

# Spis treści

<b>Przedmowa</b> .....	<b>9</b>
<b>Wstęp</b> .....	<b>12</b>
<b>Część I: Struktura i dynamika Ja</b> .....	<b>17</b>
<b>Rozdział 1: Wyczerpywanie się ego i funkcja wykonawcza Ja</b> .....	<b>18</b>
1.1 Samoregulacja .....	19
1.2 Wybór i inicjatywa .....	22
1.3 Wyjaśnienia alternatywne .....	25
1.4 Motywacja i zachowywanie .....	28
1.5 Odnowa zasobów .....	30
1.6 Inne badania .....	32
1.7 Implikacje .....	35
1.8 Wnioski .....	38
<b>Rozdział 2: Krajobrazy autorefleksji: mapowanie szczytów i dolin oszacowań własnej osoby</b> .....	<b>43</b>
2.1 Samoorganizacja .....	45
2.1.1 Integracja i różnicowanie w strukturze Ja .....	45
2.1.2 Modelowanie samoorganizacji .....	47
2.2 Struktura i dynamika samowartościowania .....	50
2.2.1 Wzajemne oddziaływanie struktury i dynamiki .....	50
2.2.2 Pejzaż energetyczny strumienia autorefleksji .....	52
2.2.3 Pojęcie Ja a dynamika autorefleksji .....	57
2.3 Wnioski .....	64
<b>Rozdział 3: Cechy strukturalne pojęcia Ja a przystosowanie</b> .....	<b>70</b>
3.1 Zróżnicowanie i integracja .....	71
3.2 Struktura w perspektywie klasycznej .....	72
3.3 Niektóre współczesne miary struktury .....	73
3.3.1 Zróżnicowanie .....	73
3.3.2 Integracja .....	75
3.4 Wzajemne związki pomiędzy miarami struktury Ja a przystosowanie .....	76
3.4.1 Związki pomiędzy miarami struktury Ja .....	76
3.4.2 Związki pomiędzy miarami struktury Ja a przystosowaniem .....	78
3.4.3 Podsumowanie .....	80
3.5 Szacowanie struktury Ja .....	81
3.6 Niektóre problemy dotyczące relacji pomiędzy strukturą a przystosowaniem .....	84
3.7 Wnioski .....	85

**Część II: Motywy Ja ..... 89**

**Rozdział 4: O ewolucyjnych funkcjach Ja symbolicznego: motyw samowartościowania ..... 90**

4.1 Ja symboliczne i adaptacja .....	93
4.1.1 Naciski środowiskowe i poznawcze podstawy Ja .....	93
4.1.2 Naciski społeczne a ewolucja Ja symbolicznego .....	95
4.2 Motywy samowartościowania i ich wartość adaptacyjna .....	98
4.2.1 Motywy wartościowania .....	100
4.2.2 Motywy nabywania wiedzy .....	102
4.2.3 Motywy homeostatyczne .....	103
4.3 Samowartościowanie jako proces: podejście zintegrowane .....	104
4.4 Motywy samooceny w krzywym zwierciadle .....	108
4.5 Wnioski .....	109

**Rozdział 5: Nowe ujęcie teorii dysonansu poznawczego w świetle teorii na temat Ja ..... 114**

5.1 Teorii dysonansu poznawczego w wersji oryginalnej .....	115
5.2 Paradygmaty eksperymentalne .....	115
5.3 Przegląd modyfikacji teorii oryginalnej: teorie oparte na Ja .....	116
5.3.1 Teoria zgodności Ja .....	117
5.3.2 Teoria autoafirmacji .....	118
5.4 Rola samooceny w procesach dysonansowych .....	119
5.4.1 Zgodność Ja .....	119
5.4.2 Autoafirmacja .....	120
5.4.3 Próba pogodzenia przewidywań wynikających z teorii zgodności Ja i teorii autoafirmacji .....	120
5.5 Dodatkowe wątpliwości w kwestii modyfikacji teoretycznych opartych na Ja .....	121
5.5.1 Model zgodności Ja .....	121
5.5.2 Model autoafirmacji .....	123
5.5.3 Scalanie teorii zgodności Ja z teorią autoafirmacji .....	126
5.5.4 Czy teoria dysonansu jest teorią Ja? .....	127
5.6 Zmodyfikowane teorie dysonansu poznawczego – zbieżności .....	128
5.7 Ku rozstrzygnięciu teorii oryginalnej .....	129
5.7.1 Poziom abstrakcji elementów poznawczych .....	129
5.7.2 Sposoby redukowania dysonansu .....	130
5.7.3 Rola afektu .....	130
5.7.4 Proksymalne i dystalne motywy redukowania rozbieżności .....	131
5.8 Wnioski .....	133

