

**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)

Тем14. Я-концепція як результат соціального розвитку 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.

План лекції

1. Розвиток самосвідомості і формування Я-концепції: чинники та механізми
2. Структурні компоненти Я-концепції
3. Мінливість і стабільність Я-концепції

Рекомендована література:

Основна

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., Землянська Е.В. Психологія руководителя: монографія 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. Розвиток самосвідомості та формування Я-концепції: чинники та механізми

Розвиток самосвідомості людини відбувається протягом усього життя. Самосвідомість – це особлива форма свідомості людини, при якій вона одночасно є її суб'єктом і об'єктом. Розвиток самосвідомості йде від простого до складного, і перше, що здатна усвідомити в собі дитина до одного року, це межі свого тіла. Це дуже велике завоювання, оскільки тіло для нас є системою координат, щодо якої ми сприймаємо верх, низ, праву або ліву сторони і т. ін.

Наступний етап розвитку самосвідомості пов'язаний з формуванням у дитини здатності до самостійних дій з предметами. Завдяки цьому дитина починає сприймати себе як активного суб'єкта. До трьох років дитина починає користуватися займенником Я, що остаточно закріплює усвідомлення нею тотожності своєї особистості.

Після цього починається тривалий період розвитку самооцінки. У дошкільному віці самооцінки дітей засновані на чужих думках, переважно

батьків і вихователів, які постійно дають їм оцінки. Тому так важливо дорослим не тільки лаяти, але і хвалити дітей, щоб не порушувати баланс між позитивними і негативними рисами в їх самооцінці. Уявлення про себе у дошкільників дуже ситуативні, нестійкі і емоційно забарвлені. Варто дитині в чому-небудь перевершити інших, і вона вже вважає, що вона найкраща. Перша ж невдача призводить до зниження самооцінки.

У шкільні роки у дитини складається логічне мислення, в цей час починає зростати роль друзів і їх думок, розширюється коло спілкування. Всі ці фактори призводять до того, що підліток починає зіставляти різні думки про себе і на їх основі виробляти свою власну думку, спираючись на свій інтелект, який розвивається. Оцінки стають все більш узагальненими, стабільними, поряд з афективними компонентами з'являються і раціональні.

Наступний етап формування самосвідомості пов'язаний з розвитком моральної самооцінки, яка будується на основі здатності підлітка до винесення моральних суджень про чужі і власні вчинки.

В результаті розвитку самосвідомості в людини складається Я-концепція, що являє собою сукупність всіх її уявлень про різні сторони своєї особистості та організму. Я-концепція складається з численних образів-Я, які служать більш приватними характеристиками. Існують різні критерії для їх класифікації.

З часової віднесеності можна виділити наступні образи: Я-справжнє, Я-минуле, Я-майбутнє, або ще більш дрібно, Я в 15 років, Я в 30 років і т. п.

За змістом можна виділити образи: Я-фізичне, Я-розумове, Я-емоційне, Я-соціальне.

За джерела інформації можна виділити різні дзеркальні Я: Я очима мами, Я очима друга і т. ін. Всі ці образи служать регуляторами нашої поведінки та взаємодії з іншими людьми. Тому самосвідомість, поряд з відображенням інформації про самого себе, виконує ще й функцію саморегуляції. Чим більш адекватної є Я-концепція людини, тим легше керувати своєю поведінкою. Якщо ж людина помиляється щодо своїх якостей, то вона уподібнюється подорожньому, який має невірну карту шляху.

Важливими механізмами формування «Я» є процеси соціального порівняння і інтроекція чужих оцінок і думок. З цієї точки зору цікаво не те, як погана відмітка, яку поставив вчитель, впливає на рівень самооцінки дитини, а те, як сама думка про те, що «буде говорити княгиня Марія Олексіївна», визначає характер самосприйняття. На практиці кожна людина має стільки ж соціальних Я, скільки є різних груп людей, думкою яких він дорожить.

Соціально-психологічні підходи до Я-концепції розглядають проблему мотивуючого впливу Я-концепції на поведінку людей. Так, наприклад, сучасні дослідники говорять про наявність у людини двох основних типів мотивів, пов'язаних з «Я»:

1) мотиву самопосилення, що направляє процес реальної взаємодії з мікросоціальних оточенням з метою отримання зворотного зв'язку і підтримки вже наявного образу-Я;

2) мотиву самопізнання, який направляє «внутрішню» активність суб'єкта і відображає бажання визначеності в знанні про себе, в тому числі і за рахунок відкриття у своєму «Я» нових сторін. Мотив самопосилення у взаємодії виразно превалює над мотивом самопізнання.

