebėjimai suteikia galimybę prisistatančiajam pritaikyti savo elgesį prie socialinės situacijos reikalavimų, skirtingų kitų žmonių poreikių ir lūkesčių kuriant norimą įvaizdį ar keičiant jį efektyvesniu.

Trečia vidinių ir išorinių veiksnių tarpusavio sąveiką atspindinčių veiksnių grupė, daranti įtaką prisistatymo procesui, yra susijusi su individualia asmens socializacija ir dėl ankstesnių patyrimų bei asmenybės savybių susiformavusiais lūkesčiais, besiremiančiais asmens elgesiu bei informaciniais signalais iš vertinančios aplinkos.

Asmeninė patirtis

Dažniau į prisistatymo reikalaujančias situacijas pakliūvantys asmenys turi geriau išvystytus prisistatymui būtinus sugebėjimus ir įgū-

džius, gali pasirinkti adekvatesnes toms situacijoms elgesio strategijas ir silpniau išgyvena socialinį nerimą. Jie sugeba lanksčiau manipuliuoti savo elgesiu ir kitų žmonių reakcijomis, kitaip nei mažesnę prisistatymo patirtį turėję asmenys (Leary, Kowalski, 1990). Todėl galima teigti, kad vienas iš prisistatymo kokybę ir eigą sąlygojančių veiksnių yra individuali asmens socializacijos istorija, apimanti adekvačių ir neadekvačių pastiprinimų (kai paskatinimai pateikiami neatsižvelgiant į žmogaus atliekamų veiksmų kokybę), bausmių ir vertinimų, sėkmių ir nesėkmių istoriją (Baumeister et al., 1989).

Jonesas ir Berglasas (1978) teigia, kad, patiriant sėkmę nepriklausomai nuo veiklos atlikimo kokybės, formuojasi teigiamas, tačiau nestabilus savo galimybių suvokimas, dėl kurio žmogus savo vėlesniu elgesiu siekia apginti šį teigiamą savęs suvokimą (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Grįžtamojo ryšio istorija – praeityje gauti teigiami ir neigiami konkrečios viešos veiklos įvertinimai – formuoja atitinkamą savojo Aš efektyvumą (Bandura, 1989, cit. pagal Hybels, Weaver, 1989). Todėl nuo grįžtamojo ryšio adekvatumo gali priklausyti vėlesnių prisistatymų taktika, jų rizikingumas ir viešosios situacijos suvokimas – jos trūkumų ar privalumų akcentavimas.

Baumeisterio ir kt. (1989) teigimu, priklausomai nuo socialinės aplinkos pateikiamų su įvairiais prisistatymo atvejais susijusių pastiprinimų ir bausmių, gynybiškos ar įsitvirtinimo strategijos gali būti suvoktos jau vaikystėje. Pavyzdžiui, kai kuriose kultūrose, visuomenėse ar šeimose egzistuoja socialinės normos, slopinančios ar netgi draudžiančios pagyrūnišką savęs aukštinimą, o ki-

tose kultūrose šios įsitvirtinimo taktikos yra palaikomos ir skatinamos.

Goffmanas (1959) savo prisistatymo koncepcijoje buvo linkęs atmesti vidinių, psichologinių veiksnių svarbą simbolinėse socialinėse sąveikose, akcentuodamas išorinių veiksnių reikšmę (cit. pagal Buss, 1986). Analizuojant prisistatymą veikiančią asmens socializacijos istoriją, būtina atkreipti dėmesį į svarbiausius išorinius veiksnius.

Išoriniai veiksniai

1. Socialinės ir kultūrinės normos. Įvairių kultūrų tyrimai rodo, kad egzistuoja skirtingos socialinės normos, sąlygojančios viešo elgesio ribas ir jo įvertinimo galimybes. Powerso ir Zuroffo (1988) duomenimis, tam tikros kultūrinės normos draudžia atvirą savo paties teigiamų savybių įvertinimą ir jų demonstravimą (cit. pagal Baumeister et al., 1989). Pavyzdžiui, tyrimai Vakarų visuomenėje rodo įsitvirtinimo arba gynybinių prisistatymo strategijų paplitimą, o lyginamieji tyrimai Japonijoje – savęs žeminimo taktikos dominavimą šioje šalyje (Fukushima, 1994). Tai paaiškina Markuso ir Kitayama'os (1990) teorija apie kultūrinį Aš aspektą (cit. pagal Fukushima, 1994). Japonų kultūroje yra skatinamas priklausomybės savo kultūrai jausmas ir požiūris į save kaip į visuomenės narį, todėl čia bet koku atveju vengiama akcentuoti savo išskirtinumą ir pirmenybę prieš kitus žmones. Kaip Vakarų kultūroje kitų žmonių buvimas skatina kuo palankesnę savęs pateikimą, taip Rytų kultūroje vieša socialinė aplinka skatina elgtis save žeminančiu būdu (Fukushima, 1994). Todėl dėl kultūrinių normų įtakos save žeminanti prisistatymo strategija gali būti lai-

koma savireguliacinio, valdomo vidinių standartų elgesio taktika.