**Część III: Ja w procesach interpersonalnych ..... 137**

**Rozdział 6: Inni jako wzory godne naśladowania: inspirują czy zniechęcają? ..... 138**

6.1 Wpływ innych na nasze postrzeganie sukcesu .....	139
6.1.1 Relewantność .....	139
6.1.2 Osiągalność .....	140
6.1.3 Badanie 1. Inni jako wzór godny naśladowania są bardziej relewantni, gdy wykonują ten sam zawód .....	141

6.1.4 Badanie 2. Osiągalność jest funkcją etapu kariery zawodowej .....	144
6.1.5 Badanie 3. Osiągalność w kontekście teorii o naturze inteligencji .....	146
6.1.6 Badanie 4. Ograniczenia rzeczywistości mogą osłabiać inspirujący wpływ wzoru do naśladowania .....	148
6.1.7 Badanie 5. Wyrazistość najlepszych przeszłych Ja ogranicza pozytywność możliwych przyszłych Ja .....	149
6.1.8 Badanie 6. Wyrazistość najlepszych przyszłych Ja ogranicza pozytywność możliwych Ja .....	151
6.1.9 Badanie 7. Wzór do naśladowania może zachęcać do wytwarzania bardziej pozytywnych przyszłych Ja .....	152
6.2 Wnioski .....	154
6.2.1 Inspiracja a odzwierciedlenie .....	154
6.2.2 Porównanie społeczne jako analogia .....	156

## **Rozdział 7: Ja w oczach ukochanej osoby .....**

<b>Rozdział 7: Ja w oczach ukochanej osoby .....</b>	<b>159</b>
7.1 Ja lustrzane a zależność interpersonalna .....	161
7.1.1 Wyimaginowany obraz Ja w oczach partnera .....	162
7.1.2 Rola postrzeganej przychylności partneraw regulowaniu zależności .....	163
7.2 Test korelacyjny modelu regulacji zależności .....	166
7.2.1 Kierując zwierciadło w drugą stronę .....	168
7.2.2 Dobrze, że mnie rozumiesz... ..	170
7.3 Zacisne schronienie? Motyw ochrony Jaa motyw wartościowania związku .....	170
7.3.1 Hipoteza szkody .....	171
7.3.2 Hipoteza kompensacji .....	172
7.3.3 Zarys metodologii badań .....	172
7.3.4 Czarno to widzę... ..	174
7.3.5 Światelko w tunelu .....	176
7.4 Od lustrzanego odbicia do rzeczywistości .....	177

## **Rozdział 8: Strategiczna kontrola informacji: kierowanie wrażeniem i autoprezentacja w życiu codziennym .....**

<b>Rozdział 8: Strategiczna kontrola informacji: kierowanie wrażeniem i autoprezentacja w życiu codziennym .....</b>	<b>183</b>
8.1 Kierowanie wrażeniem i autoprezentacja. Teoria. ....	185
8.1.1 Cele i skrypty .....	186
8.1.2 Wielorakie dążenia .....	187
8.1.3 Procesy realizowane w trybie pierwszoplanowym a procesyzachodzące w tle .....	188
8.2 Autoprezentacja automatyczna i kontrolowana .....	191
8.3 Czy autoprezentacja jest mistyfikacją? .....	194
8.3.1 Efektywność przekazywania komunikatów audytorium .....	195
8.3.2 Wpływ audytorium .....	196
8.3.3 Kto ignoruje audytorium? .....	198
8.3.4 Opowiadanie historii: narracje, pamięć autobiograficzna i autoprezentacja ....	200
8.3.5 Internalizacja autoprezentacji .....	202
8.3.6 Prawda w opracowaniu .....	204
8.4 Czy kierowanie wrażeniem jest działaniem egoistycznym? .....	205
8.5 Wnioski .....	208