

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

На правах рукописи



АХМАДЕЕВА Елена Владимировна

**САМОПРЕДЪЯВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ
КОНСТРУКТ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ**

Специальность

5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии
(психологические науки)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Научный руководитель:

доктор психологических наук, доцент
Дмитриева Людмила Геннадьевна

Уфа-2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КОНСТРУКТА «САМОПРЕДЪЯВЛЕНИЕ» В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДО- ВАНИЯ.....	15
1.1. Теоретико-методологические подходы к изучению феномена «самопредъявление» в отечественных и зарубежных психологических источниках.....	15
1.2. Стратегии и тактики самопредъявления личности в межлич- ностных отношениях.....	32
1.3. Теоретический анализ индивидуально-психологических осо- бенностей личности в процессе самопредъявления.....	43
1.4. Теоретическое обоснование модели самопредъявления в меж- личностных отношениях.....	66
Выводы по Главе 1.....	75
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭМПИРИЧЕСКИХ ДАННЫХ САМОПРЕДЪ- ЯВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КОНСТРУКТА В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ.....	78
2.1. Постановка проблемы, цель, задачи, организация исследования	78
2.2. Исследование особенностей самопредъявления на основе по- ловых и возрастных признаков.....	88
2.3. Исследование уровневой выраженности индивидуально-пси- хологических особенностей и стратегий самопредъявления в межлич- ностных отношениях.....	96
2.4. Исследование взаимосвязей и факторных структур самопредъ- явления в межличностных отношениях.....	113
2.5. Модель самопредъявления в зависимости от индивидуально- психологических особенностей личности.....	129
Выводы по Главе 2.....	142
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	144
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	149
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	171

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В современных условиях динамических преобразований Российского общества, затрагивающих многочисленные сферы, востребована конкурентоспособная личность, успешная как в профессиональном плане, так и в межличностных отношениях. В новых условиях необходимо быстро реагировать на вызовы внешней среды, развиваться и эффективно реализовывать себя в личностно-профессиональном плане, уметь производить необходимое впечатление, раскрывать личностный потенциал с целью достижения позитивных результатов, в том числе за счет использования разнообразных стратегий и тактик самопредъявления. В разнообразных ситуациях взаимодействия личность преподносит себя по-разному. В одних случаях демонстрирует определенный образ, создавая у собеседника нужное впечатление, преодолевая различные коммуникативные барьеры, затрудняющие процесс общения, в других, в свойственной субъекту самопредъявления манере, транслирует привычные коммуникативные паттерны поведения. Следовательно, этот процесс может быть как ситуативным, возникающим спонтанно и необдуманно, так и постоянным (константным), характеризующимся осознанностью, обдуманностью, целенаправленностью, соответствующим личностным особенностям. Следует подчеркнуть, что личность, обладающая и осознанно использующая навыки квалифицированного представления себя, в ситуациях взаимодействия (знакомства, обучения, организации совместной деятельности, профессионального роста и других) будет в более полной мере реализовать свои ментальные потребности, сосредоточиваясь с помощью различных стратегий и тактик на сильных индивидуально-психологических, моральных и деловых качествах. Устанавливая в процессе взаимодействия содержательные связи, сопровождаемые тем или иным стилем поведения, личность выстраивает определенные отношения с окружающими людьми. Существует диалектическая взаимосвязь категории «отношение» с общением и взаимодействием. Самораскрытие и самопредъявление личности про-

исходит во взаимодействиях, а общение является средством, с помощью которого выстраиваются отношения, в том числе и межличностные. Важной особенностью категории «отношение» является избирательность и осознанность действий личности в межличностных контактах [Мясищев В.Н., 2011]. Отношения конкретизируют определенный смысл, который вкладывает человек в разнообразные явления, жизненные события, объекты [Леонтьев Д.А., 2015]. В этой связи В.А. Зобков уточняет, что в жизнедеятельности личности этот феномен проявляется в индивидуально-социальной активности, в частности, в отношении к себе, к деятельности и к другим людям [Зобков В.А., 2016]. Исследуется отношение в ракурсе социальных коммуникаций, в аспекте обращенности субъектов друг к другу и непосредственного (межличностного) взаимодействия [Болотова А.К., Жуков Ю.М., 2015, 2023]. Некоторые авторы в структуре межличностных отношений выделяют оценочный аспект, акцентируя внимание на эмоциональной, рациональной и ценностной составляющих оценки [Журавлев А.Л., Позняков В.П., 2018; Мясищев В.Н., 2011]. В целом, межличностные отношения включают в себя широкий спектр психологических явлений: взаимовосприятие, взаимопонимание, взаимовлияние, жизненная позиция и т.п., что несомненно актуально для процесса самопредъявления.

Грамотное самопредъявление в межличностных отношениях способствует гармоничному сочетанию объективно существующей ситуации с личностным потенциалом, позволяющим выбрать адекватную стратегию поведения. Таким образом, самопредъявление непосредственно связывается с межличностными отношениями. Вступая в межличностные контакты, субъекты самопредъявления познают и оценивают партнеров по общению, что позволяет им регулировать свое поведение в значимых для них ситуациях. Анализ существующих исследований о самопредъявлении не позволяет создать целостную картину этого феномена в связи с многогранностью и разнообразием концептуальных характеристик и уточняющих терминов, таких как имидж, самоподача, самопрезентация,

самовыражение, самораскрытие, употребляющихся в контексте управления впечатлением, самопрезентации, стремления понравиться. Проблема исследования обусловлена необходимостью конкретизировать категорию «самопредъявление» и разработать модель самопрезентующейся личности. Несмотря на большое количество научных изысканий, направленных на изучение многообразия проявлений аспектов самопрезентации, остается недостаточно разработанной проблема самопредъявления как психологического конструкта в межличностных отношениях, включающего направленность в общении, личностные характеристики, стили саморегуляции поведения и рефлексии.

Степень разработанности проблемы исследования. В современной мировой психологической науке проблема самопредъявления-самопрезентации изучается многими. Этот феномен рассматривается с различных точек зрения: как средство управления впечатлением [Гофман И., 2021; Доценко Е.Л., 2003; Куницына В.Н., 2001; Майерс Д., 2022; Семенченко А.А., 2022; Mead G.H., 2015; Snyder M., Gangestad S., 2000; Jones E.E., Pittman T.S., 1982; Nichols A.L., 2020; Pandey A., Chopra A., Karve S., 2020], способ самоподачи образа субъекта [Белобрагин В.В., 2018; Бороздина Г.В., 2022; Кошелева Ю.П., 2002; Лабунская В.А., 2005, 2019; Михайлова Е.В., 2007; Петрова Е.А., 2006, 2019; Шкуратова И.П., 2009; Abakumova I., 2020], форма личностной активности [Журавлева И.А., 2012; Пикулева О.А., 2023; Федорова Н.А., 2007; Arkin R.M., 1986; Buss A., 2016], средство самовыражения, самораскрытия [Каратеев О.В., 2016; Корягина Н.А., 2019; Weiten W., 2016], в ракурсе социальной перцепции, заключающейся в формировании образа собеседника, понимании его как личности на основе его внешних данных, поведенческих паттернов и профессиональной принадлежности [Корягина Н.А., 2019; Лабунская В.А., 2005, 2019; Пикулева О.А., 2023], проявление индивидуально-психологических и возрастных особенностей [Васильева С.В., Цветова А.А., 2021; Васюра С.А., 2019; Золотарева А.А., 2018; Копанев А.Н., 2020; Кубышкина М.В., 2016]. Перечисленные выше интерпретации поня-

тия «самопредъявление» раскрывают сущность, способы и эффективность преподнесения и раскрытия себя как субъекта социального взаимодействия и межличностного общения. Многие авторы исследуют самопредъявление в рамках коммуникативного подхода, в котором это явление рассматривается как процесс восприятия и трансляции информации коммуникатором реципиенту.

Имеет место противоречие между практической необходимостью формирования способности к самопредъявлению личности и недостаточной представленностью в психологии теоретических оснований для разработки модели самопредъявления в межличностных отношениях.

Цель исследования – теоретически обосновать и эмпирически исследовать самопредъявление как психологический конструкт, определяющий субъективную эффективность межличностных отношений.

Объект исследования – личность в процессе самопредъявления в межличностных отношениях.

Предмет исследования – специфика взаимосвязи и процессуально-результативные характеристики факторов и структурных компонентов самопредъявления личности в межличностных отношениях.

Гипотезы исследования.

1. Феномен самопредъявления может интерпретироваться и как целостное представление, имеющее собственную структуру, и как процесс, состоящий из определенных этапов его реализации в межличностных отношениях.

При этом может быть разработана модель самопредъявления в межличностных отношениях.

2. Совокупность личностных характеристик (способность к рефлексии, саморегуляция, мотивы аффилиации, диалогичность, уверенность в себе, регулятивно-волевые качества), обуславливает возможность выбора стратегий самопредъявления в межличностных отношениях.

Достижение поставленной цели и проверка выдвигаемых гипотез конкретизируется в следующих теоретических и эмпирических задачах.

Задачи исследования:

1. На основе логико-исторического и формально-логического анализа систематизировать подходы и специфику изучения самопредъявления, осуществить анализ стратегий и тактик самопредъявления в межличностных отношениях.
2. Выделить индивидуально-психологические свойства личности, опосредующие ситуацию самопредъявления.
3. Систематизировать и обобщить результаты сравнительного анализа у испытуемых с низким и высоким уровнем выраженности личностных характеристик и стратегий самопредъявления.
4. Определить доминирующие стратегии самопредъявления у испытуемых в зависимости от половых и возрастных признаков.
5. Установить взаимосвязи между личностными характеристиками и стратегиями самопредъявления в межличностных отношениях.
6. Разработать модель самопредъявления в межличностных отношениях.
7. Определить специфику структуры (этапы, компонентный состав, выраженность индивидуально-психологических свойств) самопредъявления.

Теоретико-методологическими предпосылками исследования выступили: системный подход к исследованию психики и деятельности, в котором рассматривается многомерность поведенческих стратегий самопредъявления (А.Г. Асмолов, В.А. Барабанщиков, А.С. Горбатенко, А.В. Карпов, Б.Ф. Ломов, В.В. Никандров, Е.А. Сергиенко); коммуникативный подход, в котором самопредъявление исследуется как процесс восприятия и трансляции информации коммуникатором реципиенту, обосновываются принципы разработки различных психотехник и психотехнологий (А.К. Болотова, В.А. Лабунская, В.А. Мазиллов, Е.А. Петрова); принцип социально-обусловленности психики, в соответствии с которым в личности подчеркивается ее качественное своеобразие, способность влиять на других людей, принятие социальных норм в поведении, общении и

совместной деятельности (К.А. Абульханова-Славская А.А. Бодалев, Е.Л. Доценко, М.Р. Душкина, Е.В. Сидоренко); современные системные теории самопрезентации/самопредъявления (О.А. Пикулева, Н.А. Федорова, В.В. Хороших, И.П. Шкуратова), исследования рефлексии как интегративного психического свойства (Т.В. Капустина, А.В. Карпов, И.А. Кибальченко, В.Ю. Костенко, А.О. Прохоров, И.Н. Семенов, А.В. Чернов, М.Г. Юсупов).

Методы и методики исследования. На различных этапах работы в процессе исследования были использованы следующие методы.

1. Общенаучные методы: теоретический метод деконструкции содержания научных источников литературы отечественной и зарубежной психологии по проблеме исследования, интерпретация и систематизация результатов исследования; аспектный анализ, логико-исторический анализ, метод моделирования, формально-логический анализ.

2. Методы сбора эмпирических данных: для изучения направленности личности в общении: методика «Направленность личности в общении» С.Л. Братченко; для определения уровня рефлексивности: методика диагностики уровня рефлексивности А.В. Карпова; для исследования осознанной саморегуляции: опросник «Стиль саморегуляции поведения – ССП-98» В.И. Моросановой; для выявления потребности в аффилиации: методика «Диагностика мотивов аффилиации» А. Мехрабиана; для диагностики выраженности волевых качеств личности: опросник «Волевые качества личности» М.В. Чумакова; для исследования уверенности в себе, социальной смелости и инициативности в контактах: тест «Уверенности в себе» В.Г. Ромека; для выявления предпочитаемых стратегий самопредъявления: опросник «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой.

3. Метод качественного анализа.

4. Непараметрические методы статистической обработки данных.

5. Статистическая обработка осуществлялась с помощью компьютерных программ Statistica 10, Jamovi и пакетов psych и lavaan компьютерной среды R в приложении RSudio 3.6.

Эмпирическая база исследования: исследование проводилось на базе ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий».

Характеристика выборки. Всего в исследовании приняли участие 385 человек, из которых 303 человека (126 юношей и 177 девушек) в возрасте от 18 до 22 лет и 82 человека (46 мужчин и 36 женщин) в возрасте от 25 до 36 лет. Все участники исследования проживают в г. Уфе.

Достоверность и обоснованность полученных результатов исследования обеспечена тщательностью теоретического анализа проблемы, опорой на фундаментальные теории отечественной и зарубежной психологии, применением надежных и валидных психодиагностических методик, достаточным объемом и репрезентативностью выборки испытуемых, использованием адекватных задачам методов статистической обработки полученных данных (корреляционный, эксплораторный и конфирматорный факторный анализы).

Основные научные результаты, полученные лично автором, и их научная новизна.

Конкретизировано научное содержание понятия «самопредъявление в межличностных отношениях» – это сложный психологический конструкт, основанный на рефлексии стратегий и тактик, которые зависят от индивидуально-психологических особенностей субъектов самопредъявления, а также от процессуально-содержательных характеристик ситуаций взаимодействия. При этом стратегия самопредъявления будет определяться характеризующейся субъективной осознаваемостью выбираемых мотивов- ценностей взаимодействия, тактика – выбором средств и приемов поведения, а рефлексия – самооцениванием личностью вероятностной эффективности выстраиваемых взаимоотношений.

Выделены на основе анализа отечественных и зарубежных теоретических исследований индивидуально-психологические особенности, востребованные в различных ситуациях самопредъявления. Среди них способность к рефлексии,

саморегуляция, мотивы аффилиации, диалогичность, уверенность в себе, регулятивно-волевые качества, которые определяют специфику стратегий и тактик самопредъявления в межличностных отношениях.

Выявлено, что самопредъявление обуславливается различным уровнем выраженности личностных характеристик (высоким, либо низким); способностью к рефлексии, саморегуляцией, диалогической направленностью в общении, уверенностью в себе и определяется поведенческими стратегиями.

Установлены взаимосвязи между индивидуально-психологическими особенностями личности и поведенческими стратегиями. Ассертивные испытуемые демонстрируют в социальных контактах инициативу и смелость, применяют стратегию «самопродвижение». Инициативные в социальных контактах испытуемые – боятся быть отвергнутыми целевой аудиторией, в общении настроены на диалог, способны к рефлексии, социально смелые. Диалогичные – стремятся быть принятыми целевой аудиторией, проявляют инициативу, не используют стратегию «вариативность поведения». Рефлексивные – в межличностных контактах прибегают к диалогу, применяют стратегии «вариативность поведения» и «самопродвижение». Саморегулируемые – обладают готовностью к моделированию, программированию, планированию, гибкости, самостоятельности, оцениванию результатов, решительности и выдержке, им не свойственно применять стратегию «мольба».

Выделены структурные компоненты модели самопредъявления в межличностных отношениях: «Антиципирующее планирование самопредъявления», «Пластичная самоорганизация», «Уверенное самопродвижение», «Оценивание результатов самопредъявления».

Самопредъявление как сложный психологический конструкт представлено моделью, состоящей из последовательных этапов, в которых отражен процессуально-результативный ход ее реализации на уровне конкретной личности; является самоорганизуемой целенаправленной деятельностью, суть которой заклю-

чается в выстраивании коммуникатором определенного взаимодействия с целевой аудиторией с помощью индивидуально-психологических особенностей и выбранных стратегий; характеризуется определенным набором факторов и их устойчивой комбинацией.

Определено психологическое содержание этапов самопредъявления в межличностных отношениях: планирование действий, программирование поведения, саморегуляция, страх отвержения, самостоятельность (подготовительно-организационный этап); гибкость, моделирование, выдержка, стратегия вариативность поведения (процессуально-операциональный этап); уверенность в себе, инициативность в социальных контактах, диалогическая направленность в общении, стратегия самопродвижение (процессуально-результативный этап); рефлексия, инициативность, стратегия стремление понравиться (оценочно-результативный этап).

Теоретическая значимость исследования. Систематизированы и обобщены теоретические подходы отечественных и зарубежных исследователей по проблеме самопредъявления, о его стратегиях и тактиках в межличностных отношениях. Уточнено понятие «самопредъявление в межличностных отношениях». Проанализирована и теоретически обоснована роль направленности личности в общении как предиктора саморегуляции, а также уверенности в себе, волевых качеств, потребности в аффилиации как зависимых от них психологических характеристик. Разработана модель самопредъявления в межличностных отношениях, которая позволяет целостно представить этот процесс. Предложенная модель дает возможность определить совокупность диагностируемых свойств личности (способность к рефлексивности, осознанной саморегуляции поведения, диалогичности, уверенности в себе, выдержке и инициативности), а также доминирующие стратегии поведения, относящиеся к каждому этапу самопредъявления. В результате теоретического исследования установлено, что данный психологический конструкт опосредован способностью к рефлексии,

направленностью в общении, саморегуляцией, стратегиями и тактиками, составляющими основу поведения коммуникатора.

Практическая значимость исследования. Материалы диссертационного исследования могут быть использованы для разработки программ и комплекса методических рекомендаций для психологического сопровождения выпускников вуза, главной целью которых будет подготовка молодых специалистов к наиболее эффективному взаимодействию с окружающими, контролю собственных действий, а также восприятию и самопрезентации своего собственного образа. Теоретический и эмпирический материал диссертационной работы может дополнить содержание учебных дисциплин по психологии личности, социальной психологии, психологии кадрового менеджмента, психологии публичных выступлений для студентов и аспирантов факультетов психологии, социологии и других гуманитарных факультетов образовательных организаций. Результаты исследования могут быть востребованы в системе переподготовки и повышения квалификации специалистов на практических и тренинговых занятиях, направленных на развитие коммуникативной компетентности в сферах организационной психологии и психологии управления персоналом.

Положения, выносимые на защиту.

1. Поведенческие стратегии обуславливаются личностными характеристиками (способность к рефлексии, саморегуляция, диалогическая направленность в общении, уверенность в себе, самопродвижение), определяющими результативность самопредъявления в межличностных отношениях. При этом самопредъявление в межличностных отношениях представлено моделью, состоящей из последовательных этапов (подготовительно-организационного, процессуально-операционного, процессуально-результативного, оценочно-результативного). Каждый этап характеризуется собственным набором факторов и их устойчивой комбинацией, определенными индивидуально-личностными свойствами и поведенческими стратегиями предъявляющего себя субъекта.

2. Самопредъявление в межличностных отношениях представляет собой сложный психологический конструкт, состоящий из совокупности личностных характеристик (способность к рефлексии, саморегуляция, мотивы аффилиации, диалогичность, уверенность в себе, регулятивно-волевые качества), опосредующих поведенческие стратегии, реализуемые на этапах, последовательное прохождение которых способствует достижению поставленных целей.

Апробация и внедрение результатов исследования. Материалы диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры общей психологии факультета психологии Уфимского университета науки и технологий (Уфа, 2019-2022). Положения и результаты исследования докладывались на методологических семинарах, симпозиумах, всероссийских и международных научно-практических конференциях: IV, VI Международной научно-практической конференции «Психология диалога и мир человека» (Уфа-Москва, 2019, 2022); Международной научно-практической конференции «Педагогическая наука и педагогическое образование в классическом вузе» (Уфа, 2020, 2021); XXVI Международном симпозиуме «Психологические проблемы смысла жизни и акме» (Москва, 2021); Всероссийской научной конференции «Ярославская психологическая школа: история, современность, перспективы» (Ярославль, 2020).

Материалы диссертационного исследования используются в деятельности Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы (Уфа), Института развития образования Республики Башкортостан (Уфа), Колледжа Уфимского университета науки и технологий (Уфа).

Публикации. Результаты исследования отражены в 13 публикациях автора, общим авторским объемом 5,6 п.л., среди которых 6 работ – в журналах, рекомендованных ВАК РФ для публикации материалов кандидатских диссертаций.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения; двух глав; заключения, включающего основные выводы, практические рекомендации

и перспективы дальнейшего исследования; списка литературы из 183 источников, из которых 150 – на русском и 33 – на иностранных языках; 10 приложений; включает 8 таблиц и 9 рисунков. Основной текст диссертации изложен на 170 страницах.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КОНСТРУКТА «САМОПРЕДЪЯВЛЕНИЕ» В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

1.1. Теоретико-методологические подходы к изучению феномена «самопредъявление» в отечественных и зарубежных психологических источниках

В первой главе представлены результаты обобщающей систематизации исследований феномена самопрезентации-самопредъявления, выполненных отечественными и зарубежными авторами.

Самопредъявление как психологический феномен реализуется в общении, в том числе и межличностном. Общение – это особый вид деятельности, основной инструмент в достижении поставленных целей. Способы и приемы общения могут быть разными в зависимости от индивидуально-психологических особенностей личности, а также ситуаций взаимодействия. В результате взаимодействий формируются межличностные отношения, качество и успешность которых зависят от эффективности способов общения, среди которых самопредъявление является наиболее востребованным личностью. Предъявляя себя, личность осознанно либо интуитивно демонстрирует определенный образ, который влияет на успешность межличностных отношений. В этом смысле самопредъявление играет большую роль в достижении поставленных личностью целей. От демонстрируемого собственного образа зависит продуктивность не только межличностных отношений, но и продвижение в профессиональной деятельности.

В зарубежных психологических источниках понятие «самопредъявление» употребляется в следующих значениях: «управление впечатлением», «самопрезентация», «стремление понравиться», «социальная представленность». В основе значительной части зарубежных работ лежит концепция социальной драматургии, где наиболее важными понятиями выступают «образ Я», «самооценка», «самоуважение», «социальная роль», «самовыражение», «самопрезентация»

[Arkin R.M., 1986; Гофман И., 2021; Wooten D.B., 2000; Кули Ч.Х., 2019; Mead G.H., 2015].

Одним из первых идею о том, что люди намеренно ведут себя таким образом, чтобы у окружающих сложилось определенное впечатление о них, высказал У. Джеймс [Джеймс У., 2021]. Для достижения этой цели, по мысли ученого, в зависимости от ситуации взаимодействия, как правило, используются различные стратегии и тактики самопредъявления. Перейдем к более подробному анализу феномена «самопредъявление» и близких к нему понятий.

Наиболее сложной, на наш взгляд, является проблема разграничения понятий «самопредъявление», «самопрезентация», «самовыражение», «самоподача». Сложность эта возникает в связи с тем, что распространенность употребления термина «самопрезентация» во многих работах сводится к прямому переводу «self-presentation». Определяя «self-presentation», отметим, что известными являются трактовки И. Гофмана (средство организации взаимодействия с другими людьми для достижения своих целей) [Гофман И., 2021], Г. Мида и Ч. Кули (средство формирования образа Я и самооценки) [Mead G.H., 2015; Кули Ч.Х., 2019], Дж. Тедеси и М. Риеса (форма социального поведения) [Tedeschi J.T., Riess M., 2013], Б. Шленкера и М. Вейголда, М. Лири и Р. Ковальски (средство поддержания самооценки) [Schlenker B.R., 2012; Leary M.R., 2019]. По мысли Д. Майерса, самопрезентация – «акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление или впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам» [Майерс Д., 2022, С. 679]. М. Снайдер в 1974 г. начинает употреблять понятие «self-monitoring» [Корниенко Д. С. и др., 2021].

Проблема особенностей выбора видов и форм представления личностью собственного желаемого образа в различных ситуациях общения и взаимодействия изучается в зарубежных психологических школах уже более пятидесяти лет. В иностранных источниках чаще всего употребляется термин в значении самоосознания – управления впечатлением, стремления понравиться, снискать расположение других, социальной представленности, самопрезентации.

Проанализировав подходы к изучению специфики представления личностью собственного желаемого образа в тех или иных ситуациях общения и взаимодействия у зарубежных ученых, мы сгруппировали их по принципу выделения ведущего классификационного фактора в Таблице 1 Приложения 1.

Первая группа исследователей считает, что виды и способы самопредъявления обусловлены в большей степени ситуационными факторами. Например, степенью знакомства с аудиторией, объективной и субъективной значимостью ситуации, целью преподнесения себя, длительностью общения, правилами взаимодействия, принятыми в конкретной группе. Остановимся на рассуждениях указанных в таблице авторов более подробно. Самопрезентацию как средство формирования образа Я и собственного оценивания одним из первых начал изучать Дж. Мид в рамках социологической теории символического интеракционизма [Mead G.H., 2015]. Ключевым понятием этой концепции является взаимодействие, предполагающее обмен определенными символами. В процессе разнообразных типов взаимодействия люди интерпретируют цели и намерения друг друга с помощью принятия роли партнера. Интересна точка зрения Ч. Кули, который считает, что умение субъекта раскрывать-показывать собственный образ связано с понятием зеркального Я, то есть сложившимся под влиянием восприятия другими людьми представлением о себе самом [Кули Ч.Х., 2019]. По мнению автора, в основе данного процесса в структуре поведения человека находятся желаемые в социуме образы и паттерны поведения. Ч. Кули также отмечал, что при общении с различными людьми человек может вести себя по-разному, в зависимости от того, как он выглядит в их глазах [Кули Ч.Х., 2019]. Это свидетельствует о том, что мнения людей каким-то образом отражаются на самооценке и самовосприятии индивида. Дж. Мид и Ч. Кули определяют самопредъявление как средство установления собственного образа, при этом указывают на его неосознаваемость [Mead G.H., 2015; Кули Ч.Х., 2019].

Значительный вклад внес в разработку теории самопредъявления И. Гофман, который ввел термин «самопрезентация человека», что в переводе с

английского языка означает преподнесение, представление [Гофман И., 2021]. В монографии автор описал способы предъявления себя другим в повседневных ситуациях, а также образцы допустимого и недопустимого поведения. Он полагал, что самопредъявление представляет собой проигрывание перед аудиторией конкретной роли, при этом произвольно или непроизвольно производя впечатление на других. И. Гофман попытался обобщить различные мифы о межличностных взаимодействиях и создать некие идеальные ситуации самопредъявления, с которыми сталкивается в течение своей жизни любой человек. Именно в работах данного автора, на наш взгляд, можно усмотреть трактовку стратегий самопредъявления как осознанное формируемое направление самопрезентации, а трактовку тактик как необходимых для этого приемов и форм реализации конкретных поведенческих актов. По его мнению, для эффективных межличностных отношений необходимо понимать ситуацию и грамотно подбирать из своего ролевого репертуара соответствующую роль. В качестве основных мотивов самопредъявления он выделил достижение значимых целей и стремление получить социальное одобрение [Гофман И., 2021]. Другие авторы связывают самопредъявление с процессом, в котором предъявляющий себя субъект может контролировать произведенное впечатление на аудиторию для подтверждения образа собственного Я и поддержания самооценки [Leary M.R., 2019; Tedeschi J.T., Riess M., 2013; Schlenker B.R., 2012]. В этом случае субъект стремится продемонстрировать другим идеальный образ себя, полагая, что будет выглядеть более привлекательным. Согласно М. Лири и Р. Ковальски, понятия «самопрезентация» и «управление впечатлением» можно использовать в качестве синонимов. Они считают, что в зависимости от значимости ситуации этот процесс может быть как осознаваемый, так и неосознаваемый [Leary M.R., 2019]. Несколько иное представление о данном сложном феномене мы находим у Р. Викланда и Г. Глейтмана. По мнению Р. Викланда, «self-awareness» – это специфическое состо-

яние объективного самоосознавания, возникающее в процессе восприятия оценок окружающих людей собственного Я и формирования на этой основе мнения о себе (саморефлексия) [Acic I., Taylor L.D., 2022].

Продолжая исследования Р. Викланда, Г. Глейтман отмечает, что сосредоточенность внимания на себе способствует повышению мотивации и побуждению к действию. Иначе говоря, в результате внимания окружающих людей у субъекта появляется потребность в дополнительном конструировании мнения о себе посредством формирования оценок себя другими людьми [Gleitman H., 2010]. Согласно М. Снайдеру, категория «управление впечатлением» шире самопрезентации, поскольку впечатления могут управляться и другими лицами [Snyder M., Gangestad S. 2000]. Сущность концепции М. Снайдера состоит в том, что люди с различным уровнем самомониторинга по-разному относятся к презентации себя. Одни, представляя себя другим, стараются контролировать свое внутреннее Я и ориентируются на чужие мнения относительно собственного поведения, другие уделяют внимание тому, какое впечатление они хотят произвести. Последних М. Снайдер называет саморефлексирующими [Snyder M., Gangestad S., 2000]. Если личность управляет впечатлениями о себе, системно отслеживая состояние внутреннего Я, то вариант построения взаимодействия будет один. Если же самомониторинг производится с целью управления вниманием относительно впечатления, которое они создают у окружающих, то вариант другой [Rose P., Kim J., 2011]. Представители теории когнитивного диссонанса Ф. Хайдер и Л. Фестингер относят самопредъявление к неосознаваемому процессу, направленному на нивелирование когнитивного диссонанса, который возникает у человека из-за рассогласования собственных и чужих оценок себя [Фестингер Л., 2018]. В процессе межличностного взаимодействия, по мнению Л. Фестингера, человек намеренно или ненамеренно демонстрирует такое поведение, которое вызывает отклик у окружающих, соответствующее его представлениям о себе, с целью сохранения единства образа «Я» и поддержания необходимого уровня самоуважения и самооценки [Фестингер Л., 2018]. О самопредъявлении

как о неосознаваемом процессе самораскрытия в общении через самопредъявление своих мыслей, характера, ценностей, убеждений, направленных на реализацию потребности признания другими людьми, писали Р. Баумейстер и А. Стейнхилбер [Weiten W., et al, 2016]. По мнению авторов, цель самопрезентации – не только произвести нужное впечатление, но и раскрыть собственную сущность.

Таким образом, исследователи первой группы рассматривают самопредъявление в контексте общей закономерности осознаваемого и неосознаваемого поведения человека, направленного на подтверждение образа «Я» и поддержание самооценки.