Prie išorinių veiksnių sąlygiškai gali būti priskiriami ir tarpasmeniniai veiksniai, kurių poveikį prisistatymo motyvacijai, strategijų pasirinkimui ir pačiam prisistatymo atlikimui lemia konkreti viešoji situacija ir jos dalyviai.

2. Auditorijos ir prisistatančiojo lūkesčių tarpusavio sąveika. Socialinių normų, anksčiau patirties ir asmenybės savybių kontekste formuojasi individualūs lūkesčiai – kognityvinis numatymas, kaip galima būtų pasiekti socialinio pritarimo ir tapti patraukliam aplinkiniams. Asmens lūkesčiai prisistatymo situacijoje yra susiję ir su sėkmės ar nesėkmės tikimybe, ir su jo sugebėjimu atitikti sau keliamus reikalavimus bei su galinčio sukelti didesnę pasitikėjimą savimi prisistatymo ribomis (Baumeister et al., 1989). Prisistatymo strategijos pasirinkimas priklauso nuo to, kokio įvertinimo iš aplinkinių yra tikimasi, ir nuo nujautos, ko iš prisistatančiojo tikisi aplinkiniai. Jei prisistatantis asmuo žino, kad stebėtojai tikisi jo sėkmės, tai gali sukelti įtampą, o ši savo ruožtu lems gynybinės strategijos pasirinkimą. Asmens ir auditorijos lūkesčiai sąlygoja tikimybę, kaip sėkmingai tas asmuo atliks pasirinktąjį vaidmenį.

Galima išskirti keturis lūkesčių įtakos prisistatymui momentus:

a) prisistatymo turinį veikia prisistatančiojo lūkesčiai, susiję su jo vertinimu ateityje. Tai yra padarinių lūkesčiai – svarstymai, kas galėtų įvykti atlikus prisistatymą ir kitiems žmonėms sužinojus tam tikrą informaciją. Pavyzdžiui, būsimos nesėkmės tikimybė skatina išankstinius bandymus užsiminti apie poten-

cialią savo nesėkmės galimybę (Leary, Barnes, Grybel, 1986; Quattrone, Jones, 1978, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990);

b) prisistatymui turi reikšmės auditorijos lūkesčius sukeliantis viešos savo sėkmės numatymas, kadangi dėl to atsiranda socialinis spaudimas elgtis atitinkamai šiems lūkesčiams, taip pat didėja tikimybė, kad ištikus nesėkmei kils auditorijos priešiškus ir nusivylimas prisistatančiuoju (Baumeister, Hamilton, Tice, 1985, cit. pagal Baumeister et al., 1989). Ypač ištikus nesėkmei ankstesnis gyrimasis ir viešas didžiavimasis saviimi padidina atmetimo ir pažeminimo tikimybę, kadangi nesėkmė sužadina didesnę dėmesį, o nepasitvirtinę klausytojų lūkesčiai sukelia intensyvesnę neigiamų atribucijų priskyrimo procesą nei auditorijos lūkesčius patvirtinantys įvykiai (Pyszynski, Greenberg, 1981, cit. pagal Baumeister et al., 1989);

c) tai, kad aptartuoju atveju po sėkmės numatymo seka nesėkmė, parodo prisistatančiojo savo sugebėjimų pervertinimą ir sąlygoja atitinkamų atribucijų jo atžvilgiu vystymą, pavyzdžiui, kad jis yra egoistiškas, išdidus ir pasipūtęs. Nesėkmė po gyrimosi tampa įrodymu auditorijai, kad ankstesni asmens tvirtinimai apie save buvo klaidingi, pagrįsti neadekvačiu sau palankiu Aš vaizdu (Baumeister et al., 1989). Dėl šių priežasčių išankstinis sėkmės numatymas yra rizikinga prisistatymo strategija;

d) kita vertus, dėl sėkmės ar nesėkmės kilę auditorijos lūkesčiai savaime gali trukdyti tolesniam įspūdžio kūrimo procesui ir varžyti patį prisistatantįjį (Cottrel, 1972, cit. pagal Hybels, Weaver, 1989). Kiti žmonės yra potencialus teigiamo arba neigiamo vertinimo šaltinis, todėl jie savo elgesiu daro

įtaką asmens pasirenkamoms prisistatymo taktikoms, siekiant socialinio pritarimo ir vengiant aplinkinių nepritarimo.

