

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

Факультет № 6

Кафедра соціології та психології

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

з навчальної дисципліни «Соціальна психологія»
обов'язкових компонент
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

053 Психологія (практична психологія)

Тема 8. СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ ОСОБИСТОСТІ

Харків 2023

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол № 7 від 30.08.2023 р.

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету № 6
Протокол № 7 від 25.08.2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та
соціально-економічних дисциплін
Протокол № 7 від 29.08.2023 р.

Розглянуто на засіданні кафедри
соціології та психології
Протокол № 8 від 15.08.2023 р.

Розробник:

Доцент кафедри соціології та психології, кандидат біологічних наук,
доцент Шахова О.Г.

Рецензенти:

1. Доцент кафедри психології та педагогіки Харківської державної академії культури, кандидат психологічних наук, доцент Віденєєв І.О.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Шиліна А.А.

Рецензенти:

1. Доцент кафедри психології та педагогіки Харківської державної академії культури, кандидат психологічних наук, доцент Віденєєв І.О.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Шиліна А.А.

План лекції

1. Поняття особистості в соціальній психології
2. Поняття і структура Я-Концепції
3. Я-концепція та самооцінка

Рекомендована література:

1. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П. П. Горностай, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін. ; за ред. М. М. Слюсаревського. – Київ : Талком, 2018. – 580 с.
2. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Волянчук, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська, І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко, О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с
3. Шахова О. Г. Соціальна психологія особистості Харків: «Контраст», 2019. 116 с.

Допоміжна:

4. Бандурка А.М., Землянская Е.В. Психология руководителя: монография Х. : Золотая миля, 2013. 720 с.
5. Скорюк В.Д. Соціальна психологія в схемах і коментарях: учб.-практ. пос. Київ : Сварог, 2017. 207 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

6. Пошукова система Google Scholar <http://scholar.google.com/>
7. Пошукова система Springer <https://link.springer.com/>
8. Пошукова система Scirus <https://www.elsevier.com/>

Текст лекції

1. Поняття особистості в соціальній психології

Спочатку проведемо невеликий екскурс в історію розвитку уявлень про особистість. Як саме поняття «особистість», так і всі похідні від нього слова: «особистий», «особистісний», «персональний» тощо – сьогодні дуже міцно ввійшли як у свідомість людини сучасної європейської культури, так і в усі європейські мови. Слово це настільки широко задіяне в нинішньому лексиконі, що може скластися враження, нібито воно існувало завжди й усюди. Але це далеко не так. Розглядаючи феномен особистості, необхідно знати деякі особливості її вивчення. До них можна віднести:

1. Поняття «особистість» і навіть саме уявлення про людську індивідуальність з'явилися в Європі відносно недавно, приблизно три з половиною століття назад.

2. Ідея людської особистості й індивідуальності не є універсальною, тобто вона поширена не у всіх культурах навіть сьогодні. Так, наприклад, у китайській мові немає ієрогліфа, яким можна було б адекватно позначити поняття особистість.

3. У крос-культурній психології, тобто в такому напрямку сучасної соціальної психології, який досліджує психічні особливості людей різних культур, усі культури умовно підрозділяються на два типи: колективістські й індивідуалістичні. Культури індивідуалістичного типу виникли й розвивалися в західних суспільствах. І саме там з'явилася ідея людської індивідуальності, а особистість стала масовим соціальним явищем. Причину такого стану справ багато дослідників, слідом за Максом Вебером, убачають у тому, що вигляд сучасної європейської культури й західного суспільства в цілому багато в чому сформувався під впливом ідей християнства, особливо протестантського його різновиду. На відміну від християнської Європи, що обожнювала абсолютну особистість Творця, а тим самим і людину, як його образ і подобу, східні релігії ґрунтуються на ідеї хибності індивідуальних форм духовного життя. Схід культивував відхід від особистого Я на користь безособового абсолюту.

4. Відповідно до названого вище розподілу культур, особистість і індивідуальність у них мають неоднакову соціальну цінність. Так, у колективістських культурах соціальна цінність особистості дуже невелика. Так, наприклад, індійська культура анонімна, знеособлена, у ній не було авторів, не було розвинене мистецтво портрета, хоча саме мистецтво досягло там значних висот.

