

SPIS TRESCI

Biblioteka PWSZ w Białej Podlaskiej

6441 III CZYT.



000-006441-00-0

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 pożądanego celu	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
Wytężony 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 wywieraniem wrażenia 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