Vertintojų lūkesčių prisistatymo situacijoje aptarimas leidžia kalbėti apskritai apie kitų žmonių įtaką prisistatančiajam, prisistatymo strategijų pasirinkimui ir jų atlikimui. Vieną iš būdų, kuriuo aplinkiniai veikia prisistatančiojo motyvaciją ir patį elgesį, Weinsteinas ir Tanuras (1976) vadina „pageidaujamu keitimusi“ (angl. *altercasting*) – elgsena, kuria asmuo keičiasi pagal kitų žmonių pageidavimus, pradėdamas atitikinėti vaidmenis, kurių iš jo tikimasi (cit. pagal Smith, 1987). Šis poveikio būdas gali būti apibūdintas kaip tam tikra mokymo forma, kai kiti žmonės pateikia simbolines užuominas, idant jos sukeltų pageidaujamą prisistatančiojo elgesį. McCallas (1978) pažymi, kad pageidaujamas keitimasis skiriasi nuo prisistatymo. Jis taip pat nurodo, kad prisistatymas išreiškia tai, kas mes esame, o pageidaujamas keitimasis parodo tai, kaip mes interpretuojame kitų žmonių reakcijas (cit. pagal Smith, 1987).

3. Vertintojų savybės. Kai asmuo yra priklašomas nuo jį vertinančių žmonių, su kuriais yra susiję jų siekiami rezultatai, tuomet jis pasirenka įsiteikinėjimo strategijas, siekdamas įgyti kitų žmonių palankumą (Bohra, Pandey, 1984; Hendricks, Brickman, 1974, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Dėl šios priežasties matyti didesnis prisistatančiojo polinkis įsiteikinėti autoritetingiems, aukšto statuso, patraukliems ir kompetentingiems asmenims, kadangi pastarieji turi didesnę galią skirstant vertingus rezultatus (Stires, Jones, 1969, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Pirma, aukšto statuso ir galios vertintojai dažniausiai užima galinčią suteikti vertingus rezultatus poziciją (Gergen, Taylor, 1969, cit. pagal Leary ir Kowalski, 1990). Taip pat nustatyta, kad aukštesnio statuso asmenys yra mažiau motyvuoti kurti įspūdžius žemesnio statuso asmenims.

Antra, kitų žmonių savybės gali veikti ir prisistatymo strategijų pasirinkimą bei jų keitimą: teigiamas socialiai pageidaujamų, patrauklių ir aukštesnę galią turinčių asmenų įvertinimas yra reikšmingesnis, o ignoravimas, atstūmimas, nesidomėjimas prisistatančiuoju yra labiau žeidžiantis nei žemesnį statusą turinčių asmenų (Schlenker, 1980, cit. pagal Baumeister et al., 1989).

Trečia, kai kurios vertintojų savybės (tai gali būti ir asmenybės savybės, ir visuomeninė padėtis bei profesija) yra reikšmingi prisistatančiojo tapatybės įtvirtinimui. Pavyzdžiui, studijuojančiajam psichologiją gali būti svarbiau sukurti gerą įspūdį psichologui, nei sudaryti teigiamą įspūdį savo tėvams ar kitam specialistui, kadangi tokio įspūdžio kūrimas galėtų paveikti studento, kaip būsimo psichologo, tapatybės vystymąsi (Baumeister et al., 1989).

4. Kitų žmonių vertybės. Tyrimų duomenimis, vieši įvaizdžiai dažnai yra kuriami ir formuojami atitinkamai suvoktoms „reikšmingųjų kitų“ vertybėms (Carnevale, Pruitt, Britton, 1979; Forsyth ir kiti, 1977; Gaes, Tedeshi, 1978; Gergen, 1965, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Todėl manant, kad aplinkiniai vertina neigiamas savybes, gali būti prisistatoma akcentuojant ir neigiamas savo puses (Jellison, Gentry, 1978, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Tačiau kitų žmonių vertybių įtakos prisistatymui atskleidimas nesuteikia pagrindo teigti, kad tokiu būdu kuriami įvaizdžiai yra apgaulingi ar klaidingi. Prisistatydamas asmuo atsižvelgia į tai, kas priimtina aplinkiniams, tačiau jis iš potencialiai galimų savo įvaizdžių įvairovės selektyviai atrenka tuos, kuriems būtų pritariama ir kurie būtų įvertinti palankiai. Prisistatymas tokiais atvejais yra taktinis, bet nebūtinai melagingas.