Враховуючи відмінності культур, і пов'язані з ними відмінності у розумінні особистості й відношення до неї, правомірним є питання: до якого

ж типу належить українська культура і яке в ній розуміння особистості? Яку цінність вона має в суспільній свідомості, і, що не менш важливо, у свідомості правлячих кіл, у проведеній ними соціальної політиці? Питання це досить складне і запутане. Досить сказати, що починаючи з ХІХ століття й до наших днів іде суперечка про те, куди необхідно відносити українську культуру – до Сходу або до Заходу? Якщо говорити про вивчення особистості, то можна відзначити лише такий факт: практично всі соціологічні й психологічні теорії особистості були створені за кордоном, європейськими та американськими вченими.

5. У соціальних науках *особистість* – це поняття, вироблене для відображення *соціальної природи людини*, розгляд її як суб'єкта соціокультурного життя, визначення як носія індивідуального початку, що розкривається в контексті соціальних відносин, спілкування і предметної діяльності. У соціальній психології особистість розглядається як соціальний феномен, хоча визнається й той факт, що на її формування впливають і природні характеристики людини: стать, конституція, темперамент, спадковість тощо.

6. Центральною категорією для розуміння сутності особистості в соціальній психології виступає категорія «**Я-Концепція**».

2. Поняття й структура Я-Концепції

Термін «Я-Концепція» був введений у науковий обіг Карлом Роджерсом. У вітчизняній літературі одночасно з терміном *Я-Концепція* використовується поняття *самосвідомість*.

Я-Концепція – це особливим способом організоване знання людини про саму себе, яке він використовує як для пояснення й розуміння своїх життєвих станів і переживань, свого життєвого досвіду, так і для пояснення й розуміння зовнішнього, насамперед, соціального світу.

Згідно із сучасними уявленнями Я-Концепція містить у собі два тісно зв'язані аспекти:

1. **Я-Образ** – набір якостей і характеристик, що становлять уявлення людини про себе. Я-Образ часто містить у собі кілька варіантів окремих Я-Образів. Наприклад, Я-реальне (який я є насправді), Я-ідеальне (яким би я прагнув бути), Я-дзеркальне (яким мене бачать інші люди) і таке інше. Причому кожному з варіантів, у свою чергу, можуть відповідати декілька Я-Образів, наприклад, Я-реальне може мати зовсім різні якості в ситуаціях Я наодинці із собою, Я з коханою людиною, Я в компанії друзів і тощо. Протиріччя між різними аспектами та варіантами Я-Образу можуть визначати формування другої складової Я-Концепції – самооцінки.

2. **Самооцінка** – відношення до самого себе в цілому й до своїх окремих якостей. Серед джерел формування самооцінки прийнято виділяти: порівняння себе з іншими, оцінки інших людей, зіставлення різних варіантів Я-Образу (найбільше значення має порівняння Я реального і Я ідеального), а також суб'єктивна значимість різних аспектів Я-Образу. Наприклад, у деяких людей дефект зовнішності – джерело зниження самооцінки, в інших же, якщо вони не надають великого значення зовнішності, аналогічний дефект на самооцінку не вплине.

Основні функції Я-Концепції:

1. Визначає інтерпретацію подій, що відбуваються з людиною. Наприклад, якщо чоловік поступається дамі місцем в громадському транспорті, то це може бути проінтерпретоване в такий спосіб: «Він прагне зі мною познайомитися» (Я-Концепція містить уявлення «Я неповторна й привертаю увагу чоловіків»), «Мене вже приймають за стару, раз поступаються місцем» («Я старію») або просто «Яка вихована людина».

2. Визначає очікування людини стосовно інших людей. В нашому прикладі дама може очікувати або не очікувати від чоловіка ознак уваги.

3. Визначає поведінку людини. Так, в нашому прикладі дама стане або виявляти цікавість до чоловіка або почне бентежитися й відмовиться сісти (бажаючи тим самим підкреслити, що вона ще не в тому віці, коли потрібно поступатися місцем), або спокійно подякує і сяде.

4. Підтримує внутрішню злагодженість уявлень людини про себе, необхідну для збереження психічного благополуччя. Дана функція настільки важлива, що якщо щось у поведінці людини або оточуючих її людей суперечить Я-Концепції, то інформація про це спотворюється або відкидається за допомогою психологічних захистів (докладніше про це пізніше).