Вторая группа авторов мотивационных теорий изучения «self-presentation» включает в себя достаточно большое количество ученых, которые указывают на значимость мотивов самопрезентации-самопредъявления: стремление к власти, превосходству, уважительному отношению, избегание неодобрения или получение одобрения и т.д. (Е. Джонс, Т. Питтман [1982], Р. Аркин [1986], Д. Вутен [2000], А. Пандей, Ш. Карве, А. Чопра [2020]). Понимание самопредъявления с точки зрения Е. Джонса, Т. Питтмана интерпретируется как сознательно выстраиваемое поведение, нацеленное на получение власти [Jones E.E., Pittman T.S., 1982]. Исследователи Р. Аркин и А. Шутц акцентируют свое внимание на самопредъявлении как средстве реализации мотивов достижений и избегания неудач. Ими выделено два типа самопредъявления: приобретающее и защитное. Мотивация достижения соответствует приобретающему самопредъявлению и направлена на успех. Защитное самопредъявление является следствием неадекватного представления человека о самом себе и соответствует мотивации избегания неудач [Arkin R.M., 1986]. В настоящее время в теории самопрезентации-самопредъявления предлагаются диагностические методы, основанные на выделении стратегий деятельностной активности личности, согласующиеся с их общим концептом поведения в социально и личностно-значимых ситуациях.

Среди зарубежных исследователей существует точка зрения, согласно которой самопредъявление является поведенческой стратегией, направленной на

управление впечатлениями, которые люди используют для создания желаемых социальных образов [Майерс Д., 2022; Snyder M., Gangestad S., 2000]. Д. Вутен, А. Рид, А. Пандей, С. Карве, А. Чопра, исследующие самопредъявление в фокус-группах у представителей поколения миллениумов, полагают, что для улучшения своего социального образа человек использует так называемое «ассертивное самопредъявление», в то время как для защиты своего устоявшегося социального имиджа он использует защитные скрипты самопредъявления [Christopher, A.N., 2007; Pandey A., et al, 2020]. По мнению Дж. Шнейдера, Б. Понтари, Э. Глейн, на выбор способа самопредъявления влияет мотив получить социальное одобрение от окружающих или уклониться от значительных потерь [Pontari B.A., Glenn E.J., 2012]. Иными словами, данная группа ученых считает, что самопредъявление – это сознательное поведение, выстраиваемое для создания необходимого впечатления у аудитории, в основе которого лежат мотивы власти, признания, достижения, избегания неудач и стремление получить социальное одобрение.

Психологи из третьей группы (А. Фенигстейн, М. Шейер, А. Басс, С. Снайдер) полагают, что «self-presentation» зависит от личностных характеристик субъекта [Buss A., 2016]. По мнению ученых, в ситуациях взаимодействия склонность людей контролировать впечатление о себе зависит и от индивидуальных различий. В случае постоянного контроля над собственным поведением и оценками субъектов взаимодействия самопредъявление считается осознанным, что в результате способствует управлению впечатлением о себе [Fenigstein A., Scheier M.F., Buss A.N., 1975]. Б. Шленкер и М. Вейгольд определяют самопредъявление через контролирование образа, созданного для окружающих [Schlenker B.R., 2012; Weigold M.F., 2001]. Б. Шленкер рекомендует понятия управление впечатлением и самопредъявление не считать синонимичными. Под самопредъявлением автор понимает манипулирование информацией о себе, а под управлением впечатлением – влияние на восприятие другого человека [Schlenker B.R., 2012].

В четвертую группу вошли ученые, считающие самопредъявление механизмом манипулятивного поведения [Jones E. E., Pittman T. S., 1982; Tedeschi

J.T., Riess M., 2013; Майерс Д., 2022; Nichols A.L., 2020]. Представители этой группы рассматривают понятие «управление впечатлением», интерпретируя его как осознаваемый процесс, формирующий определенное впечатление с целью получения необходимого результата, в том числе и достижение власти. Представление внешнему миру себя, с точки зрения Дж. Тедеси и М. Риесса, является осознаваемым и регулируемым процессом, который направлен на производство нужного впечатления у аудитории для достижения собственных целей [Tedeschi J.T., Riess M., 2013]. А. Николс считает, что управление впечатлением относится к любому впечатлению, которое человек всегда демонстрирует окружающим людям, в то время как самопредъявление относится к действиям, направленным на представление определенным образом себя (а не других) в различных ситуациях с помощью эффективных тактик и стратегий [Nichols A.L., 2020].

Анализируя содержание феномена самопредъявления и близких по значению к нему понятий, можно принять исходный тезис о том, что они часто считаются версиями перевода термина «self-presentation». Контекст употребления «самопрезентация» во многих работах сводится к анализу особенностей самопредставления и управления впечатлением о себе самом. На наш взгляд, определение «self-introduction» было бы более точным.

В большинстве отечественных исследований понимание категории «самопредъявление» приобретает более глубокую теоретическую значимость и обоснованность, что позволяет исследователям расширить представление об этом явлении. Самопредъявление как психологический феномен исследуется в тесной связи с понятиями «самораскрытие» [Зинченко Е.В., 2000; Каратеев О.В., 2016], «самоподача» [Бороздина Г.В., 2022], «самопрезентация» [Пикулева О.А., 2023; Хороших В.В., 2001; Федорова Н.А., 2007], «самовыражение» [Харламенкова Н.Е., 2007; Шкуратова И.П., 2009]. Е.П. Никитин, Н.Е. Харламенкова дифференцируют категории самовыражение и самораскрытие [Никитин Е.П., Харламенкова Н.Е., 2000]. Между тем, самораскрытие, самовыражение и самопрезента-

цию относят к механизмам личностной регуляции. Они считают, что цель самопрезентации – стремление изменить представления других о себе, а цель самовыражения и самораскрытия – желание выразить себя и продемонстрировать другим свою внутреннюю сущность [Никитин Е.П., Харламенкова Н.Е., 2000]. Е.В. Зинченко указывает на сопряженность самопрезентации и самораскрытия, отмечая, что суть самораскрытия заключается, прежде всего, в выражении доверия к собеседнику, а самопрезентации – в проявлении влияния на уровень доверия (понижении или повышении этого уровня) [Зинченко Е.В., 2000]. Аналогичного мнения придерживается Ю.А. Гоцева [Гоцева Ю.А., 2008]. О.А. Пикулева отмечает, что конструкты «самоподача», «самопредъявление», «самопрезентация», характеризуют внешнее выражение собственного «Я» и их можно использовать как синонимы [Пикулева О.А., 2023]. В этой связи мы в данном исследовании термины «самопредъявление», «самопрезентация» и «самоподача» будем использовать как синонимы. В Таблице 2 Приложения 2 представлены определения отечественных психологов категорий «самопредъявление», «самопрезентация», «самоподача» и «самовыражение».

В отечественной психологии феномен самопредъявления рассматривается как средство самовыражения, механизм манипулятивного поведения, форма личностной активности, коммуникативный процесс, процесс, направленный на восприятие и понимание человека человеком, а также на создание имиджа. Проанализируем более подробно подходы к изучению самопредъявления отечественными учеными.

С точки зрения выражения образа субъекта процесс самопредъявления рассматривают российские ученые [Абакумова И., et al, 2020; Белобрагин В.В., 2018; Бодалев А.А., 2015; Бороздина Г.В., 2022; Кошелева Ю.П., 2002; Лабунская В.А., 2019; Михайлова Е.В., 2007; Петрова Е.А., 2006, 2019; Шкуратова И.П., 2009]. В исследовании И.В. Абакумовой и соавт. под самопрезентацией понимается сознательная или неосознанная, целенаправленная или спонтанная демонстрация образа Я при любом взаимодействии с окружающими [Абакумова И., et al, 2020].

По мысли А.А. Бодалева, процесс самопрезентации всегда совершается в коммуникациях, где создается положительный или отрицательный образ. Ю.П. Кошелева полагает, что суть процесса самопредъявления заключается в стремлении субъекта выстраивать и подкреплять соответствующим поведением требуемый собственный образ в глазах собеседника. И.П. Шкуратова под самопредъявлением понимает комплекс действий человека, нацеленный на формирование конкретного образа у участников коммуникаций [Шкуратова И.П., 2009]. Она изучает самопредъявление в связи с искажением личностью информации о себе и выделяет образы, возникающие в процессе самопредъявления. Автор предлагает анализировать отрефлексированные субъектом самопредъявления ожидания со стороны аудитории. Согласно ее мнению, коммуникатор с близкой и хорошо знакомой аудиторией в общении предпочитает самораскрытие, а с малознакомыми людьми, в том числе с деловыми партнерами – самопредъявление. По мысли Е.В. Михайловой, человек, предьявляя себя окружающим, неосознанно выбирает образы социальных ролей, ориентируясь на социальные представления о них [Михайлова Е.В., 2007]. В.А. Лабунская отмечает, что в процессе создания своего образа субъект самопредъявления ориентируется прежде всего на образ жизни и социально-психологические характеристики субъекта, для которого предназначена самопрезентация [Лабунская В.А., 2005]. Исследователями подчеркивается, что значимым показателем продуктивных межличностных отношений зачастую выступает транслируемый образ человека [Лабунская В.А., 2019]. В коммуникативном процессе участники взаимодействия на основе представленного образа отмечают друг у друга значимые для их общения качества и свойства, которые рассматриваются в совокупности физического, социального облика, экспрессивного поведения [Лабунская В.А., Дроздова И.И., 2017]. Исследователи отмечают, что в процессе самопрезентации создаются и положительный, и отрицательный образ. Они подчеркивают, что суть этого процесса заключается в стремлении субъекта выстраивать и подкреплять соответствующим поведением требуемый

собственный образ в глазах собеседника, ориентируясь на его образ жизни и социально-психологические характеристики [Лабунская В.А., 2005; Шкуратова И.П., 2009].

Следующая группа ученых интерпретирует самопредъявление как регуляцию и саморегуляцию собственного поведения в зависимости от восприятия окружающими, что сближает этот феномен с социальной перцепцией [Бороздина Г.В., 2022; Михайлова Е.В., 2007; Пикулева О.А., 2023; Харламенкова Н.Е., 2007; Шкуратова И.П., 2009]. Управлять впечатлением о себе, по мнению Г.В. Бороздиной, возможно с помощью внешнего вида, поведения, представления о ситуации. В этой связи автор выделяет в структуре самопредъявления самоподачу привлекательности, превосходства, отношения, а также состояния и факторов, влияющих на поведение коммуникатора, в результате чего коммуникатор, так или иначе, управляет впечатлением о себе [Бороздина Г.В., 2022].

Очевидно, что социальная перцепция и самопредъявление взаимосвязаны, так как самопредъявление коммуникатора зависит от того, каким его воспринимают реципиенты. Наблюдая и оценивая поведение человека, мы как бы пытаемся понять его внутренний мир, причины его поступков, прогнозировать поведение в будущем, а также определить собственное отношение к нему и выработать определенную стратегию поведения в отношении него. Представляется обоснованным, что в процессе жизнедеятельности человека самопредъявление является одним из основных механизмов саморегуляции и регуляции межличностных отношений, когда необходимо создать нужное впечатление о своих намерениях и целях взаимодействия.

Самопредъявление как механизм манипулятивного поведения изучают Е.Л. Доценко [2003], В.Н. Куницына [2001], Е.В. Сидоренко [2017], Н.Е. Харламенкова [2007]. Е.В. Сидоренко отмечает, что психологическое влияние представляет собой «...воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств, с предоставлением ему права и времени отвечать на это воздействие» [Сидоренко Е.В., 2017,

С. 11]. В ее концепции самопредъявление может содержать в себе самые разные направленности: варварские или спорные, к которым относятся нападение, принуждение, а также цивилизованные виды самопредъявления: аргументация, контраргументация, самопродвижение, конструктивная критика. По мнению Е.В. Сидоренко, одним из наиболее значимых видов психологического влияния (самопредъявления) является манипуляция, где инициатор влияния преднамеренно побуждает адресата к выполнению нужных ему действий или переживанию конкретных состояний для достижения поставленных целей. Среди стратегий самопредъявления исследователь выделяет самопродвижение, считая его наиболее цивилизованным, корректным и наименее конфликтным видом влияния [Сидоренко Е.В., 2017]. В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша полагают, что не следует считать синонимами понятия «манипулирование» и «личное влияние». По мнению ученых, суть личного влияния определяется как «...способность воздействовать на другого человека побуждающим, сдерживающим, успокаивающим либо другим развивающим образом, изменяя при этом не только поведение человека, но и взгляды, мотивы, сознание и даже характер» [Куницына В.Н. и др., 2001, С. 102]. Содержание манипулирования заключается в психологическом воздействии, в котором субъект транслирует качества, способствующие достижению поставленных целей. В.Н. Куницына полагает, что самопредъявление является быстро протекающим и целенаправленно организованным процессом, который направлен на представление о себе информации, с целью расположить к себе партнеров по взаимодействию [Куницына В.Н. и др., 2001].

В логике такого понимания влияние является более длительным по времени процессом, в котором могут присутствовать план действия, стратегия и предполагаемый результат. С точки зрения Е.Л. Доценко, самопредъявление представляет собой механизм манипуляции, психологическое воздействие для достижения собственных целей [Доценко Е.Л., 2003]. Аналогичную точку зрения высказывает Н.Е. Харламенкова, при этом выделяя последовательные «стадии

процесса самопредъявления: возникновение мотивации, актуализирующей механизм самопредъявления; осознание личностью своей идентичности; формирование репрезентаций о партнере по общению; «искажение» информации о себе и «манипуляция аудиторией» с целью снижения уровня активации, побуждения». Н.Е. Харламенкова утверждает, что основной акцент при анализе самопредъявления делается на непосредственном изменении представлений о себе с целью «управления впечатлением, производимым на аудиторию» [Харламенкова Н.Е., 2007, С. 70]. Авторами выделены основные черты самопредъявления, характерные для манипулятивного взаимодействия: искажение истинных мотивов действий, акцент на стереотипизацию, неполное и фрагментарное изложение сведений [Пикулёва О.А., 2023].

Некоторые авторы рассматривают самопредъявление в ракурсе поведения, направленного на создание имиджа [Белобрагин В.В., 2018; Корягина Н.А., 2019; Перельгина Е.Б., 2002; Петрова Е.А., 2019; Хороших В.В., 2001]. В ряде исследований отмечено, что в процессе субъект-субъектного взаимодействия целенаправленно создаваемый образ – это имидж. В.В. Хороших выделила подходы к пониманию сущности компонентов персонального имиджа: 1) субъектный подход, где элементом имиджа выступает продуманный внешний образ, который позволяет подчеркнуть сильные стороны личности и нивелировать недостатки; 2) социально-перцептивный подход, согласно которому в процессе субъект-субъектного взаимодействия имидж должен подчеркивать ситуативную обусловленность и соответствовать ожиданиям окружающих [Хороших В.В., 2001]. По мнению Е.Б. Перельгиной, существует еще одна грань имиджа, где самопрезентация играет значимую роль, имея в виду деятельность, направленную на создание образа, ориентированного на достижение субъектом поставленной цели. Чаще всего в процессе создания такого (внешнего) имиджа его участники зачастую демонстрируют всего лишь символический «образ Я», а не истинную сущность своей личности [Перельгина Е.Б., 2002].

При изучении самопредъявления личности с точки зрения имиджа, мы солидарны с мнением О.А. Пикулевой, согласно которому в основе самопрезентации личности лежит потребность создания не только внешнего антуража, но и потребность в выражении индивидуальности, что в значительной степени помогает воспринимать образ Я более глубоко (в соответствии с ценностями, установками, воспитанием и мировоззрением личности). Субъект отождествляет себя с другими людьми не только посредством внешнего вида (макияжа, причёски, татуировок, аксессуаров, одежды, обуви), но и неосознанно заявляет о своей индивидуальности, неповторимости и в какой-то степени обособленности, которая при этом не разрушает его как личность, а является всего лишь неким этапом личностного становления [Пикулева О.А., 2023]. По мнению российского психолога Е.А. Петровой, визуальные средства общения, внешний облик становятся инструментом формирования впечатления в общении [Петрова Е.А., 2006]. Она описала «психосемиотические визуальные знаки костюма, включающие 185 знаков, которые подразделяются на знаки симптомы, знаки-регуляторы и знаки-информаторы: 1) знаки-симптомы состояния (радость, грусть, ностальгия, смелость и др.); 2) знаки-симптомы процессов (погруженность в себя, динамичность); модальные знаки-симптомы (сочувствие, уважение, официальность, традиционность); 3) знаки-регуляторы (фактические, конативные, завершающие, побудительные); 4) знаки-информаторы (принадлежность к определенной профессии, национальности, полу, возрасту и пр.)» [Петрова Е.А., 2006, С. 223]. Иными словами, субъект стремится показать свое совершенство, избегая при этом демонстрации недостатков, что можно отнести к склонности к перфекционизму.

Исследуя самопредъявление как имиджевую характеристику, некоторые исследователи считают, что важной в этом процессе является самоподача, понимая под этим термином совокупность вербальных и невербальных приемов, регулирующих созданное впечатление, направленное на формирование определен-

ного образа «Я». Интересным, на наш взгляд, является исследование Н.А. Корягиной, которая определяет имидж через самопредъявление, под которым она понимает управление впечатлением с использованием многочисленных стратегий и техник. Психолог выделяет следующие компоненты самопредъявления: «... когнитивный (что думают о человеке), аффективный (отношение к человеку), поведенческий (как на основе мнений и оценок люди ведут себя по отношению к человеку)» [Корягина Н.А., 2019, С. 170].

Самопредъявление как форму личностной активности рассматривают Ю.А. Гоцева [2008], И.А. Журавлева [2012], Н.А. Корягина [2019], В.Н. Куницына [2001], О.А. Пикулева [2023], Н.А. Федорова [2007], Е.Ю. Крылов [2012]. С позиции теории деятельности описывает самопрезентацию Н.А. Федорова. Автор соотносит основные компоненты этого процесса с последовательными уровнями. Согласно мнению ученого, стратегия (отдельная деятельность) соответствует мотивационному уровню, тактика (действие) – уровню цели, техника (операция) – уровню средств [Федорова Н.А., 2007]. И.А. Журавлева полагает, что самопредъявление как одна из форм активности личности проявляется в деятельности и заключается в представлении личностных характеристик [Журавлева И.А., 2012]. В интерпретации О.А. Пикулевой самопрезентация – это деятельность (активность), процесс, поведение, способ и способность, который реализуется в межличностном взаимодействии [Пикулёва О.А., 2023]. По мысли автора, этот феномен представляет собой общую особенность социального поведения, являясь неотъемлемой составляющей любого социального взаимодействия, вне зависимости от степени осознаваемости своего поведения презентующего себя субъекта.

В контексте личностных и возрастных особенностей исследуют самопредъявление Ю.А. Гоцева [2008], С.В. Васильева [2021], С.А. Васюра [2015, 2019], А.А. Золотарева [2018], А.Н. Копанев [2020], М.В. Кубышкина [2016], Куницына В.Н. [2001], А.А. Цветова [2021]. Так, В.Н. Куницына выделяет личност-

ные особенности, способствующие успешному самопредъявлению: эго-компетентность, социальный интеллект, способность к мобилизации и переключению, манипулятивные умения, природное обаяние, а также качества, негативно влияющие на этот процесс: зажатость, неспособность к самораскрытию, комплексы, отсутствие коммуникативных навыков, застенчивость [Куницына В.Н. и др., 2001]. Представляется важным подход Н.Е. Харламенковой, в котором проанализированы с позиции возрастной психологии способы самопредъявления, самораскрытия, самовыражения и самоопределения. Автор пришла к выводу о том, что в перечисленных понятиях есть общий «информационный источник» – знание человека о самом себе, который способствует саморегуляции, дает возможность раскрыть и выразить себя [Харламенкова Н.Е., 2007, С. 70]. Е.Ю. Крылов считает, что стратегия самопрезентации выстраивается на основе тактик, учитывающих специфику ситуации и личностные особенности предъявляющего себя субъекта [Крылов Е.Ю., 2012]. Согласно С.В. Васильевой, А. А. Цветовой, позитивное впечатление о себе может произвести на целевую аудиторию активный, оптимистичный, счастливый, отзывчивый человек, обладающий чувством [Васильева С.В., Цветова А.А., 2021]. А.Н. Копанев отмечает, что в контексте самопрезентации заслуживают внимания такие личностные особенности, как социальный интеллект, гибкость, эго-компетентность, обаяние и способность к манипуляции [Копанев А.Н., 2020]. В своем исследовании В.В. Федоров проанализировал понятие «самопрезентация» в реальном и цифровом пространствах подростков, в котором выявил различия в устойчивых компонентах самопрезентации [Федоров В.В., 2020]. Подводя итог имеющимся психологическим исследованиям самопредъявления в отечественной и зарубежной психологии, мы пришли к следующим выводам.

Обобщив определения различных авторов, можно сформулировать характеристику данного термина следующим образом: «самопредъявление в межличностных отношениях» представляет собой сложный психологический конструкт,

включающий рефлексию стратегий и тактик относительно процессуально-содержательных характеристик ситуации взаимодействия, опосредующийся индивидуально-личностными особенностями партнеров, в зависимости от целей коммуникации, когда демонстрируется соответствующий образ для произведения нужного впечатления на окружающих. При этом стратегия самопредъявления будет определяться субъективной осознаваемостью выбираемых мотивов-ценностей взаимодействия. Тактика – выбором средств и приемов поведения, а рефлексия – самооцениванием личностью вероятной эффективности выстраиваемых взаимоотношений.

Анализируя зарубежных авторов, мы пришли к выводу о том, что понятие «самопредъявление» интерпретируется с позиций ситуационного, мотивационного, личностного, манипулятивного подходов. Оно интерпретируется как осознаваемый, так и неосознаваемый процесс, символическое поведение, благодаря которому передается информация о себе партнерам по взаимодействию; мотивированный и организованный процесс по формированию впечатления у участников коммуникации с целью реализации мотивов власти и превосходства, социального одобрения, укрепления самооценки, развития идентичности; средство для создания образа «Я» и подтверждения самооценки, личностные характеристики субъекта, среди которых саморефлексия, уверенность в себе, самомониторинг, саморегуляция; целенаправленная деятельность с использованием мотивов манипуляции и власти.

Основная цель самопредъявления личности в зарубежной психологии заключается в создании необходимого собственного образа для значимой аудитории, которая достигается с помощью управления впечатлением.

Анализ исследований отечественных психологов позволил выделить следующие подходы: индивидуально-личностный, коммуникативно-перцептивный, манипулятивный, имиджевый, личностно-деятельностный.

В рамках этих подходов самопредъявление рассматривается через самоподачу, самораскрытие, самопрезентацию, как средство самовыражения, способ

манипулятивного поведения или психологического влияния, форма личностной активности, коммуникативный процесс восприятия и понимания человека человеком.

Процесс регуляции и саморегуляции собственным поведением происходит в зависимости от того, как субъекта воспринимают окружающие, сознательно создается необходимый образ для реципиентов, которым предъявляются качества, способствующие достижению целей, подчеркиваются сильные стороны личности, создается имидж коммуникатора на основе совокупности вербальных и невербальных приемов и продуманного внешнего облика.

1.2. Стратегии и тактики самопредъявления личности в межличностных отношениях

Личность является одним из сложнейших психологических феноменов, которая рассматривается как системное качество индивида, формирующееся в совместной деятельности и общении [Бодалев А.А., 2015]. Ведущее место в жизни личности занимает система отношений. Одним из первых исследователей этой проблемы был отечественный психолог А.Ф. Лазурский [Лазурский А.Ф., 2012]. Он рассматривал категорию «отношение» в разрезе структуры личности, понимая под личностью организованное единство элементов, объединенных в две большие группы: эндопсихические (познавательные функции, характер, темперамент, эмоции, воля) и экзопсихические (отношение личности к самому себе и окружающему миру). По мысли автора, межличностные отношения составляют часть экзопсихики [Лазурский А.Ф., 2012]. С точки зрения В.Н. Мясищева, категория отношения находится в неразрывной диалектической взаимосвязи с категориями общения и взаимодействия [Мясищев В.Н., 2011]. Отношением он называл такую системообразующую связь человеческих свойств, которая избирательно и осознанно передается личностью, а также является результатом взаимодействий и общения. Иными словами, эти процессы (взаимодействия и общение) качественно влияют на продуктивность межличностных отношений. Согласно

концепции В.Н. Мясищева, «...любые отношения человека будут оставаться потенциальными до тех пор, пока он не начинает действовать. Именно в этом действии, сталкиваясь с многочисленными социальными влияниями, личность будет видоизменяться сама» под влиянием впечатлений от общения с партнерами (партнером) и отражая ситуативные реакции друг на друга, воздействуя, таким образом, на межличностные отношения [Мясищев В.Н., 2011, С. 4]. А это свидетельствует о том, что наиболее важной для нашей работы является мысль В.Н. Мясищева о существовании теснейшей связи между отражением, общением и отношением, способствующей обращению партнера к другому в ходе коммуникации. Обращение (как результат межличностных отношений) является формой выражения отношения к другому, которое может быть позитивным либо дистанцированным (формальным, по необходимости). «В общении выражаются отношения человека с их различной активностью, избирательностью, положительным и отрицательным характером. Способом или формой общения и отношения является обращение человека с человеком» [Мясищев В.Н., 2011, С. 185], например, позитивная либо негативная настроенность (барьеры общения) на коммуникацию субъектов межличностных отношений. Психолог считал, что для того, чтобы обращение к собеседнику было продуктивным, позитивным, необходимо обладать вербальной и коммуникативной компетентностью, что, на наш взгляд, является важным требованием к ситуации самопредъявления и ею диктуется. Важную роль в контактах, по мысли В.Н. Мясищева, играют личные качества субъектов, которые подробно были нами проанализированы в предыдущем параграфе относительно ситуации самопредъявления [Мясищев В.Н., 2011].

Развивая концепцию отношений личности В.Н. Мясищева, Б.Г. Ананьев подчеркивает существенную роль в отношениях свойств характера [Ананьев Б.Г., 2018]. Эти свойства, как правило, превращаются в устойчивые образования характера, коммуникативные черты, которые затем в процессе отношений формируют так называемые рефлексивные черты характера (также проанализированные в предыдущем параграфе) [Ананьев Б.Г., 2018]. Значимой и интересной

для нас является позиция Б.Ф. Ломова, который подчеркивал в отношениях субъективную составляющую, предлагая термин «субъективно-личностные отношения» [Ломов Б.Ф., 1984]. Исследователь, скорее всего, имел в виду те личностные смыслы, которые вкладывают субъекты отношений в желаемый для них результат, что важно и для ситуации самопредъявления. И у коммуникатора, и у реципиента существуют собственные представления о личности друг друга, а также о том, каков будет результат взаимодействия [Ломов Б.Ф., 1984]. Иными словами, собственные представления о ситуации самопредъявления и их оценка являются актуальными от его начала до завершения, делая данную ситуацию динамичной и многомерной (имеется в виду специфика ситуации самопредъявления, особенности характера его субъектов). Гипотетически предполагаем, что процесс самопредъявления в силу его многомерности и структурной сложности необходимо представить как преодоление коммуникатором определенных этапов, каждый из которых продвигает его к достижению поставленной цели.

Таким образом, опираясь на теоретические исследования стратегий и тактик самопредъявления, можем предположить, что разрабатываемая нами модель должна состоять из определенных этапов продвижения коммуникатора к цели самопредъявления. Вступая в межличностные отношения, на каждом из этапов в процессе коммуникативной деятельности, субъекты взаимодействия познают и оценивают, как партнеров по общению, так и себя через них, рефлексировав собственные достижения либо промахи, и на этой основе регулируют поведение в значимых ситуациях. Обратим внимание на то, что, в идеале, самопредъявление (заточенное на результат) должно быть продуктивным для всех субъектов, участвующих в этом процессе. Психолог А.В. Петровский подчеркивает в коммуникативной деятельности другую грань, направленную на предмет взаимодействий (например, в ситуации самопредъявления, в частности, собеседования по поводу будущей профессиональной деятельности), обращая внимание на то, что субъект (коммуникатор) в то же самое время является и объектом для познания другими участниками общения (реципиентами) [Петровский А.В., Ярошевский М.Г.,

2009]. Иными словами, психолог рассматривает межличностные отношения как совместную деятельность, опосредованную содержанием, целями и ценностями, в которой участники взаимодействия являются одновременно и субъектами, и объектами самопредъявления.

Выдающийся отечественный психолог С.Л. Рубинштейн предвосхитил точку зрения А.В. Петровского, предполагая, что в межличностных отношениях должно происходить принятие/непринятие субъектов самопредъявления друг другом, имея в виду, что на процесс межличностных отношений, в том числе и самопредъявления, оказывают влияние реакции, действия, поступки субъектов общения [Рубинштейн С.Л., 2007]. Успешные коммуникаторы, как правило, обладают либо воспитывают в себе необходимые для самопредъявления коммуникативные черты и свойства (прим. автора).

Не менее важным качеством в общении и взаимодействиях является способность коммуникатора к самораскрытию. Феномен самораскрытия исследуется многими отечественными психологами (А.К. Болотова [2015, 2023], Е.В. Зинченко [2000], О.В. Каратеев [2016], И.П. Шкуратова [2009]). Психологи в своих работах пока еще не пришли к единому мнению и общей интерпретацией того, что же считать самораскрытием. Еще более интересным и малоисследованным вопросом является временной аспект самораскрытия. Ответы на большую часть поставленных вопросов находим у Н.Н. Лидовской, которая считает, что успешному взаимодействию, включающему в себя и самораскрытие, способствуют индивидуально-личностные характеристики субъектов. Интересной, на наш взгляд, является мысль о том, что самораскрытие не может происходить без эмпатического сопереживания и понимания (как со стороны коммуникатора, так и со стороны реципиента), которые, как правило, реализуются в диалогических взаимодействиях [Лидовская Н.Н., 2009]. Эта же мысль присутствует и в исследованиях Н.Н. Обозова, который считал, что межличностные отношения всегда характеризуются «субъект-субъектными» связями, основанными на постоянной взаимности и изменчивости (ситуативности, прим. автора). Ученый считает, что

они (субъект-субъектные отношения) предполагают взаимную готовность субъектов к определенному (преимущественно диалогическому) типу взаимодействия [Обозов Н.Н., 1990].