Žinomi atvejai, kai kuriamas aplinkinių vertybes atitinkantis aplinkinių įvaizdis yra nesuderinamas su paties prisistatančiojo vertybėmis (Elliott, 1979, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Tokiais atvejais pasirenkamos „išskyrimo“ strategijos, t. y. neatitinkanti kitų žmonių vertybių informacija nėra įtraukiama į prisistatymą, bet tiesiogiai nemeluojama (Leary, Lamphere, 1988, cit. pagal Hybels, Weaver, 1989). Kita vertus, asmuo gali sąmoningai prisistatyti neatitinkančiu kito žmogaus vertybių ir nuostatų būdu, vengdamas to žmogaus ar norėdamas jį atstumti (Rosenfeld, 1966) arba siekdamas vystyti savo nepriklausomybės jausmą (Gergen, Taylor, 1969, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

5. Kitų žmonių elgesys. Socialinės normos reikalauja, kad prisistatymas būtų suderintas su aplinkinių elgesiu, pavyzdžiui, su kitų žmonių atsiskleidimu (Cozby, 1973; Gergen, Wishnov, 1965; Schneider, Eustis, 1972, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Pavyzdžiui, santūriai prisistatymu asmuo atsako į santūrų kito žmogaus atsiskleidimą. Aplinkinių elgesio nepaisantis asmuo gali būti laikomas pažeidusiu bendravimo normas.

6. Vertintojų grupės normos. Hollanderio (1958) nuomone, prisitaikydami prie sociali-

nės grupės normų, žmonės kaupia tam tikrus kreditus, kurie ateityje suteiktų jiems galimybę nukrypti nuo šių normų (cit. pagal Smith, 1987).

7. Vertintojų turima informacija apie prisistatantįjį. Asmens įvaizdžio kūrimui įtaką daro tai, kaip jis mano esąs vertinamas kitų žmonių prisistatymo metu ir kaip tikisi būti jų suvokiamas ateityje. Kartais aplinkinių turima informacija apie prisistatantįjį gali apriboti vėlesnes jo pastangas kurti išpūdį, sąlygodama konkrečių strategijų pasirinkimo ribas. Tai – jau sukurto (esamo) įvaizdžio problema. Visų pirma, žmonės nėra linkę prisistatyti prieštaraujančiais aplinkinių turimai informacijai būdais dėl mažos tikimybės sudaryti priešingą esamam išpūdį (Schlenker, 1980, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Esamas asmens įvaizdis gali paveikti atitinkamų prisistatymo strategijų pasirinkimą. Pavyzdžiui, kai asmens pasiekimai ir sugebėjimai jau yra žinomi viešai, kyla tam tikras socialinis spaudimas mažinti jų vertę rodant kuklumą ir santūrumą (Ackerman, Schlenker, 1975, cit. pagal Buss, 1986). Schlenkerio ir Leary'io (1982) duomenimis, žmonės vertinami palankiau, kai jie šiek tiek nuvertina savo pasiekimus, sugebėjimus ir gabumus arba sąmoningai jų neakcentuoja viešoje aplinkoje (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Įvairiuose socialiniuose prisistatymo kontekstuose žmonės gali būti linkę elgtis remdamiesi pastoviomis, ilgalaikėmis asmenybinėmis dispozicijomis arba veikti pagal momentinius impulsus, išreikšdami savo emocišines reakcijas į socialinę aplinką (Buss,

1986). Todėl būtina identifikuoti ne tik prisistatymo procesą veikiančius asmens bruožus ir kitų žmonių savybes, bet ir sąlygas, kuriomis prisistatymas gali kilti ir kisti. Situacijos reikšmė kartais būna didelė, kadangi situacijos neatitinkantis prisistatymas sumenkina prisistatančiojo vaidmenį (Suslavičius, 1995). Apžvelgsime pagrindinius prisistatymo strategijų pasirinkimą sąlygojančius vertinamosios situacijos veiksnius.

Situaciniai veiksniai

1. Viešumo sąlygos. Asmens elgesio viešumas yra tikimybės, kad jo elgesį stebės kiti žmonės, funkcija (Kolditz, Arkin, 1982): kuo viešesnis žmogaus elgesys, tuo labiau tikėtina, kad jis rūpinsis aplinkiniams sudaromu išpūdžiu ir labiau bus motyvuotas kurti išpūdį prisistatydamas (Arkin, Appelman, Berger, 1980; Baumgardner, Levy, 1987; House, 1980, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Situacijos viešumas daro įtaką prisistatymo motyvacijai, kadangi kai kuriems tikslams pasiekti atviras elgesys yra svarbesnis nei privatus.

