

Przedmowa	9
Rozdział 1. WPROWADZENIE	13
Natura autoprezentacji.....	14
Autoprezentacja a oszukiwanie.....	15
Celowe wywieranie złego wrażenia.....	17
Krótka historia badań nad autoprezentacją.....	18
Goffman i podejście socjologiczne.....	18
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
Rozdział 2. TAKTYKI	29
Opisywanie siebie.....	30
Wyrażanie postaw.....	32
Publiczne atrybucje.....	33
Pamięć i zapominanie.....	35
Zachowania niewerbalne.....	36
Wyrażanie emocji.....	36
Wygląd zewnętrzny.....	38
Gesty i sposób poruszania się.....	40
Kontakty społeczne.....	40
Pławienie się w odbitym blasku.....	40
Polerowanie i retuszowanie.....	42
Efekt „Psst!”.....	43
Konformizm i uleganie.....	44
Otoczenie.....	45
Dom i biuro.....	46
Wybór miejsca do siedzenia.....	47

Inne taktyki.....	48
Zachowania prospołeczne.....	48
Agresja.....	49
Sport i ćwiczenia fizyczne.....	49
Jedzenie.....	50
Ponoszenie ryzyka.....	50
Autoprezentacja grupowa.....	51
Podsumowanie.....	51
Rozdział 3. MOTYWY AUTOPREZENTACJI.....	54
Funkcje autoprezentacji na poziomie jednostki.....	55
Oddziaływania interpersonalne.....	55
Budowa i podtrzymywanie poczucia własnej wartości.....	57
Regulowanie emocji.....	59
Ewolucyjne podstawy autoprezentacji.....	60
Społeczne korzyści z autoprezentacji.....	61
Kontrola wywieranego wrażenia.....	63
Samoświadomość publiczna.....	67
Cecha wyznaczająca status.....	68
Motywy manipulacji wywieranym wrażeniem.....	69
Wpływ wrażenia na osiąganie celów.....	70
Wartość pożądanym celów.....	74
Rozbieżność pomiędzy pożądanym a rzeczywistym wizerunkiem samego siebie.....	76
Nieświadoma autoprezentacja.....	77
Obserwacyjna samokontrola zachowania.....	78
Podsumowanie.....	81
Rozdział 4. KONTEKST SPOŁECZNY: NORMY I ROLE.....	82
Normy i role: niepisane prawa.....	83
Normy autoprezentacyjne.....	84
Dobre obyczaje.....	85
Skromność.....	85
Dopasowywanie autoprezentacji.....	87
Konsekwencja.....	88
Obdarzanie uwagą i jej odwracanie od innych.....	92
Różnice płci.....	93
Normy specyficzne dla danego kontekstu.....	96
Kultura.....	97
Role.....	98
Zgodność z prototypem.....	99
Autoprezentacja a przywództwo.....	100
Zachowanie dystansu wobec swojej roli i konflikt ról.....	104
Zachowanie za kulisami.....	105
Toaleta jako miejsce zakulisowe.....	107
Podsumowanie.....	108
Rozdział 5. WARTOŚCI ODBIORCÓW AUTOPREZENTACJI.....	110
Atrakcyjność fizyczna.....	111
Zabiegi kosmetyczne.....	112
Waga.....	113
Opalanie.....	114

Umiejętność wzbudzania sympatii.....	116
Kompetencja.....	120
Autopromocja.....	120
Udawanie głupiego.....	122
Wyteżony wysiłek.....	123
Cnota.....	124
Wartości cenione przez odbiorcę autoprezentacji.....	126
Dylemat autoprezentacyjny.....	128
Znaczenie prezentowanej cechy.....	129
Problem zróżnicowanej publiczności.....	129
Złudzenie szefa.....	130
Eksperymentator jako odbiorca autoprezentacji: zniekształcanie wyników badań.....	131
Podsumowanie.....	132
Rozdział 6. AKTUALNY WIZERUNEK SPOŁECZNY.....	134
Ograniczenia.....	135
Sukcesy autoprezentacyjne.....	138
Porażki autoprezentacyjne.....	139
Rodzaje tarapatów autoprezentacyjnych.....	139
Piętno.....	141
Zakłopotanie.....	145
Funkcja zakłopotania.....	145
Ratowanie twarzy i odzyskiwanie dobrego imienia.....	147
Przepraszanie.....	147
Tłumaczenie się.....	148
Niewerbalne oznaki zakłopotania.....	154
Rumieniec.....	154
Unikanie wzroku.....	155
Nerwowy uśmiech.....	155
Gesty pojednawcze u zwierząt.....	156
Podsumowanie.....	158
Rozdział 7. ZASADA KOMPLEMENTARNOŚCI.....	159
Komplementarność.....	160
Postawa błagalna: demonstrowanie słabości.....	161
Potrzeba pomocy i wsparcia.....	161
Unikanie nieprzyjemnych zadań.....	162
Ryzyko związane z postawą błagalną.....	162
Choroba fizyczna.....	163
Rola chorego.....	163
Potwierdzenie choroby.....	165
Zrównoważenie i niezrównoważenie psychiczne.....	165
Autoprezentacja a schizofrenia.....	166
Wiarygodność kwestionariuszy.....	168
Zastraszanie: demonstrowanie siły.....	171
Zastraszanie w celu wymuszenia uległości.....	171
Agresja zwrotna.....	173
Wyrażanie zainteresowania seksualnego.....	175
Dawanie przykładu.....	176
Manipulacja wywieranym wrażeniem a kariera.....	177
Podsumowanie.....	178

Rozdział 8. JA PRYWATNE	179
Ja	180
Struktura Ja i Ja uświadamiane	182
Struktura Ja	182
Ja uświadamiane	183
Ja w autoprezentacji	183
Samoocena	185
Motywacja do wywierania wrażenia	186
Ja pożądane i niepożądane	190
Dylematy autoprezentacyjne	191
Autoprezentacja autentyczna, fałszywa i wybiórcza	193
Wpływ autoprezentacji na Ja	199
Uwewnętrznienie	199
Czynniki decydujące o uwewnętrznieniu	200
Dysfunkcyjny wpływ autoprezentacji na Ja	202
Podsumowanie	202
Rozdział 9. AUTOPREZENTACYJNE TROSKI	204
Autoprezentacja a lęk społeczny	204
Wyznaczniki sytuacyjne	207
Motywacja do manipulowania wrażeniem	207
Skuteczność autoprezentacyjna	208
Lęk społeczny jako cecha	210
Lęk związany z wyglądem fizycznym	212
Reakcje behawioralne	213
Unikanie, wycofanie się oraz zahamowania	213
Nieszkodliwa towarzyskość	214
Autoprezentacja ochronna	215
Uwaga i pamięć	217
Dławienie się pod presją	219
Samoutrudnianie	220
Samoupośledzanie behawioralne	220
Deklarowane upośledzenie	222
Wzmacnianie rywala	223
Troski autoprezentacyjne a zagrożenie zdrowia	224
Bezpieczny seks	224
Szukanie pomocy lekarskiej	226
Podsumowanie	227
BIBLIOGRAFIA	229
INDEKSY	260