Основываясь на проделанном теоретическом анализе психологических отношений и связывая его с темой диссертационной работы, считаем, что самопредъявление является неотъемлемой составляющей межличностных отношений, поскольку, становясь их участником, человек априори становится субъектом самопредъявления (каких бы сфер межличностных отношений это не касалось), предъявляя партнеру по взаимодействию информацию о себе. Заметим, что информация о себе (самораскрытие) может иметь не только собственно психологические маркеры (передача эмоциональных состояний и их оценки), но и вербальные и невербальные средства, символические знаки (внешний вид, статус, социальные символы), но и социокультурные аспекты, которые достаточно тесно связываются со знаковыми системами (семиотика), имиджевыми характеристиками, требованиями соблюдения норм и правил этикета в зависимости от культурных особенностей, сферы деятельности и ценностей субъектов межличностных отношений. Вступая в межличностные отношения, на основе собственных ожиданий, установок, диспозиций субъект, как правило, гипотетически предполагает, как он будет восприниматься и оцениваться партнерами. Понятно, что, исходя из собственных прогнозов, он будет пытаться сформировать о себе нужное впечатление, используя определенные тактики и стратегии. Проблема в том, что достаточно часто коммуникатор (субъект межличностных отношений) действует почти интуитивно либо методом проб и ошибок, допуская при этом оплошности, которые иногда не позволяют ему достичь результатов. К тому же, у коммуникатора вряд ли имеются валидизированные знания о том, какие существуют стратегии и тактики самопредъявления и как их грамотно использовать в межличностных отношениях. Не вызывает сомнений, что знание определенных стратегий (выстраивание коммуникаций для достижения долговременных ре-

зультатов) и тактик (определенных приемов для создания нужного образа с помощью внешнего вида, голоса, форм поведения) самопредъявления способствует достижению целей в различных сферах жизнедеятельности. Проанализировав представленные ранее теоретические подходы к межличностным отношениям, считаем, что большинство исследователей интерпретируют их как результат взаимодействий в общении, в том числе и в самопредъявлении. Если у партнеров по общению межличностные контакты складываются в форме продуктивных и эффективных отношений, то можно констатировать, что самопредъявление в этом случае достигнет своей цели, иначе цель межличностных отношений и взаимодействий будет сведена к формальному общению и контактам (что не может способствовать самораскрытию коммуникаторов и реализации поставленных ими целей). Интересен тот факт, что и для самопредъявления, и для межличностных отношений важным является результат. Стратегии и тактики – это инструмент, который влияет на результативность самопредъявления (при условии уже установленных позитивных межличностных отношений). Чтобы выяснить (на теоретическом уровне), какие же стратегии и тактики необходимы для достижения целей самопредъявления, перейдем к анализу научных работ зарубежных и отечественных психологов по данной проблеме. Заметим, что стратегии и тактики самопредъявления важны для каждого человека, который ставит своей целью предъявить себя и свои лучшие качества. Умелое использование спектра различных стратегий и тактик необходимо в разных сферах межличностных отношений.

Отметим, что в зарубежных психологических источниках понятия стратегий, тактик и техник самопрезентации (самопредъявления) используются в качестве синонимов. Среди исследователей единая трактовка этих феноменов отсутствует. Наиболее известные работы зарубежных авторов представлены в Таблице 3 Приложения 3.

Одна из первых классификаций принадлежит американскому социальному психологу, представителю символического интеракционизма И. Гофману, который установил, что для создания необходимого впечатления у аудитории человек вынужден использовать различные маневры, приемы и техники [Гофман И., 2021]. В классификации Б. Шленкера представлены стратегии и тактики, в основе которых лежат мотивы самопредъявления [Schlenker B.R., 2012]. Тактика красования, выделенная М. Лири, ориентирована на демонстрацию внешней привлекательности субъекта самопредъявления, ориентируясь на смысловую составляющую привлекательности целевой аудитории, учитывая, что понятия о привлекательности у всех людей разные [Leary M.R., 2019]. Согласно Р. Баумейстеру, человек использует стратегии, которые различаются по способам достижения и по наградам [Baumeister R.F., 2012]. При этом автор указывает, что, если человек в ситуациях взаимодействия меняет свое поведение, то это свидетельствует о применении убажывающей стратегии, а если оставляет неизменным и ведет себя привычным образом – о самоконструирующей. Самопрезентацию он считает «неосознаваемым процессом, который отражает социальную природу человека и его потребность быть признанным другими людьми» [Пикулева О.А., 2013]. А. Шутц сгруппировала стратегии по следующим основаниям: установка на позитивный образ/уклонение от негативного образа, уровень активности/уровень агрессивности и составила классификацию самопредъявления, в которой выделила ассертивный, агрессивный, защитный и оправдывающийся типы поведения. М. Снайдер в 1974 г. начинает употреблять понятие «self-monitoring» [Корниенко Д.С. и др., 2021]. Предложенная автором методика его измерения достаточно быстро приобретает статус мощного диагностического инструмента с хорошими прогностическими и интерпретативными возможностями. Конструкт, предложенный М. Снайдером, гораздо шире дифференциальных черт личности, так как измеряет уровень рефлексии о ситуационной адекватности поведения человека [Snyder M., Gangestad S., 2000]. Сегодня все чаще его интерпретируют как способность субъекта осознанно регулировать психодинамику

идентичности личности с целью контролирования поведения в ситуации взаимодействия. Исследователь выделил людей с высоким уровнем самомониторинга, которые в зависимости от ситуации подстраиваются по окружающим и стремятся продемонстрировать ожидаемое поведение, а также с низким уровнем самомониторинга – выстраивают поведение на основе своих внутренних установок, представлений, не интересуясь мнением других [Snyder M., Gangestad S., 2000]. Дж. Тедeschi все имеющиеся тактики самопредъявления разделил на два типа: защитные и ассертивные [Tedeschi J.T., Riess M., 2013]. Защитный тип самопрезентации нацелен на восстановление и сохранение идентичности. Ассертивный – на создание определенной идентичности [Пикулева О.А., 2023]. К примеру, демонстрацию слабости (стратегия мольба), безупречности (стратегия примерность), преувеличение своих достижений (стратегия самопродвижение) отнесли к ассертивному типу, а извинение (инграция) – к защитному.

Представители мотивационных теорий Е. Джонс, Т. Питтман классифицировали стратегии самопрезентации личности по видам власти [Jones E.E., Pittman T.S., 1982]. Исследователи полагали, что созданное впечатление обуславливается личностными характеристиками, при этом собственное поведение полностью осознается, то есть осуществляется манипулирование окружающими с помощью собственного образа. Иными словами, для презентации себя в определенной ситуации коммуникатору следует вначале выбрать персонаж (обаятельный, компетентный, опасный, нуждающийся в поддержке), затем продемонстрировать придуманный образ (сыграть роль), используя специальные тактики: угроз, лести, мольбы и хвастовства. В дальнейшем на основе стратегий самопредъявления, выделенных Е. Джонсом и Т. Питтманом, отечественный психолог И.П. Шкуратова составила методику, которая использована в данном исследовании [Шкуратова И.П., 2009].

Подход отечественных психологов к описанию стратегий, тактик и приемов самопредъявления незначительно отличается от зарубежных исследований. Чаще всего концепции самопредъявления отечественных авторов опираются на

классификации зарубежных исследователей. Поскольку исторически сложилось так, что пионерами в исследовании самопрезентации (самопредъявления) являются зарубежные психологи, отечественные ученые, углубляя теоретические знания об этом феномене, достаточно часто обращались к первоначальным толкованиям этого явления. Считаем это оправданным и корректным, так как исследование какого-либо феномена должно опираться на уже имеющиеся научные достижения. В этом мы можем убедиться, перейдя к анализу стратегий и тактик самопредъявления в отечественных психологических источниках, представленных в Таблице 4 Приложения 4.

Проанализируем описание стратегий и тактик самопредъявления в отечественных психологических источниках. Данная проблематика включает в себя достаточно большое число авторов, которые исследуют стратегии самопредъявления / самопрезентации / самоподачи. Среди них: Ю.М. Жуков [2015, 2023], И.Ю. Малисова [1995], Е.А. Петрова [2006, 2019], О.А. Пикулева [2023], Н.А. Федорова [2007], И.П. Шкуратова [2009] и другие. В большинстве случаев психологи адаптировали известные зарубежные классификации для российской аудитории. Рассмотрим некоторые из них. Например, в исследовании И.Ю. Малисовой выделены три вербальные стратегии: самораскрытие, самопрезентация и произвольное самовыражение, которые реализуются в вербальных высказываниях, соответствующих той или иной стратегии [Малисова И.Ю., 1995].

Опираясь на механизмы социальной перцепции, Г.В. Бороздина предложила стратегии самоподачи (превосходства, привлекательности, отношения, состояния и причин поведения), в которых отражаются различные ситуации самопредъявления и соответствующие им способы достижения цели. По мнению ученого, успех самопрезентации зависит от накопленного социального опыта, необходимого для привлечения внимания и управления впечатлением о себе [Бороздина Г.В., 2022]. Согласно Н.А. Федоровой, каждому уровню процесса самопрезентации соответствуют определенные техники, тактики и стратегии [Федорова Н.А., 2007]. Выбор стратегии зависит от мотивов и личностных особенностей

субъекта самопрезентации, а техника подбирается в зависимости от ситуации [Федорова Н.А., 2007, Болотова А.К., 2015, 2023].

Тактики защитного и асертивного поведения достаточно подробно описаны О.А. Пикулевой, адаптировавшей исследования проблемы самопредъявления к отечественной культуре южнокорейского ученого Сук-Дже Ли и его американских коллег. К защитным тактикам исследователь причислила извинение, отречение, препятствование самому себе, оправдание с отрицанием ответственности, оправдание с принятием ответственности. Асертивные включают в себя желание понравиться, пример для подражания, сообщение о своих достижениях, преувеличение своих достижений, просьбу/мольбу, запугивания, негативную оценку других [Пикулева О.А., 2023].

Все перечисленные выше тактики реализуются на вербальном уровне в соответствии с теми или иными целями самопрезентации. Предвосхищая результаты, которые мы можем гипотетически получить, разрабатывая модель самопредъявления, и исходя из подробного анализа отечественной и зарубежной школ самопредъявления в межличностных отношениях, можем предположить, что в арсенале ментальной модели коммуникатора чаще всего могут быть представлены следующие стратегии: инграция, примерность, самопродвижение, запугивание, вариативность поведения. Перечисленные стратегии самопредъявления достаточно часто встречаются как в отечественных, так и в зарубежных классификациях. Во второй главе нашего исследования предполагаем получить достоверные статистические данные применения вышеназванных стратегий на разных этапах самопредъявления.

Подводя итоги теоретического анализа имеющихся исследований стратегий и тактик самопредъявления в межличностных отношениях, мы пришли к следующим выводам.

Большинство отечественных исследователей под межличностными отношениями понимают многомерную многоуровневую динамическую систему, специфическую форму отражения действительности, которая характеризуется как

взаимная готовность субъектов к определенному типу взаимодействия. Межличностные отношения опосредуются содержанием, целями, ценностями и организацией совместной деятельности в процессе взаимодействия субъектов в значимых для них условиях. Межличностные отношения в самопредъявлении оказывают большое влияние на его результативность. В зависимости от их позитивной либо формальной направленности мы получаем, либо положительный, либо негативный итог процесса самопрезентации. Качество и эффективность межличностных отношений, по мнению исследователей, зависят от личностных особенностей субъектов.

В трудах зарубежных исследователей стратегии самопрезентации описываются с точки зрения демонстративного поведения, цель которого заключается в создании у партнера по общению определенного впечатления о коммуникаторе. Выбор определенной стратегии самопредъявления зависит от следующих мотивов: стремление человека получить социальное одобрение, необходимое для достижения значимых целей, усиление собственной власти, стремление добиться влияния и успеха (как в межличностных отношениях, так и других сферах деятельности) и другие.

Отечественные исследования ориентированы на использование уже известных зарубежных подходов, которые адаптируются для российской выборки. Самопредъявление осуществляется через овладение различными стратегиями и тактиками. Выбор стратегий определяется личностными особенностями и целями самопрезентации, а выбор тактик происходит в зависимости от ситуаций взаимодействия. При этом следует отметить, что в межличностных отношениях те или иные стратегии, тактики и техники самопредъявления используются в зависимости от того, что является определяющим фактором: либо интуитивное поведение, либо осознанное, которое опирается на контроль и способность подстраиваться под ожидания партнеров по взаимодействию.

1.3. Теоретический анализ индивидуально-психологических особенностей личности в процессе самопредъявления

Самопредъявление как психологический феномен – это широкое, многоуровневое, сложное явление, где значимую роль играет совокупность индивидуально-психологических свойств личности. Подойти к его изучению можно, лишь проследив изменение ряда конкретных индивидуальных качеств, доступных исследованию на феноменальном уровне, целью которого является выявление способов эффективного преподнесения себя в значимых ситуациях.

Ряд исследователей акцентирует внимание на том, что эффективное самопредъявление зависит от личностных особенностей человека, таких как самомониторинг (рефлексия), гибкость, уверенность в себе, высокая самооценка, саморегуляция, диалогичность, эмпатия и другие свойства, а также владение всем спектром стратегий самопредъявления (Л.Г. Дмитриева [2018, 2020]; И.А. Журавлева [2012]; В.И. Моросанова [2020, 2021, 2022]; О.А. Пикулева [2023]; М. Снайдер, Н.П. Федорова [2007]; В.В. Хороших [2001]; И.П. Шкуратова [2009]). Необходимо также акцентировать внимание на личностных характеристиках, в которых отражается внутренняя динамика процессов самопредъявления. В понятие «личностные характеристики» включены характерологические и поведенческие особенности личности [Богомолова Е.И., 2015]. К ним мы относим способность к рефлексии, развитую осознанную саморегуляцию и ее компоненты (планирование, моделирование, оценивание результатов, гибкость, самостоятельность), направленность в общении, потребность в аффилиации, уверенность в себе, социальную смелость, инициативность в социальных контактах; а также волевые качества личности (выдержка, решительность, самостоятельность). Проанализируем данные свойства более подробно.

Любой процесс взаимодействия начинается с прогноза, анализа предстоящей ситуации общения, что невозможно без задействования одного из важных компонентов – рефлексии, которая является гарантом не только успешности в общении, но и способствует эффективному самопредъявлению. Подтверждение

этому – целый ряд исследований, проведенных А.В. Карповым [2003, 2016, 2022а, 2022б], Н.А. Корягиной [2023], О.А. Пикулевой [2023]. Авторы отмечают, что рефлексия занимает особое место в межличностных отношениях, поскольку она раскрывает возможности личности в разнообразных ситуациях общения и взаимодействия. В научных трудах эта категория представлена в разных аспектах. Как качество сознания (Г.В.Ф. Гегель, И. Кант, Дж. Локк, Г. Лейбниц, С.Л. Рубинштейн, И.Н. Семенов); компонент самосознания и развития личности (А. Маслоу, Г. Олпорт); способность к самосознанию, самопознанию и самопониманию (Н.И. Гуткина, М.Ю. Двоеглазова, В.В. Знаков, Е.Б. Старовойтенко, В.И. Слободчиков, Н.Г. Шевченко); результат осмысления своей жизнедеятельности (Ф.Е. Василюк, М.Р. Гинзбург, А.Ф. Лазурский); компоненты мышления и деятельности (Л.С. Выготский, В.В. Давыдов, А.Л. Журавлев, Ю.Н. Кулюткин, А.Н. Леонтьев, И.Н. Семенов, К.С. Серегин, С.Ю. Степанов, Г.С. Сухобская, В.Д. Шадриков, Г.П. Щедровицкий) [Серегин К.С., 2013]. Существуют и другие точки зрения, согласно которым рефлексия является процессом осознания себя через другого человека (Г.М. Андреева, И.Е. Берлянд, А.А. Бодалев). Связь рефлексии с общением изучали Г.М. Андреева, А.А. Бодалев, С.В. Кондратьева, Б.Ф. Ломов; с характеристиками личности (К.А. Абульханова-Славская, Л.И. Анцыферова, А.Б. Холмогорова и др.); с творчеством (Е.П. Варламова, Я.А. Пономарева, С.Ю. Степанова, И.Н. Семенова) [Голубева Н.М., 2018]; саморегуляцией (О.В. Бондаренко, А.О. Прохоров, С.В. Толстая, А.В. Чернов) [Прохоров А. О., 2022]. Три формы личностной рефлексии выделяет А.В. Карпов: ситуативную (способность личности оценивать текущую ситуацию с точки зрения существенных ее элементов, склонность соотносить собственные действия с ситуацией), ретроспективную (направленность на оценку и преобразование прошлого опыта) и проспективную (обобщение размышлений о будущей деятельности, планирование активности, способов ее реализации и прогнозируемых результатах) [Карпов А.В., 2003, 2016, 2022а, 2022б].

Таким образом, в изложенных выше исследованиях представлены общие свойства рефлексии, в которых это явление определяется через мыслительные процессы, формы деятельности, творческое мышление, механизмы социальной перцепции и обратной связи, процесс самопознания.

Рефлексия как психологический феномен не только сопровождает другие процессы, но и выступает самостоятельным явлением, что подтверждает классификация, разработанная С.Ю. Степановым и И.Н. Семеновым. Авторы обобщили и систематизировали психологические определения рефлексии, которые приведены в трудах Л.С. Выготского, В.В. Давыдова, А.М. Матюшкина, А.В. Петровского, О.К. Тихомирова и выделили следующую характеристику, в которой рефлексия проявляется как самостоятельный феномен [Семенов И.Н., 2015а]. Речь идет об эффекте «рефлексивного зеркала», позволяющего наиболее полно осмыслить экзистенциальную реальность и создать благоприятные условия для сотворческих отношений с ней [Максимова М.В., 2020]. Теоретические подходы к исследованию феномена рефлексии представлены в Таблице 5 Приложения 5. Проанализировав имеющиеся источники, представленные в таблице, считаем, что наиболее продуктивной (в начале самопредъявления, в его ходе, а также в оценке успешности стратегий и тактик самопредъявления) является интеллектуальная рефлексия, которая позволяет оценивать и регулировать мыслительную деятельность, а также способствует образованию нового знания. Личностная рефлексия представляет собой способность человека к самоанализу, самоосмыслению и переосмыслению своей Я-концепции. Под влиянием других людей она способствует осознанию мотивов, целей и результатов своих поступков, действий с идеалами и социальными нормами, принятыми в обществе. Личностная рефлексия позволяет сосредоточиться на собственных переживаниях и состояниях, что можно отнести к одной из трех выделяемых Д.А. Леонтьевым форм рефлексии – интроспекции (самокопание, самоанализ) [Леонтьев Д.А., 2014]. Самопредъявление невозможно без самоанализа (интроспекции), а это значит, что личностная рефлексия играет значимую роль в этом процессе. Выбор

стиля поведения с целью добиться удовлетворения своих потребностей также является важной составляющей самопредъявления. В интерпретации Д.А. Леонтьева этот аспект рефлексии обозначается как самодетерминация [Леонтьев Д.А., 2014]. Поведение коммуникатора детерминируется информацией, поступающей извне, а способность выйти за пределы себя, посмотреть на себя со стороны, что автор называет самодистанцированием, позволяет действовать иначе, корректировать свое поведение, применяя те или иные стратегии и тактики самопредъявления. В случае, если самопрезентация оказывается неудачной, коммуникатор использует квазирефлексию как уход от неприятной ситуации с помощью механизма психологической защиты «вытеснение» [Леонтьев Д.А., 2014]. Иными словами, все перечисленные ученым формы рефлексии актуальны и для самопредъявления. Процесс самопредъявления мобилизует личностные и интеллектуальные ресурсы, способствующие развитию у субъекта новых способов поведения, проявление творчества и даже креативности в выборе средств самоподдачи, выступает своего рода зеркалом для разрешения проблемно-конфликтных ситуаций, которое отражает происходящие в человеке изменения. Считаем, что значимым механизмом самопредъявления является коммуникативная рефлексия [Семенов И.Н., 2015b], которая выражается не только в понимании партнера по взаимодействию, но также и знании того, как партнер воспринимает самого себя [Андреева Г.М., 2022]. Рефлексия способствует пониманию субъектом особенностей восприятия его партнерами по взаимодействию, что является важнейшим свойством самопредъявления. Благодаря рефлексии и самоанализу развиваются также и навыки академической коммуникации в студенческой группе [Tuomainen S., 2022].

Кооперативная рефлексия представляет собой механизм, с помощью которого анализируются субъект-субъектные виды деятельности (коллективная, групповая, профессиональная), групповые роли субъектов и кооперация их совместной деятельности. По мнению Т.В. Дробышевой, С.В. Тарасова, кооперативная рефлексия способствует «социальному капсулированию» разных сообществ

[Дробышева Т.В., Тарасов С.В., 2021]. Участники совместной деятельности анализируют собственную эффективность с целью улучшения результатов своего труда [Нестик Т.А., Журавлев А.Л., 2019]. Кооперативная рефлексия в условиях продуктивной совместной деятельности также может обладать большим ресурсом для использования коммуникатором в ситуации группового взаимодействия имеющихся в его арсенале предпочитаемых стратегий и тактик.

Рефлексивность как свойство личности (либо процесс рефлексии) теснейшим образом связана с самопредъявлением, где на каждом его этапе, в каждой стратегии и тактике происходит оценивание достигнутых, либо не достигнутых результатов самопрезентации. Считаем, что самопредъявление может быть успешным, если оно является осознанным и включает в себя рефлексию как важный компонент взаимодействия, либо предъявления себя в значимой для субъекта ситуации.

А теперь перейдем к анализу индивидуально-психологических свойств, востребованных процессом самопредъявления. Среди них наиболее значимую роль играет способность личности к саморегуляции. В психологической науке саморегуляция рассматривается как способность выдвигать цели и управлять достижением этих целей. Саморегуляцию в качестве способности к организации собственной активности, мобилизации и регулированию определяет К.А. Абульханова-Славская [Абульханова-Славская К.А., 2004]. Феномен саморегуляции исследуется в работах О.А. Конопкина, который рассматривает осознанную саморегуляцию как «системно организованный процесс психической активности человека по инициации, построению, поддержанию и управлению разными видами и формами произвольной активности, непосредственно реализующей достижение принимаемых человеком целей» [Моросанова В.И., 2021b, С. 13]. Осознанную (произвольную) саморегуляцию ученый интерпретирует как «относительно самостоятельная система специфически регуляторных процессов целостной психологической структуры деятельности» [Моросанова В.И., 2021b, С. 12].

Эта активность считается наивысшим уровнем регулирования собственного поведения. Согласно О.А. Конопкину, осознанная саморегуляция состоит из определенной структуры и реализуется благодаря регуляторным функциям (планирование, программирование, контроль), умственным способностям, знанием собственного образа и самооценки [Моросанова В.И., 2022]. Развивая идеи О.А. Конопкина, В.И. Моросанова пришла к мысли, что осознанная саморегуляция является «высший управляющий уровень психической саморегуляции, осуществляемой на основе рефлексивных представлений о ее цели, способах и средствах» [Моросанова В.И., 2022, С. 59]. Ученый рассматривает стили саморегуляции поведения во взаимосвязи с личностными особенностями.

В диссертационном исследовании проблема саморегуляции отражает индивидуальную специфику организации (развертывания) регулятивных процессов в виде последовательных этапов (планирования целей, программирования действий, моделирования условий, оценки результатов и коррекции действий), а также особенности регуляторно-личностных свойств (гибкости и самостоятельности), раскрывая их в аспекте индивидуального стиля саморегуляции поведения [Моросанова В.И., 2021а]. На основе осознанной саморегуляции развивается умение управлять собой согласно поставленной цели. Мы, вслед за В.И. Моросановой, к стилевым особенностям саморегуляции человека относим наиболее существенные индивидуальные особенности самоорганизации и управления внешней и внутренней целенаправленной активностью человека, которые стабильно проявляются в различных видах деятельности и являются для него характерными. Стиль саморегуляции отражает как человек планирует достичь цель, а также предусматривает сложившиеся обстоятельства, оценивает результаты и корректирует собственные действия с целью достижения конкретных результатов [Моросанова В.И., 2021а]. Рассмотрим структурные компоненты саморегуляции, выделенные В.И. Моросановой, которые задействованы в процессе самопредъявления. Это планирование, моделирование, гибкость, самостоятельность,

оценивание результатов [Моросанова В.И., 2021а]. На первом этапе (планирование) выявляются потребности и формулируется цель. При этом цель должна быть реалистичной, достижимой и детализированной. На втором этапе (моделирование) составляется план достижения поставленной цели. На третьем этапе (программирование) демонстрируется готовность действовать на основе составленного плана, имеющегося опыта преодолевать трудности для получения запланированного результата, подстраиваясь под внешние/внутренние препятствия, преграды либо помехи. Перечисленные компоненты указывают на важность любого подготовительного процесса, в том числе и самопредъявления. Оценивание результата происходит при составлении плана действий, во время его реализации и окончания. Гибкость проявляется в способности перестраивать свою деятельность в соответствии с ситуацией. Этот компонент выстраивается на основе оценивания результата. Самостоятельность отражает готовность человека составить и осуществить алгоритм своих действий [Моросанова В.И., 2021а].

С позиции регуляции состояний рассматривает саморегуляцию А.О. Прохоров. Автор определяет этот феномен как возможность актуализации внутренних ресурсов человека, в том числе и в процессе самопредъявления (прим. автора), где в качестве основных компонентов выступают осознанный образ желаемого состояния, мотивация, рефлексия, психорегулирующие средства [Прохоров А.О., 2021].

Таким образом, способность к осознанной саморегуляции является важнейшим компонентом процесса самопредъявления, поскольку такие свойства как планирование, гибкость, моделирование, программирование, оценивание ситуации взаимодействия являются необходимыми и значимыми для результативности и успешности самопредъявления.

Самопредъявление связывается с потребностью в эмоциональных контактах, продуктивностью общения, желанием быть принятым, что обозначается понятием «аффилиация». Этот термин ввел в научный обиход американский психолог Г. Мюррей, который разрабатывал данную проблему в русле психологии

личности, ее мотивации, для обозначения потребности в партнерских, дружеских и близких отношениях [Хэкхаузен Х., 2003]. В современных исследованиях под аффилиацией понимают эмоциональную связь человека с другими людьми, которая характеризуется взаимным принятием и расположением. Не вызывает сомнений, что потребность в аффилиации в психологии рассматривается чаще всего в социальном контексте и интерпретируется как потребность в доверительных отношениях. В частности, Е.П. Ильин замечает, что это потребность человека, которая проявляется в желании и стремлении быть в постоянном контакте с людьми, а также устанавливать и сохранять с ними положительные взаимоотношения [Ильин Е.П., 2011а]. Анализируя потребность человека в аффилиации как в эмоционально-доверительном общении, И.В. Кузнецова выделяет две тенденции – ожидание отношений симпатии, взаимопонимания при общении и боязнь отвержения [Окуленко И.Н., 2019]. Согласно Д. Макклелланду, люди, у которых выражено стремление к принятию, более активны в возможностях смены установок в поведении [Макклелланд Д., 2007]. В аффилиации автор выделяет две стороны, одна из которых связана со стремлением к принятию, а другая – со страхом отвержения (боязнь быть непринятым, отвергнутым), что характерно для процесса самопредъявления. Исследователь отмечает, что люди, у которых преобладает стремление к принятию и страх быть отвергнутым, принимают точку зрения другого человека только в том случае, когда он им привлекателен. Для них характерен контроль во взаимодействиях, что свидетельствует о наличии признаков созависимости. По мнению ученого, такие люди могут менять установки в поведении, что свидетельствует об их конформности. Они реже продвигаются по карьерной лестнице, т.к. им не свойственны стремление к сотрудничеству (о чем мы писали выше), конкуренции, достижению высоких целей, и они осознают, что у них недостаточно высокий волевой и личностный потенциал [Макклелланд Д., 2007]. Анализ литературы показывает, что у людей со страхом отвержения преобладает в общении формальный диалог, поэтому в процессе са-

мопредъявления они не демонстрируют искренность, открытость и доверительность, а придерживаются конформной позиции, поскольку она является для них удобной. Такие партнеры по общению не отличаются самостоятельностью, поскольку они зависимы от признания и мнения окружающих людей. При этом субъекты со стремлением к принятию, напротив, демонстрируют дружелюбие и стремятся к диалогическому взаимодействию. В случае, когда окружающие (реципиенты) принимают их, проявляют к ним интерес, они реализуют самопредъявление, применяя стратегию самопродвижения, суть которой заключается в продвижении себя как личности и как субъекта деятельности, поскольку данная стратегия предполагает нацеленность коммуникатора либо на безусловное принятие себя другими, либо на уверенность в собственной ценности. Преобладание у человека мотива аффилиации в межличностных отношениях выражается в уверенности, непринужденности, открытости и смелости. Доминирование мотива отвержения порождает страх быть непринятым значимыми людьми и проявляется в неуверенности, неловкости, напряженности, что, в свою очередь, является барьером в процессе формирования межличностных отношений. Такие люди, прежде всего, относятся с недоверием к себе, к окружающему миру. Они не умеют открыто выражать свои мысли, желания, потребности. В ситуации самопредъявления, скорее всего, будут пассивными, неуспешными, не смогут достичь поставленной цели.

Таким образом, в основе самопредъявления лежит потребность человека в принятии и признании, а также страх отвержения, обуславливающие создание необходимого впечатления о нем для достижения поставленных целей.

Не менее важным свойством, которое определяет результативность самопредъявления, является уверенность в себе. Это свойство интерпретируется как достаточно стабильная личностная характеристика, обусловленная мотивацией достижений, волевым самоконтролем, низкой тревожностью (А. Бандура, Дж. Тейлор, И.В. Вайнер, В.И. Моросанова, К.А. Абульханова-Славская). Считается, что уверенность в себе – одна из важнейших характеристик личности, влияющая

на адекватное самопредъявление во взаимодействиях с окружающими людьми. Существуют различные мнения о влиянии уверенного поведения на эффективность общения и самопредъявления личности. Например, А. Сальтер высказал предположение о причине возникновения неуверенности в себе, ссылаясь на теорию И.П. Павлова. По мнению исследователя, у человека процессы торможения могут доминировать над процессами возбуждения, что в результате приводит к формированию личности, которая неспособна искренне и открыто выражать свои чувства и потребности. Его ученик Дж. Вольпе иначе подошел к этой проблеме и предположил, что значимую роль в проявлении неуверенности играет так называемый социальный страх, который в определенных ситуациях испытывает человек. В качестве примера ученый перечислил следующие страхи: оказаться в центре внимания, не суметь отказать в просьбе, критики, показаться неполноценным, быть отвергнутым, перемен и другие [Ромек В.Г., 2022b]. Отечественные психологи на основе авторской методики РОСС (рефлексивная оценка страхов в ситуациях) выявили признаки социального страха, которые проявляются в зависимости от самооценки [Кибальченко И.А., Плаксиенко А.И., 2019].

В современной психологической науке сложились теоретические подходы к изучению феномена уверенности в себе. Среди наиболее известных – системный (влияние на уверенное поведение значимых факторов), эмоциональный (переживание разнообразных эмоций и чувств), личностный (взаимосвязь с другими свойствами личности), ситуативный (зависимость уверенного поведения от определенной ситуации) подходы.