Kita vertus, ir uždaras elgesys gali būti veikiamas prisistatančiojo motyvų. Pavyzdžiui, asmuo gali individualiai ruoštis prisistatymo kitiems žmonėms atlikimui. Be to, vieša elgsena, vystydama dėl socialinio spaudimo, gali tapti tokia įprasta, kad žmogus didelę jos elementų dalį perkels į savo privačią aplinką (Leary, Kowalski, 1990).

Taigi viešumo sąlygos yra vienas pagrindinių vertinamojo konteksto veiksnių, didinančių prisistatymo tikimybę, siekiant išlaikyti teigiamą aplinkinių nuomonę apie save (Baumeister, 1982; Schlenker, 1980; Tedes-

hi, 1981, cit. pagal Baumeister et al., 1989). Dėl viešumo atviroje socialinėje aplinkoje ky-la elgesio skirtumai, susiję su skirtingais sa-vigarbos lygiais. Schraugerio (1972) teigimu, žemą savigarbą turinčių asmenų savęs žemi-nimo strategija pasireiškia tik viešose – pri-sistatymo situacijose (cit. pagal Baumeister et al., 1989). Busso ir Briggso (1984) duo-menimis, ir apsimetinėjama dažniausiai ta-da, kai žmogus užsiima vieša veikla (pvz., tampa politiku, mokytoju, prekybininku, dva-sininku ir pan.) (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

2. Socialinio vaidmens apribojimai. Socia-liniai vaidmenys sąlygoja lūkesčius, susiju-sius su tuos vaidmenis atliekančiųjų elgesiu (Sarbin, Allen, 1968, cit. pagal Leary, Ko-walski, 1990). Daugelis vaidmenų reikalauja specialių jų atlikimui reikalingų savybių, pa-vyzdžiui, aukštą statusą turinčio asmens efek-tyvumas priklauso nuo jo sugebėjimo viešai kurti kompetentingo lyderio įvaizdį (Calder, 1977, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Ati-tinkančio socialinį vaidmenį įvaizdžio per-davimo nesėkmė ne tik sumažina prisista-tančiojo vaidmens efektyvumą, bet gali net-gi sąlygoti šio vaidmens atlikimo teisės pra-radimą (Goffman, 1959, cit. pagal Buss, 1986). Dėl šių priežasčių stengiamasi, kad viešas įvaizdis atitiktų konkrečiose situacijo-se keliamus atliekamo vaidmens reikala-vimus.

3. Prisistatymu siekiamų tikslų vertė. Ruo-šiantis prisistatymui ir jo metu daugiau dė-mesio gali būti skiriama sėkmės rezultatui, o ne tam, kokiais būdais tos sėkmės bus sie-kiama. Daugelyje motyvacijos teorijų pažy-mima, kad motyvacija didėja kartu su sie-

kiamų tikslų vertė (Beck, 1983, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Taigi prisistatymo motyvaciją gali sukelti siekiamų tikslų vertė. Pavyzdžiui, Pandey'iaus, Rastagio (1979) ty-rimai parodė, kad norinčio įsidarbinti asmens pataikavimas personalo vadovui didėja, jei didėja konkurencija užimti šias pareigas (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Tuo remda-masis, Pandey'ius (1981) teigia, kad išpūdzio kūrimas prisistatymu turėtų būti natūralus ir įprastas reiškinys tose visuomenėse, ku-rioms būdingos ribotos ekonominės ir poli-tinės galimybės (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990).

Greta siekiamų tikslų vertės reiktų pami-nėti ir subjektyvią atliekamos veiklos vertę (Sheppard, Arkin, 1989) (cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Iš tyrimų išvados seka, jog prisistatymo motyvacija pakyla patyrus ne-sėkmę asmeniškai reikšmingoje veikloje. Tuomet siekiama formuoti palankų išpūdį apie save, iškeliant savo teigiamus bruožus ir nurodant palankias sau nesėkmės priežas-tis (Baumgardner, 1985) arba nuvertinant ki-tus žmones.

