

Samopredstavljanje

**Kako se prikazujemo
drugima**

Samopredstavljanje

“Slika o sebi koju nastojim stvoriti u svojoj glavi kako bih mogao voljeti samog sebe uvelike se razlikuje od slike koju nastojim stvoriti u očima drugih kako bi me oni voljeli.”

W. H. Auden

Kroz **samopredstavljanje** pokušavamo drugima pokazati ko smo, ili kakvi hoćemo da drugi vjeruju da jesmo.

Upravljanje impresijama

“Cijeli svijet je pozornica”

W. Shakespeare

Prvi koji je skrenuo pažnju na ovaj proces bio je sociolog **Goffman (1959, 1967)**, koji se u svojoj **teoriji samoprezentacije u svakodnevnom životu** poslužio analogijom sa pozorištem.

Goffman opisuje socijalnu interakciju kao pozorišnu predstavu u kojoj se svaki pojedinac koristi pažljivo odabranim verbalnim i neverbalnim ponašanjem kako bi izrazio samog sebe, kao glumac koji igra ulogu.

- razlikuje se ponašanje na sceni (“frontstage”) i iza nje (“backstage”)

Upravljanje impresijama

Neki ljudi smatraju upravljanje impresijama namjernom strategijom kojom se služimo da manipuliramo drugim ljudima, za razliku od izražavanja svojih pravih osjećaja i uvjerenja.

Takvo shvaćanje je najčešće pogrešno (Tetlock i Manstead, 1985).

Dok bira koji će aspekt svog identiteta prikazati u određenoj situaciji, pojedinac može birati između podjednako točnih aspekata svog pojma o sebi.

Strategije samopredstavljanja

Jones i Pittman (1982) identifikovali su pet glavnih strategija samoprezentacije, od kojih je svaka organizovana tako da se njome ostvari određeni cilj.

Umiljavanje je proces u kom se ljudi slažu s drugom osobom ili je hvale, pokušavajući da joj se svide i uspostave dobar odnos.

Strategije samopredstavljanja

Samoisticanje je proces u kom ljudi opisuju svoje jake strane i trude se impresionirati svojim postignućima, s ciljem da se pokažu kao kompetentni.

Zastrašivanje je proces u kom ljudi pokušavaju kontrolisati interakciju primjenom sile, stvarajući sliku o sebi kao opasnoj osobi i nastojeći da izazovu strah.

Strategije samopredstavljanja

Predstavljanje uzora je proces u kom ljudi stvaraju utisak o vlastitom integritetu i moralnoj vrijednosti, kako bi izazvali osjećaj krivice kod druge osobe.

Bespomoćnost je proces u kom osoba naglašava svoju slabost i zavisnost od drugog, kako bi izazvala njenu samilost.

Strategije samopredstavljanja

Samoprezentacija nije ograničena na pet glavnih strategija koje opisuju Jones i Pittman.

Samotežavanje (self-handicapping) je postavljanje prepreka samome sebi, a koje smanjuju vjerovatnost uspjeha u zadatku, kako bismo, ako postignemo slabi rezultat, mogli okrivljivati okolnosti, a ne svoje sposobnosti.

Postoji i blaži oblik samotežavanja, a to je kad ne stvaramo sami sebi prepreke, već samo unaprijed smišljamo izgovore za slučaj da ne uspijemo.

Individualne razlike u samopredstavljanju

Svako od nas se koristi samopredstavljanjem, ali postoje značajne razlike u stepenu u kom ljudi mogu i zaista kontrolišu vlastitu prezentaciju.

Neki ljudi upravljaju impresijama drugih češće i s većim uspjehom od okruženja.

Javna svijest o sebi = briga o tome kako se prikazujemo u socijalnom svijetu i svijest o tome kako nas vide drugi (**Scheier i Carver, 1981**).

Individualne razlike u samopredstavljanju

U Skali svijesti o sebi na nju ukazuju čestice:

“Brinem se šta drugi ljudi misle o meni”

“Svjestan sam kako izgledam”

“Vodim računa o stilu kojim radim nešto”.

Osobe s visokom javnom svijesti o sebi vode više računa o tome **kako ih drugi vrednuju i osjetljiviji su na socijalno odbacivanje**, dok one s niskom javnom svijesti o sebi pokazuju manju brigu za ovu vrstu evaluacije.

- Hass, 1984. – slovo E na čelu

Individualne razlike u samopredstavljanju

Pojam *samomotrenje (self-monitoring)*, kojeg je uveo **Mark Snyder** (1974, 1979), takođe ukazuje da se ljudi razlikuju u stepenu u kom mogu i zaista primjenjuju kontrolu nad svojom verbalnom i neverbalnom samoprezentacijom.

- Skala samomotrenja (SMS) – Snyder, 1974.

Individualne razlike u samopredstavljanju

Visoki rezultat na SMS = osobe koje su izuzetno osjetljive za ekspresiju i samoprezentaciju drugih u socijalnoj situaciji i koriste se time kao ključem za usmjeravanje vlastite prezentacije, s ciljem upravljanja tuđim impresijama

- brzo uče šta je socijalno prikladno u novim situacijama, imaju dobru kontrolu nad vlastitom emocionalnom ekspresijom i efikasno se služe tim sposobnostima u stvaranju impresije koja odražava bilo koji aspekt njihovog pojma o sebi koji žele da drugi vide
- u socijalnoj situaciji oni traže i konsultuju informacije dobijene socijalnom komparacijom o prikladnom obliku ponašanja

Individualne razlike u samopredstavljanju

Nizak rezultat na SMS = osobe koje ne teže posmatranju drugih, usmjeravanju ili kontrolisanju impresije koju ostavljaju na druge.

- Ponašaju se u skladu sa svojim osjećajima, stavovima i mislima nezavisno je li to prikladno u nekoj socijalnoj situaciji ili nije.
- Za njih je mnogo vjerovatnije da će pokazivati konzistentnu sliku o sebi u nizu različitih situacija.

Samomotrenje i javna svijest o sebi

- Ova dva koncepta su povezana, ali samo umjereno ($r = .20$)

Osoba s visokom javnom svijesti o sebi može biti svjesna impresije koju ostavlja, ali i da se ne ponaša u skladu s tom informacijom.

Visoki na samomotrenju koristiće se tom informacijom kako bi upravljali svojom prezentacijom u interakciji s drugima.

Drugim riječima, visoka javna svijest o sebi može biti nužna za samomotrenje, ali nedovoljna za upravljanje impresijama.