Наиболее полно понятие уверенности в себе раскрывается с точки зрения системного подхода К.А. Абульхановой-Славской, Н.Ю. Будич, И.Г. Скотниковой [Головина Е.В., 2020]. К примеру, К.А. Абульханова-Славская связывает уверенность в себе с притязаниями, саморегуляцией и активностью. По мнению автора, человек, обладающий высоким уровнем уверенности в себе, независим

от вышеназванных характеристик и менее всего ориентируется на мнение окружающих его людей [Абульханова-Славская К.А., 2004]. Отдельные исследования посвящены исследованию уверенности как свойству личности, которое, как правило, закрепляется в характере человека в зависимости от ранее пережитого позитивного опыта. К базовым интегративным свойствам личности относит уверенность в себе А.И. Крупнов, включая в их содержание общительность, инициативность, ответственность, организованность и другие личностные характеристики [Крупнов А.И., 2010]. В.А. Зобков считает, что уверенность представляет собой интегративное эмоциональное состояние, объединяющее в себе разного рода переживания, которые связаны с постановкой цели действия, веры в собственные возможности и в надежные результаты [Зобков В.А., 2019]. Наличие у человека оптимального уровня уверенности (58,5-75 %) в себе мобилизует имеющиеся ресурсы человека для выполнения определенной деятельности и способствует достижению цели [Зобков В.А., 2020]. В.П. Шейнов отмечает, что ассертивная личность обладает уверенностью в себе, самодостаточностью в части общения, отличается независимостью от внешних воздействий, откровенностью [Шейнов В.П., 2018]. Среди исследователей выделяем также В.Г. Ромека, который подчеркивал, что категория уверенности в себе должна исследоваться с учетом эмоционального, когнитивного и поведенческого компонентов. Он интерпретировал уверенность в себе как социально-компетентное поведение, направленное на позитивное отношение к самому себе, к своим способностям и умениям, а также на наличие социальных навыков. Исследователь утверждал, что личность, уверенная в себе, как правило, не испытывает социальных страхов и верит в самооффективность. По мнению ученого, перечисленные характеристики социальной компетентности позволят выстраивать субъекту диалогические отношения с окружающими людьми [Ромек В.Г., 2022а]. Уверенное поведение способствует высокой удовлетворенности межличностными отношениями [Maheshwari S.K., Gill K.K., 2015].

Исходя из изложенного выше, считаем, что уверенность в себе является комплексной характеристикой личности, свойством субъекта деятельности, осознающего не только сильные, но и слабые стороны в различных ситуациях взаимодействия при условии наличия навыков корректировки негативных проявлений в коммуникациях и самопредъявлении. В самопредъявлении уверенность в себе играет значимую роль, поскольку, не обладая этим качеством и недооценивая собственные возможности, участники общения не смогут открыто выражать собственные потребности и желания, высказывать свое мнение, испытывая при этом затруднения во взаимодействии с окружающими, и достигать поставленных целей, так как уверенность в себе выражается в положительном, конструктивном утверждении себя перед аудиторией. При этом мы полагаем, что в процессе самопредъявления необходима уверенность в себе, которая, по мнению ряда исследователей, является эффективным средством психологического воздействия [Зазыкин В.Г. и др., 2015]. В психологических исследованиях социальной перцепции установлено, что первое позитивное впечатление производят люди, которые уверены в себе. Это свойство обычно проявляется в поведении и общении, что воспринимается окружающими как проявление успешности, надежности и самостоятельности в различных сферах жизнедеятельности [Андреева Г.М., 2022; Бодалев А.А., 2015; Головина Е.В. и др., 2018; Snyder M., Gangestad S., 2000].

Следующая характеристика личности, входящая в психологический конструкт самопредъявления, социальная смелость. В психологических источниках этот феномен интерпретируется как способность открыто защищать свои интересы в обществе, адекватно выражать свою позицию, ориентироваться на собственную систему ценностей и мнений, при этом не прибегая к проявлению агрессии. Она является интегративной характеристикой и проявляется в ситуациях активного социального взаимодействия [Кошкарова Л.С., Ярулина Л.П., 2013]. К.С. Есаулова, исследующая представления о социальной смелости в различных аспектах общения, сделала вывод о том, что смелость как волевое про-

явление, заключается в способности управлять своими действиями при имеющемся страхе. Она полагает, что высокий уровень социальной смелости, несмотря на наличие страха, приводит к реализации действия [Есаулова К.С., 2016]. По мнению автора, структура социальной смелости состоит из таких компонентов, как социальный интеллект (способность человека правильно понимать поведение других людей), уверенность в себе (осознание своей силы и своих возможностей для достижения поставленных целей), способность к риску (способность человека принимать нестандартные рискованные решения).

В самопредъявлении способность к риску играет значимую роль, поскольку человек, принимая нестандартные решения в условиях риска и неопределенности, предъявляя себя окружающим, вынужден проявлять независимость, гибкость и саморегуляцию. В целом, социальная смелость проявляется в открытом выражении собственного мнения, демонстрации чувств и проявлении инициативы в коммуникативных отношениях с другими людьми. В самопредъявлении социальная смелость предполагает уверенность в успехе, решительные действия для достижения поставленной цели, а также откровенное высказывание собственного мнения.

Еще одна характеристика, способствующая эффективному самопредъявлению – инициатива в социальных контактах. Она заключается в способности личности к инициативе, самостоятельным начинаниям, активности, предприимчивости и готовности к контактам с окружающими. Инициативность как качество личности исследуется в работах Б.М. Кедрова, К.К. Платонова, С.Л. Рубинштейна и других. Ученые полагают, что данное качество составляет основу успешности в различных видах деятельности [Федосеева И.А., 2020]. В работах А.Г. Ковалева, С.А. Петухова, С.Л. Рубинштейна этот феномен рассматривается как волевое качество личности. Я.А. Пономарев, Ю.Н. Кулюткин связывают инициативность с творчеством. Рассматривается инициативность в рамках экономической психологии и психологии управления [Фомина Н.А. и др., 2021]. Инициативность как качество личности, которое обеспечивает процесс инициации и его

завершения, характеризующее побуждение к новому, определяет А.И. Крупнов [Крупнов А.И., 2010]. По мысли Ю.Т. Глазунова и К.Р. Сидорова, инициативность выражается в умении организовать деятельность по собственному желанию без принуждения извне с участием волевых процессов [Глазунов Ю.Т., Сидоров К.Р., 2016]. В Российской педагогической энциклопедии инициативность определяется как готовность личности к самостоятельной, активной, инициативной деятельности.

Отметим, что самопредъявление невозможно без преодоления трудностей в межличностных контактах, волевых процессов, поскольку любое преодоление трудностей, возникающих на пути к поставленной цели, связано с проявлением воли. Уточним, какие же волевые качества необходимы инициатору общения в процессе самопредъявления. Исходя из имеющихся исследований волевых свойств личности считаем, что в самопредъявлении востребованы такие качества, как решительность, инициативность, выдержка и самостоятельность, которые могут служить тактиками данного процесса.

Анализируя волевые свойства, Р. Ассаджиоли предлагает волевой тип личности. Людям такого типа свойственно контролировать эмоции, концентрироваться на одной цели и не сомневаться в собственных силах [Ассаджиоли Р., 2014]. Исследователь М.В. Чумаков считает эмоционально-волевою регуляцией личности «синтетическим процессом, функцией которого является мобилизация усилий для реализации деятельности в условиях трудностей», в ситуациях преодоления трудностей и препятствий [Чумаков М.В., 2023, С. 61]. К таким ситуациям можно отнести и самопредъявление, в котором волевые качества, такие, как выдержка, решительность и самостоятельность, во многом определяют успешность коммуникатора. Среди волевых качеств Е.П. Ильин выделяет: 1) собственно волевые (терпеливость, упорство, настойчивость); 2) морально-волевые (смелость, выдержка и решительность). Автор интерпретирует выдержку как способность подавлять импульсивные и необдуманные эмоциональные реакции,

то есть сдерживаться и контролировать собственное поведение, проявляя внешнюю невозмутимость и сдержанность; решительность как скорость принятия решения в значимой для человека ситуации [Ильин Е.П., 2011b; Лучинская А.Я., 2016]. Наличие выдержки делает человека самокритичным, помогает воздержаться от неразумных поступков [Ильин Е.П., 2011b].

Таким образом, в самопредъявлении выдержка помогает преодолевать сложные ситуации, не «включаться» в них эмоционально и не выражать негативное отношение к тому, что происходит. Коммуникатор, обладающий этим качеством, в процессе самоподачи сможет контролировать свои эмоции, управлять собой и своими состояниями.

Решительность – это умение человека без колебаний принимать обдуманые решения и последовательно воплощать их в жизнь [Глазунов Ю.Т., Сидоров К.Р., 2016]. С.Л. Рубинштейн считает, что решительность выражается в «быстроте и, главное, уверенности, с которой принимается решение, и твердости, с которой оно сохраняется» [Рубинштейн С.Л., 2007, С. 606]. Обладание решительностью позволяет своевременно принимать решения и переходить к действиям, либо наоборот, в зависимости от обстоятельств прекратить реализовывать решение [Сафоненко С.В., 2018].

Таким образом, для эффективного самопредъявления такое качество как решительность крайне востребовано, поскольку обладание решительностью особенно в сложных ситуациях способствует быстрому принятию решения без колебаний и не откладывая на потом. Решительные инициаторы общения проявляют настойчивость в достижении целей и не сомневаются в правильности своего выбора, к тому же им не свойственно ориентироваться на чужое мнение.

В психологической литературе самостоятельность определяют как интегрированное свойство личности (К.А. Абульханова-Славская, А.В. Брушлинский, С.Л. Рубинштейн, А.И. Савенков, С.В. Чебровская) [Саава Л.И., 2022], волевое качество (В.А. Артемов, В.В. Богословский, Е.П. Ильин, А.Г. Ковалев, Н.Д. Левитов, В.И. Мясищев, Д.А. Циринг, М.В. Чумаков), регуляторное свойство

субъекта (Л.Г. Дикая, В.И. Моросанова, А.К. Осницкий) [Яковлева Ю.В., 2011], как комплексную характеристику субъекта, обуславливающую высокий уровень субъектности в концепции личностной беспомощности (Н.А. Батурин [2008], В.Г. Ромек [2022b]). Содержательными характеристиками этого феномена являются: компетентность, умелость, способность к инициативе и целеполаганию, произвольная саморегуляция, способность к свободному выбору и собственным интересам. Многими исследователями подчеркивается, что самостоятельность – это индивидуально- личностное качество, проявляющееся в субъектности, то есть в активной роли человека в процессах жизнедеятельности. Совокупность особенностей личности, которые определяют самостоятельность, позволяют ей успешно действовать во внешней среде и активно решать возникающие противоречия.

Согласно А.К. Осницкому, человек, обладающий самостоятельностью, способен эффективно и продуктивно справляться с задачами личностного самоопределения, планировать будущее и успешно достигать поставленные цели [Осницкий А.К., 2010]. Следовательно, субъект самопредъявления, обладающий самостоятельностью как индивидуальной опорой, в зависимости от ситуации способен отказаться от элементов идеальной модели, а, опираясь на личностные смыслы, моделировать и регулировать собственное поведение в межличностном взаимодействии, варьировать тактиками и стратегиями поведения, демонстрировать обширный набор коммуникативных программ с целью решения конкретных задач. Выбирая определенные стратегии поведения и маневрируя ими, он привлекает внимание и актуализирует интерес к своим личностным и/или профессиональным качествам в значимом пространстве взаимодействия.

Анализируя индивидуально-психологические свойства личности, необходимые для успешного самопредъявления, мы не можем обойти стороной такое важное качество, как активность. Известно, что оно является системообразующим в деятельностном подходе и объединяет многие другие особенности личности, большую часть которых мы уже прописали в данном параграфе. Проявление

активности личности невозможно без уверенного поведения и волевых качеств – решительности, выдержки, социальной смелости, инициативности и других. Активность является синтетическим свойством, которое включает в себя все перечисленные выше характеристики. Она рассматривается в качестве внутренней причины самодвижения деятельности и ее самовыражения (что связывает это индивидуальное психологическое свойство с самопредъявлением).

В трудах С.Л. Рубинштейна и психологов его научной школы (К.А. Абульханова-Славская, А.В. Брушлинский) активность считается неотъемлемой характеристикой субъекта, которая определяется через его способность к самоизменению, саморазвитию, самопредъявлением (прим. автора). Согласно А.А. Бодалеvu, понятие «активность в общении» в психологии осмысливается «как черта личности, которая проявляется в отношении человека к деятельности; состоянии готовности, стремлении к самостоятельной деятельности, качестве ее осуществления, выборе оптимальных путей для достижения цели» [Васюра С.А., 2015, С. 54]. Отечественный исследователь А.А. Волочков определяет активность как универсальный способ и меру взаимодействия, понимая под этим термином глобальные процессы, которые актуализируют развитие субъекта, его целостность и личностный рост [Волочков А.А., 2016]. В этой интерпретации активность соотносится с духовностью, формированием ценностей, смыслов существования. Если связать ее с процессом самопредъявления, то именно в ситуации самопредъявления, какой бы исход она не предполагала, происходит взросление коммуникатора, который приобретает не только опыт конструктивного взаимодействия, но и делает выводы экзистенциального порядка. Следовательно, активность в самопредъявлении может выражаться как способ взаимодействия инициатора общения с целевой аудиторией, средство его самоосуществления и самоактуализации. Безусловно, в процессе самопредъявления коммуникатор стремится занимать центральную позицию и транслировать собственную компетент-

ность, поэтому своевременное проявление таких качеств как активность и инициативность в установлении социальных контактов с партнерами по общению способствует эффективному самопредъявлению.

Активность как важное качество субъекта раскрывается и в направленности личности, которая достаточно подробно исследована в отечественной психологической литературе. Этот термин был введен С.Л. Рубинштейном, который под направленностью личности понимал динамическую совокупность потребностей, мотивов, установок, интересов, идеалов, которые существуют между собой в сложных связях и отношениях и выражаются в человеческой деятельности. По мысли ученого, она «выражается в многообразных, всё расширяющихся и обогащающихся тенденциях, которые служат источником многообразной и разносторонней деятельности» [Рубинштейн С.Л., 2007, С. 521].

В современной отечественной психологии сложилось особое направление, в котором направленность исследуется как отдельный феномен, играющий важную роль в становлении и формировании личности (Б.Г. Ананьев, Л.И. Божович, А.А. Бодалев, А.В. Иващенко, А.Г. Ковалев, Д.В. Колесов, Н.Д. Левитов, В.Н. Мясищев, К.К. Платонов, Д.И. Фельдштейн, А.И. Щербаков, В.А. Ядов и др.). Основные характеристики понятия «направленность» представлены в Таблице 6 Приложения 6.

Выделим наиболее интересные позиции авторов, которые можно соотнести с самопредъявлением. Например, понимание направленности как стиля жизни, вектора, жизненного плана, самоактуализации (Дж. Аткинсон, А. Адлер, П. Гилфорд, Д. Кац, Р. Кеттелл, К. Левин, А. Маслоу, К. Роджерс).

Анализ ведущих характеристик личности, среди которых выделяются ценностные ориентации, способность к регуляции деятельности, установки и механизмы, влияющие на устойчивость деятельности представлены в работах А.Г. Асмолова, С.Л. Братченко, А.Г. Ковалева. Направленность личности интерпретируется как иерархическая система мотивов, базовых потребностей, мотивационных идей, интересов, целей, установок, ценностей, отношений личности к

себе, другим, обществу, где отражается самосознание и социальная ответственность (Л.И. Божович, А.Н. Леонтьев, В.Н. Мясищев, Б.А. Сосновский, Д.И. Фельдштейн, П.М. Якобсон). Большинство ученых связывают направленность личности с межличностными отношениями, которая проявляется в стиле общения, одной из форм которого является диалог. Диалог определяется также как процесс, коммуникация, форма взаимодействия в общении. Он обладает такими характеристиками как субъективность, ситуативность, изменчивость и является одним из важных условий самопредъявления субъекта. Если сопоставить процессы диалога и самопредъявления, то можно сделать вывод о том, что функция диалога и самопредъявления одна и та же, поскольку и в первом, и во втором случае участвуют коммуникатор и реципиент. Поэтому невозможно рассматривать эти понятия в отрыве друг от друга, поскольку любой диалог подразумевает самопредъявление, а самопредъявление, в свою очередь, характеризуется асимметричностью, неравновесностью психологических позиций, что характерно для реального диалога [Дмитриева Л.Г., 2018; Прохоров А.О., 2020]. Коммуникатор изначально находится в ситуации диалога и диалогического взаимодействия как сложных процессов, далеко не всегда предсказуемых и результативных.

Рассмотрим более подробно диалогическую направленность личности в общении. Диалогическая направленность в отечественной и зарубежной психологии рассматривается в рамках диалогического общения (Б.С. Братусь, К. Роджерс, В. Франкл), в аспекте развития личности (А.А. Бодалев, С.Л. Братченко, Л.И. Габдулина, Л.Г. Дмитриева, Г.В. Дьяконов, Т.И. Сурьянинова), осмысленности своей жизни и своего будущего (Л.И. Габдуллина), доверия (Т.П. Скрипкина), рефлексии в процессе познания другого человека (Ю.В. Александрова) [Дмитриева Л.Г., 2018; Сурьянинова Т.И., 2021]. А.А. Бодалев вводит понятие «коммуникативное ядро», центром которого является диалогическая направленность субъекта. Специфика диалогической направленности, по мнению этого специалиста, состоит в восприятии и понимании людьми друг друга [Бодалев А.А., 2015]. С.Л. Братченко определяет направленность личности в общении как

совокупность осознанных личностных смысловых установок и ценностных ориентаций, включающую представления о смысле общения, его целях, средствах, желательных и допустимых способах поведения [Братченко С.Л., 2001]. Ученый разработал концепцию основных видов направленности личности в общении. Среди них: 1) альтероцентристская направленность – это сосредоточенность на собеседнике, его потребностях, целях общения и добровольный отказ от своих интересов и намерений; 2) авторитарная направленность выражается в доминировании над личностью собеседника, в стремлении подавить его и подчинить себе, в требовании склонить к принятию собственной позиции; 3) манипулятивная направленность выражается в использовании собеседника для своих целей, отношении к собеседнику как к объекту манипуляций, проявление скрытности и неискренности; 4) конформная направленность выражается в готовности к компромиссам, уклонении от спорных и конфликтных вопросов; 5) индифферентная направленность проявляется в формальном общении; 6) диалогическая направленность проявляется во взаимопонимании, доверии, конгруэнтности и сотрудничестве [Братченко С.Л., 2001]. По мнению И.В. Янченко, диалогическая направленность является особым свойством личности, характеризующим ее интеллектуальную, эмоциональную и поведенческую способность к выстраиванию диалога в общении [Янченко И.В., 2006]. С.В. Духновский считает, что диалогическая направленность в общении является характеристикой, в которой проявляется стремление видеть и учитывать уникальность своего партнера. Показателями диалогичности выступают самоценность (сближение интеракционных чувств) и конструктивность (достижение совместных целей) отношений [Духновский С.В., 2018]. Согласно Л.Г. Дмитриевой, в диалогической направленности создается и выражается собственная жизненная позиция субъекта благодаря его установкам, личностным смыслам, мировоззрению, ценностным ориентациям [Дмитриева Л.Г., 2020].

Если говорить о диалогической направленности личности в общении в контексте самопредъявления, надо понимать, что это не сам диалог, а направленность на диалог, причем ориентированная на диалог в реальных условиях, которые могут быть самыми разными. Участники с диалогической направленностью в общении открыто самовыражаются и заявляют о своих намерениях и целях общения [Арпентьева М.Р., 2018]. По нашему мнению, диалог – это вербальная деятельность, осуществляемая в контексте значимых для субъекта ситуаций, среди которых самопредъявление является наиболее сложным процессом. Коммуникатор, который стремится к диалогу, не всегда получает адекватную обратную связь от реципиента в силу разных обстоятельств. Причины, которые могут повлиять на эффективность самопредъявления, связываются как с самой личностью, так и с ситуацией самоподачи. В любом случае, даже в самом сложном, коммуникатор должен стремиться к диалогу, быть направленным на него, чтобы достичь заданного результата (успеха). Поэтому направленность на диалог со стороны коммуникатора является важным условием, способствующим успешности самопредъявления, связанным с рефлексивными процессами, которые активно работают в режиме здесь и сейчас, т.е. коммуникатор должен постоянно находиться в рефлексивном процессе, который бы способствовал достижению результата, используя в качестве средства общения диалог.

Таким образом, отметим, что в основе диалогической направленности личности в общении лежит диалог, представляющий собой ситуативный процесс, в котором личность является активной, действующей, ассертивной, располагает достаточными ресурсами для самораскрытия и самопредъявления. При этом все ее действия осознанны, осмысленны, целенаправленны, могут варьироваться в зависимости от ситуации самопредъявления. В большей степени субъект диалога проявляет себя в речевом общении, но при этом наблюдается и невербальная коммуникация. Иными словами, мы можем говорить о синтезе этих видов общения, в котором реализуется диалог и раскрывается личность.

Подводя итог теоретическому анализу, приходим к следующим выводам.

Важнейшее свойство личности, с которым связаны все этапы самопредъявления – рефлексивность, которая способствует осмыслению собственных поступков, эффективному усвоению, углублению и переработке социального опыта. Психологи разводят понятия «рефлексия» и «рефлексивность». Рефлексия является процессом познания себя, в то время как рефлексивность считается свойством (качеством) личности. Рефлексия сопровождает процесс самопрезентации от его начала до завершения (оценки результатов). Рефлексивность позволяет коммуникатору дифференцировать наиболее соответствующие его индивидуальности способы саморегуляции, без которых дальнейшее движение к цели самопредъявления практически не является возможным. По мысли Л.В. Капитоновой, рефлексия отражает изучение, обдумывание чего-либо, а рефлексивность – способность [Капитонова Л.В., 2021].

Еще одно значимое индивидуально-психологическое свойство личности, востребованное в самопредъявлении – осознанная саморегуляция, которая позволяет выстраивать гармоничные отношения с окружающими людьми, регулировать и управлять собственным поведением в различных ситуациях взаимодействия. Выделяются стили саморегуляции (планирование, программирование, моделирование, оценивание результатов, гибкость, самостоятельность), которые так или иначе влияют на стратегии самопредъявления и его успешность.

Важнейшую роль в успехе самопредъявления играет мотив аффилиации, с помощью которого в самопредъявлении выстраиваются доброжелательные отношения, существенно влияющие на достижение цели. Выделяются типы мотивации общения, в которых определяются уровни потребности в аффилиации. В мотиве аффилиации выделяют две стороны, одна связывается со стремлением к принятию, а другая – со страхом отвержения, которые в ситуации самопредъявления в случае неудачи могут быть актуализированы.

Особое место в процессе самопредъявления занимают уверенность в себе, социальная смелость и волевые качества. Уверенность в себе представляет собой

способность человека открыто заявлять о своих потребностях и при этом добиваться их осуществления. Социальная смелость предполагает способность открыто защищать свои интересы в обществе, адекватно выражать свою позицию, ориентироваться на собственную систему ценностей и мнений, при этом не прибегая к проявлению агрессии. Не менее важное качество субъекта самопредъявления – инициатива в социальных контактах, которая заключается в способности личности к инициативе, самостоятельным начинаниям, активности, предприимчивости и готовности к контактам с окружающими.

Гарантом успешного самопредъявления являются волевые качества: выдержка, решительность и самостоятельность. Выдержка помогает преодолевать сложные ситуации, не «включаться» в них эмоционально, не выражать негативное отношение к партнерам по общению, с которыми расходятся взгляды и убеждения. Обладание решительностью особенно в сложных ситуациях способствует своевременному принятию рациональных решений в неоднозначных, а порой и сложных ситуациях, что актуально для презентующего себя субъекта. У решительного человека борьба мотивов, как правило, завершается реализацией решения. Субъект самопредъявления, обладающий самостоятельностью, способен моделировать и регулировать собственное поведение в межличностном взаимодействии, варьировать тактики и стратегии самопрезентации относительно независимо от мнения и оценочных стереотипов окружающих. Этот феномен проявляется в постановке целей, принятии решения, саморегуляции, выстраивании межличностных отношений с окружающими людьми.

Все эти качества, так или иначе, включаются в понятие активности личности, в котором, наряду с перечисленными выше особенностями, значимую роль играют волевые процессы.

Активность в самопредъявлении – это способ взаимодействия инициатора общения с целевой аудиторией, самопредъявление – стремление занять центральную позицию и взять на себя инициативу в установлении социальных контактов для достижения целей самопрезентации.

Большинство исследователей интерпретируют направленность личности в общении в ракурсе совокупности осознанных смысловых установок и ценностных ориентаций, а также представлений о смысле, целях, средствах, способах общения. Выделяют следующие виды направленности личности в общении: альтероцентристская, авторитарная, манипулятивная, конформная, индифферентная, диалогическая.

Особое место занимает диалогическая направленность, которая характеризуется изначальной способностью человека к диалогу, доверию, рефлексии и другими качествами. Специфика диалогической направленности состоит в адекватности восприятия и понимания партнеров по общению. В целом, диалогическая направленность – это особое свойство личности, характеризующееся интеллектуальной, эмоциональной и поведенческой способностью к диалогическому общению.

1.4. Теоретическое обоснование модели самопредъявления в межличностных отношениях

В соответствии с процессуально-содержательным подходом феномен самопредъявления может интерпретироваться и как целостное представление, имеющее собственную структуру, и как процесс, состоящий из определенных этапов его реализации в межличностных отношениях. Мотивационный подход позволяет понять, насколько коммуникатор осознает и принимает собственные мотивы, цели и степень возможного самораскрытия в ситуации взаимодействия. Опираясь на этот подход, считаем необходимым рассматривать мотивационную составляющую ситуационно-индивидуальных характеристик, которые влияют на эффективность форм подачи себя и позволяют реализовывать выбранные стратегии и тактики с целью воздействия на партнеров (реципиентов) по взаимодействию.

Системное обобщение имеющихся психологических моделей (В.А. Ганзен, В.Г. Зазыкин, Б.Ф. Ломов, В.С. Мерлин, В.Д. Шадриков) дает возможность

целостно и структурировано представить предмет исследования. В процессе анализа самопредъявления как психологического конструкта мы опирались на требования психологического моделирования, в соответствии с которыми выделяются следующие стадии: 1) концептуально-теоретическая, 2) содержательно-логическая, 3) инструментально-методическая, 4) формально-математическая, 5) интерпретационно-прогностическая [Носс И.Н., Ковалева М.Е., 2019]. Разрабатывая модель самопредъявления, мы основывались на перечисленных выше требованиях к стадиям психологического моделирования.

На первой (концептуально-теоретической) стадии была сформулирована гипотеза, в которой предположили, что если самопредъявление как психологический конструкт содержит совокупность личностных характеристик (уверенность в себе, волевые качества), личностных свойств (рефлексия, саморегуляция, мотив в аффилиации, диалогичность как направленность межличностных отношений), то последовательность этапов реализации самопредъявления будет определяться степенью выраженности взаимосвязи и наличием факторов, обеспечивающих стратегии самопредъявления в системе межличностных отношений.

На второй (содержательно-логической) стадии были определены и раскрыты содержательные характеристики показателей (индивидуально-психологические свойства личности), этапы и структурные компоненты модели. На основе интеграции теоретических источников было сформулировано определение понятия «самопредъявление личности в межличностных отношениях», представляющее собой сложный психологический конструкт, включающий стратегии, тактики и их рефлексию относительно процессуально-содержательных характеристик ситуации взаимодействия, опосредующийся индивидуально-личностными особенностями партнеров, в зависимости от целей и специфики взаимодействия демонстрирующий соответствующий образ для произведения нужного впечатления на окружающих. При этом стратегии самопредъявления будут

определяться субъективной осознаваемостью собственных возможностей и выбираемых мотивов-ценностей взаимодействия. Тактики зависят от стратегий самопредъявления, в соответствии с которыми осуществляется выбор средств и приемов поведения. Эта стадия разработки модели (также, как и другие) зависит от того, насколько коммуникатор (субъект) способен к рефлексии. В ситуации самопредъявления рефлексия связывается с самооцениванием личностью возможностей и перспектив эффективности выстраиваемых межличностных отношений.

На третьей стадии (инструментально-методической) осуществлялся подбор методов исследования, психодиагностического инструментария и способов статистической проверки, благодаря которым можно достоверно измерить изучаемый феномен.

На четвертой стадии (формально-математической) осуществлялась проверка гипотезы на основе результатов эксплораторного и конфирматорного факторного анализа. Качество составленной модели определялось согласно индексам соответствия: CFI (comparative fit index) – сравнительный критерий согласия ($0 < CFI \leq 1$); TLI (Tucker-Lewis index) – индекс Такера-Льюиса ($0 < CFI \leq 1$ TLI); RMSEA (Root mean-square error of approximation) – квадратный корень среднеквадратической ошибки аппроксимации ($0 < RMSEA \leq 1$); SRMR (Standardized Root mean square residual) – стандартизированный корень среднего квадратного остатка. Данный показатель варьируется в пределах от 0 до 1. Приемлемыми считаются значения SRMR $< 0,08$ [Brown T., 2015]; RMSEA $< 0,06$ до $0,08$ с 90% CI и SRMR $\leq 0,08$; TLI и NFI $\geq 0,95$; CFI $\geq 0,95$ [Hu L., Bentler P.M., 1999]; значения χ^2 – стремящиеся к нулю [Gatignon H., 2010].

На пятой стадии (интерпретационно-прогностической) осуществлялась оценка результатов на основе показателей и критериев эффективности самопредъявления, подтверждающих гипотезу исследования.

Как отмечают ученые, сконструированная модель дает возможность анализировать как собственный внутренний мир (приписывать мысли, намерения,

эмоции, знания), так и других людей (прогнозировать поведение). При этом ментальные состояния могут соответствовать и не соответствовать реальной действительности, так как «люди могут верить в то и ожидать того, что не является верным» [Сергиенко Е.А. и др., 2020, С.14].

Как правило, моделью называют упрощенный знаковый образ какого-либо объекта или системы объектов, используемых в качестве их «заменителя» [Александрова Р.А. и др., 2021]. Модель содержит структурные элементы и свойства оригинала, основывается на психологических категориях «образ» или «представление» [Костромина С.Н., 2020].

Под моделью самопредъявления в межличностных отношениях мы понимаем целенаправленную, регулируемую сознанием субъекта активность, в процессе которой осуществляется достижение поставленных целей, удовлетворение ментальных потребностей и усвоение социального опыта.