Рівні Я– концепції:

1. **Фізичне Я** – це зовнішні характеристики індивіда, представлені усвідомленням себе як: привабливого/непривабливого, гарного/некрасивого, міцного/слабкого, високого/низького, повного/худого і таке інше. Найпростіша Я-Концепція формується тільки з цього рівня. Наприклад, життєвий образ Елочки-Людоджерки з «Дванадцяти стільців».

Крім того, людиною усвідомлюється, причому часто болісно, відповідність або невідповідність своїх конституціональних характеристик існуючому стандарту. Діти, чий зріст вище або нижче середнього, у самоописах частіше згадують про свій зріст, ніж ті діти, чий зріст відповідає середньому показнику. Крім того, діти молодші або старші за своїх одногрупників також у першу чергу згадують про свій вік. Але звертати пильну увагу на свої «особливості» властиво не тільки дітям. Студенти також виявилися чутливими до гендерного складу своєї групи або компанії. Якщо група складалася навіть із трьох людей, то її члени, описуючи себе, частіше згадували про свою гендерну належність, якщо були єдиними представниками даної статі в групі.

Люди, для яких фізичне Я в їх Я-Концепції відіграє важливу роль (а таких переважна більшість), завжди мають такий ідеальний образ самих себе,

якими б вони прагнули виглядати або на кого прагнули би бути схожими. Тому люди краще пам'ятають ті фотографії, на яких їх зображення більше відповідають їхньому власному уявленню про свій вигляд. І гірше пам'ятають ті фотографії, де, як їм здається, вони «не схожі на самих себе».

2. **Соціально-психологічне Я** – соціальні характеристики та особливості індивіда. До них можна віднести: щасливий/невдачливий, старанний/ледачий, акуратний/неакуратний, самостійний/несамостійний, багатий/бідний, ощадливий /щедрий і т. ін.

3. **Когнітивно-психічне Я** – психічні якості людини: кмітливий/тугодум, здатний/нездатний, зібраний/незібраний, уважний/неуважний, спокійний/запальний тощо.

4. **Морально-етичне Я** – як усвідомлення себе в цілому, так і своїх вчинків з позицій справедливості/несправедливості, чесності/нечесності, порядності/непорядності.

Слід зазначити, що для багатьох людей проблеми моральної самосвідомості просто не існує, оскільки їх моральна установка у відношенні себе тверда та незмінна: я і мої дії від самого початку моральні та іншими бути не можуть. Така позиція може служити показником того, що моральність поведінки індивіда детермінується соромом, а не совістю. При цьому під соромом розуміється почуття психічного дискомфорту перед лицем або реальних, або потенційних свідків, тобто інших людей. «Соромливу» людину турбує питання: а що про це подумають люди? Для «совісної» людини не потрібні зовнішні судді. Його суддя – власна совість. І вона задається питанням: як із цим я буду жити далі? Тому й можна припустити, що рівень морально-етичного Я існує не у будь-якій Я-Концепції. Його може замінити простий принцип: я роблю так само, як усі. А якщо не завжди дотримуюсь правил, то про це ніхто не знає, цього ніхто не бачить.

5. Духовно-творче Я – це усвідомлення свого творчого духовного потенціалу, таланту, творчих здібностей. Талановитий/не талановитий, креативний/не креативний і т. ін. Цей рівень в схемі особистості також може або бути присутнім, або ні.

Слід зауважити, що це ідеальна модель, і виділення названих рівнів є не більш, ніж теоретичною конструкцією. Тому ми не можемо говорити про чіткі кордони між рівнями Я-Концепції, тим більше що всі вони перебувають у складних відносинах взаємовпливу, взаємообумовлення та утворюють цілісну структуру – Я-Концепцію.

Значимість того чи іншого рівня для різних Я-Концепцій неоднакова. Зазвичай в людини виділяється центральний рівень, який визначає всі інші. У схемі особистості однієї людини на першому місці може стояти фізичне Я, а всі інші відігравати другорядну роль. В іншій же Я-Концепції найбільш значимим може виявитися морально-етичне Я, в третій – соціальне Я і так далі. Причому будь-яка центральна характеристика певного рівня Я-Концепції (наприклад, Я – гарний, Я – чесний, Я – незалежний) може слугувати організуючим принципом схеми особистості однієї людини та не бути важливою в самосвідомості іншої.

