

SPIS TREŚCI

Przedmowa	11
1. WPROWADZENIE	14
Natura autoprezentacji	14
Autoprezentacja a oszukiwanie	16
Celowe wywieranie złego wrażenia	18
Krótka historia badań nad autoprezentacją	18
Goffman i podejście socjologiczne	19
Jones i psychologia społeczna	20
Opór przeciwko idei autoprezentacji	21
Wzrost zainteresowania autoprezentacją	22
Ocena wrażenia wywartego na innych	24
Osoba a sytuacja	25
Całokształt dotychczasowej wiedzy	26
Podsumowanie	27
2. TAKTYKI	29
Opisywanie siebie	30
Wyrażanie postaw	32
Publiczne atrybucje	33
Pamięć i zapomnianie	34
Zachowania niewerbalne	36
Wyrażanie emocji	36
Wygląd zewnętrzny	38
Gesty i sposób poruszania się	39
Kontakty społeczne	39
Pławienie się w odbitym blasku	40
Polerowanie i retuszowanie	42
Efekt „Psst!”	43
Konformizm i uleganie	43
Otoczenie	44
Dom i biuro	45

Wybór miejsca do siedzenia	46
Inne taktyki	47
Zachowania prospołeczne	47
Agresja	48
Sport i ćwiczenia fizyczne	48
Jedzenie	49
Ponoszenie ryzyka	49
Autoprezentacja grupowa	50
Podsumowanie	50

3. MOTYWY AUTOPREZENTACJI

Funkcje autoprezentacji na poziomie jednostki	53
Oddziaływania interpersonalne	54
Budowa i podtrzymywanie poczucia własnej wartości	55
Regulowanie emocji	57
Ewolucyjne podstawy autoprezentacji	58
Społeczne korzyści z autoprezentacji	60
Kontrola wywieranego wrażenia	61
Samoświadomość publiczna	65
Cecha wyznaczająca status	66
Motywy manipulacji wrażeniem	67
Wpływ wrażenia na osiąganie celów	68
Wartość pożądanego celu	72
Rozbieżność pomiędzy pożądanym a rzeczywistym wizerunkiem samego siebie	74
Nieświadoma autoprezentacja	75
Obserwacyjna samokontrola zachowania	75
Podsumowanie	78

4. KONTEKST SPOŁECZNY: NORMY I ROLE

Normy i role: niepisane prawa	80
Normy autoprezentacyjne	80
Dobre obyczaje	81
Skromność	82
Dopasowywanie autoprezentacji	83
Konsekwencja	85
Obdarzanie uwagą i jej odwracanie od innych	86
Różnice płci	90
Normy specyficzne dla danego kontekstu	91
Kultura	94
Role	94
	95

Zgodność z prototypem	96
Autoprezentacja a przywództwo	97
Zachowanie dystansu wobec swojej roli i konflikt ról	101
Zachowanie za kulisami	102
Toaleta jako miejsce zakulisowe	104
Podsumowanie	105
5. WARTOŚCI ODBIORCÓW AUTOPREZENTACJI	107
Atrakcyjność fizyczna	108
Zabiegi kosmetyczne	109
Waga	110
Opalanie	111
Umiejętność wzbudzania sympatii	113
Kompetencja	116
Autopromocja	118
Udawanie głupiego	119
Wyężony wysiłek	119
Cnota	121
Wartości cenione przez odbiorców autoprezentacji	122
Dylemat autoprezentacyjny	124
Znaczenie prezentowanej cechy	125
Problem zróżnicowanej publiczności	125
Złudzenie szefa	126
Eksperymentator jako	
odbiorca autoprezentacji: zniekształcanie wyników badań	127
Podsumowanie	128
6. AKTUALNY WIZERUNEK SPOŁECZNY	130
Ograniczenia	130
Sukcesy autoprezentacyjne	134
Porażki autoprezentacyjne	135
Rodzaje tarapatów autoprezentacyjnych	135
Piętno	137
Zakłopotanie	140
Funkcja zakłopotania	141
Ratowanie twarzy i odzyskiwanie dobrego imienia	142
Przepraszenie	143
Tłumaczenie się	144
Niewerbalne oznaki zakłopotania	149
Rumieniec	150
Unikanie wzroku	151

Nerwowy uśmiech	151
Gesty pojednawcze u zwierząt	151
Podsumowanie	153
7. ZASADA KOMPLEMENTARNOŚCI	154
Komplementarność	154
Postawa błagalna: demonstrowanie słabości	155
Potrzeba pomocy i wsparcia	156
Unikanie nieprzyjemnych zadań	157
Ryzyko związane z postawą błagalną	157
Choroba fizyczna	157
Rola chorego	158
Potwierdzenie choroby	159
Zrównoważenie i niezrównoważenie psychiczne	160
Autoprezentacja a schizofrenia	161
Wiarygodność kwestionariuszy	163
Zastraszanie: demonstrowanie siły	165
Zastraszanie w celu wymuszenia uległości	166
Agresja zwrotna	167
Wyrażanie zainteresowania seksualnego	169
Dawanie przykładu	170
Manipulacja wywieraniem wrażeniem	171
Podsumowanie	172
8. „JA” PRYWATNE	174
„Ja”	175
Struktura „ja” i „ja” uświadamiane	176
Struktura „ja”	176
„ja” uświadamiane	177
„Ja” w autoprezentacji	178
Samoocena	179
Motywacja do wywierania wrażenia	180
„Ja” pożądane i niepożądane	184
Dylematy autoprezentacyjne	186
Autoprezentacja autentyczna, fałszywa i wybiórcza	187
Wpływ autoprezentacji na „ja”	193
Uwewnętrznienie	193
Czynniki decydujące o uwewnętrznieniu	194
Dysfunkcyjny wpływ autoprezentacji na „ja”	195
Podsumowanie	196

9. AUTOPREZENTACYJNE TROSKI	198
Autoprezentacja a lęk społeczny	198
Wyznaczniki sytuacyjne	201
Motywacja do manipulowania wrażeniem	201
Skuteczność autoprezentacyjna	202
Lęk społeczny jako cecha	204
Lęk związany z wyglądem fizycznym	205
Reakcje behawioralne	207
Unikanie, wycofanie się oraz zahamowania	207
Nieszkodliwa towarzyskość	208
Autoprezentacja ochronna	208
Uwaga i pamięć	210
Dławienie się pod presją	212
Samoutrudnianie	213
Samoupośledzanie behawioralne	213
Deklarowane upośledzenie	216
Wzmacnianie rywala	216
Troski autoprezentacyjne a zagrożenie zdrowia	217
Bezpieczny seks	217
Szukanie pomocy lekarskiej	219
Podsumowanie	220
BIBLIOGRAFIA	223
INDEKSY	246