Разработанная на основе принципов системного подхода модель самопредъявления позволяет рассмотреть этот феномен как целостную систему, целостность которой обеспечивается на основе взаимодействия определенных компонентов. Самопредъявление в разрабатываемой модели представляется как в большей степени упорядоченный завершённый процесс, что позволяет представить целостную картину этого феномена, выявить горизонтальные и вертикальные связи, на основе которых получена оправданная в логическом и системном планах структура, а также особенности ее функционирования на каждом из выделенных нами этапах (подготовительно-организационного, процессуально-операционного и процессуально-результативного). Каждый этап характеризуется определенным компонентным составом, устойчивой комбинацией факторов, индивидуальными характеристиками личности, стилями саморегуляции, направленностью в общении, стратегиями самопредъявления, составляющими основу уверенного поведения.

В рамках процессуально-результативного подхода самопредъявление как феномен межличностных отношений можем охарактеризовать следующими обобщенными показателями:

1. Осознанность целей, мотивов, средств и условий, оценивание уровня собственных возможностей, отношение к ситуации самопредъявления (подготовительно-организационный этап).

2. Способы реализации самопрезентации: выбор стратегий и тактик (процессуально-деятельностный этап).

3. Совокупность личностных свойств: рефлексивность, диалогичность, моделирование, гибкость, выдержка, решительность, инициативность, самостоятельность, уверенность в себе, социальная смелость, которые могут оказывать влияние на процесс самопредъявления (индивидуально-личностный этап).

4. Способность к рефлексии (оценочно-результативный этап).

В качестве показателей эффективности реализации модели самопредъявления рассматриваются: удовлетворение потребности в аффилиации; саморегуляция; гибкость; моделирование; реализация диалогичности общения; проявление ассертивности поведения; демонстрация собственной компетентности в процессе самопрезентации.

Учитывая, что процесс самопредъявления является сложным и в полной мере недоступным для эмпирического исследования, изучить его представляется возможным на феноменальном уровне, посредством отслеживания определенных индивидуально-психологических свойств, которые способствуют эффективному преподнесению себя в значимых ситуациях.

В целом ряде исследований по проблеме самопрезентации/самопредъявления акцентируется внимание на таких личностных особенностях, как самомониторинг (рефлексия), гибкость, уверенность в себе, владение всем спектром стратегии самопредъявления, эмпатия и других (И.А. Журавлева [2012]; О.А. Пикулева [2023]; Н.А. Федорова [2007]; В.В. Хороших [2001]; И.П. Шкуратова

[2009]). В этой связи были определены индивидуально-психологические свойства, позволяющие личности достаточно полно придерживаться ментальной модели и поступать согласно идеальным представлениям в соответствии со смысловыми ориентациями, либо переходить на ситуативно-деятельностный уровень, используя широкий спектр тактик и стратегий. Наиболее востребованными свойствами в самопредъявлении личности мы считаем следующие:

– рефлексивность, которая способствует осмыслению собственных поступков, эффективному усвоению, углублению и переработке социального опыта, что позволяет коммуникатору дифференцировать наиболее соответствующие его индивидуальности способы саморегуляции, без которых движение к цели самопредъявления практически невозможно;

– осознанная саморегуляция, благодаря которой возможно управлять собственным поведением и корректировать его в зависимости от изменившихся обстоятельств;

– потребность в аффилиации, с помощью которой в самопредъявлении выстраиваются доброжелательные отношения, существенно влияющие на достижение цели. В мотиве аффилиации выделяют две стороны: стремление к принятию и страх отвержения, которые могут быть актуализированы в случае неудачи в ситуации самопредъявления.

– направленность в общении, которая представляет собой комплекс ценностно-смысловой сферы личности, включающий в себя цели и средства общения, способы поведения в межличностных отношениях;

– уверенность в себе, социальная смелость, инициативность в социальных контактах – все эти качества представляют собой способность человека открыто заявлять о своих потребностях, добиваться целей, защищать свои интересы, выражать свою позицию, проявлять активность, ориентироваться на собственную систему ценностей, при этом не прибегая к агрессии;

– волевые качества личности (выдержка, решительность), направленные на преодоление сложных ситуаций, оперативное принятие решений, регуляцию поведения, варьирование стратегий и тактик, что актуально для субъекта самопредъявления;

– активность в самопредъявлении, под которой понимается способ взаимодействия инициатора общения с целевой аудиторией, стремление занять центральную позицию и взять на себя инициативу в установлении социальных контактов для достижения целей самопрезентации.

Наличие перечисленных выше свойств позволит субъекту самопредъявления создать адекватный ситуации образ и выбрать необходимые стратегии для достижения поставленных целей. В свою очередь, это даст возможность в последующих взаимодействиях создавать соответствующий образ и выбирать необходимые стратегии и тактики поведения для достижения поставленных целей: познакомиться с определенным человеком или группой людей, развить отношения, самоутвердиться, выступить перед аудиторией, пройти собеседование, решить профессиональные задачи и так далее.

Стоит отметить, что феномен самопредъявления служит инструментом самопознания, самопонимания и самопринятия, поскольку, осмысливая себя и оценивая результаты собственных действий, человек формирует эмоциональное отношение к себе, а также представление о собственных способностях и возможностях, что в результате определяет его самооценку и регуляцию поведения в значимых ситуациях, а также позволяет осмыслить личностную идентификацию. Среди выделенных нами индивидуально-личностных свойств, опосредованных ситуацией самопредъявления, значимым и связанным со всеми другими свойствами является рефлексия. Она является основным механизмом построения дорожной карты самопрезентации и представляет собой ментальные репрезентации того, «как человек воспринимает, понимает и объясняет происходящее» [Холдная М.А., 2023, С. 296]. Образы и представления в исследованиях, посвящен-

ных рефлексии и мышлению (напомним, что рефлексия являлась значимым основанием для выделения этапов самопредъявления в нашей модели), принято называть ментальными моделями, которые относят к внутренним личностным феноменам [Тоффлер Э., 2002]. При формировании моделей человек, как правило, в зависимости от индивидуальных смыслов, убеждений и ценностей, удовлетворения различных потребностей, способности адаптироваться к особенностям ситуации, собственных возможностей, целенаправленно собирает информацию о возможной ситуации, затем обобщает ее и представляет для себя в понятной и доступной форме. В результате формируется конкретная программа как собственных действий, так и реакции на действия других людей.

Часто люди не достигают поставленных целей из-за того, что оказываются не подготовленными к предстоящей ситуации взаимодействия. Согласно Р. Чалдини, если человек оказывается не подготовленным к ситуации, то он чувствует себя неудовлетворенным и неуспешным [Чалдини Р., 2022]. Наша модель позволяет субъекту прогнозировать эффективные стратегии и тактики, а также способы саморегуляции. В зависимости от собственных индивидуально-психологических особенностей – выстраивать предстоящее поведение или общение в ментальных образах конструирования действий, необходимых для достижения результата. Мы полагаем, что, создавая ментальные модели поведения, направленные на предъявление себя в межличностных отношениях, человек способен выстроить определенную картину, идеальную модель о конкретной ситуации взаимодействия, в которой самопредъявление будет продуктивным, а это значит, что в планируемых тактиках и стратегиях поведения субъектом будут учтены собственные индивидуально-психологические особенности. Выстроенная субъектом идеальная модель, даже в случае некоторых ошибок, совершенных им в процессе самопрезентации, позволит ему достичь поставленных целей. При этом связующим звеном между реальной и идеальной моделями самопредъявления являются личностные смыслы, мотивы и ценности, поскольку они выражают отношение человека к себе, к миру, к собственной деятельности и выполняют

функцию регуляции этих отношений. Стоит отметить, что личностные смыслы и ценности у всех людей различны. Одни и те же явления могут иметь субъективный личностный смысл для каждого человека и собственную ценность, поэтому выявить общие для всех крайне сложно. Следовательно, включать в ментальную презентацию определенный набор ценностных ориентаций в качестве универсальных не целесообразно.

Мы солидарны с мнением А. Бандуры, согласно которому в процессе моделирования у коммуникатора создается когнитивный образ определенных действий, на который он в дальнейшем ориентируется. В качестве способов моделирования автор предложил использовать имитацию и идентификацию [Хьелл Л., Зиглер Д., 2022]. В первом случае имитативные реакции вызываются при помощи непосредственных действий модели. Во втором случае, благодаря внутренним представлениям, происходит присвоение и воспроизведение паттернов поведения, что является сущностной характеристикой самопредъявления и результатом рефлексии, способствующей идентификации (прим. автора).

Таким образом, на основе анализа научных психологических исследований самопредъявления мы пришли к выводу, что этот феномен является сложным структурным многоаспектным образованием. Разработанная нами (в процессе анализа этих исследований) модель самопредъявления в межличностных отношениях состоит из последовательных этапов, в каждом из которых реализуются определенные индивидуально-психологические особенности, направленность в общении и стратегии поведения. Предложенная модель позволяет определить совокупность диагностируемых свойств личности (способность к рефлексивности, осознанной саморегуляции поведения, диалогичности, уверенности в себе, выдержке и инициативности), а также доминирующие стратегии поведения, относящиеся к каждому этапу самопредъявления.

Практическая значимость модели самопредъявления в межличностных отношениях как психологического конструкта заключается в том, что выделенные в ней структурные компоненты и их показатели дают возможность дополнить

имеющийся психодиагностический инструментарий, с помощью которого проводились бы дальнейшие исследования самопредъявления личности как перспективного направления в психологии личности. Самопредъявление как психологический конструкт востребован в различных ситуациях межличностных отношений (деловой, профессиональной, учебной сферах, в личностных контактах).

Выводы по Главе 1

На основе анализа имеющихся на сегодняшний день психологических источников по проблеме самопредъявления, были сделаны следующие выводы.

1. Исследования феномена «самопредъявление» имеют достаточно долгую историю. Первые классификации появляются в конце XIX столетия в зарубежных психологических источниках. По мнению ученых, основная задача самопредъявления личности заключается в создании необходимого собственного образа для целевой аудитории. При этом зарубежные исследователи считают корректным вместо понятия «самопредъявление» употреблять термин «управление впечатлением». Понятие «самопредъявление» в отечественной психологии рассматривается исходя из традиций зарубежных исследователей и включает в себя ряд синонимов: самоподача, самораскрытие, самопрезентация, самовыражение. В некоторых отечественных работах самопредъявление исследуется как средство самовыражения образа субъекта; способ манипулятивного поведения или психологического влияния; действия, направленные на создание имиджа; форма личностной активности; личностные и возрастные особенности; коммуникативный процесс восприятия и понимания человека человеком. Отметим, что дословного понимания термина «самопредъявление», которое принято в отечественной традиции, в зарубежных исследованиях не существует, в связи с чем вполне корректным является употребление терминов самопредъявления/самопрезентации как идентичных.

2. Неотъемлемой составляющей самопредъявления являются межличностные отношения, которые опосредуются содержанием, целями, ценностями и организацией совместной деятельности в процессе взаимодействия субъектов в значимых для них условиях. Трудность заключается в том, что процесс самопредъявления не всегда происходит на базе уже сложившихся межличностных отношений между коммуникатором и реципиентом. Чаще всего они складываются в режиме «здесь и сейчас». Существует связь между отражением, общением и отношением, способствующая обращению партнера к другому в ходе контакта. Для того, чтобы обращение к собеседнику было продуктивным, необходимо обладать вербальной компетентностью и компетентностью в общении, что является важным требованием к ситуации самопредъявления и ею диктуется. Значимую роль в этих взаимодействиях играют индивидуально-психологические особенности субъектов. Грамотное самопредъявление может стать гарантом продуктивных межличностных отношений, но для этого необходимо владение коммуникатором адекватными ситуации взаимодействия стратегиями и тактиками. В трудах зарубежных исследователей стратегии самопрезентации описываются с точки зрения демонстративного поведения, цель которого заключается в создании у партнера по общению определенного впечатления о коммуникаторе. Большинство отечественных исследований ориентировано на использование уже известных зарубежных подходов, которые адаптируются для российской выборки. Самопредъявление осуществляется через овладение различными стратегиями и тактиками. Выбор стратегий определяется индивидуально-психологическими особенностями, целями самопрезентации в зависимости от ситуаций взаимодействия. При этом следует отметить, что в межличностных отношениях те или иные стратегии, тактики и техники самопредъявления используются в зависимости от того, что является определяющим фактором: либо интуитивное поведение, либо осознанное, которое опирается на контроль и способность подстраиваться под ожидания партнеров по взаимодействию.

3. Успешность самопредъявления в значительной степени обусловлена индивидуально-психологическими свойствами личности, которые участвуют в представлении себя коммуникатором. Среди них можно выделить рефлексивность, мотив аффилиации, осознанную саморегуляцию, направленность личности в общении, уверенность в себе, волевые качества (решительность, выдержка) и другие. Все перечисленные свойства связываются и сопровождаются важнейшим из них – рефлексивностью, что позволяет коммуникатору регулировать процесс самопредъявления от его начала до завершения (оценки результатов). Не менее важную роль в успехе самопредъявления играет мотив аффилиации, благодаря которому коммуникатор выстраивает доброжелательные отношения, что существенно влияет на достижение цели самопрезентации. Значимым свойством является уверенность в себе, которое помогает субъекту/коммуникатору быть раскованным, диалогичным, открытым. Еще одно важное свойство – активность, которая раскрывает субъектность коммуникатора, или способность достигать цели и быть успешным в самопредъявлении.

4. Модель самопредъявления в межличностных отношениях состоит из последовательных этапов, в каждом из которых реализуются определенные индивидуально-психологические особенности, направленность в общении и стратегии поведения.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭМПИРИЧЕСКИХ ДАННЫХ САМОПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КОНСТРУКТА В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

2.1. Постановка проблемы, цель, задачи, организация исследования

В данной главе представлено обоснование дизайна эмпирического исследования, описание выборки, методик, способов анализа и обработки полученных результатов. Исследование выполнено на основе системно-структурного подхода, в соответствии с которым объект исследования представляется как целостный комплекс взаимодействующих между собой элементов. В процессе теоретического анализа рассмотрены концепции самопредъявления, что позволило создать определенную логику исследования и интерпретировать феномен самопредъявления в межличностных отношениях как психологический конструкт, характеризующийся субъективной осознаваемостью, значимостью и умением им управлять в процессе самомониторинга (в зависимости от совокупности и разной степени выраженности устойчивых индивидуально-психологических свойств субъекта, рассматриваемых в диссертационном исследовании в качестве целостного качества субъекта самопредъявления).

Определяя самопредъявление как психологический конструкт, мы опираемся на формулировки С.Г. Головиной и И.М. Кондакова, в которых конструкт представлен как сложное иерархическое образование с определенной структурой и функциями, объясняющий внешние наблюдаемые явления и обладающий закономерными, причинно-обусловленными сущностными характеристиками [Головина С.Г. и др., 2018; Кондаков И.М., 2022]. Разработанная нами модель самопредъявления в межличностных отношениях соответствует этому определению, так как внешне наблюдаемое явление в данном контексте – это самопредъявление, структурное содержание которого отражено в заявленной модели и выявляет закономерности и ненаблюдаемые факторы, которые лежат в основе сущностных характеристик исследуемого конструкта.

Дизайн исследования позволил получить эмпирические результаты по возрастному и половому признакам, а также выраженности индивидуально-психологических особенностей субъектов в ситуациях самопредъявления (рефлексивность, осознанная саморегуляция, потребность в аффилиации, направленность в общении, уверенность в себе, социальная смелость, инициативность в социальных контактах), волевые качества личности (инициативность, выдержка, решительность), активность в самопредъявлении и предпочитаемые стратегии (инграция, самопродвижение, вариативность поведения), факторы, на основе которых выявлено психологическое содержание самопредъявления. Анализ и систематизация эмпирических данных дали возможность с помощью полученных результатов представить целостную картину самопредъявления как психологического конструкта в межличностных отношениях и разработать на этой основе ее модель.

Цель исследования – теоретически обосновать и эмпирически исследовать самопредъявление как психологический конструкт, определяющий субъективную эффективность межличностных отношений.

Достижение поставленной цели и проверка выдвигаемых гипотез конкретизируется в следующих теоретических и эмпирических задачах.

Задачи исследования:

1. На основе логико-исторического и формально-логического анализа систематизировать подходы и специфику изучения самопредъявления, осуществить анализ стратегий и тактик самопредъявления в межличностных отношениях.
2. Выделить индивидуально-психологические свойства личности, опосредующие ситуацию самопредъявления.
3. Систематизировать и обобщить результаты сравнительного анализа у испытуемых с низким и высоким уровнем выраженности личностных характеристик и стратегий самопредъявления.

4. Определить доминирующие стратегии самопредъявления у испытуемых в зависимости от половых и возрастных признаков.

5. Установить взаимосвязи между личностными характеристиками и стратегиями самопредъявления в межличностных отношениях.

6. Разработать модель самопредъявления в межличностных отношениях.

7. Определить специфику структуры (этапы, компонентный состав, выраженность индивидуально-психологических свойств) самопредъявления.

Гипотезы исследования.

1. Феномен самопредъявления может интерпретироваться и как целостное представление, имеющее собственную структуру, и как процесс, состоящий из определенных этапов его реализации в межличностных отношениях.

При этом может быть разработана модель самопредъявления в межличностных отношениях.

2. Совокупность личностных характеристик (способность к рефлексии, саморегуляция, мотивы аффилиации, диалогичность, уверенность в себе, регулятивно-волевые качества), а также поставленных целей обуславливает самопредъявление как сложный конструкт.

Полученные данные проверялись на соответствие закону нормального распределения, анализировалась внутренняя согласованность измерительных шкал методик с применением коэффициента альфа Кронбаха, рассчитывались показатели описательной статистики, сравнивалась выраженность измеряемых признаков с помощью U-критерия Манна-Уитни, проводились корреляционный (Спирмена), эксплораторный и конфирматорный факторные анализы. При статистической обработке применялись непараметрические методы. Общее количество измерительных шкал использованных психодиагностических методик составило 35.

Далее представим методы и методики исследования. С целью изучения существенных особенностей самопредъявления как психологического конструкта,

определяющих субъективную эффективность в структуре социального взаимодействия, использовались следующие психодиагностические методики, которых представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Методики, использованные в исследовании

№ п/п	Методики	Цель	Предназначение
1.	Методика диагностики уровня рефлексивности (А.В. Карпов) [Карпов А.В., 2003]	Исследование выраженности уровня рефлексивности	Позволяет определить индивидуальную меру выраженности рефлексивности в самопредъявлении и дифференцировать испытуемых по категориям: низкорефлексивные и высокорефлексивные
2.	Опросник «Стиль саморегуляции поведения – ССП- 98» (В.И. Моросанова) [Моросанова В.И., 2020]	Определение индивидуального профиля в саморегуляции личности	Диагностирует саморегуляцию и ее стили на разных этапах самопредъявления
3.	Методика «Диагностика мотивов аффилиации» (А. Мехрабиан) [по кн.: Фетискин Н.П. и др., 2002]	Выявление мотивов в аффилиации	Устанавливает мотивы аффилиации: стремление к принятию (СП) и страх отвержения другими людьми (СО) в ситуациях самопредъявления
4.	Методика «Направленность личности в общении» (С.Л. Братченко) [Братченко С.Л., 2001]	Исследование направленности личности в общении	Определяет доминирующий вид направленности личности в общении
5.	Тест «Уверенности в себе» (В.Г. Ромек) [Ромек В.Г., 2008]	Определение уверенности в себе, социальной смелости и инициативности в контактах	Позволяет выявить общую уверенность в себе, социальную смелость, инициативу в социальных контактах и ситуациях самопредъявления
6.	Опросник «Волевые качества личности» (М.В. Чумаков) [Чумаков М.В., 2023]	Выявление волевых качеств личности	Определяет выраженность волевых качеств личности в самопредъявлении
7.	Опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова) [Шкуратова И.П., 2009]	Установление предпочитаемых стратегий самопредъявления	Выявляет стили самопредъявления в межличностных отношениях

Тексты методик представлены в Приложении 10.

Организация исследования. Исследование проводилось на базе ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий».

Характеристика выборки. Всего в исследовании приняли участие 385 человек, из которых 303 человека (126 юношей и 177 девушек) в возрасте от 18 до 22 лет и 82 человека (46 мужчин и 36 женщин) в возрасте от 25 до 36 лет. Все участники исследования проживают в г. Уфе. Репрезентативность выборки обеспечивалась представленностью в ней испытуемых различного пола и достаточным для стандартизации количеством испытуемых.

Согласно цели исследования, выборка испытуемых состояла из двух возрастных групп. В первую группу вошли респонденты в возрасте 18-22 лет, вторую группу составили участники исследования в возрасте 25-36 лет. Первая группа представлена студентами высшей школы, поскольку студенческий возраст характеризуется такими особенностями, как профессиональное и личностное самоопределение с последующим самоутверждением себя в выбранной профессии. Особенно напряженными в этом возрасте являются поиски смысла жизни, места в этом мире, что связывается с внутриличностными конфликтами, возникающими трудностями в межличностных отношениях. Принято считать, что эти процессы происходят достаточно бурно и соотносятся с поиском собственных позиций и мировоззренческих установок. Однако, юношеский возраст может отличаться некоторой гетерохронностью, так как не всегда представители этой возрастной группы активно себя проявляют, а также иногда склонны к открытым конфликтам. Считаем, что изменившаяся ситуация общественного развития, связанная с информатизацией и цифровизацией, способствует выделению других категорий юношей, которым не свойственны романтические порывы, они ведут упорядоченный, спокойный образ жизни, особо не нуждаются в активных межличностных контактах, а в большей степени заинтересованы в интернет-среде, чем в реальном общении со сверстниками. Полагаем это вполне приемлемым, так как в данном случае мы говорим не об интернет-зависимости, а о том,

как меняют образ жизни юноши новые явления, связанные с цифровизацией. Несмотря на различия в поведенческих характеристиках в этом возрасте, в целом юноши стремятся к автономности, независимости, осознают, что им предстоит самоопределиться в будущей профессиональной деятельности, поэтому в их поведении можно выделить стремление к самостоятельности, вариативности поведения. При этом процессы рефлексии выражены слабее, чем у взрослых, что свидетельствует о трудностях в самопознании, некоторой непоследовательности в поступках, недостаточной ответственности и импульсивности.

Констатируем, что самопредъявление в этом возрасте имеет свои особенности, связанные с началом обучения в вузе, становления профессиональной карьеры, а также в межличностных отношениях. Во всех этих сферах, в той или иной степени, студенты могут чувствовать неуверенность в себе, испытывать психологические барьеры в коммуникациях, а также трудности во взаимодействиях. Стоит отметить, что содержательные характеристики самопредъявления студентов за время обучения в вузе меняются. Для студентов первых лет обучения, когда происходит процесс адаптации к высшей школе, самопредъявление является сложным инструментом для раскрытия себя, своих возможностей. Благодаря успешному прохождению этапа самопрезентации во время знакомства со студенческой группой и преподавателями, студент встраивается в вузовскую жизнь, он способен соответствовать требованиям вуза и преодолевать трудности адаптации, связанные с обучением. В этот период помимо учебных достижений большое значение приобретает установление контактов с одногруппниками и преподавателями, а также определение собственного статуса, что требует наличие коммуникативных навыков и владение разнообразными поведенческими стратегиями. На следующих курсах у студентов формируются их культурные потребности, развиваются необходимые для будущей профессии навыки. Во время прохождения различных практик появляется возможность освоить новую социальную роль, а также оценить собственный потенциал и соответствие своих лич-

ностных качеств выбранной профессии. В этом случае качество самопредъявления зависит в большей степени от достижений в учебе и умения качественно продемонстрировать полученные знания и сформированные компетенции. На старших курсах навыки эффективного самопредъявления необходимы, прежде всего, при защите выпускной квалификационной работы, поскольку немаловажное значение в этом процессе имеет грамотная самоподача и умение произвести впечатление на целевую аудиторию, а именно на членов аттестационной комиссии. Как правило, после окончания обучения выпускники вузов начинают устраиваться на работу, участвовать в различных собеседованиях, поэтому не вызывает сомнения, что навыки эффективного самопредъявления на первичном интервью имеют для соискателей решающее значение.

Вторая группа респондентов состоит из представителей средней взрослости. Стадия средней взрослости (молодости) характеризуется уже сложившейся ответственностью за принятие решений в различных видах деятельности и возможностью включения во все формы социальной активности. На этом этапе выстраивается жизненная стратегия (стиль жизни), продолжается либо завершается процесс профессионального образования. Новообразование данного возрастного диапазона – продуктивность (эффективность в достижении поставленных задач, получение необходимого результата в той или иной деятельности). Ядром взрослой личности выступают сформировавшиеся у него отношения к разным сторонам жизни, осознание значимости собственной роли в профессии и обществе, что свидетельствует о достижении личностью акме, связанном с нравственной зрелостью и стремлением к самореализации. Жизненные задачи этого возраста связываются с удовлетворенностью, либо неудовлетворенностью выполнения социальных ролей и ожиданий, что ведет к социальным санкциям и корректировке жизненных планов и поведенческих стратегий. Благодаря гибкости, то есть способности к перестройке своего поведения без радикальных изменений личности; уверенности в себе, позволяющей преодолевать трудности; диалогичности, вы-

ражающейся в возможности обмениваться информацией с партнерами по коммуникации при взаимном доверии и способности управлять процессом общения (что важно при самопредъявлении). Эти поведенческие стратегии свидетельствуют об адаптивности субъекта и возможности дальнейшего развития. Средняя взрослость актуализирует у субъектов потребность передавать накопленный жизненный опыт, знания новому поколению, осознавать собственную значимость. В случае, если возможности не реализуются, есть риск оказаться в ситуации кризиса, что для данного возраста является весьма критичным, так как шансов откорректировать собственную жизнь остается меньше, даже несмотря на то, что субъект осознает свои ошибки. Тем не менее, большинство людей в этот период взрослости обладают гармоничным сочетанием внешних условий (которые субъект способен создавать самостоятельно) и субъективных факторов, способствующих возможности личности находиться на пике своего развития. Есть смысл отметить внешние проявления акме, которые, как правило, характеризуются определенной выразительностью поведения, способностью к успешному проявлению себя (в ситуациях самопредъявления), доверием и самостоятельностью при принятии решений. С позиции акмеологического подхода, ведущей деятельностью в средней взрослости принято считать ментальную потребность в максимальной реализованности собственного потенциала, активности и продуктивности личности в разных сферах жизнедеятельности, в том числе и в самопредъявлении. Таким образом, представители разных возрастных категорий, описанных выше, способны занимать активную жизненную позицию в отношениях с окружающими людьми, адекватно и гибко реагировать на поведение партнеров по общению в межличностных отношениях.

Эмпирическое исследование состояло из трех этапов – подготовительного, основного и итогового. На подготовительном этапе осуществлен подбор и обоснование диагностических методик для изучения самопредъявления в межличностных отношениях как психологического конструкта, проведена диагностика

с испытуемыми на выявление индивидуально-психологических свойств личности и поведенческих стратегий, а также на определение доминирующих стратегий самопредъявления в зависимости от половых и возрастных признаков.

На основном этапе проведен сбор, обобщение и интерпретация эмпирических данных. Показатели описательной статистики полностью представлены в Таблице 7 Приложения 7 и включают: медиану, моду, частоту моды, 25 процентиль, 75 процентиль, минимум, максимум, среднее, стандартное отклонение, дисперсию, асимметрию, эксцесс. Значения асимметрии и эксцесса всех измеренных показателей значительно отличаются от нуля. Они свидетельствуют об отличии распределения данных от нормального закона распределения.

Для окончательного решения вопроса о соответствии распределения данных нормальному закону рассчитали значения критерия хи-квадрат согласия распределений. Полученные результаты приведены в Приложении 8. Было установлено, что все значения вероятностей согласия распределения данных с нормальным распределением $p < 0,05$, а для большинства показателей значение $p < 0,001$, что позволяет принять гипотезу о несоответствии распределения данных нормальному закону. Далее с помощью непараметрического U-критерия Манна-Уитни были выявлены значимые статистические различия в выраженности следующих показателей: рефлексии, саморегуляции, диалогической направленности в общении, уверенности в себе, а также стратегии самопродвижения.

Для подтверждения внутренней согласованности методик использован коэффициент альфа Кронбаха. Необходимо, чтобы коэффициенты альфа Кронбаха согласованности пунктов были не ниже 0,6 [Батулин Н.А., Мельникова Н.Н., 2012]. Анализ числовых значений коэффициентов альфа Кронбаха свидетельствует о том, что ряд показателей методик №№ 6 и 7 не удовлетворяет требованиям внутренней согласованности и по этой причине не целесообразно их использовать в дальнейшем анализе данных. В методике № 6 это: ответственность ($\alpha = 0,14$), самостоятельность ($\alpha = -0,08$), настойчивость ($\alpha = 0,25$), энергич-

ность ($\alpha = -0,33$), внимательность ($\alpha = -0,55$) и целеустремленность ($\alpha = 0,09$). В методике № 7 – авторитарная ($\alpha = 0,22$), конформная ($\alpha = 0,28$) и манипулятивная ($\alpha = 0,28$) направленность личности. В Таблице 7 Приложения 7 приведены значения коэффициента альфа Кронбаха, показателей описательной статистики и нормальности распределения данных обследования 303 испытуемых. С помощью коэффициента ранговой корреляции Спирмена установили между исследованными показателями достаточное количество статистически значимых корреляций.

На итоговом этапе на основе результатов конфирматорного факторного анализа составлена модель самопредъявления. Для доказательства устойчивости и обоснованности, определения степени соответствия предполагаемой структуры модели самопредъявления были рассчитаны меры согласованности, проведены эксплораторный и конфирматорный факторный анализы. При проведении эксплораторного факторного анализа по методу главных компонент использовалась функция `principal` из пакета `psych` [Revelle W., 2021]. Было применено вращение факторов (облимическое), при котором при сохранении ортогональности факторов минимизируется число переменных с высокой факторной нагрузкой. Для большей объективности эксплораторный факторный анализ проводился на основе коэффициентов ранговой корреляции Спирмена, основанных на совпадении последовательности рангов. Для определения числа факторов использовался критерий Кайзера. Для проверки соответствия полученного факторного решения выдвинутым гипотезам проводился непараметрический конфирматорный факторный анализ с использованием пакета `lavaan` [Rosseel Y., 2012], проверка гипотезы о значимости факторных нагрузок осуществлялась на основе эстиматора DWLS (диагонально взвешенный метод наименьших квадратов). Далее была осуществлена систематизация и интерпретация полученных результатов исследования, сформулированы выводы.