Те, як ми усвідомлюємо себе, впливає не тільки на наше відношення до себе, але й на відношення до інших людей. Так, якщо в Я-Концепції людини буде домінувати фізичне Я, а в ньому провідною характеристикою виявиться «Я – гарний», то й оточуючих ця людина буде сприймати переважно з позицій оцінки їх фізичної привабливості/непривабливості. Якщо центральною буде характеристика «Я – багатий», то й всі навколо будуть оцінюватися міркою багатства.

3. Я-концепція та самооцінка

Самооцінка є найважливішою складовою Я-Концепції. Вона здійснюється щоразу, коли активізується певний аспект самосвідомості, або вся Я-концепція в цілому.

Самооцінка – це емоційно-когнітивний стан людини, що характеризує її відношення до себе самої, до своєї особистості. Індивід може оцінювати себе як позитивно, так і негативно, може любити, або не любити себе. Але в кожному разі його самооцінка, як правило, досить стійка. Це означає, що одні люди постійно мають про себе високу думку, інші ж, навпаки, невисоку. Але іноді, під впливом певних подій, можлива швидка зміна самооцінки.

Предметом самооцінки може служити весь спектр якостей людини – від фізичного Я до творчого Я, увесь його рольовий набір. Причому в останньому випадку оцінюється успішність або неуспішність функціонування в певній ролі.

Для одних людей більш значимою виявляється оцінка своїх фізичних даних, зовнішнього вигляду, для інших – оцінка своїх інтелектуальних або моральних якостей. Для третіх важливіше всього оцінка своєї успішності.

При всіх відмінностях самооцінки більшість людей виявляють одну загальну схильність – **тенденцію до її завищення**. Так, у результаті багатьох досліджень було доведено, що люди, як правило, вважають себе зовні більш привабливими, інтелектуально розвиненими, чуйними, ніж їх оцінюють інші.

Але, не зважаючи на нереалістичність, злегка завищена самооцінка розглядається психологами як гарна ознака, що вказує на нормальний психічний стан людини. Правда, необхідно підкреслити, що мова йде все-таки про злегка завищену самооцінку. Тому що дуже завищена, неадекватна самооцінка може обернутися для людини як соціальними, так і психічними проблемами.

З іншого боку, явно занижена і знову ж таки неадекватна самооцінка теж нічого гарного людині не несе. Вона розцінюється як поганий симптом. Більшість сучасних психотерапевтів саме в низькій самооцінці вбачають причину важких психічних і психосоматичних захворювань.

Одна з перших моделей визначення самооцінки була запропонована У. Джеймсом. Вона виглядає наступним чином:

$$\text{самооцінка} = \frac{\text{успіх}}{\text{домагання}}$$

Чим вище в індивіда домагання, тим більшого він повинен досягти, щоб мати високу самооцінку. Люди оцінюють себе, співвідносячись із соціальними стандартами. І цілі, і розуміння успіху або неуспіху багато в чому визначаються соціальним оточенням індивідів. Для того, щоб людині зрозуміти, наскільки вона успішна чи ні, їй необхідно порівняти свої досягнення з досягненнями інших людей.

Визначення самооцінки через «теорію соціального порівняння»

Відповідно до цієї теорії, при відсутності об'єктивних стандартів для оцінки своїх особистісних рис і якостей людина шукає інших людей, щоб через порівняння з ними оцінити себе. Спочатку вона стикається із проблемою: дуже широкий вибір варіантів для порівняння й відсутність ясного уявлення про те, з ким себе порівнювати. І тоді людина орієнтується на інших: з ким порівнюють себе вони? Таким чином, чи йде мова про нашу зовнішність, наші здібності, думки відносно кого-небудь або чого-небудь, навіть про почуття, які ми відчуваємо, – у всіх випадках ми орієнтуємося на наше соціальне оточення.

Існують три основні мотиви, що спонукують людей, вдаватися до соціального порівняння:

1. Потреба в самооцінці

Коли ціль порівняння – самооцінка, то люди зацікавлені в тому, щоб одержати як можна точніше уявлення про себе. Тому в якості зразка для порівняння вибирають людину, чий характеристики приблизно відповідають нашим. Якщо, наприклад, ви прагнете об'єктивно оцінити свої математичні здатності, то, ймовірно, не станете порівнювати себе з великими математиками. Але не будете порівнювати себе і з безталанними в цій області людьми. Швидше за все, ви зрівняєте себе з кимось, чий рівень здібностей трохи вищий за ваш.