Виділяють п'ять груп факторів, що впливають на уявлення людини про самого себе:

- ступінь узгодженості «зовнішньої», соціальної оцінки та самооцінки;
- суб'єктивна значимість Я-уявлень, які зачіпає «зовнішня» оцінка;
- ступінь довіри людини до суб'єкта оціночної по відношенню до нього інформації;
- суб'єктивно оцінювана модальність «зовнішньої» оцінки;
 - частотність (повторюваність) тієї чи іншої модальності «зовнішньої» оцінки.

Подальші можливості розвитку «Я» можуть бути розглянуті при цьому в контексті ідей когнітивного дисонансу: невідповідність між наявним уявленням про себе та іншою когніцією чи дією «запускає» процес редукції дисонансу, опосередкований загальним рівнем самооцінки. Можливі стратегії цієї редукції розглядаються вже як провідні механізми формування «Я» для людей з тими чи іншими особливостями Я-концепції. Так, К. Герген виділяє три таких стратегії:

1. знецінення негативного зворотного зв'язку. В умовах експерименту респонденти з низьким рівнем самооцінки і самоповаги у разі неузгодженості «зовнішніх» оцінок і уявлень про себе воліли дискредитувати джерело інформації;

2. підкріплення значної частини Я-концепції. Якщо тим же респондентам відразу після отримання негативної «зовнішньої» оцінки надавали можливість вибору області, в якій вони бажали б отримати зворотній зв'язок, то вони воліли вибрати ту, в якій їх уявлення про себе носили позитивний характер, причому це було нехарактерно для респондентів з високою самооцінкою і самоповагою;

3. ігнорування інформації та / або зміна Я-концепції. У разі неузгодженості «зовнішньої» оцінки і системи уявлень про себе респонденти з високим рівнем самооцінки і самоповаги або просто не переробляли нову інформацію про себе (володіючи значимо більшою кількістю самохарактеристик в порівнянні з респондентами з низькою самооцінкою, вони мали достатньо підстав для підтримки наявного образу «Я», живучи за відомим принципом «зате ми робимо ракети...»), або ж змінювали уявлення про себе, включаючи в нього нові елементи.

Отже, для соціально-психологічного аналізу Я-концепції центральним традиційно є акцент на процесі соціальної взаємодії. Найбільш важливим

джерелом інформації для побудови Я-концепції є взаємодії, які включають конфлікт або незгоду.

2. Структурні компоненти Я-концепції

Когнітивний компонент.

З точки зору когнітивіського підходу аналіз структурних компонентів «Я» вівся на різних підставах. Вони могли відображати:

- 1) різні рівні об'єктивування тих чи інших Я-уявлень (реальне, ідеальне, належне, бажане «Я» і т. ін.);
- 2) його можливі зміни (стійке і гнучке «Я» тощо);
- 3) різні фокуси суб'єктивної уваги (фізичне і соціальне «Я», усвідомлене і неусвідомлене, справжнє і хибне).

Найбільш комплексне і максимально «зручне» з соціально-психологічної точки зору бачення проблеми структурних складових «Я» представлено в концепції Р. Бернса (1986). Він пропонує розглядати Я-концепцію як сукупність установок, спрямованих на самого себе. Відповідно трикомпонентної структури соціальної установки в Я-концепції також виділяються три складові:

- 1) образ «Я» - уявлення індивіда про самого себе;
- 2) самооцінка - афективна оцінка цього уявлення, що володіє різним ступенем інтенсивності в залежності від рівня прийняття тих чи інших самохарактеристик;
- 3) поведінкова реакція - ті дії, які викликаються образом «Я» і самооцінкою.

Кожен з цих трьох настановних компонентів може бути представлений, з точки зору Р.Бернса, принаймні в трьох модальностях:

реальне «Я», що відображає ті установки, які пов'язані з актуальними здібностями, ролями, статусами («Я насправді»);

соціальне «Я», що відображає ті установки, які пов'язані з думкою людини про те, як його бачать інші («Я-очима-Інших»);

ідеальне «Я», що відображає установки, які пов'язані з уявленнями людини про бажане «Я» («Я-яким би я хотів бути»).

Іншими словами, Я-концепція використовується Р. Бернсом як збірний термін для позначення всієї сукупності уявлень людини про себе. [Бернс Р., 1986.]

