

компенсаторными [4, с. 149]. То есть сетевой нарциссизм как культурное ресентиментное явление является продуктом сравнения. Через это же сравнение происходит не только присоединение к сетевому нарциссизму, но и восприятие культурных ценностей всех сетевых нарциссов – из всех стран мира.

Изучение современной молодёжи показало, что сетевой нарциссизм является культурной нормой XXI века. Об этом свидетельствует как количество сетевых нарциссов, так и налаженные между ними коммуникации.

Литература и источники

1. Жирар, Р.Н. Т. Насилие и священное. – М., 2000.
2. Достоевский, Ф.М. Записки из подполья. – М., 1985.
3. Федь, І.А. Катарсис та нарцисизм: проблеми і тенденції оздоровлення // Мультиверсум. Філософський альманах: Зб. наук. пр. – Вип. № 75. – Киев, 2008. – С. 34–44.
4. Зимовець, Р.В. Протестний потенціал модерної культури // Ідея культури: виклики сучасної цивілізації. – Киев, 2003. – С. 148–190.

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА «Я» В КОММУНИКАТИВНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

Савич И. В. (Минск, Беларусь)

Живя в социуме, мы постоянно находимся в процессе общения. Несмотря на это, коммуникация зачастую осуществляется нами неосознанно, а между тем, умение правильно общаться, коммуникативная грамотность, культура и компетентность – обязательное условие успешности человека в современной жизни. Посредством коммуникации в ходе разговора мы создаём и закрепляем своё социальное Я, т.е. определённый образ себя, которым даём понять – кто я, какой я, как я отношусь к собеседнику, к обсуждаемой теме, как меня следует воспринимать и каких действий ожидать. Эта идентификация в разговоре осуществляется через то, как мы говорим и о чём говорим.

В качестве примера приведём фрагмент программы «Без посредников», которая выходит на радиостанции «Эхо Москвы». Во время прямого эфира слушатели имеют возможность высказать свои пожелания и замечания по работе радиостанции главному редактору А. Венедиктову. Вот один из диалогов, который прозвучал в прямом эфире:

Слушатель: Я очень давно хотела вам сказать – только, пожалуйста, выслушайте меня, не перебивайте.

А. Венедиктов: Я не умею перебивать.

Слушатель: Вы обрываете.

А. Венедиктов: И буду обрывать – потому что вы сейчас отнимаете время.

Слушатель: Я говорю за деньги по мобильному телефону, плачу я, поэтому вы меня должны выслушать.

А. Венедиктов: Тогда я сэкономлю ваши деньги и вас отключу. Вот эти разговоры – плачу деньги, поэтому меня слушайте... А почему, собственно? Вы отняли сейчас 37 секунд моего эфира. Не надо со мной пререкаться – если есть что говорить, говорите. Я здесь тоже за деньги работаю – за зарплату. За свои деньги. Алло?

В данном случае ведущий не только характеризует себя и свою позицию, но и подкрепляет свои самохарактеристики («Я такой») ссылкой на действия («Отключу»).

Однако идентификация Я в разговоре осуществляется не только через речевые высказывания, но и невербально – с помощью интонации, мимики, жестов, поз и физических действий. Вспомним случай, произошедший 16 августа 2008 г. с президентом Грузии М. Саакашвили, когда, сидя за рабочим столом, он в правой руке держал мобильный телефон, а левой взял свой галстук и стал его жевать. Как позже рассказал психиатр-криминалист М. Виноградов, таким действием Саакашвили показал, что утратил контроль над своим поведением и проявил наивысшую степень тревожности, растерянность и огромный страх.

Способами идентификации выступают также внешность человека – как он одевается, какой физический и эстетический образ себе создаёт. Так описывает главного героя в романе «Обломов» И. Гончаров: «Это был человек приятной наружности, но с отсутствием всякой сосредоточенности в чертах лица <...> ни усталость, ни скука не могли ни на минуту согнать с лица мягкость, которая была господствующим и основным выражением, не лица только, а всей души; а душа так открыто и ясно светилась в глазах, в улыбке, в каждом движении головы, руки...<...> И поверхностно наблюдательный, холодный человек, взглянув мимоходом на Обломова, сказал бы: "Добряк должен быть, простота!"» [1]. Как видим, наше внутреннее состояние может помочь нам создать нужный образ, также как и среда обитания. Примером может послужить описание жилища Пеппи Длинныйчулок, которое предлагает нам А. Линдгрен: «В саду росли огромные старые замшелые деревья, прямо созданные для того, чтобы на них лазить» <...> «В комнатах стояла мебель – казалось, все специально приготовили, чтобы Пеппи могла здесь поселиться... <...> И, судя по всему, Пеппи целую неделю и не вспоминала об уборке» [2]. Как по этим строкам можно понять образ Пеппи, так по тому, какими вещами мы себя окружаем в жизни, можно многое сказать и о нас. Поэтому, чтобы произвести хорошее впечатление о себе, важно уделять должное внимание и месту, где мы живём, и вещам, которыми мы пользуемся.

О. Матьяш среди факторов, которые формируют образ человека, также выделяет социальный статус и социальные отношения человека [3, с. 187]. Таким образом, в любой коммуникативной ситуации любыми своими действиями человек неизбежно презентует и идентифицирует себя. Важно понимать, что не только мы идентифицируем себя, но и нас идентифицируют

наши собеседники, подчас не всегда так, как мы сами себя идентифицируем.