4. Nesėkmės išgyvenimas. Šis įvykis labiau-siai veikia prisistatymo strategijos keitimą. Patyrusieji nesėkmę siekia atkurti savo vie-šai sumenkintą įvaizdį įvairiais būdais, pa-vyzdžiui, akcentuodami teigiamus savo bruo-žus (Baumeister, Jones, 1978; Schneider, 1969), išreikšdami savo palankumą ir pritar-dami kitiems žmonėms (Apsler, 1975), su-siedami save su patyrusiais sėkmę asmeni-mis (Cialdini ir Richardson, 1980) arba da-rydami sau palankias atribucijas (angl. *self-serving attributions*) ir taip aiškindami savo nesėkmę, pavyzdžiui, kaltindami išorinius veiksnius (Baumgardner ir kiti, 1985; Wea-

ry, Arkin, 1981) (cit. pagal Baumeister et al., 1989). Ištikus viešai nesėkmei žmogus tampa motyvuotu prisistatyti išreiškiančiu pasipriešinimą nepalankiam ar atkuriančiu palankesnę įvaizdį būdais. Suvokimas, kad įspūdzio kūrimu nebuvo pasiekta pageidaujamo efekto, skatina įvairias ankstesnio įvaizdžio išsaugojimo strategijas. Teigiama, kad, kai nesėkmė nėra išsąmoninama, ji neturi įtakos prisistatymo elgsenai (Apsler, 1975), t. y. tik subjektyviai suvokiama vieša nesėkmė gali nulemti naujų prisistatymo strategijų pasirinkimą (Modigliani, 1971, cit. pagal Baumeister et al., 1989).

5. Grįžtamasis ryšys. Kiekvienoje asmeninio bendravimo situacijoje žmogus yra linkęs gauti grįžtamąjį ryšį iš partnerio, kad sužinotų, kokį įspūdį jam padarė (Bandura, 1977, cit. pagal Adler, Towne, 1987). Jei grįžtamojo ryšio ar bent užuominų apie socialinę savo elgesio tinkamumą žmogus negauna, situacija tampa neapibrėžta, ji sukelia neadekvačias atribucijas aplinkiniams, nesaugumo jausmą ir nepasitikėjimą savo sugebėjimais kurti pageidaujamą įspūdį kitiems žmonėms. Tuo tarpu vertinimo rezultatų ir potencialaus vertintojo žinojimas suteikia galimybę atitinkamai pasiruošti ir kontroliuoti prisistatymo situaciją.

Tačiau, aiškinant atgalinio ryšio svarbą, būtina atsižvelgti į tai, kad skirtingi žmonės įvairiai reaguoja į tuos pačius teigiamo ar neigiamo grįžtamojo ryšio stimulus.

6. Asmeninių santykių stadija. Bussas (1986) teigia, kad kai kurioms prisistatymo strategijoms būdingas tik trumpalaikis efektas, kadangi savo emocijas ir spontanišką elgesį galima nuslopinti tik ribotam laikui. To-

dėl galima teigti, kad tokie išoriškai pageidaujamo elgesio būdai, kaip „šventas“ melas, įsiteikinėjimas kitiems žmonėms ir apsimetinėjimas, yra ribojami ne tik laiko, bet ir santykių eigos. Tyrimų duomenimis, įspūdzio kūrimas dažnai pasitelkiamas pirmojo susitikimo metu, kai santykius numatoma tęsti tik paviršutiniškame lygyje (Buss, 1986). Kai siekiama užmegzti tik paviršutiniškus santykius, asmens kuriamas įvaizdis gali neatikti faktiškojo Aš. Artimuose santykiuose, diadoje, kai socialinis elgesys kyla tiesioginėje aplinkoje (be pašalinių stebėtojų), poreikis aktyviai kontroliuoti vienas kitam sudaromą įspūdį ilgainiui silpnėja. Įspūdzio kūrimo ir įsiteikinėjimo strategijos tokio pobūdžio santykiuose yra mažiau susijusios su manipuliacija. Taigi neformaliame kontekste poreikis demonstratyviam elgesiui išreikštas silpniau (Buss, 1986).

Prisistatymo padariniai suvokiami kaip svarbesni priklausomai nuo to, kuo daugiau kartų asmuo tikisi susitikti su kitu žmogumi ar žmonių grupe. Tyrimai rodo, kad žmonės, kurie tikisi tolesnio bendravimo su kitu asmeniu, yra linkę labiau kontroliuoti to asmens kuriamą įspūdį apie save (Gergen, Wishnov, 1965; Schneider, 1969, cit. pagal Leary, Kowalski, 1990). Gilėjant tarpusavio santykiams ir iš paviršutiniškų virstant artimais, vis sunkiau apgaudinėti kuriant neadekvatų savo įvaizdį.