Достоверность полученных результатов обеспечивалась методологической и теоретической обоснованностью диссертационного исследования, соответствием комплекса взаимодополняющих методов цели и задачам исследования; репрезентативностью объёма выборки, углубленным качественным и количественным анализом результатов и статистической значимостью полученных закономерностей; согласованностью практических выводов и теоретических положений.

2.2. Исследование особенностей самопредъявления на основе половых и возрастных признаков

В данном параграфе исследовались особенности самопредъявления по возрастным и половым признакам. Необходимо было выяснить, каковы тенденции в использовании стратегий самопредъявления и проявления индивидуально-психологических особенностей в разных возрастных группах.

Категория возраста является достаточно сложной и многомерной. Это явление изучается в разных отраслях психологического знания (общая психология, психология развития, когнитивная психология, психология общения). Не менее сложна проблема определения возрастных границ развития личности, до сих пор они в некоторой степени условны, так как разные авторы предлагают классификации, в которых хронологические границы возраста обозначаются по-разному. Например, Б.Г. Ананьев ко взрослости относит период жизни человека от 18 до 60 лет и делит его на три этапа: ранняя взрослость (18-25 лет), средняя взрослость (26-46 лет), поздняя взрослость (47-60 лет) [Ананьев Б.Г., 2018]. Зарубежный исследователь Г. Крайг выделяет те же периоды, но уже с другими возрастными рамками (21-40, 41-60 и 60-65 лет до смерти) [Крайг Г., 2023]. В дискуссиях психологов все чаще возникает вопрос о расширении границ возраста, что связано с увеличением продолжительности жизни человека, его профессионально-личностной активностью, развитием общества в целом (процессы информатизации, цифровизации), что и вызывает необходимость пересмотреть имеющиеся клас-

сификации возрастного развития. В целом, границы возрастов традиционно принято согласовывать с теоретическими конструктами и определять следующие этапы возрастного развития, начиная с юношеского возраста: «юность» (от 18 до 23), «молодость» (от 24 до 33 лет), «средний возраст» (от 34 до 43 лет), «зрелость» (от 46 до 55 лет (для женщин) и 46-60 лет (для мужчин), «пенсионный возраст» (от 56 до 65 лет).

Особенности психологического пола в отечественной психологии наиболее активно исследуются с начала 70-х годов прошлого столетия. В ранних работах считалось, что развитие личности непосредственно связано с половой принадлежностью и половой ролью. Далее акценты смещаются в сторону проблемы органического развития и формулируется вывод о том, что развитие автоматически не делает человека мужчиной или женщиной. В личностном и социально-психологическом смысле понятие пола дополняется психологическим полом, который проявляется в разных ситуациях социального поведения и связывается с половым диморфизмом [Асмолов А.Г., 2019]. Традиционно понятие «пол» в отечественной психологии определяется как «...сложная многоуровневая структура, включающая генетический пол, гонадный пол, гормональный пол, морфологический (соматический) пол, гражданский пол, пол воспитания и психологический пол» [Лопухова О.Г., 2011, С. 385]. В нашей работе востребовано понятие «психологический пол», поскольку в данном исследовании изучаются особенности социального поведения, в частности, процесс самопредъявления в межличностных отношениях. Под психологическим полом понимается «... система иерархически организованных элементов (образований), детерминированных в разной степени биологическими, социально-культурными и психологическими (личностными) факторами» [Лопухова О.Г., 2011, С. 385]. Личностные факторы исследуются нами в связи со стратегиями самопредъявления, индивидуально-психологическими особенностями, которые, в свою очередь, являются достаточно устойчивыми характеристиками, благодаря чему личность способна формировать внутреннюю модель внешней ситуации, определяющую ее поступки,

действия и поведение в целом. Человек стремится понять, предвидеть, интерпретировать, контролировать себя и ситуацию взаимодействия. Важной задачей этого исследования является расширение знания человека о самом себе для достижения большей эффективности поведенческих стратегий. Личность, способная выбирать оптимальные стратегии поведения, готова к самоизменению, проявлению пластичности и вариативности. Итогом исследования явилась разработка модели поведения личности в процессе самопредъявления, в которой выделяются компоненты, факторы, этапы, индивидуально-психологические особенности, поведенческие стратегии, о чем более подробно будем говорить далее.

В начале эмпирического исследования были выявлены наиболее часто применяемыми испытуемыми стратегии самопредъявления, их цели, а также их индивидуально-психологические особенности. С этой целью все участники опроса были разделены на две группы. Первую группу составили юноши и девушки в возрасте от 18 до 22 лет, вторую группу – мужчины и женщины в возрасте от 25 до 36 лет. Средние значения индивидуально-личностных особенностей и стратегий самопредъявления участников исследования представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Средние значения индивидуально-личностных особенностей и стратегий самопредъявления участников исследования

Показатели	Ю (n=126)	Д (n=177)	М (n=36)	Ж (n=46)
Рефлексия	4,38	4,43	8,14	8,74
Саморегуляция	31,47	31,27	32,33	33,87
Диалогичность	3,11	2,97	10,33	10,45
Стремление к принятию	95,59	93,43	130,17	131,15
Страх отвержения	140,85	138,30	112,97	112,87
Уверенность в себе	7,49	7,27	7,83	7,66
Выдержка	9,17	18,73	21,14	20,60
Инициативность	19,44	18,91	21,14	20,11
Решительность	12,57	12,46	12,53	13,79
Инграция	10,80	11,20	9,42	8,83
Самопродвижение	8,15	8,87	12,83	11,79
Примерность	5,65	5,86	5,92	5,96
Мольба	3,23	4,00	2,64	2,74
Запугивание	5,14	5,63	6,42	5,49
Отслеживание ПВ	6,58	7,03	7,08	6,23
Вариативность поведения	11,06	10,70	7,11	6,89

Условные обозначения: Ю – юноши, Д – девушки, М – мужчины, Ж – женщины

По половому признаку результаты диагностики продемонстрировали средний уровень значений у юношей и девушек и высокий уровень значений у мужчин и женщин. Следовательно, в данном случае половая принадлежность значимо не влияет на поведенческие стратегии, а также на способность к рефлексии, саморегуляции, гибкости, диалогичности, уверенности в себе.

По возрастным признакам наблюдаются следующие различия между юношами и мужчинами, девушками и женщинами. Показатели рефлексии у женщин выше, чем у девушек в 1,97 раза, а у мужчин выше, чем у юношей в 1,87 раза. На наш взгляд, в старшей возрастной группе большая выраженность способности к рефлексии обусловлена приобретенным жизненным опытом, устоявшимися ценностями, личностной зрелостью, благодаря чему испытуемые этой группы способны более точно оценивать и анализировать межличностные отношения, собственные действия и поведение других людей.

В группе юношей и девушек показатели рефлексии составили в среднем 4 балла, что свидетельствует о среднем уровне развития рефлексивности. В группе мужчин и женщин значения рефлексии – в среднем 8 баллов, что указывает на высокий уровень развития рефлексивности. Заметим, что способность к рефлексии становится более выраженной в зависимости от жизненного опыта, который приобретается с возрастом, что доказывается полученными результатами.

Самое высокое среднее значение по общему уровню саморегуляции наблюдается у женщин (33,87). Это свидетельствует о том, что они тщательно планируют и программируют свои действия, спокойно и гибко реагируют на перемены, осознанно выдвигают и достигают поставленных целей, самостоятельно и уверенно решают возникшие проблемы. Автор методики В.И. Моросанова предлагает следующие значения для интерпретации результатов по этой шкале: низкий уровень – менее 23, средний уровень – 24-32, высокий уровень – 33 и выше. Значит, шкала общего уровня саморегуляции у юношей, девушек и мужчин имеет средний уровень, а у женщин – высокий. Это означает, что женщины более уверенно чувствуют себя в незнакомых ситуациях, успешнее в привычных

видах деятельности, легче адаптируются к новому окружению. Они стремятся к планированию и выбору способов поведения, достаточно много внимания уделяют деталям и мелочам.

Способность к диалогу у юношей ниже, чем у мужчин в 3,32 раза, у девушек ниже, чем у женщин в 3,52 раза. Согласно автору методики С.Л. Братченко, полученные средние значения у юношей и девушек соответствуют низкому уровню диалогичности, а у мужчин и женщин среднему уровню. Как видим, определяющим маркером этих результатов является возраст. Диалог является формой межличностных отношений, активно складывающихся в юношеском возрасте, так как в этот период наиболее выражено стремление к личностному становлению, причем не только в плане взаимодействий с социальным миром (готовность к выбору профессии, определение ценностей, мировоззренческих установок), но и в интимно-личностном общении. Во взрослой жизни человек, как правило, владеет диалогом, который способствует реализации поставленных целей как в профессиональном плане, так и межличностных отношениях. Формирование психологической готовности к диалогу, который востребован в юношеском возрасте, на старших возрастных этапах уже завершается, и личность обладает социальной компетентностью и готовностью к трудностям в контактах, умеет преодолевать барьеры общения в межличностных отношениях, в том числе и в ситуациях самопредъявления.

Стремление к принятию у мужчин выше, чем у юношей в 1,36 раз. У женщин выше, чем у девушек в 1,4 раза. При этом страх отвержения у юношей выше, чем у мужчин в 1,24 раза, а у девушек в 1,22 раза выше, чем у женщин. Полученные данные также объясняются возрастными особенностями, в частности, тем, что приобретаемый личностью жизненный опыт способствует не только адекватному принятию себя, но и определению своего личного статуса в межличностных отношениях. Такие отношения складываются стихийно, причем освоение собственной роли в целевой аудитории начинает активно формироваться в юношеском возрасте. Неблагополучие во взаимоотношениях со сверстниками,

переживание своей отверженности от группы может служить барьером для успешного проявления себя в группе. Если этот процесс происходит без явных противоречий, психологических травм, боязни быть отвергнутым и конфликтов, то социальный статус личности во взрослой жизни будет достаточно высоким. В юношеском возрасте страх отвержения более выраженный и болезненный, чем во взрослой жизни. Во взрослой жизни в большей степени выражена потребность к принятию, нежели боязнь быть отвергнутым целевой аудиторией. В случае, когда реализуется потребность к принятию, личность чувствует уважение со стороны окружающих, коллег и сама им симпатизирует, что придает ей уверенность в себе и защищенность.

Самопродвижение у мужчин выше, чем у юношей в 1,57 раз; у женщин выше, чем у девушек в 1,33 раза. Стратегию «вариативность поведения» юноши используют в 1,56 раз чаще, чем мужчины, а девушки чаще в 1,55 раз, чем женщины. Заметим, что половые различия в стратегиях самопродвижения и вариативности поведения не выявлены. Данные результаты объясняются следующим образом. Не случайно в юношеском возрасте стратегия вариативности поведения является более актуальной, так как личность находится в состоянии поиска профессионального пути и личностного становления. Поэтому естественно, что без вариативности использования различных стратегий этот процесс невозможен. Происходит так называемая апробация того или иного предполагаемого стиля жизни. Во взрослой жизни личность, так или иначе, уже определилась с профессией и личным статусом. Самоактуализирующаяся взрослая личность обладает необходимыми ресурсами (дипломами, сертификатами, профессиональным опытом и компетенциями) для дальнейшего развития, что видно из полученных результатов, где стратегия самопродвижения в группе взрослых испытуемых играет доминирующую роль. Самое высокое среднее значение среди результатов исследования стратегии «мольба» наблюдается у девушек – 4,00. Это указывает на то, что они способны «играть на чувствах» партнера по общению, просить о помощи, призывать к желаемому действию из сострадания, понимая, что такая

стратегия принесет определенную выгоду, позволит решить свои проблемы и добиться поставленных целей.

Далее в Таблице 3 рассмотрим выраженность стратегий самопредъявления по количеству испытуемых и в процентном соотношении.

Таблица 3

**Распределение стратегий самопредъявления,
применяемых участниками исследования (n=385)**

№ п/п	Стратегии самопредъявления	Количество 1 группа		Доля, %		Количество 2 группа		Доля, %	
		Ю (n=127)	Д (n=176)	Ю	Д	М (n=36)	Ж (n=47)	М	Ж
1.	Инграция	59	92	46%	52%	13	16	36%	34%
2.	Самопродвижение	37	66	29%	38%	30	34	83%	72%
3.	Примерность	7	6	6%	3%	3	1	8%	2%
4.	Запугивание	11	16	9%	9%	7	5	19%	11%
5.	Мольба	4	8	3%	3%	0	1	0%	2%
6.	Отслеживание ПВ	10	15	8%	9%	4	2	11%	4%
7.	Вариативность поведения	71	76	56%	43%	4	4	11%	9%

Условные обозначения: Ю – юноши, Д – девушки, М – мужчины, Ж – женщины

Как видно из Таблицы 3, в первой группе испытуемых (юноши и девушки) востребованы все стратегии самопредъявления. Наиболее предпочитаемые: «вариативность поведения» (юноши 56%; девушки 43%), «стремление понравиться» (юноши 46%; девушки 52%) и «самопродвижение» (юноши 29%; девушки 38%). При этом лидирующую позицию у девушек занимает стратегия «стремление понравиться», которая заключается в способности быть привлекательной, демонстрировать свою нужность, уметь угодить, похвалить, говорить комплементы и льстивые слова. У юношей – «вариативность поведения», которая реализуется в способности транслировать различные образы в зависимости от обстоятельств и условий межличностных взаимодействий. Приблизительно одинаковы у юношей и девушек по частоте использования стратегии: «примерность» (юноши 6%; девушки 3%), «запугивание» (юноши 9%; девушки 9%), «мольба» (юноши 3%; девушки 3%), «отслеживание произведенного впечатления» (юноши 8%; девушки 9%). Юноши реже используют стратегию «мольба»,

а девушки стратегии «мольба» и «примерность». Девушки чаще, чем юноши используют стратегию «отслеживание произведенного впечатления», что, по-видимому, объясняется особенностями фемининного гендерного стереотипа, в котором большая роль отводится стремлению к внешнему перфекционизму. Согласно гендерным характеристикам С. Бэм, представители фемининного типа демонстрируют привлекательность, уступчивость, чувствительность, застенчивость, способность к сочувствию; маскулинного проявляют независимость, уверенность в себе, способность к лидерству и напористость. При этом в соответствии с существующими представлениями человек может быть наделен «дихотомическими» качествами, выражающими одновременно как маскулинность, так и фемининность, то есть отличаться андрогинностью.

Во второй группе испытуемых (мужчин и женщин) наиболее популярной является стратегия «самопродвижение» (мужчины 83%; женщины 72%), выражающаяся в демонстрации своей компетентности в различных сферах жизнедеятельности, подчеркивании собственной значимости, а также в акцентировании внимания на сильных сторонах личности. Далее у мужчин следует «запугивание» (19%), а у женщин «стремление понравиться» (34%). Мужчины чаще женщин применяют стратегии «отслеживание произведенного впечатления» (соответственно 11% и 4%) и «примерность» (соответственно 8% и 2%). Им не свойственно просить, уговаривать, демонстрировать зависимость и слабость, поэтому они не выбирают стратегию мольбы. Контроль за тем, какое впечатление мужчины производят на других в ситуации самопредъявления, усиливает их желание понравиться окружающим и подчеркнуть свою компетентность. Небольшие различия у мужчин и женщин в этой группе по стратегии «вариативность поведения» (11% и 9%). Мужчины в межличностных отношениях (публичных контактах, романтических свиданиях, деловых встречах, дружеских беседах) более внимательно отслеживают особенности поведения, настроения, эмоционального состояния партнера по общению, проявляют гибкость в контактах, меняют собственное поведение с учетом реакций собеседника и изменений в ситуации общения. Женщины, в отличие от мужчин, реже отслеживают произведенное

впечатление на собеседника и контролируют собственное поведение. При необходимости могут доминировать, угрожать, либо демонстрировать слабость и беспомощность, используя просьбы и уговоры.

В целом, по результатам средних значений и процентных соотношений, мы не обнаружили явных противоречий внутри групп испытуемых по возрастному и половому признаку. Полученные данные раскрывают логичную зависимость стратегий поведения от возраста и пола, а также соотносятся с поставленными коммуникаторами (юношами и девушками, мужчинами и женщинами) целями и задачами, в соответствии с теми или иными ситуациями самопредъявления.

2.3. Исследование уровневой выраженности индивидуально-психологических особенностей и стратегий самопредъявления в межличностных отношениях

В соответствии с задачей исследования проведено сравнение показателей респондентов с высокими и низкими значениями рефлексии, общего уровня саморегуляции, диалогической направленности личности, уверенности в себе и стратегии самопродвижения на основе U-критерия Манна-Уитни. Полученные результаты представлены в Таблицах 8-12 Приложения 9.

Мы посчитали необходимым провести эмпирическое исследование на основе высоких и низких значений индивидуально-личностных особенностей, чтобы выявить значимые показатели, влияющие на самопредъявление.

Исследуя рефлекссию как значимую характеристику в межличностных отношениях, разделили выборку испытуемых на две группы. В первую группу вошли 52 человека с высокими средними рангами рефлексии. Вторую группу составили 39 респондентов с низкими средними рангами рефлексии. Сравнение выраженности рефлексии в группах испытуемых приведены в Таблице 8 Приложения 9.

Из данных Таблицы 8 Приложения 9 следует, что в группе с выраженной рефлексией средние ранги показателей уверенности в себе ниже в 1,37 раза

($U_{\text{эмп}}=683,0$, $p=0,0080$), социальной смелости – в 1,37 раза ($U_{\text{эмп}}=687,0$, $p=0,0088$), инициативности в социальных контактах – в 1,51 раза ($U_{\text{эмп}}=583,5$, $p=0,0005$), решительности – в 1,46 раза ($U_{\text{эмп}}=620,5$, $p=0,0016$). При этом средние ранги общего уровня саморегуляции выше на 28% ($U_{\text{эмп}}=685,5$, $p=0,0085$), планирования – на 35% ($U_{\text{эмп}}=588,0$, $p=0,0006$), программирования – на 44% ($U_{\text{эмп}}=460,5$, $p<0,0001$), оценивание результатов – на 28% ($U_{\text{эмп}}=681,5$, $p=0,0077$), стремление поправиться – на 39 % ($U_{\text{эмп}}=538,5$, $p<0,0001$), отслеживание произведенного впечатления – на 34 % ($U_{\text{эмп}}=600,5$, $p<0,0001$), альтероцентрическая направленность личности – на 26% ($U_{\text{эмп}}=715,5$, $p=0,0168$). Для большей наглядности представлен Рисунок 1, на котором отражены средние ранги показателей респондентов с высокой и низкой выраженностью рефлексии.

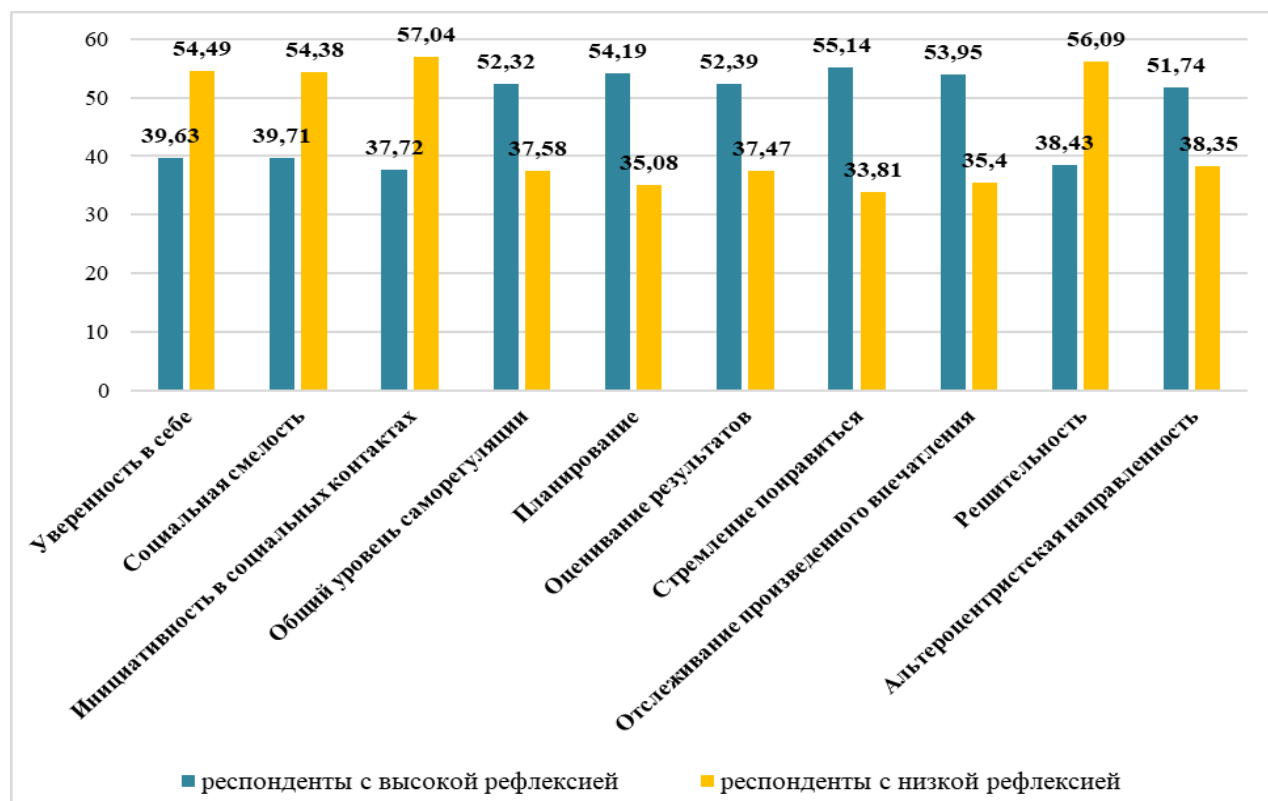


Рисунок 1. Статистически достоверно различающиеся средние ранги измеренных показателей у испытуемых с высокой и низкой рефлексией ($p<0,05$)

Как видно из Рисунка 1, у респондентов с высокой выраженностью показателя рефлексии снижены уверенность в себе, социальная смелость, инициативность в социальных контактах и решительность. При этом у них выше саморегу-

ляция, способность моделировать, целенаправленно планировать и детализировать поставленные цели, а также продумывать последовательность и способы своего поведения для достижения целей. В ситуациях взаимодействия испытуемые предпочитают стратегии «стремление понравиться» и «отслеживание произведенного впечатления». В общении они демонстрируют альтероцентризм (стремятся оказывать помощь и поддержку собеседнику).

Респонденты с низкой выраженностью рефлексии, напротив, отличаются от высокорефлексивных уверенностью в себе, социальной смелостью, инициативностью в социальных контактах и решительностью, поэтому они более успешно предъявляют себя окружающим и адаптируются к различным жизненным ситуациям, в том числе и сложным. У этих респондентов наблюдается низкий уровень общей саморегуляции и ее регуляторных процессов (планирования, программирования, оценивания результатов). Они не стремятся понравиться окружающим и отслеживать произведенное ими впечатление. Для них характерна альтероцентристская направленность в общении. Это можно объяснить следующим образом.

Согласно А.В. Карпову, низкорефлексивные и высокорефлексивные личности обладают качественно различными симптомокомплексами личностных свойств, что обуславливает структурные различия на уровне целостной организации личности [Карпов А.В., 2016]. Так, респонденты с высокой выраженностью показателя рефлексии способны анализировать, планировать, программировать и оценивать результаты самопредъявления в ситуациях взаимодействия. В отличие от низкорефлексивных успешно используют стратегии «стремление понравиться» и «отслеживание произведенного впечатления», так как они умеют анализировать себя в процессах самопредъявления и осознанно контролировать произведенное на других впечатление. Аналогичный вывод встречаем у М. Снайдера, полагающего, что уровень самомониторинга (саморефлексии) субъекта самопрезентации влияет на осознанность самопрезентации. Чем выше уро-

вень самомониторинга, тем осознаннее демонстрируется самопредъявление человека, намеревающегося произвести впечатление на целевую аудиторию [Snyder M., Gangestad S., 2000]. Кроме этого, высокорефлексивным испытуемым свойственна выраженная альтероцентристская направленность в общении, то есть они достаточно уверены в себе и способны к самоанализу в общении, обладают личностными ресурсами для концентрации внимания на партнере по общению в процессе взаимодействия. Однако высокая рефлексивность имеет и негативные тенденции. В частности, если испытуемый чрезмерно увлекается рефлексивными процессами, то у него снижается уверенность в себе, социальная смелость и решительность. Ориентируясь на обратную связь, такие люди стремятся понравиться партнерам по общению, их беспокоит оценивание своих особенностей другими людьми, что на самом деле, очевидно, свидетельствует о скрытой неуверенности в себе. В различных ситуациях и обстоятельствах они способны отслеживать произведенное на других впечатление, что свидетельствует о социальной компетентности, свойственной личности, успешно взаимодействующей с окружающими людьми.

Испытуемые с низкой выраженностью рефлексии не нуждаются в глубоком самоанализе и не заостряют внимание на собственных внутренних переживаниях. Они весьма успешны в контактах с внешним миром, ассертивны, склонны к решительности и инициативе во взаимодействиях. В то же время обладают уверенностью в себе, социальной смелостью, инициативностью в социальных контактах и решительностью, что позволяет им более успешно предъявлять себя, общаться и адаптироваться к сложным ситуациям.

Учитывая, что в самопредъявлении способность к саморегуляции позволяет участникам этого процесса уменьшить несоответствие между желательным и реальным, низкорефлексивные испытуемые, в отличие от высокорефлексивных, в ситуациях взаимодействия демонстрируют низкий уровень саморегуляции: неконструктивно реагируют на критические замечания, не скрывают отри-

цательных эмоций, проявляют агрессию. У них слабо развиты регуляторные процессы (планирование, программирование, моделирование, оценивание результатов), что выражается в отсутствии способности целенаправленно планировать собственную деятельность, продумывать способы и средства достижения цели. Способность к рефлексии влияет и на выбор стратегий самопредъявления. Чем менее субъект способен к моделированию, тем чаще он применяет стратегию «отслеживание произведенного впечатления», чтобы взять под контроль процесс взаимодействия либо самопредъявления с целью отслеживания произведенного впечатления на других, заменяя таким образом моделирование ситуации на контроль во взаимодействиях, общении и самопредъявлении. Следовательно, для успешного самопредъявления рефлексия является важным компонентом, при этом ее обладатели не должны демонстрировать крайние проявления (высокие и низкие показатели рефлексии).

Считаем, что для эффективного самопредъявления необходим оптимальный уровень рефлексии. Это позволит адекватно отражать собственные представления о своих возможностях. Недостаточный или избыточный самоанализ может привести к необъективному мнению о себе, недостаточному учету внутреннего потенциала и внешних условий, что в результате отразится на качестве самопредъявления.

Далее рассмотрим различия в выраженности общего уровня саморегуляции. Мы, как и в предыдущем случае, разделили выборку респондентов на две группы. В первую группу вошли 85 человек с высокими средними рангами общего уровня саморегуляции. Вторую группу составили 63 респондента с низкими средними рангами саморегуляции.

Из данных Таблицы 9 Приложения 9 следует, что в группе с выраженным общим уровнем саморегуляции средние ранги показателей уверенности в себе выше в 1,47 раз ($U_{эмп}=1629,5$, $p < 0,0000$), социальной смелости – в 1,35 раз ($U_{эмп}=1864$, $p=0,0016$), инициативности в социальных контактах – в 1,49 раз ($U_{эмп}=1579,5$, $p < 0,0000$), стремление понравиться – в 1,43 раза ($U_{эмп}=1694,5$,

$p=0,0001$), самопродвижения – в 1,74 раза ($U_{эмп}=1153,0$, $p<0,0000$), инициативности – в 1,59 раз ($U_{эмп}=1400,5$, $p<0,0000$), диалогической направленности в общении – в 1,82 раза ($U_{эмп}=6328$, $p<0,0000$). При этом средние ранги примерности ниже в 0,74 раза ($U_{эмп}=1897,5$, $p=0,0024$). Проиллюстрируем полученные данные на Рисунке 2.

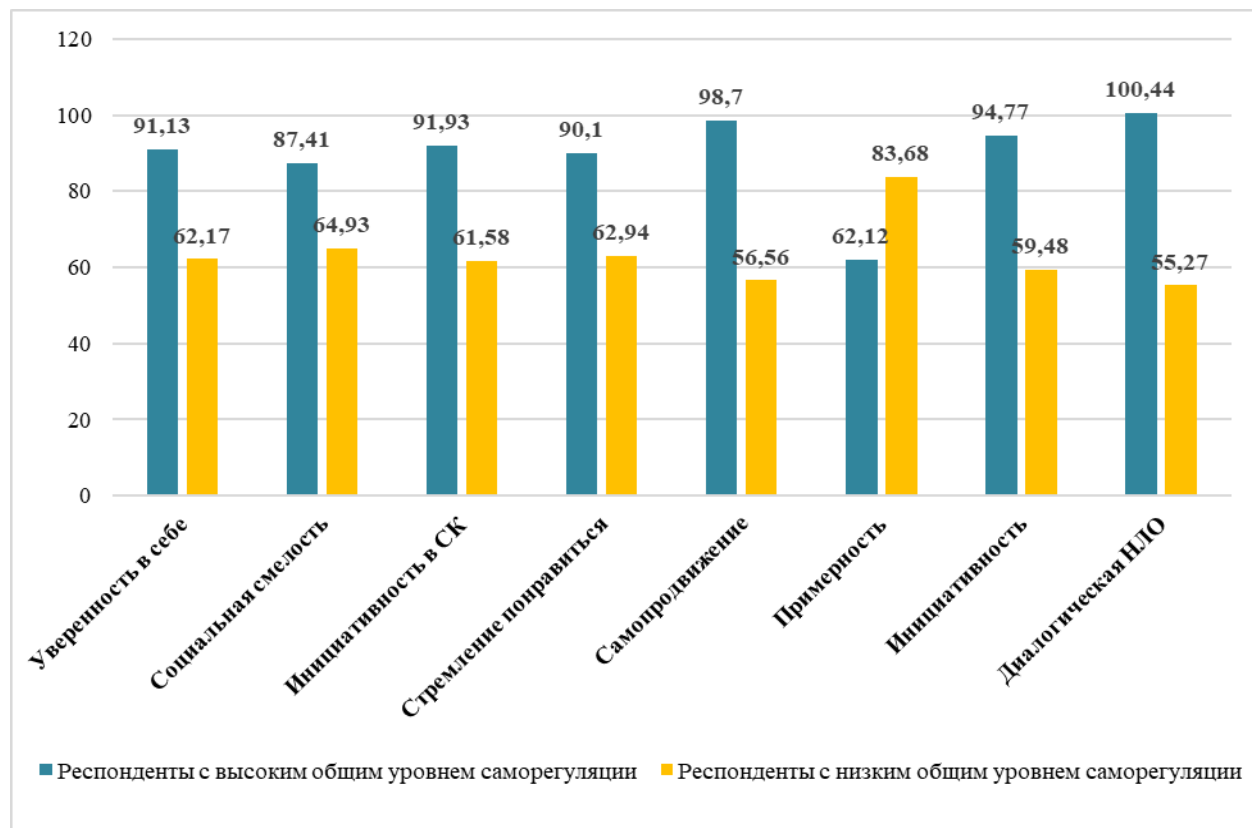


Рисунок 2. Статистически достоверно различающиеся средние ранги измеренных показателей у испытуемых с высоким и низким общим уровнем саморегуляции ($p<0,05$)

На Рисунке 2 видно, что испытуемые с высокими рангами общего уровня саморегуляции характеризуются самостоятельностью, гибкостью, умением находить нестандартные решения в сложных ситуациях. Они приспосабливаются к изменившимся условиям, оперативно адаптируют поведение и целенаправленно решают поставленные задачи [Моросанова В.И., 2020, 2021a, 2021b]. Такие респонденты в незнакомых ситуациях чувствуют себя уверенно, готовы вступить в коммуникации, в том числе и с посторонними людьми, поскольку уверены в том, что у других людей они способны вызывать симпатию и положи-

тельную ответную реакцию в виде проявления уважения и одобрения. В процессе взаимодействия они стремятся произвести благоприятное впечатление, используя при этом перцептивные навыки: включенность в коммуникативную ситуацию, понимание эмоционального состояния партнера по его вербальному и невербальному поведению, готовность оказать помощь в необходимой ситуации. Они не упустят возможности продемонстрировать эрудицию, компетентность, а также знания, умения и опыт в различных видах активности, чтобы передать то впечатление, в котором они заинтересованы, и вызвать уважение к себе. Также предпочитают диалогическое общение, выражающееся в коммуникативном сотрудничестве, взаимной доверительности и открытости. При этом сниженный уровень примерности свидетельствует о том, что такие люди не склонны к перфекционизму, поэтому они не демонстрируют безупречность (совершенство), не предъявляют к себе высокие требования и не следуют высоким стандартам.