Афективний аспект Я-концепції.

Когнітивна складова Я-концепції не сприймається людиною нейтрально, а завжди пробуджує ті чи інші почуття та оцінки. Традиційно ця складова нашого «Я» позначалася концептом «самооцінка», але останнім часом вона все частіше співіснує з таким поняттям як «самоставлення».

Основи самовідношення закладаються в ранньому дитинстві й основним фактором при цьому виступає характер дитячо-батьківських відносин. У більш пізньому віці на самовідношення впливає досвід переживання травмуючих ситуацій (госпіталізація, смерть близької людини, розлучення, соціальна неуспішність та ін.). У дорослих самовідношення являє собою досить стійку особистісну диспозицію, яка часто корелює з

іншими ознаками психологічної адаптації, причому нерідко основу самовідношення в цьому віці визначає характер соціальної самоідентифікації.

Діти з низьким самовідношенням, як правило, є вихідцями з сімей з авторитарним і нехтуючим стилем виховання.

Поведінковий аспект Я-концепції.

Для соціально-психологічних досліджень «Я» поведінкова складова Я-концепції, як правило, виражається поняттям самопрезентації. В цілому самопрезентація, як поведінкова складова Я-концепції, служить цілям перевірки і підтвердження її когнітивної і афективної структури.

Всі люди, відчують необхідність справляти на інших певне враження (самопрезентуватися) або, за висловом, Д. Майерса "займаються управлінням враженням" [Майерс Д., 1997]. У традиції американської соціальної психології самопрезентація є однією з форм соціальної поведінки і розглядається як прояв демонстративної поведінки в міжособистісному спілкуванні.

Необхідність самопрезентації часто обумовлена бажанням людей досягти матеріального або соціального успіху, уникнути конфлікту, домогтися позитивного ставлення до себе з боку оточуючих, що в свою чергу може позитивно позначитися на самовідношенні людини.

Дослідники І. Джонс і Т. Піттман [Jones I., Pittman T., 1982] розуміють під самоподачею (самопрезентацією) поведінкову реалізацію прагнення до влади в міжособистісних стосунках. Вони виділяють п'ять видів влади і пропонують відповідно п'ять стратегій її досягнення. Стратегії і техніки самопрезентації по Джонсу і Піттману, мету їх реалізації та види влади наведено в табл. 1.

Перша стратегія самопрезентації - «бажання сподобатися» (ingratiating). Намагання сподобатися - спроба представити себе привабливим в очах інших. На думку авторів, той, хто намагається сподобатися, повинен приховувати реальну мету своєї активності, або він досягне зворотного ефекту.

Стратегії самопрезентації по І. Джонсу і Т. Піттману

Стратегія (спосіб дій)	Техніка	Мета
Намагання сподобатися (<i>ingratiating</i>)	Висловлювати згоду Лестити Надавати прихильність	Здаватися привабливим (<i>влада чарівності</i>)
Самопросування, самореклама (<i>self-promotion</i>)	Хвалитися Демонструвати знання Демонструвати вміння	Здаватися компетентним (<i>влада експерта</i>)
	Висувати вимоги	Здаватися небезпечним

Залякування (<i>intimidation</i>)	Загрожувати неприємностями	(<i>влада страху</i>)
Пояснення прикладом (<i>exemplification</i>)	Хвалитися Демонструвати свої достойнства	Здаватися гідним наслідування (<i>влада наставника</i>)
Благання (<i>supplication</i>)	Благати Демонструвати слабкість і залежність	Здаватися слабким (<i>влада співчуття</i>)

Самопросування (self-promotion) є стратегією самопрезентації, дещо схожою на попередню. Але якщо бажання сподобатися – це спроба виглядати привабливим, то людина, яка просуває себе, намагається виглядати компетентним. Наприклад, претендент на вакантну позицію може обрати шлях демонстрації своєї привабливості, а може показувати свою компетентність.

Третя стратегія отримання влади, по І. Джонсу і Т. Піттману, - це залякування (intimidation). Той, хто залякує повинен постаратися переконати об'єкт в тому, що він потенційно небезпечний, тобто може і буде причиною неприємностей, якщо об'єкт відмовиться робити те, що від нього вимагають. Це також небезпечна стратегія.