Коли люди порівнюють себе з іншими, то вибирають у якості зразка тих, хто однаковий з ними в суттєвих ознаках. Однією з таких ознак є гендерна належність. Так, наприклад, коли учасники досліджень вибирають партнерів, з ким їм буде потрібно себе порівнювати та змагатися, вони стабільно вибирають людей такої ж статі. Вибір об'єкта однієї статі тим більше ймовірний, якщо людина переконана, що рішення майбутнього завдання якимось чином пов'язана з гендерною належністю.

2. Прагнення до самовдосконалення та самоствердження

Люди цілеспрямовані або просто з підвищеним почуттям суперництва воліють порівнювати себе з тими, чий здібності розвинені значно краще в якійсь одній певній сфері: інтелектуальній, спортивній, творчій, а у всіх інших відносинах вони приблизно на одному рівні. Порівняння себе з тим, чий здібності в певній області розвинені краще за наші, дає нам можливість поліпшити власні здібності. Усвідомлення, що хтось «такий же, як я» добився в цій сфері успіху, дає людині надію на власний успіх, служить для нього джерелом упевненості в своїх силах.

3. Потреба в штучному підвищенні самооцінки, тобто спроба переконати себе, що ти кращий, ніж є насправді.

У цьому випадку люди вибирають свідомо занижений зразок для порівняння. Інакше кажучи, ми порівнюємо себе з тими, хто, як нам здається, гірший за нас. Причому, якщо в людини немає під рукою реального того, хто «гірший за нього самого», тоді він просто вигадується. Іноді за допомогою абстрактного міркування: «Якщо подумати, то скільки на світі поганих людей! Я, у порівнянні з ними, ангел!» Для цієї ж мети, якщо немає достовірних відомостей про дурні вдачі або вчинки іншої людини, люди охоче користуються чутками. Наприклад, чутка про те, що хтось зробив негожий вчинок, може «підняти» людину в його власних очах: а я такого, що про нього розповідають, не робив!

Оскільки люди, як правило, прагнуть до підвищення самооцінки, вони використовують для цього різні прийоми й стратегії.

Стратегії підвищення самооцінки:

1. *Порівняння себе зі свідомо заниженим зразком.* Так, наприклад, вид жебрака або просто занепалої людини в людей з низкою або нестійкою самооцінкою може викликати приплив радості й взагалі гарний настрій: «Адже я, слава Богові, до такого ще не дійшов!».

2. *«Прагнення погрітися в променях чужої слави (to bask in reflected glory)»* (Роберт Чалдині). Суть її в тому, що люди прагнуть «прив'язатися» до чужого успіху, чужої слави, чужих досягнень, щоб підняти себе як у своїх власних очах, так і в очах оточуючих. Найбільш яскраво це проявляється в поведінці «фанатів» – спортивних, театральних, естрадних. Чалдині наводить слова відомого письменника Айзека Азімова про те, що рухає глядачами на змаганнях: «Спостерігаючи за людьми, що змагаються, ви завжди будете в глибині душі уболівати за свою власну стаття, свою культуру, свою рідну місцевість... Ви прагнете довести, що ви кращі, ніж інші люди. Кожний, за кого ви вболіваєте, представляє вас. І коли перемагає він, перемагаєте ви». Але «фанати» як шанувальники, так і вболівальники, зі своїм кумиром, як правило, лише доти, доки його супроводжує успіх. Так уболівальники на трибунах скандують не «Наша команда перемогла!», а «Ми перемогли!», «Ми – номер перший!», «Спартак – чемпіон!». І ніколи ви не почуєте скандування «Ми програли!», «Ми – на останньому місці!», «Спартак програв!». Говорячи про програш своєї команди, уболівальники зазвичай вживають займенник «вони»: «Вони програли», «Вони загубили наш шанс на виграш у чемпіонаті». Таким чином бажання погрітися в променях чужої слави співіснує поряд із прагненням відмежуватися від чужих невдач.