Участники исследования с низкими рангами общего уровня саморегуляции не всегда улавливают, что в ситуации взаимодействия произошли изменения и поменялись некоторые условия. Они испытывают трудности в определении цели и программы поведения, соответствующей новым обстоятельствам, что согласуется с данными, приведенными в исследованиях В.И. Моросановой. Они сомневаются в своих способностях и успехе в разных сферах жизни, поэтому проявляют нерешительность и пассивность в межличностном взаимодействии. Низкая выраженность уверенности в себе свидетельствует о неспособности проявлять инициативу в коммуникативных отношениях с другими людьми, выражать собственное мнение, показывать свои чувства. Чем ниже уверенность человека в себе, тем он менее автономен и более зависим от внешних оценок своей деятельности [Абульханова-Славская К.А, 2004]. Эти психологические барьеры, несомненно, влияют на взаимодействие и могут оказаться препятствием для выстраивания диалога. Следовательно, в межличностном общении у них наблюдается формальный диалог, который подразумевает сохранение автономии, проявление вежливой участливости и установление психологических границ. Из-за страха

быть непринятыми целевой аудиторией они не говорят открыто о своих потребностях, целях и не высказывают свое мнение. У испытуемых отмечается низкая выраженность стремления понравиться окружающим, поэтому им не свойственно льстить, говорить комплименты, демонстрировать нужность и проявлять согласие с собеседником, что характерно для стратегии инграциации. Низкая выраженность показателей самопродвижения свидетельствует об отсутствии потребности активно рекламировать себя с помощью дипломов, сертификатов. В процессе самопредъявления такие люди транслируют только те особенности и грани своей личности, которые могут охарактеризовать их как примерных, изысканных, неуязвимых в моральном плане людей, способных быть образцом для подражания. Вероятно, они полагают, что достаточно обладать безупречным внешним видом и общепризнанной безукоризненной репутацией для того, чтобы быть принятым целевой аудиторией и достичь желаемой цели самопредъявления.

Далее проанализируем различия в выраженности у испытуемых диалогической направленности в общении. С этой целью мы также разделили выборку респондентов на две группы. В первую группу вошли 29 человек с высокими средними рангами диалогической направленности в общении. Вторую группу составили 156 респондентов с низкими средними рангами диалогической направленности в общении.

Из данных Таблицы 10 Приложения 9 следует, что в группе с выраженной диалогической направленностью в общении (Д-НЛО) в отличие от невыраженной Д-НЛО социальная смелость выше в 1,29 раза ($U_{\text{эмп}}=1637$, $p=0,0183$), инициативность в социальных контактах – в 1,27 раза ($U_{\text{эмп}}=1673$, $p=0,0262$), самостоятельность – в 1,26 раза ($U_{\text{эмп}}=1693$, $p=0,0170$), инициативность – 1,36 ($U_{\text{эмп}}=1484$, $p=0,0033$) раза, решительность – в 1,27 раза ($U_{\text{эмп}}=1674,5$, $p=0,0266$), выдержка – в 1,38 раза ($U_{\text{эмп}}=1450,5$, $p=0,0021$). При этом рефлексия снижена на 27% ($U_{\text{эмп}}=1630$, $p=0,0170$), показатель мольбы – на 23% ($U_{\text{эмп}}=1716,5$, $p=0,0395$), альтероцентристская направленность личности – на 59% ($U_{\text{эмп}}=782,5$, $p<0,0001$),

индифферентная направленность личности – на 46% ($U_{\text{эмп}}=1125,5$, $p<0,0001$). Проиллюстрируем полученные данные по различиям выраженности диалогической направленности в общении на Рисунке 3.

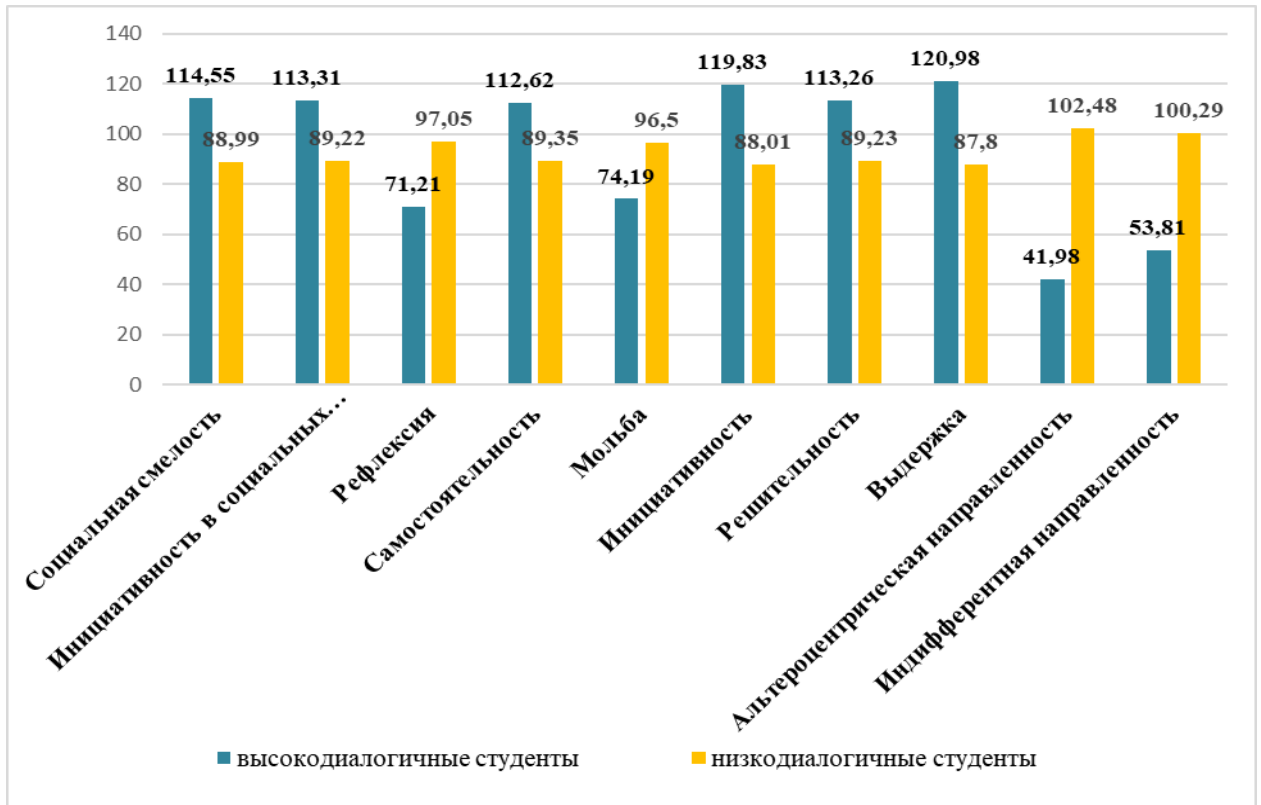


Рисунок 3. Статистически достоверно различающиеся средние ранги измеренных показателей у испытуемых с высокой и низкой диалогической направленностью в общении

Как видно из Рисунка 3, у респондентов с высокой выраженностью диалогической направленности повышены: социальная смелость, инициативность в контактах, самостоятельность, решительность и выдержка. Это может свидетельствовать о том, что умение выстраивать диалогические отношения способствует проявлению качеств, в которых испытуемые раскрываются как уверенные в себе и самодостаточные личности. В то же время у них понижены: уровень рефлексии, стратегия мольбы, альтероцентрическая и индифферентная направленности личности. Не вызывает сомнений, что наличие диалогичности является необходимым условием развитой рефлексии, в основе которой лежит активный внутренний монолог человека с самим собой. Высокодиалогичные испытуемые

достаточно редко используют стратегию мольбы (просьбы), у них нет необходимости упрашивать, уговаривать партнера по общению, они легко настраиваются на собеседников, что свидетельствует об их конгруэнтности, ассертивности и уверенности в себе. В общении им не свойственно проявлять альтероцентризм и индифферентность, из чего можно предположить, что в процессе диалога они настроены на предмет разговора, а не на средства (формы и стратегии общения), с помощью которых хотели бы донести какую-либо информацию, аргументы, точку зрения и т.д.

Респонденты с низкой выраженностью диалогической направленности в общении менее решительны, выдержаны и самостоятельны, возможно потому часто испытывают психологические барьеры в общении. У испытуемых преобладают рефлексивные процессы, не способствующие успешности во взаимодействиях, стратегия «мольба» (уговоры, манипуляция, убеждение), альтероцентризм, индифферентное отношение к другим. Они нуждаются в поддержке другого (альтероцентризм) и часто используют формальный диалог (индифферентность). Мольба наиболее четко проявляется в альтероцентристской направленности респондентов, поскольку для того, чтобы убедить или уговорить другого, необходимо сосредоточить на нем внимание, то есть убедить в том, что он и все, что с ним связано, представляет ценность для инициатора общения.

Проанализируем результаты различий в выраженности показателя уверенности в себе. Все респонденты были также разделены на две группы.

В первую группу вошли 58 испытуемых с высокими средними рангами уверенности в себе и 168 испытуемых с низкими средними рангами уверенности в себе. Из данных Таблицы 11 Приложения 9 следует, что в группе с выраженной уверенностью в себе выше инициативность в социальных контактах в 1,25 раза ($U_{\text{эмп}}=3850,5$ $p=0,0173$), стратегия самопродвижения в 1,33 раза ($U_{\text{эмп}}=3565$ $p=0,0023$). При этом выдержка ниже в 1,23 раза ($U_{\text{эмп}}=3802$ $p=0,0126$). Представим наглядно полученные результаты на Рисунке 4.

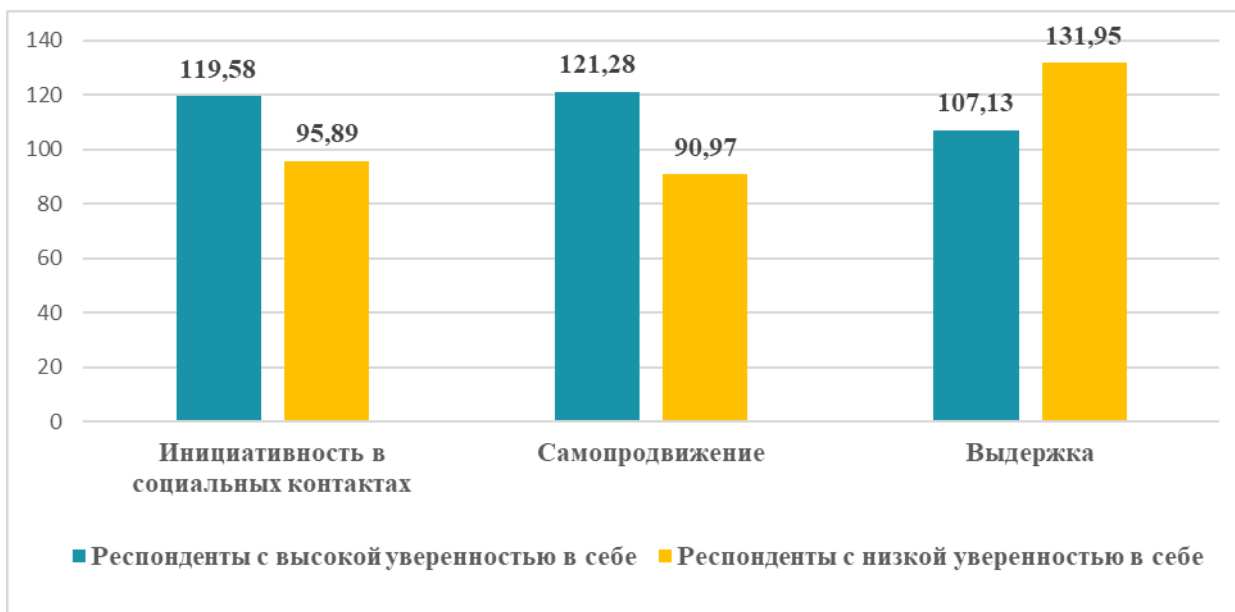


Рисунок 4. Статистически достоверно различающиеся средние ранги измеренных показателей у испытуемых с высокой и низкой уверенностью в себе ($p < 0,05$)

На Рисунке 4 представлены результаты исследования респондентов с высокой выраженностью уверенности в себе. Испытуемые стабильно позитивно относятся к себе и собственным возможностям, которые проявляются в непосредственных ситуациях взаимодействия. Решения, которые они принимают и поступки, которые они совершают, на их взгляд, – правильные и уместные [Ромек В.Г., 2022a]. Следовательно, уверенность в себе подразумевает полное принятие себя. Аналогичная точка зрения представлена в исследовании Н.Е. Харламенковой [Харламенкова Н.Е., 2007]. Согласно взглядам В.Г. Ромека, А.Ф. Лазурского, такие субъекты обладают адекватной позитивной самооценкой [Лазурский А.Ф., 2012; Ромек В.Г., 2022a]. В самопредъявлении уверенность в себе позволяет испытуемым проявлять активную позицию в отношениях с целевой аудиторией или со значимым другим, предоставляя возможность тем самым достигать поставленных целей. Им свойственно проявлять инициативу в социальных контактах. В межличностных ситуациях испытуемые используют стратегию «самопродвижение», заключающуюся в декларировании своей эрудиции, опыта в различных видах деятельности, подчеркивании собственных талантов. Иными словами, испытуемые готовы максимально полностью реализовать свой потенциал и ре-

сурсы в межличностных контактах. При этом следует отметить, что им не свойственно проявлять выдержку (самообладание), то есть для достижения цели в конкретном взаимодействии испытуемые не способны осуществлять контроль эмоций, принимать взвешенные решения, сохранять спокойствие, не допускать импульсивных действий и адекватно оценивать сложившуюся ситуацию. Низкая выраженность показателя выдержки свидетельствует о способности открыто выражать свои эмоции, желания и цели. Это согласуется с исследованием И.В. Лебедевой, где показано, что уверенность в себе может проявляться и в спонтанности поведения, то есть ассертивный человек открыто выражает свои потребности, желания, чувства и мысли, не ограничивая себя условностями, правилами, церемониями, добиваясь тем самым своих целей в межличностных ситуациях общения, ориентируясь только на собственные потребности и интересы, не принимая во внимание окружающих [Лебедева И.В., 2015].

Респонденты с низкой выраженностью уверенности в себе не способны открыто формулировать свои цели, планы, желания. Накапливающийся неуспешный опыт приводит к недооцениванию собственных возможностей, поэтому они часто теряются в различных жизненных ситуациях, испытывают неловкость в новых условиях [Ослякова И.В., 2019]. Наличие страха быть отвергнутым окружающими людьми, присутствие постоянных сомнений относительно своих возможностей, негативной самооценки и отрицательной установки относительно своих ресурсов не мотивирует их проявлять инициативу в установлении новых контактов. Следовательно, если субъект не получает от партнеров по взаимодействию положительную ответную реакцию в виде проявления симпатии, уважения, одобрения, то у него снижается потребность в самопродвижении. При этом в ситуациях взаимодействия он проявляет выдержку, тщательно контролирует свои эмоции и регулирует собственное поведение.

Проанализируем результаты различий в выраженности показателя стратегии «самопродвижение». Выборка испытуемых была разделена на две группы. В первую группу вошли 36 респондентов с высокими значениями средних рангов

самопродвижения. Вторую группу составили 63 респондента с низкими показателями средних рангов самопродвижения.

В Таблице 12 Приложения 9 и на Рисунке 5 приведены различия в выраженности стратегии самопродвижения. Из данных Таблицы 12 Приложения 9 следует, что в группе с высоким уровнем самопродвижения показатель программирования ниже на 23% ($U_{эмп}=1448,5$, $p=0,0289$), оценивания результатов – на 21 % ($U_{эмп}=1472,5$, $p=0,0367$), решительности – на 25 % ($U_{эмп}=1397$, $p=0,0163$), альтероцентристской направленности личности в общении – на 35 % ($U_{эмп}=1832$, $p=0,0004$). При этом показатель стремления понравиться, наоборот, завышен в 1,51 раза ($U_{эмп}=1035,5$ $p<0,0000$), примерности – в 1,39 раза ($U_{эмп}=508,5$, $p=0,0012$), запугивания – в 1,36 раза ($U_{эмп}=1226$, $p=0,0024$), мольбы – в 1,49 ($U_{эмп}=1267$, $p=0,0000$), отслеживания произведенного впечатления – в 1,48 раза ($U_{эмп}=1064$, $p=0,0001$).

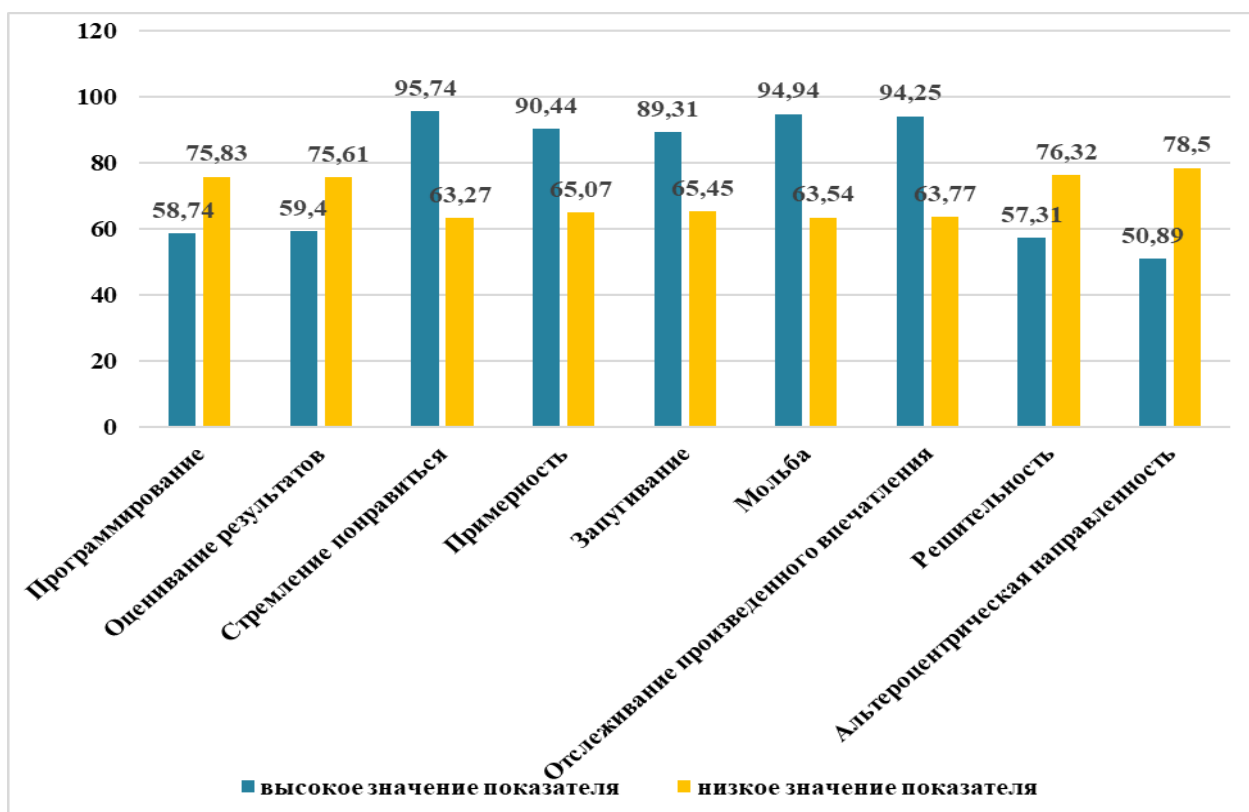


Рисунок 5. Статистически достоверно различающиеся средние ранги измеренных показателей у испытуемых с высоким и низким самопродвижением ($p<0,05$)

Как показано на Рисунке 5 испытуемые с высокой выраженностью стратегии самопродвижения, предполагающей наглядную демонстрацию собственных

возможностей с помощью сертификатов, дипломов, отзывов и т.п., подчеркивание своей уникальности, применяют широкий спектр таких стратегий, как «мольба», «стремление понравиться», «отслеживание произведенного впечатления», «примерность», «запугивание». При этом у них отмечается низкая выраженность показателей программирования, оценивания результатов, решительности и альтероцентристской направленности личности в общении. Выявленные закономерности приводят к следующим последствиям, наблюдаемым в реальном процессе самопредъявления. Как правило, инициатор общения не применяет какую-либо одну стратегию, а использует целый спектр различных стратегий, одна из которых является доминирующей. Это доказывают полученные результаты, согласно которым высокие показатели стратегии «самопродвижение» наблюдаются на фоне других стратегий, выраженных менее сильно.

Заслуживает особого описания и анализа доминирующая стратегия «самопродвижение», которая предполагает стремление к власти, роль эксперта, превосходство, желание производить впечатление профессионала в различных областях, создавая собственный позитивный образ. Такая стратегия требует от коммуникатора многих умений, например, способности нравиться людям, производить на них благоприятное впечатление как человека активного, самостоятельного, самодостаточного, волевого, быть образцом и примером в своей профессиональной деятельности, использовать в общении авторитарный стиль, психологическое воздействие и влияние, при необходимости решать свои задачи, прибегая к просьбам и уговорам. Используя эту стратегию, коммуникатор контролирует как детали ситуации, так и ситуацию в целом, оценивает перспективы взаимодействия и результат собственных усилий.

Особо подчеркнем, что в процессе самопредъявления ключевая роль отведена способности субъекта к осознанной саморегуляции, благодаря которой возможно координировать внутреннюю психическую активность, а также управлять своим поведением [Конопкин О.А., 2018; Моросанова В.И., 2021]. Низкие значения программирования и оценивания результатов свидетельствуют о том,

что у испытуемых не сформировано умение обдумывать и систематизировать последовательность своих действий, а также определять эффективность полученных результатов деятельности. Они импульсивны, не критичны к своему поведению, не акцентируют внимание на своих ошибках и заранее не планируют программу поведения.

Низкие значения решительности и альтероцентристской направленности личности в общении указывают на неготовность к самопожертвованию, к подавлению собственных желаний ради других людей. Принимая решения, они сомневаются в правильности совершаемых действий. Все намерения оказать поддержку и помочь партнеру по взаимодействию завершаются собственными внутренними переживаниями или поиском оправданий.

Респонденты с низкой выраженностью показателя стратегии «самопродвижение» способны эффективно программировать процесс самопредъявления, так как они могут четко сформулировать цель самопродвижения, разработать программу действий, проявить гибкость, самостоятельность и автономность. Они не испытывают трудностей в оценивании результатов общения или самопредъявления, в принятии обдуманных и системных решений, проявлении автономности, придерживаются альтероцентристской позиции. У них достаточно личностных ресурсов, чтобы поддерживать процесс самопредъявления, взаимодействия и диалога. Низкие значения показателя стратегии «самопродвижение» свидетельствуют о том, что у респондентов отсутствуют желание и стремление нравиться другим людям, производить на них благоприятное впечатление. Они осознают, что у них нет ресурсов быть образцом, примером для других. Испытуемые не обладают авторитарностью, то есть позицией психологического превосходства, а также не обладают навыками добиваться своей цели с помощью мольбы, просьбы и убеждения. Способность и возможность программировать действия и поведение не предполагает использование стратегии мольбы, так как эти люди

обладают уверенностью в себе и владеют программой действий. Низкие значения этой стратегии не способствуют обратной связи с целью отслеживания впечатления, которое они производят на других людей.

Проанализируем различия в выраженности значений показателей в группах юношей (N=79) и девушек (N=129). Средние ранги рефлексии, саморегуляции, планирования, оценивания результатов у девушек выше, чем у юношей соответственно в 1,29 ($U_{\text{эмп}}=3822$ $p=0,0025$), в 1,24 ($U_{\text{эмп}}=4042,5$ $p=0,0124$), в 1,2 ($U_{\text{эмп}}=4174$ $p=0,0288$) и в 1,28 ($U_{\text{эмп}}=3891$ $p=0,0042$) раза. На Рисунке 6 представлены полученные результаты.

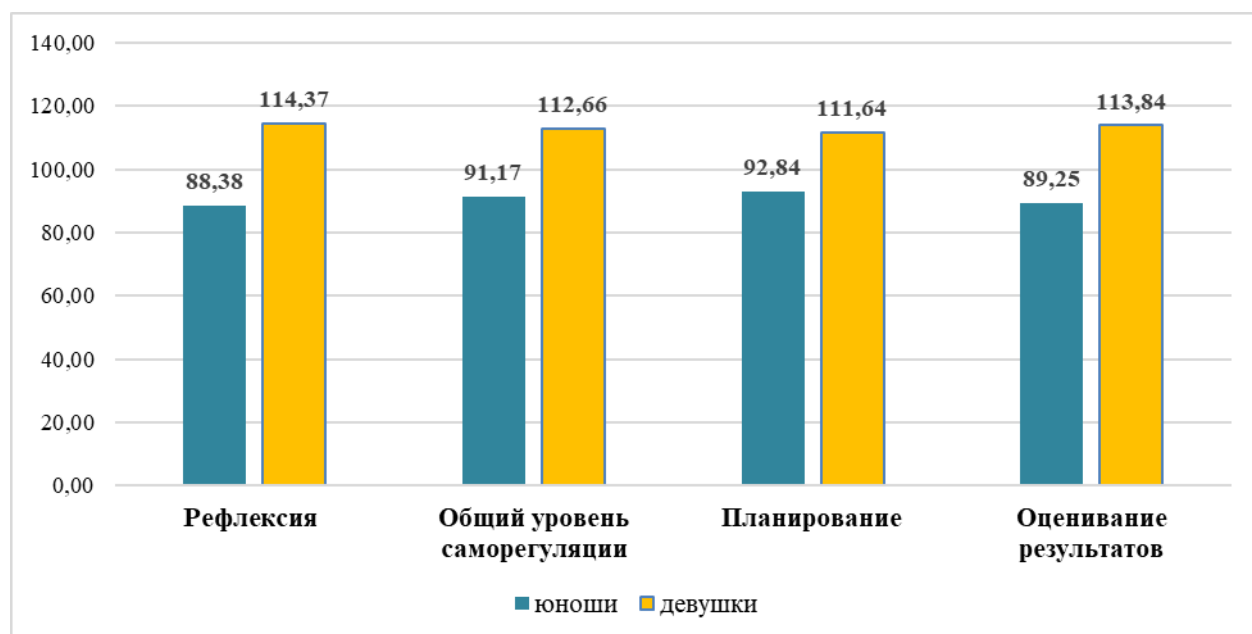


Рисунок 6. Средние ранги показателей индивидуально-психологических особенностей у юношей и девушек ($p<0,05$)

Как видно из Рисунка 6, средние ранги юношей ниже средних рангов девушек по выявленным различиям. В научной литературе рефлексия является одним из компонентов структуры деятельности (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, И.Н. Семенов, С.Ю. Степанов, Г.П. Щедровицкий), выражающаяся в материале, который субъект может наблюдать, анализировать, оценивать и корректировать, а также осмысливать как структурную составляющую коммуникативных процессов, которая востребована в межличностных отноше-

ниях, в том числе, и в ситуациях самопредъявления. Это может свидетельствовать о том, что юноши в меньшей степени ориентированы на глубокий самоанализ, реже задумываются о том, как их воспринимают реципиенты, они весьма успешны в контактах с внешним миром и достаточно ассертивны. Девушки, в отличие от юношей, более рефлексивны, следовательно, они в большей степени способны осмысливать, анализировать какие-либо события, действия, поступки. Благодаря рефлексии они способны к объективному оцениванию своего потенциала в тех или иных ситуациях и могут подбирать необходимые стратегии самопредъявления на основе самоанализа и прогнозирования результатов.

В процессе самопредъявления важнейшую роль играет способность субъекта к саморегуляции, которая координирует внутреннюю психическую активность человека и управляет поведенческими актами на основе произвольности или осознанности регулятивных процессов. Мы полагаем, что в ситуациях, от которых зависит успешность жизнедеятельности, требуются продуманное самопредъявление, рефлексия и стили саморегуляции («планирование» и «оценивание результатов»), которые будут способствовать эффективному самопродвижению, поскольку оценка результативности позволяет акцептору общения умело и целенаправленно управлять ситуацией.