Четверта стратегія досягнення впливу - пояснення прикладом (exemplification). Той, хто обрав цю стратегію, повинен переконати об'єкт, у тому, що він може служити прикладом, скажімо, чесності чи моральних достоїнств. Таким чином, той, хто є прикладом, займається, в якомусь сенсі, самопросуванням. Однак той, хто просуває себе, демонструє компетентність, в той час як пояснюючий прикладом демонструє значущість своєї особистості. Ця стратегія також небезпечна. Той, хто слугує прикладом, ризикує, що об'єкту відкриється, що насправді він не представляє з себе те, що намагається продемонструвати.

П'ята стратегія - благання (supplication), демонстрація слабкості і залежності. Благання працює, на думку авторів, тому, що в західній культурі широко поширена норма - піклуватися про людину, яка цього потребує. Але благання також не завжди гарантує успіх, крім того, слабкість не завжди приваблива.

Тактика, що має відношення до благання, спрямована на привернення уваги, називається самообмеження (self-handicapping). Вважається, що людина намагається уникати перешкод і труднощів. Але є обставини, коли людина може і шукати їх. Наприклад, якщо їй прийдеться бути оцінений при вирішенні якогось завдання і вона не впевнена, що в змозі виконати його добре. Самообмеження має дві переваги:

- якщо людина провалиться, це забезпечить їй виправдання;
- якщо людина виграє, це збільшить її успіх.

Таким чином, самообмеження підвищує цінність успіху і зменшує ціну поразки.

Самопрезентацію відносять до прагнення людини представляти бажаний образ не тільки для інших, але і для самого себе. Навмисно або ненавмисно люди вибачають, виправдовують або захищають себе, коли це необхідно, щоб підтримати свою самооцінку і підтвердити свій образ "Я". При цьому первісна самоподача зобов'язує людину дотримуватися тієї лінії поведінки, яку вона уже представила. Людина має бути послідовна у своїх діях, що в свою чергу змушує її дотримуватися певних переконань, думок і оцінок, тобто виробляти певні атитюди, відповідну поведінку.

3. Мінливість і стабільність Я-концепції

В цілому складність і диференційованість Я-концепції пов'язана з рівнем розвитку пізнавальних здібностей і характером соціального досвіду людини на кожному етапі розвитку.

Наприклад, у відомому дослідженні Д. Харта і У. Дамона було продемонстровано, що від молодшого шкільного до старшого шкільного віку діти змінювали свій спосіб самооцінювання: від звернення до фізичних якостей («Я маленький») до якостей активності («Я добре плаваю»), потім до соціальних якостей («Я подобаюся оточуючим») і, нарешті, до психологічних якостей («Я маю такий-то характер»).

Проблема мінливості / стабільності Я-концепції представляється як проблема збереження цілісності особистості при множинності її соціальних ролей. В той же час, зміна соціальних ролей, що вимагають від людини певної поведінки, може призводити до значних змін його особистості та уявлення про себе.

Яскравим прикладом того, як формуються нові установки під впливом ролі може служити знаменитий експеримент Ф. Зімбардо, проведений ним на факультеті психології Стенфордського університету [Зімбардо Ф., 2000]. У його експерименті студентам-добровольцям запропонували "відсидіти" в імпровізованій в'язниці, зігравши роль ув'язнених, інші ж студенти були змушені грати роль їх охоронців. На другий день проведення експерименту "тюремники" були настільки захоплені своєю роллю, що стали принижувати "ув'язнених", деякі з них демонстрували жорстоке ставлення до "злочинців". Причому груба і образлива поведінка охоронців стала проявлятися і в їх установках, вони були переконані, що чинять правильно по відношенню до тих, хто сидів за ґратами. В результаті Ф. Зімбардо був змушений припинити експеримент, побоюючись його наслідків.

Таким чином, за допомогою виконання чужої ролі можна змінити своє ставлення до протилежної точки зору, оскільки в процесі її програвання людині часто доводиться публічно відстоювати точку зору, з якої спочатку він був не згоден. Можливість рольової поведінки використовується у рольовій грі - одному з базових методів соціально-психологічного тренінгу. Рольова гра, що вимагає від людини активного конструювання своєї ролі та імпровізації, здатна більш ефективно змінювати установки, ніж пасивне сприйняття повідомлень, які переконують.

Таким чином, когнітивна складова Я-Концепції не сприймається людиною нейтрально, а завжди будить ті або інші почуття та оцінки. Традиційно ця складова нашого «Я» позначалася концептом «самооцінка», але останнім часом вона все частіше співіснує з таким поняттям як «самовідношення». Важливими механізмами формування «Я» є процеси соціального порівняння та інтроекції чужих оцінок і думок.