Как гласит одна из аксиом П. Вацлавика, «мы не можем не коммуницировать» [5]. Вступая во взаимодействие с другими, мы не только сознательно создаём благоприятный для себя образ, но и даём собеседнику выбрать, как относиться к нам в разговоре. Такое целенаправленное создание и представление своей социальной идентичности в теории принято называть самопрезентацией. Одним из главных разработчиков концепции самопрезентации был американский социолог И. Гофман. Такой образ себя, который выбирает человек для отношений с другими, исходя из принятых в обществе норм, традиций и ценностей, Гофман называет «лицом» [6]. Чтобы узнать, какое у человека лицо, необходимо смотреть на его линию поведения. Так, лицо – это некий код – «как меня следует принимать» в данной ситуации.

Не секрет, что человек озабочен поддержанием своего образа, когда его есть перед кем поддержать. Исследователи отмечают, что наша «работа лица» зачастую происходит бессознательно. Особенно активно мы включаемся в самопрезентацию в тех ситуациях, когда нам важно произвести о себе благоприятное впечатление. Как правило, это случается в ситуациях знакомства, завязывания отношений, а также в ситуациях конкуренции, оценки и отбора.

Исследователи И. Джонс и Т. Питтман выявили, как связаны мотивы и цели личности с её коммуникативно-поведенческими стратегиями [3, с. 195]. Оказалось, что стремление человека создать о себе то или иное впечатление выражается в выборе его коммуникативных способов поведения. Так, человек, цель которого – понравиться и создать о себе благоприятное впечатление, склонен прибегать к стратегии снискания расположения: соглашаться, говорить комплименты, подчеркивать, что ему нравится то же, что нравится партнёру. Тот, кто стремится создать о себе впечатление компетентного, будет применять стратегию самопродвижения: упоминать о своих достижениях, рассказывать о качественном выполнении работы и т.д. Если у человека цель – создать себе репутацию достойного человека, он будет использовать стратегию образцовости: демонстрировать, что для него важны честность, высокие нравственные ценности. Партнёр, который заинтересован создать о себе впечатление сильного, будет активно использовать стратегию подавления: демонстрировать, что умеет и готов нанести удар и что его следует опасаться.

С необходимостью выбора и поддержания лица мы сталкиваемся постоянно. Неслучайно с самого детства детей приучают вести себя, управлять собой. Навык самопрезентации – это обязательное условие социализации личности. В социальных отношениях он выполняет такие важные функции как: поддержание и регулирование отношений (благодаря умению сохранять, поддерживать и корректировать потерю лица), исполнение социальной роли и предписываемых ею сценариев (мы не ходим на работу или в университет в пижаме, не разговариваем с преподавателем, как с членом семьи); достижение личных целей (регулярно посещая занятия

и «показывая себя» заинтересованным и уважительным студентом, мы создаём себе репутацию, что наверняка зачтётся нам на экзамене); установление новых социальных контактов (создавая о себе благоприятное впечатление, особенно при первом знакомстве, мы расширяем возможности для новых отношений).

Таким образом, способность адекватно презентовать себя – это важное социальное умение, которое характеризует нас в глазах окружающих как компетентных (или не компетентных) партнёров.

Литература и источники

1. Гончаров, И. Обломов. – СПб, 1964.
2. Линдгрэн, А. Пеппи Длинный чулок. – М., 2008.
3. Матьяш, О.И. Межличностная коммуникация: теория и жизнь: учебник для вузов / О.И. Матьяш [и др.]. – СПб, 2011.
4. Вацлавик, П. Прагматика человеческих коммуникаций: Изучения паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия. / П. Вацлавик, Д. Бивин, Д. Джексон. – М., 2000.
5. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М., 2000.

ПРОБЛЕМА СУБЪЕКТА И СУБЪЕКТИВНОСТИ В ПСИХОАНАЛИТИЧЕСКОЙ ТРАДИЦИИ

Садовская А. И. (Минск, Беларусь)

В конце XX – начале XXI веков в социально-гуманитарном познании усиливается тенденция поиска альтернативных подходов в рассмотрении проблем человека и современного мира. Кризис новоевропейской модели субъективности, зафиксированный в рамках неклассической философии, приводит к проблематизации связанных с ней феноменов и ставит под вопрос ее основания. Процесс переосмысления оснований субъективности связан с обращением к тем сферам человеческой экзистенции, которые в рамках классической философии либо признавались маргинальными, либо вовсе оставались «за кадром». Одной из таких попыток переосмысления оснований субъективности является открытие бессознательного З. Фрейдом.

Несмотря на то, что проблема субъекта не была предметом специального рассмотрения в ортодоксальном психоанализе, в работах З. Фрейда можно найти ряд положений, позволяющих говорить о том, что открытие бессознательного сместило субъекта с центральной позиции, занимаемой им в западноевропейской философии со времен Р. Декарта и, тем самым, задало иное, отличное от рефлексии, основание для конституирования субъективности. Как справедливо отмечает Ж. Лакан, «Фрейд уверяет нас, что субъект – это не разум его, он лежит на другой оси, он разуму эксцентричен. Субъект как таковой, то есть функционирующий в качестве субъекта, представляет собой нечто иное, нежели адаптирующийся к внешней среде организм, и все его поведение говорит – для того, кто умеет