3. *Демонстрація своїх зв'язків з тими, хто багато чого досяг.* Саме низька самооцінка змушує таких людей самостверджуватися не за допомогою власних досягнень, а поза власним я. Найпоширенішим є тип

людини, що постійно повідомляє про свої зв'язки з впливовими людьми. Є й більш замаскований різновид: це ті, які не прагнуть похвастати зв'язками зі знаменитостями, а намагаються «роздути» успіхи тих людей, з ким вони реально зв'язані. Наприклад, успіхи своїх близьких: дружин, чоловіків, дітей. Це люди, одержимі бажанням «проштовхнути» своїх близьких у «великі люди». Це можуть бути й батьки, що прагнуть будь-що, зробити зі своєї дитини «зірку», і дружини, які щосили спонукають чоловіків до запаморочливої кар'єри.

4. **Ідентифікація із «щасливим невдахою».** Люди ідентифікуються з героями-невдахами, яких за сюжетом фільму або книги неминуче, фатально чекає заслужена вдача. Найбільш показові щодо цього «мильні опери». Їхня величезна популярність свідчить про те, наскільки поширена в суспільстві низька самооцінка.

5. **Самоінвалідизація.** Суть її в тому, що, побоюючись зазнати невдачі та в той же час, прагнучи зберегти або навіть підвищити самооцінку, людина представляє себе жертвою обставин. Найбільш розповсюджений приклад: студент, який збираючись на іспит, заздалегідь приготував варіант пояснення можливого провалу: погане самопочуття (своє або родичів), неможливі побутові умови, сніг або дощ, що випав напередодні, неритмічна робота громадського транспорту, нещасна любов, сварка з родичами та навіть важке дитинство. Словом, усе ополчилося проти нього. Де вже скласти іспит у таких умовах? Ясно, що всі ці пояснення або частина з них повинні виправдати неуспіх («я тут ні при чому»). Якщо ж він складе іспит, то в цьому випадку його успіх тим більше гідний похвали й поваги: адже він подолав такі неймовірні труднощі («я навіть у цих умовах не схибив»). Отже, **самоінвалідизацію** можна визначити, як прагнення пояснювати зовнішніми (вибачаючими) обставинами або умовами можливий неуспіх, а у випадку успіху пояснювати його винятково власними зусиллями, стараннями.

Прекрасно ілюструє цю тактику дослідження, проведене Стефеном Бергласом і Едвардом Джонсом. В експерименті брали участь дві групи студентів, яким належало розв'язати проблемні завдання. Одна група працювала над завданнями, у яких був розв'язок. Друга, не знаючи про це, одержала нерозв'язувані завдання. Дослідження було розбито на два етапи. Після першого студентам було запропоновано вибрати один із двох препаратів, що нібито цікавили дослідників. Один з них був представлений студентам як поліпшуючий працездатність, інший, навпаки, що погіршує працездатність, хоча і той, і інший були плацебо. Ті студенти, що працювали над розв'язуванням завданням, вибирали, як правило, препарат, «поліпшуючий» працездатність. Учасники з іншої групи, чий досвід попередньої роботи, імовірно, переконав їх у тому, що вони не впораються із завданням, віддавали перевагу, препарату, що послабляє працездатність, заготовлюючи собі тим самим виправдання перед неминучою невдачею.

Якщо людина не встигла або не змогла заготовити виправдання взапас ще до того, як зазнала поразки, вона спробує знайти їх після того, як її спіткає невдача. Адже вона суперечить її самооцінці. Цю тактику люди використовують не тільки для самоствердження, але й для того, щоб не виглядати невдахами в очах оточуючих. Людина переконує не тільки себе, але й інших, що зазнала невдачі випадково, що вона – жертва унікального або фатального збігу обставин, що сама вона у ньому неповинна. Як бачимо, посилення на долю, випадок, обставини, важке дитинство тощо. однаково зручні як для підтримки самооцінки, так і для спроби зберегти свою репутацію в очах інших людей.

Таким чином, розглянувши самооцінку, можна зробити наступні висновки:

1. Людина завжди знайде можливість уникнути неприємних пояснень, що загрожують Я-концепції і перекласти відповідальність за невдачу на інших або на обставини.

2. Результати багатьох досліджень показують: люди, що вдаються до самовиправдання, живуть і почувають себе краще, ніж ті, хто не вміє цим користуватися.

3. Ці тактики далеко не невинні для людини. Як маски, які ми надягаємо, здатні «приростати», утворюючи личину (Юнг називає її Персоною, тобто помилковим Я), так і описані способи підтримки самооцінки можуть стати звичними. Це тим більше імовірно, якщо людина користується ними постійно. В результаті може змінитися Я-концепція людини і, як наслідок, трансформуватися особистість.