



УДК 159.9

Я-КОНЦЕПЦІЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК МОТИВ ДІЯЛЬНОСТІ ПО СТВОРЕННЮ ІМІДЖУ

Студ. М.В Дацко, гр. БПТ-16

Науковий керівник канд. психол. наук, доц. А. В. Колодязна
Київський національний університет технологій та дизайну

Актуальність теми дослідження. Протягом всього свого життя ми знаходимося в пошуках своєї індивідуальності, неповторного образу, який подобатиметься нам, буде комфортний і привабливий для навколишніх. Будувати свій імідж можна протягом багатьох років, знаходячи вдалі рішення, повільно просуваючись до усвідомлення деталей індивідуальності. Проте коли народжується чітка картина самопрезентації, то з'являється легкість і впевненість, усвідомлення власної сили. Адже, щоб досягти гармонії з навколишнім світом, потрібно досягти гармонії з собою, зі своїм Я. Уміння бути привабливим – це в якомусь сенсі мужність, бо потрібна постійна робота над самим собою. Я-концепція – перший етап роботи в технології особистої чарівності, це етап пізнання і прийняття себе, формування власного настрою на позитивне ставлення не тільки до світу, але і до себе: пізнати себе, прийняти, полюбити і навчитися допомагати собі.

Метою роботи є дослідження ролі Я-концепції особистості як мотиву по створенню іміджу. **Об'єктом дослідження** є Я-концепція особистості як мотив по створенню іміджу.

Предметом дослідження є ознаки Я-концепції у формуванні іміджу.

Методи та засоби дослідження. Використані методи дослідження мають загальнонауковий характер – аналіз, синтез, систематизація матеріалів, а також прогностичний метод для розроблення перспектив подальших досліджень окресленої проблеми. **Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів** полягає в розширенні та поглибленні психологічних знань і уявлень про Я-концепції особистості як мотиву по створенню іміджу.

Результати дослідження. Я-концепція – це динамічна система уявлень людини про себе, яка включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних особливостей, самооцінку та суб'єктивне сприймання зовнішніх чинників, які впливають на особистість. Важливою її функцією є забезпечення внутрішньої погодженості особистості, стійкості її поведінки. Я-концепція формується під впливом життєвого досвіду людини, насамперед при спілкуванні в колі близьких людей, проте досить рано вона сама набуває активного зростання й починає впливати на інтерпретацію досвіду, на мету особистості, систему її очікувань та прогнозів щодо свого майбутнього, на оцінку своїх досягнень і тим самим на ставлення до самої себе.

Центральним компонентом Я-концепції є самооцінка особистості, усвідомлення власної ідентичності. Вона складається в процесі пізнання людиною себе. Те, як людина оцінює себе – відчуття гідності, самозадоволення, самоповага, або приниження, почуття неповноцінності - частково залежить від її соціального статусу, але ще більш від оцінок, які вона отримує від значущих для неї осіб. Самопізнання пов'язано із самоаналізом і самокритичністю, що дають змогу кожному глибше пізнати себе самого, усвідомити духовне зростання, а також стимулювати свій розвиток. Вищий рівень саморозвитку людини включає вибір цінностей, моральних норм, образу життя, професії[1].

Становлення особистості відбувається в процесі соціалізації. Особливу роль відіграє значення взаємодії особистості, що розвивається з іншими людьми. Самосвідомість і ціннісна орієнтація особистості дзеркально відображають реакції на неї оточуючих людей. Так, в процесі соціалізації у людини формується її Я-концепція. Відчуваючи потреби в досягненні внутрішньої гармонії, людина готова робити різні дії, які сприяли б відновленню втраченого рівноваги. Кожен індивід в праві обирати стандарти і цінності, щодо яких він буде оцінювати успішність своїх дій. Вибір, що надається життям, великий, а далі все залежить від позиції самої людини.



Я-концепція та самооцінка безпосередньо впливають на стиль нашого спілкування і формування іміджу. Самооцінка – цінність, значимість, якої індивід наділяє себе в цілому і окремі сторони своєї особистості, діяльності, поведінки. Для кожного з нас існує ідеальна Я-концепція себе. Цей ідеальний образ формується на основі засвоєння індивідом культурних норм і стереотипів. Чим ближче образ тіла до ідеалу, тим імовірніше наявність в індивіда високої Я-концепції в цілому. Значення Я-концепції в тому, що вона сприяє досягненню внутрішньої узгодженості особистості, визначає інтерпретацію досвіду і є джерелом очікувань.

Немає необхідності доводити, що в процесі створення позитивного враження про себе суттєва роль належить керуванню враженням, яке розглядається як цілеспрямована діяльність з контролю та регулюванню інформації з метою створення певного образу. Таким чином, особистість за допомогою різних тактик та стратегій самопрезентації намагається керувати своїм зовнішнім іміджем.

Під самопрезентацією ми розглядаємо усвідомлюваний та постійно здійснюваний в міжособистісній взаємодії процес пред'явлення Я-інформації в вербальній та невербальній поведінці суб'єкта, презентації себе з урахуванням специфіки соціальної ситуації. Самопрезентація ставиться до прагнення людини представити бажаний образ як для аудиторії поза (інші люди), так і для аудиторії всередині (він сам). Навмисно чи ненавмисно люди вибачають, виправдовують або захищають себе, коли це необхідно, щоб підтримати свою самооцінку і підтвердити свій Я-образ.

Самопрезентація допомагає опанувати реальним механізмом ефективного впливу зовнішнього вигляду людей один на одного. В.М. Шепель зазначає, що гучніше задуми і претензії особистості, тим більше вона стурбована своїм іміджем. У такої особистості прагнення до створення яскравого іміджу – потужний внутрішній мотиватор, спонукає її на величезну роботу над собою, на подолання в собі всього того, що заважає бути лідером або зіркою ... Відсутність зовнішніх даних не перекидає дорогу до особистого іміджу. Тільки треба хотіти чи вміти найкращим чином самовиразитися. [3].

Я-концепція таким чином, виступає духовною основою мотивації особистісної поведінки, допомагаючи індивіду ставити перед собою неординарні задачі. Духовно-здорові Я-концепції підстраховують особистість як від заниженої, так і від завищеної самооцінки, а також допомагає людині як можна швидше домогтися успіху у створенні привабливого, позитивного іміджу.

Висновок. Кожна людина усвідомлює себе як особистість, включену в суспільні відносини різного характеру. Вона прагне врахувати оцінку оточуючих, їх емоційний, суб'єктивний підхід до себе, мотиваційно-сміслову структуру своєї діяльності у відношенні інших. Працюючи над своїм іміджем, людина проходить програму самовдосконалення, міняючи деякі звички, поповнює знання, розвиває здібності, навчається бачити себе з боку і відчувати високу міру відповідальності за свої вчинки.

Ключові слова: імідж, я-концепція, самопрезентація, самооцінка, самопізнання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Колодяжна А.В. Теоретичні проблеми вивчення самоставлення особистості та його структурних компонентів. [Текст] / А.В.Колодяжна // Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України Актуальні проблеми психології: Психологія навчання. Генетична психологія. Медична психологія: зб.наук.праць / за ред. С.Д.Максименка. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агенство», 2010. – Том. 10. – Вип. 16. – 656с. – С. 246-254
2. Перельгіна Е. Б. Психологія іміджа: учеб.пособие / Е. Б. Перельгіна. — М.: Аспект Пресс, 2002. – 114 с.
3. Шепель, В. М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – Москва : Линка-Пресс, 1997. – 168 с.