Prisistatymo motyvacija ir elgsena viešoje socialinėje aplinkoje yra veikiami daugelio tarpusavyje susijusių ir sąveikaujančių veiksnių. Vieni iš jų yra susiję su individualiais žmogaus elgesio viešumoje ypatumais, nulemtais jo asmenybinių kintamųjų ir specifinių sugebėjimų bei įgūdžių (jie buvo sąly-

giškai pavadinti vidiniais veiksniais), kiti – su tokiomis socialinės situacijos charakteristikomis, kaip visuomenėje egzistuojančios normos, nuostatos ir lūkesčiai bei tarpasmeniniai (išoriniai) veiksniai. Kiekvienas šių veiksnių sąlygoja, kaip intensyviai ir kokiais būdais žmogus siekia kontroliuoti aplinkinių formuojamus išpūdžius, kadangi kiekvienas iš aptartų veiksnių gali dalyvauti norimų rezultatų siekimo, savigarbos palaikymo ir trokštamų tapatybės vystymo procese.

Apibendrinimas ir tolesnių prisistatymo tyrimų galimybių aptarimas

Vieša vertinamoji situacija sąlygoja susikoncentravimą į savo paties viešai stebimas puoses ir susirūpinimą aplinkiniams sudaromu išpūdžiu. Šitaip socialinė aplinka motyvuoja individą prisistatymo metu kontroliuoti kitų žmonių suvokimą ir vertinimą. Prisistatymo metu vyksta viešas informacijos apie save suteikimas, savo įvaizdžio aplinkiniams kūrimas ir asmens tapatybės įtvirtinimas.

Asmens įvaizdžio kūrimo pradžia – sprendimas, kokį konkretų įvaizdį siekiama sukurti. Čia svarbu ne tik tai, kad asmuo yra motyvuotas sudaryti išpūdį kitiems žmonėms, bet ir tai, kokį išpūdį jis nori sukurti, siekdamas savo tikslų. Antras žingsnis – strategijų, kuriuos padėtų pasiekti šiuos tikslus, pasirinkimas. Šiame darbe minėtos strategijos dažniausiai pasitelkiamos ne atskirai, o jungiamos į tam tikrus derinius. Trečias žingsnis – prisistatymo atlikimas ir jo įvertinimas, priklausantis nuo daugelio vidinių ir išorinių veiksnių, tarp kurių svarbų vaidmenį atlieka ne tik paties prisistatančiojo savybės, bendravimo įgū-

džiai bei stilius, bet ir pati prisistatymo situacija.

Prisistatymo strategijos atspindi didelę žmogaus aktyviu elgesiu viešumoje galimų sukurti išpūdžių įvairovę. Jų tikslai priklauso nuo prisistatančiojo vidinių asmenybės struktūrų, individualių įgūdžių ir sugebėjimų prisistatyti bei nuo išorinių, situacinių veiksnių. Prisistatymu gali būti siekiama socialinių ir materialinių rezultatų; prisistatymas taip pat gali būti naudojamas asmens savigarbos stiprinimui ir jo tapatybės įtvirtinimui.

Pagrindinės prisistatymo strategijos – įsitvirtinimo, gynybinė, įsiteikinėjimo ir savęs žeminimo – pasižymi tiek potencialia jų pritaikymo nauda, tiek ir rizika susilaukti priešingų prisistatančiojo lūkesčiams vertinimų. Po prisistatymo sekantis viešo elgesio efektyvumo įvertinimas daro įtaką vėlesniam prisistatančiojo elgesiui, naujų prisistatymo strategijų pasirinkimui ir grįžtamuoju ryšiu veikia išpūdžio kūrimo motyvaciją bei turinį sąlygojančius vidinius veiksnius. Prisistatymo strategijų pasirinkimą sąlygojantys asmenybiniai (individualūs, vidiniai), tarpasmeniniai ir situaciniai (išoriniai) veiksniai yra glaudžiai susiję ir sąveikauja tarpusavyje ne tik prisistatymo metu, bet ir pasirenkant tikslus bei būdus jiems pasiekti.

Ankstesniuose prisistatymo tyrimuose nepakankamai dėmesio buvo skiriama percepciniams ir kognityviniams procesams, dalyvaujantiems renkantis prisistatymo strategijas. Daugelis tyrinėtojų pateikia duomenis apie bandymus kurti „geriausius“ įvaizdžius ir po jų sekantį aiškų grįžtamąjį ryšį iš auditorijos, apeidami tas stadijas, kai asmuo pradeda rūpintis savo viešuoju įvaizdžiu ir kitų žmonių reakcijų pagrindu svarstyti, kaip jo elgesys ga-

lėtų atitikti aplinkinių lūkesčius. Lieka neat-sakyta į klausimą, koku būdu šiose pradinė-se įvaizdžio formavimo ir valdymo stadijose vyksta paties prisistatymo proceso planavimas, kurio metu yra tyrinėjamos galinčios padėti kurti pageidaujamą įvaizdį prielaidos bei są-lygos, sudarančios galimybę sėkmingai save pristatyti ir užtikrinti savo klausytojų pritari-mą ir palaikymą.

Aptarus prisistatymo motyvaciją bei stra-tegijų pasirinkimą sąlygojančius veiksnius, taip pat kyla klausimas, kurie iš jų turi daugiausia reikšmės prisistatančiojo asmens elgsenai ku-riant pageidaujamą įvaizdį ir kurie iš šių veiks-nių padeda ar trukdo sėkmingai save prista-tyti – individualios paties prisistatančiojo sa-vybės ar viešoji socialinė aplinka su joje eg-zistuojančiomis vertybėmis ir normomis. To-lesniuose prisistatymo tyrimuose būtų įdomu panagrinėti, kaip kinta žmogaus elgesys vie-šumoje, priklausomai nuo socialinės situaci-jos pateikiamų užuominų apie tai, kokio el-gesio iš jo laukiama, akcentuojant išorinių veiksnių įtaką ir laikantis prielaidos, kad eg-zistuoja dideli individualūs skirtumai, prisi-taikant prie situacijos reikalavimų. Remian-tis aptartų vidinių ir išorinių prisistatymo ko-kybę sąlygojančių veiksnių tarpusavio sąvei-

ka, galima teigti, kad ne tiek paties žmogaus savybės ir vertybės, kiek socialinis spaudimas viešose situacijose sąlygoja prisistatančiojo orientaciją į tam tikras visuomenės priimtas elgesio normas, taigi vieši (pvz., politinių ly-derių, žymių menininkų ir pan.) įvaizdžiai yra kuriami iš anksto ir vėliau tik „parenkamos“ šiuos pageidaujamus įvaizdžius atitinkančios asmenybės.

Visi aukščiau aptarti teoriniai prisistaty-mo modeliai remiasi Vakarų šalyse atliktais tyrimais. Tyrimai Lietuvoje suteiktų galimy-bę analizuoti dar vieną prisistatymo aspektą: kaip visuomenėje, išgyvenančioje pereinamąjį laikotarpį iš vienos socialinės, ekonominės ir politinės sistemos į kitą, su šiam laikotarpiui būdinga įtampa tarp senų ir naujai atsirandančių vertybių, pasitvirtina aptartosios pri-sistatymo strategijos, t. y., kokias reakcijas ir pokyčius jos gali sukelti šiame kontekste.

Taigi, ar prisistatydamas asmuo manipu-liuoja savo socialine aplinka, ar priešingai, ši aplinka (kultūrinės ir socialinės normos, ki-tų žmonių nuostatos, lūkesčiai, vertybės ir kt.) suteikia kryptį prisistatančiojo pastan-goms įsitvirtinant visuomenėje? Į šį klasi-mą turėtų atsakyti tolesni prisistatymo ty-rimai.

Literatūra

1. Adler R., Towne N. *Looking Out, Looking In: Interpersonal Communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1987.

2. Baumeister R. F., Tice D. M., Hutton D. G. *Self-Presentational Motivations and Personality Differences in Self-Esteem* // *Journal of Personality*. 1989. Vol. 53. No. 3. P. 547–579.

3. Buss A. *Social Behavior and Personality*. New Jersey: Hillsday, 1986.

4. Fukushima O. *Effects of an Instructed Norm and an Anticipation of Audience on Self-Presentation* // *Tohoku Psychologica Folia*. 1994. Vol. 53. P. 76–80.

5. Hybels S., Weaver R. L. *Communicating Effectively*. New York: Random, 1989.

6. Leary M. R., Kowalski R. M. *Impression Management: A Literature Review and Two Component Model* // *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 107. No. 1. P. 34–47.

7. Smith H. W. *Introduction to Social Psychology*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1987. 205 p.

8. Suslavičius A. *Socialinė psichologija*. Kaunas: Šviesa, 1995.

SELF-PRESENTATION STRATEGIES AND THEIR DETERMINANTS

Aistė Valionienė

S u m m a r y

The issue that is to be discussed in this paper is the phenomenon of „self-presentation“, which refers to the process by which individuals attempt to control the impressions others form of them. Since the impressions people make on others have implications for how others perceive, evaluate and treat them, as well as for their own views of themselves, people sometimes behave in ways that will create certain impressions in others' eyes.

Four main self-presentation strategies can be distinguished. Each of them determines the character

and direction of the interpersonal relationships in different ways. The choice of the particular self-presentation strategy and the degree to which individuals are motivated to control how others perceive them are affected by a number of situational, external, and dispositional variables.

The aim of the discussion on self-presentation strategies and their determinants presented in this article is to provide coherence to the literature in the area and supply a framework for empirical research regarding self-presentation.