В этой связи можно сделать вывод, что девушки, благодаря развитой рефлексии и способности к планированию, более успешны, так как оценивают те или иные результаты самопредъявления из прошлого опыта и на этой основе тщательно обдумывают и планируют собственное поведение для предстоящей самопрезентации. Оценивание результатов проявляется в переживании (поскольку эмоциональная сфера девушек более сензитивна) и осознании достигнутого или не достигнутого успеха, который зависит от того, насколько качественно и правильно составлена программа действий, подобраны стратегии и тактики самопредъявления.

Важно отметить, что значимые различия у юношей и девушек в выраженности стратегий самопредъявления не наблюдаются.

2.4. Исследование взаимосвязей и факторных структур самопредъявления в межличностных отношениях

Одной из задач нашего исследования является изучение взаимосвязей между личностными свойствами и стратегиями самопредъявления испытуемых. В связи с тем, что распределение большинства показателей не соответствовало нормальному закону, корреляционный анализ был проведен с помощью непараметрического коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

Согласно общепринятой классификации, коэффициенты корреляции по своей величине подразделяются на 5 классов [Сидоренко Е.В., 2017, С. 204]:

- 1) Сильная или тесная корреляция: $0,70 \leq R \leq 1,0$;
- 2) Средняя корреляция $0,50 \leq R < 0,69$;
- 3) Умеренная корреляция: $0,30 \leq R < 0,49$;
- 4) Слабая корреляция: $0,20 \leq R < 0,29$;
- 5) Очень слабая корреляция: $R < 0,19$.

В связи с тем, что коэффициент детерминации должен быть достаточно большим, мы анализировали только сильные, средние и умеренные корреляции (Примечание: коэффициент детерминации представляет собой возведенный в квадрат коэффициент корреляции. Он показывает на какую долю дисперсии обследованной выборки распространяется данная корреляционная связь). Также заметим, что наиболее целесообразным является анализ корреляций показателей, принадлежащих различным тестовым методикам.

Расчет коэффициентов ранговой корреляции Спирмена позволил выявить между переменными статистически значимые корреляционные связи ($p < 0,001$).

В Таблице 4 приведены коэффициенты ранговой корреляции Спирмена между исследованными показателями.

Результаты корреляционного анализа

Показатель	Значение, r	Показатели взаимосвязей	p
Уверенность в себе	0,49	Социальная смелость	< 0,01
	0,31	Инициативность	< 0,01
	0,37	*Самопродвижение	< 0,01
Социальная смелость	0,34	Инициативность в СК	< 0,01
	0,34	Гибкость	< 0,01
Инициативность в СК	0,63	Диалогическая НЛО	< 0,01
	0,49	*Самопродвижение	< 0,01
	0,48	Рефлексия	< 0,01
	0,34	Социальная смелость	< 0,01
	0,33	Страх отвержения	< 0,01
Рефлексия	0,59	Диалогическая НЛО	< 0,01
	0,43	Стремление к принятию	< 0,01
	-0,39	*Вариативность поведения	< 0,01
	0,34	*Самопродвижение	< 0,01
Общий уровень саморегуляции	0,76	Программирование	< 0,01
	0,65	Моделирование	< 0,01
	0,59	Планирование	< 0,01
	0,66	Оценивание результатов	< 0,01
	0,67	Гибкость	< 0,01
	0,30	Самостоятельность	< 0,01
	0,33	Решительность	< 0,01
	0,46	Выдержка	< 0,01
	-0,36	*Мольба	< 0,01
Самопродвижение	0,39	Стремление к принятию	< 0,01
	0,40	Инициативность	< 0,01
	0,56	Диалогическая НЛО	< 0,01
Диалогическая НЛО	0,56	Стремление к принятию	< 0,01
	0,45	Инициативность	< 0,01
	-0,43	*Вариативность поведения	< 0,01

Условные обозначения: инициативность в СК – инициативность в социальных контактах; диалогическая НЛО – диалогическая направленность личности в общении; * поведенческие стратегии

Из данных Таблицы 4 мы видим, что обнаружены умеренные прямые корреляционные связи между уверенностью в себе и социальной смелостью ($r=0,49$), инициативностью ($r=0,31$), самопродвижением ($r=0,37$). Выявлено: чем выше уверенность в себе у испытуемого, тем выше взаимосвязи перечисленных личностных свойств.

Установлены умеренные прямые корреляционные связи между социальной смелостью и инициативностью в социальных контактах ($r= 0,34$), социальной смелостью и гибкостью ($r= 0,34$). Данные взаимосвязи показывают, что чем выше социальная смелость, тем больше в поведении проявляется неконформность в поведении и адаптация к целевой аудитории и ситуации взаимодействия.

Выявлены умеренная прямая корреляционная связь между инициативностью в социальных контактах и диалогичностью ($r= 0,63$), умеренные прямые корреляционные связи между самопродвижением ($r= 0,49$), рефлексией ($r =0,48$), социальной смелостью ($r =0,34$), страхом отвержения ($r=0,33$). Данные взаимосвязи свидетельствуют о том, что чем чаще испытуемый проявляет инициативу в социальных контактах, тем больше он стремится к диалогу в общении, самопродвижению, систематически анализирует собственные поступки, проявляет социальную смелость и опасается быть отвергнутым целевой аудиторией.

Обнаружены прямая умеренная корреляционная связь между рефлексией и диалогической направленностью в общении ($r= 0,59$), средние прямые корреляционные связи между рефлексией и стремлением к принятию ($r= 0,43$), рефлексией и самопродвижением ($r= 0,34$), а также обратная умеренная корреляционная связь между рефлексией и вариативностью поведения ($r= -0,39$). Полученные корреляционные взаимосвязи указывают: чем выше способность к рефлексии, тем чаще проявляются диалогичность, стремление к принятию, чаще применяются стратегии «самопродвижение» и «вариативность поведения».

Выявлены: сильная прямая корреляционная связь между общим уровнем саморегуляции и программированием ($r= 0,76$), средняя прямая корреляционная связь между общим уровнем саморегуляции и моделированием ($r= 0,65$), средняя прямая корреляционная связь между общим уровнем саморегуляции и гибкостью ($r= 0,67$), средняя прямая корреляционная связь между общим уровнем саморегуляции и оцениванием результатов ($r= 0,66$), средняя прямая корреляционная связь между общим уровнем саморегуляции и планированием ($r= 0,59$), умеренные прямые корреляционные связи между общим уровнем саморегуляции и

выдержкой ($r= 0,46$) и общим уровнем саморегуляции и решительностью ($r=0,33$), общим уровнем саморегуляции и самостоятельностью ($r= 0,30$), умеренная обратная связь между общим уровнем саморегуляции и стратегией мольба ($r= -0,36$). Полученные корреляционные взаимосвязи указывают: чем выше общий уровень саморегуляции, тем чаще проявляются в поведении планирование, программирование, моделирование, гибкость, выдержка, самостоятельность, оценивание результатов деятельности. При этом реже используется стратегия «мольба». Благодаря навыку саморегуляции испытуемые способны гибко реагировать на изменяющиеся обстоятельства, уверены в общении с незнакомыми людьми, способны самостоятельно решать трудные задачи в разных сферах жизнедеятельности. Данный факт отмечен О. А. Конопкиным, полагающим, что сущностным признаком человека как субъекта является его способность к построению и управлению целенаправленной активностью, ее инициацией, что, в свою очередь, предполагает включение субъекта в жизнедеятельность и осознанную саморегуляцию [Конопкин О.А., 2018]. Согласно полученным результатам, развитая способность к регулятивной гибкости в общении предполагает решительность, умение быстро реагировать на изменения ситуации/события, оперативно решать поставленные задачи в новых условиях, способность управлять ситуацией и доминировать в ней. Следовательно, стиль саморегуляции «гибкость» способствует проявлению важных для процесса самопредъявления волевых качеств. Представляется достаточно убедительным, что коммуникатор, продуктивно сочетающий эти качества с гибкостью, способен регулировать процесс самопредъявления и актуализировать поставленные цели. Взаимосвязи общего уровня саморегуляции с гибкостью, программированием и моделированием свидетельствуют о том, что, несмотря на тщательное планирование программы самопредъявления, необходимо прогнозировать наиболее сложные программы в реальной ситуации и корректировать их. С учетом того, что любое взаимодействие, в том числе и самопредъявление, – это ситуативный и развивающийся про-

цесс, его участникам (для достижения результата) необходимо умение предвидеть вероятность изменения значимых условий и в соответствии с этим заблаговременно смоделировать новую программу действий. Наблюдаемые корреляционные связи между общим уровнем саморегуляции, решительностью и выдержкой означают, что, благодаря развитой саморегуляции, субъект обладает возможностью сдерживать свои эмоциональные проявления, подавлять импульсивные действия и контролировать собственное поведение.

Выявлены прямые умеренные корреляционные связи между стратегией самопродвижения и стремлением к принятию ($r= 0,39$), самопродвижением и инициативностью ($r= 0,40$), прямая средняя корреляционная связь между самопродвижением и диалогической направленностью личности ($r= 0,56$). Полученные взаимосвязи свидетельствуют: чем чаще во взаимодействиях используется стратегия самопродвижения, тем в большей степени актуализируются мотив стремления к принятию, инициативность и предприимчивость, а также предполагается заинтересованность субъекта межличностных отношений в свободном выражении собственных идей, мнений и взглядов.

Установлены средняя прямая корреляционная связь между диалогической направленностью в общении и стремлением к принятию ($r= 0,56$), умеренная прямая корреляционная связь между диалогической направленностью в общении и инициативностью ($r= 0,45$), умеренная обратная корреляционная связь между диалогической направленностью в общении и вариативностью поведения ($r= -0,43$). Полученные взаимосвязи указывают: чем чаще в общении проявляется диалогичность, тем более актуализируются мотив стремления к принятию, инициативность, реже используется стратегия «вариативность поведения».

Исходя из представленных выше данных, можно сделать следующие выводы. Испытуемые, обладающие уверенностью в себе в межличностных отношениях, проявляют социальную смелость (готовность вступать в контакты с людьми в различных ситуациях взаимодействия), не боятся открыто выражать собственное мнение, они инициативны, способны к самостоятельным активным

действиям. Ведущей стратегией самопредъявления уверенного в себе субъекта является самопродвижение.

Респонденты с развитой социальной смелостью демонстрируют готовность вступать в коммуникативные отношения с окружающими в различных ситуациях взаимодействия и гибкость поведения.

Испытуемые, проявляющие инициативность в социальных контактах, предпочитают стратегию самопродвижения. Анализируя ситуацию самопредъявления демонстрируют социальную смелость, а также диалогичность, позволяющую выстраивать доверительные и паритетные отношения, чтобы не быть отвергнутыми партнерами по взаимодействию в межличностных контактах.

Испытуемые, умеющие осмысливать и анализировать процесс самопредъявления и объективно оценивать свой потенциал, используют диалог как основной механизм общения (чтобы не быть отвергнутыми и непонятыми партнерами в межличностных отношениях), не применяют стратегию «вариативность поведения», заключающуюся в транслировании разных образов Я, в зависимости от ситуации и обстоятельств.

Респонденты с общим уровнем саморегуляции обладают готовностью к моделированию, программированию, оцениванию результатов, планированию, гибкости, самостоятельности, решительности и выдержке. Они объективно оценивают свои возможности в процессе самопредъявления, что позволяет им оперативно принимать самостоятельные решения с целью адекватной самоподачи в целевой аудитории. При этом остаются невозмутимыми в критических ситуациях, не допускают импульсивных действий и сохраняют хладнокровие. Им не свойственно применять стратегию мольбы, выражающуюся в уговорах, демонстрации слабости и беспомощности.

Испытуемые, предпочитающие стратегию самопродвижения, стремятся быть принятыми целевой аудиторией, проявляют инициативу, побуждающую их к самостоятельному управлению процессом самопредъявления. Предпочитаемой формой в общении для них является диалог.

Испытуемые с диалогической направленностью в общении стремятся быть принятыми целевой аудиторией, проявляют инициативу во взаимодействиях, не используют стратегию «вариативность поведения».

С помощью факторного анализа – многомерного метода, применяемого для изучения взаимосвязей между значениями переменных, мы определили факторную структуру переменных. Современный факторный анализ, выполненный в программе Jamovi, изначально предполагает проведение эксплораторного, как бы разведочного факторного анализа на основе коэффициентов корреляции Спирмена. Он выполняется для определения числа факторов с использованием метода параллельного анализа. А затем проводится конфирматорный анализ для проверки соответствия полученного факторного решения выдвинутым гипотезам, в данном случае проверки теоретической модели.

В Таблице 5 приведены результаты факторного анализа, который проводился на основе коэффициентов корреляции Спирмена. Для определения числа факторов использовался метод главных компонент. Применяли облическое вращение факторов, поскольку предполагалось наличие корреляции между факторами.

Таблица 5

Результаты эксплораторного факторного анализа измеренных показателей методом главных компонент испытуемых в возрасте 18-22 лет

№ п/п	Показатель	1	2	3	4	5	6	7
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Уверенность в себе		0,548				0,387	
2.	Социальная смелость		0,321				0,629	
3.	Инициатива в СК		0,625					
4.	Рефлексия							0,458
5.	ОУ саморегуляции	0,861						
6.	Планирование	0,719					-0,353	
7.	Моделирование	0,353		0,557				
8.	Программирование	0,858						
9.	Оценивание результатов	0,759						
10.	Гибкость	0,375		0,656				
11.	Самостоятельность					0,756		
12.	Стремление понравиться		0,463					0,315
13.	Самопродвижение		0,819					
14.	Примерность				0,747			

Продолжение Таблицы 5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
15.	Запугивание				0,725	0,368		
16.	Мольба				0,427		-0,386	
17.	Отслеживание ПВ				0,767			
18.	Вариативность поведения					0,378	0,401	
19.	Стремление к принятию	-0,436		0,553			-0,372	
20.	Страх отвержения	0,551						
21.	Инициативность		0,525	0,529				
22.	Решительность			0,798				
23.	Выдержка			0,433				
24.	Ал-НЛО							-0,525
25.	Ин-НЛО							0,817
26.	Д-НЛО		0,749					
	Собственное значение фактора	3,925	4,05	3,526	2,666	1,617	-1,42	0,773
	Доля общей дисперсии (ДОД), %	12,36	10,41	10,61	8,17	6,35	6,30	6,05

Примечание: TLI 0,671; RMSEA 0,110; $p < 0,001$

Условные обозначения: Ал-НЛО – альтероцентристская направленность в общении; Ин-НЛО – индифферентная направленность в общении; Д-НЛО – диалогическая направленность в общении

В Таблице 5 приведены результаты эксплораторного факторного анализа (метод главных компонент, облическое вращение) 26 показателей, измеренных в процессе исследования.

В результате анализа по критерию Кайзера выделено 7 факторов, доля общей дисперсии 60,25%. Недостатком полученного факторного решения является недостаточная доля общей дисперсии и низкое значение индекса TLI, значение которого значительно меньше 0,9.

По этой причине для оптимизации факторного решения исключили из анализа ряд показателей.

В результате конфирматорного анализа мы получили четырехфакторную структуру процесса самопредъявления, представленную в Таблице 6.

**Результаты конфирматорного факторного анализа измеренных показателей
испытуемых 18-22 лет**

Фактор	Индикатор	Оценка стандарт	SE	Z	P
Фактор 1 «Антиципирующее планирование самопредъявления»	Саморегуляция	1,000*			0,000
	Планирование	0,146	0,0134	10,88	0,000
	Программирование	0,161	0,0138	11,62	0,000
	Страх отвержения	0,576	0,1640	3,51	0,000
Фактор 2 «Пластичная самоорганизация»	Гибкость	1,000*			0,000
	Моделирование	1,064	0,0738	14,41	0,000
	Вариативность поведения	0,401	0,1193	3,36	0,000
	Выдержка	1,669	0,1957	8,53	0,000
Фактор 3 «Уверенное самопродвижение»	Уверенность в себе	1,000*			0,000
	Инициативность в СК	1,062	0,1875	5,67	0,000
	Самопродвижение	5,105	0,9507	5,37	0,000
	Диалогичность в общении	2,532	0,4206	6,02	0,000
Фактор 4 «Оценивание результатов самопредъявления»	Рефлексия	1,000*			0,000
	Стремление понравиться	5,313	1,8689	2,84	0,000

Примечание: * фиксированный параметр; CFI 0,965; TLI 0,955; SRMR 0,0489; RMSEA 90%; $p < 0,001$

В результате выделили четыре фактора: антиципирующее планирование самопредъявления, пластичная самоорганизация, уверенное самопродвижение, оценивание результатов самопредъявления, которые представлены на Рисунке 7. В целом, полученные результаты свидетельствуют, что четырехфакторная модель заданной структуры из 14 переменных демонстрирует достаточно высокие значения глобальных критериев соответствия. Качество соответствия факторной модели можно оценить, как высокое, так как значения индекса сравнительного соответствия CFI=0,965 и ненормированный индекс соответствия TLI=0,955, что выше их порогового значения, равного 0,90, традиционно рекомендуемого для оценки качества модели как высокого. Такая структура положительных связей между факторами свидетельствует о том, что факторы взаимозависимы и составляют единый психологический конструктор. Полученное факторное решение

имело приемлемые характеристики, что свидетельствует о корректности его структуры. Конфирматорный анализ подтвердил факторное решение, полученное эксплораторным факторным анализом относительно структуры самопредъявления, где был подобран набор переменных, наилучшим образом воспроизводящих структуру корреляций между показателями. Факторная структура процесса самопредъявления представлена на Рисунке 7.

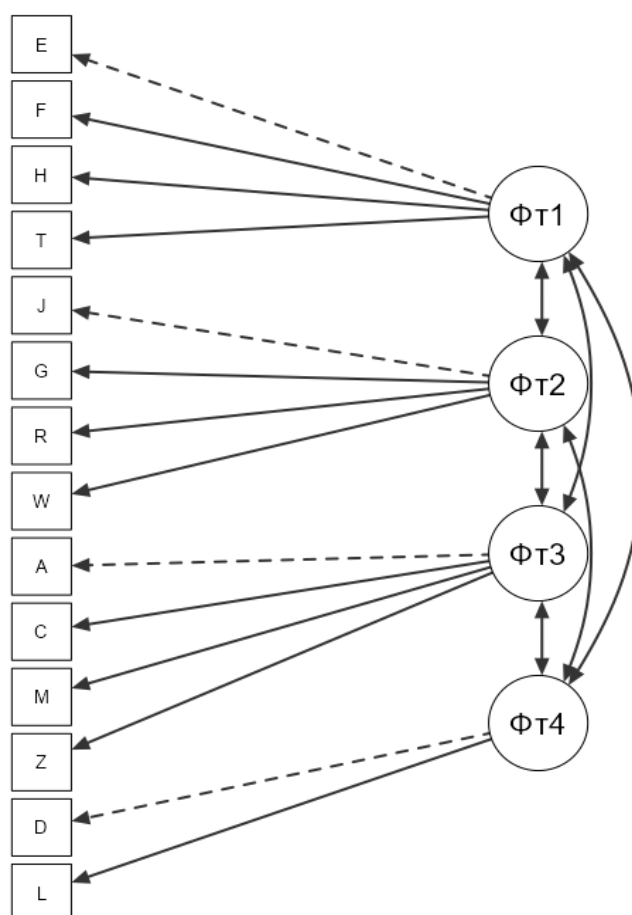


Рисунок 7. Структура процесса самопредъявления

Условные обозначения: ФТ1 – фактор 1, ФТ2 – фактор 2, ФТ3 – фактор 3, ФТ 4 – фактор 4, E – саморегуляция, F – планирование, H – программирование, T – страх отвержения, J – гибкость, G – моделирование, R – вариативность поведения, W – выдержка, A – уверенность в себе, C – инициативность в социальных контактах, M – самопродвижение, Z – диалогическая направленность в общении, D – рефлексия, L – стремление понравиться

Проанализируем каждый фактор. Для достижения адаптивного взаимодействия с окружением субъекту самопредъявления необходима способность к антиципированию – предвидению результатов своей деятельности. С точки зрения

социально-перцептивного подхода личность в процессе общения стремится быть в максимальной степени быть принятой другими [Лабунская В.А., Дроздова И.И., 2017]. Существующая чувствительность партнеров по взаимодействию к отвержению, заключающаяся в неуверенности, стеснении, неловкости, напряжении перед вступлением в коммуникативные отношения с незнакомыми людьми, создает необходимость заранее планировать, программировать и предвосхищать возможные последствия совершаемых поступков, как для себя, так и для других, а также в перспективе совершенствовать самопрезентацию в аналогичных ситуациях и адаптироваться в соответствии с обстоятельствами. Испытуемые, обладающие способностью к саморегуляции и антиципации, определенной стратегии самопредъявления не используют. Возможно, они владеют большим спектром стратегий и применяют каждую в зависимости от обстоятельств.

Пластичная самоорганизация предполагает наличие способности к моделированию и гибкости, с целью адекватного оценивания ситуации, внешних обстоятельств и регуляции собственного поведения в соответствии с меняющимися обстоятельствами. Наличие выдержки помогает в сложной ситуации сохранять хладнокровие, не «включаться» эмоционально и не проявлять негативного отношения к тому, что происходит. Испытуемые, проявляющие гибкость, в общении способны к альтероцентризму, то есть сосредоточению внимания на чувствах и состояниях собеседника, стремлению понять и удовлетворить его запросы даже в ущерб собственным интересам для того, чтобы усилить производимое впечатление и как можно лучше выглядеть в глазах собеседника. Проанализировав заранее предстоящую ситуацию, они понимают, как наилучшим образом преподнести себя, с помощью каких тактик направить восприятие партнера по нужному пути. Об этом свидетельствует стратегия «вариативность поведения».

Ассертивное самопродвижение предусматривает наличие таких личностных особенностей как уверенность в себе, инициативность, в том числе и в социальных контактах, диалогическую направленность личности в общении. Обоб-

щив переменные, составляющие этот фактор, констатируем, что для эффективного самопредъявления востребованы все показатели, раскрывающие личностный и волевой потенциал участника взаимодействия. Наличие диалогической направленности в общении подчеркивает, что такие партнеры по общению настроены на равноправное отношение к собеседнику, паритетность позиций, взаимопонимание, эмпатическую погруженность, безоценочность и коммуникативное сотрудничество, а также стремление к взаимному самовыражению. Не случайно в один фактор вошли показатель уверенности в себе и стратегия самопродвижения, поскольку уверенным в себе людям свойственно демонстрировать собственную компетентность и квалификацию для того, чтобы быть достойно оцененным.

Оценивание результатов самопредъявления включает в себя сопоставление достижения поставленных целей и полученных результатов. Это возможно осуществить благодаря рефлексии – способности к самоанализу, осознанию собственных действий, характеру отношений с окружающими. Анализируя ответные реакции партнеров по общению, субъект самопредъявления может сделать вывод о том, насколько он уверен в том, что произвел нужное впечатление и понравился окружающим. Здесь личностным мотиватором выступает стремление понравиться. Если результат самопрезентации не оправдался, и презентующий себя субъект не понравился партнерам по общению, то следует скорректировать свое поведение для дальнейшего конструктивного взаимодействия.

Для подтверждения корректности разработанной нами модели самопредъявления были проведены эксплораторный и конфирматорный факторные анализы данных респондентов в возрасте 25-36 лет. Согласно возрастной периодизации данный этап соответствует средней взрослости, который считается «расцветом человеческой личности» и личностной зрелостью. Полученные результаты представлены в Таблице 7.

Результаты эксплораторного факторного анализа измеренных показателей методом главных компонент испытуемых в возрасте 25-36 лет

№ п/п	Показатель	1	2	3	4	5
1.	Уверенность в себе		0,840			
2.	Социальная смелость		0,702			
3.	Инициатива в СК					
4.	Рефлексия		0,615			
5.	ОУ саморегуляции	0,900				
6.	Планирование	0,582				
7.	Моделирование					0,608
8.	Программирование	0,855				
9.	Оценивание результатов	0,724				
10.	Гибкость					0,444
11.	Самостоятельность	0,351				
12.	Стремление понравиться					
13.	Самопродвижение		0,494		-0,389	
14.	Примерность			0,502		0,359
15.	Запугивание					0,552
16.	Мольба			0,439		
17.	Отслеживание ПВ			1,009		
18.	Вариативность поведения			0,348		
19.	Стремление к принятию		0,333	0,315		
20.	Страх отвержения			0,312		
21.	Инициативность		0,832			
22.	Решительность					
23.	Выдержка					0,524
24.	Ал-НЛО					
25.	Ин-НЛО				0,519	
26.	Д-НЛО		0,461			
	Собственное значение фактора	3,412	1,293	2,925	1,486	1,963
	Доля общей дисперсии (ДОД), %	11,43	9,93	8,14	6,72	6,26

Примечание: Метод извлечения «Минимальный остаток» в сочетании с вращением «облимин», TLI 0,658; $p < 0,001$

Условные обозначения: Ал-НЛО – альтероцентристская направленность в общении; Ин-НЛО – индифферентная направленность в общении; Д-НЛО – диалогическая направленность в общении

В Таблице 7 приведены результаты эксплораторного факторного анализа (метод главных компонент, облическое вращение) 26 показателей, измеренных в процессе исследования. В результате анализа по критерию Кайзера выделено 5 факторов, доля общей дисперсии 42,48 %. Недостатком полученного факторного

решения является недостаточная доля общей дисперсии и низкое значение индекса TLI, значение которого значительно меньше 0,9. С целью оптимизации факторного решения исключили из анализа ряд показателей. В результате конфирматорного анализа мы получили четырехфакторную структуру процесса самопредъявления. Результаты отображены в Таблице 8.

Таблица 8

**Результаты конфирматорного факторного анализа измеренных показателей
испытуемых в возрасте 25-36 лет**

Фактор	Индикатор	Оценка стандарт	SE	Z	P
Фактор 1 «Антиципирующее планирование самопредъявления»	Саморегуляция	1,000*			
	Планирование	0,123	0,0218	5,63	<,001
	Программирование	0,123	0,0201	6,11	<,001
	Самостоятельность	0,141	0,0295	4,79	<,001
Фактор 2 «Пластичная самоорганизация»	Гибкость	1,000*			
	Моделирование	1,050	0,1011	10,38	<,001
	Выдержка	1,559	0,3241	4,86	<,001
Фактор 3 «Уверенное самопродвижение»	Уверенность в себе	1,000*			
	Социальная смелость	1,016	0,1661	6,11	<,001
	Самопродвижение	0,583	0,1691	3,45	<,001
	Диалогичность	0,530	0,1552	3,42	<,001
Фактор 4 «Оценивание результатов самопредъявления»	Рефлексия	1,000*			
	Инициативность	3,188	0,9506	3,35	<,001

Примечание: * фиксированный параметр; CFI 0,954; TLI 0,940; SRMR 0,0803; RMSEA 90%; $p < 0,001$

Как видно из Таблицы 8, что четырехфакторная модель заданной структуры из 13 переменных демонстрирует достаточно высокие значения глобальных критериев соответствия. Качество соответствия факторной модели можно оценить как высокое, так как значения индекса сравнительного соответствия CFI=0,954 и ненормированный индекс соответствия TLI=0,940, что выше их порогового значения, равного 0,90, традиционно рекомендуемого для оценки качества модели как высокого. Полученная структура положительных связей между факторами свидетельствует о том, что факторы взаимосвязаны и составляют

единый психологический конструкт. Данное факторное решение имеет приемлемые характеристики, что свидетельствует о корректности его структуры. Конфирматорный анализ подтвердил факторное решение, полученное эксплораторным факторным анализом относительно структуры самопредъявления, где был подобран набор переменных, наилучшим образом воспроизводящих структуру корреляций между показателями. В результате выделили четыре фактора: антиципирующее планирование самопредъявления, пластичная самоорганизация, уверенное самопродвижение, оценивание результатов самопредъявления. Факторная структура процесса самопредъявления представлена на Рисунке 8.

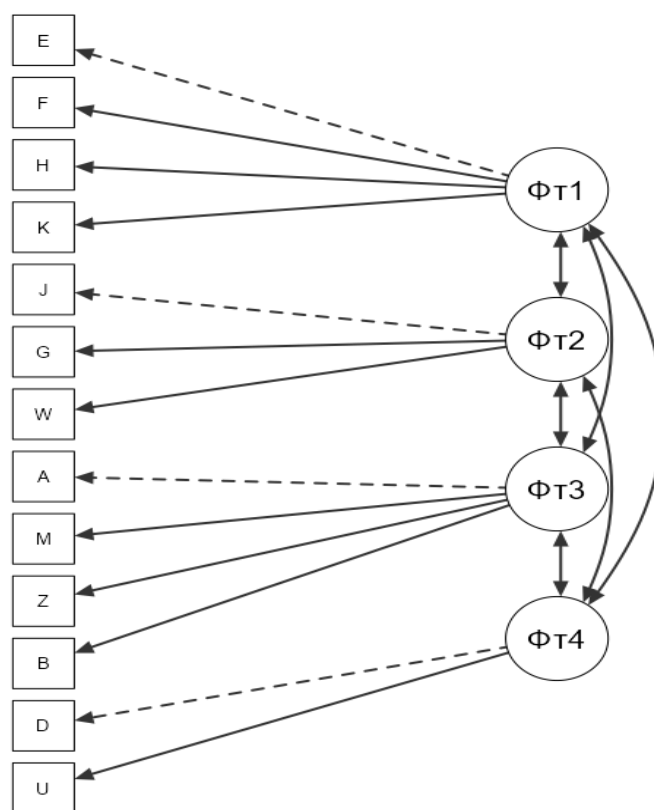


Рисунок 8. Структура процесса самопредъявления испытуемых в возрасте 25-36 лет

Условные обозначения: ФТ1 – фактор 1, ФТ2 – фактор 2, ФТ3 – фактор 3, ФТ 4 – фактор 4, E – саморегуляция, F – планирование, H – программирование, K – самостоятельность, J – гибкость, G – моделирование, W – выдержка, A – уверенность в себе, M – самопродвижение, Z – диалогическая направленность в общении, B – социальная смелость, D – рефлексия; U – инициативность

Анализируя полученные результаты, представленные на Рисунке 8, можно отметить, что в отличие от первой группы (группы юношей и девушек) во второй

группе (мужчин и женщин) в первый фактор вошла переменная «самостоятельность» и не актуализировался мотив «страх отвержения». Самостоятельность (самодостаточность и доверие к самому себе) позволяет более взрослой категории испытуемых организовывать и контролировать деятельность без посторонней помощи, так как в этот процесс включаются субъективный опыт и осознанная саморегуляция поведения (в широком значении – осмысление и прогнозирование предстоящих действий). Эти испытуемые способны нести личную ответственность за свои действия и поступки, они готовы управлять своими мотивами, распределять их последовательность и на этой основе программировать собственное поведение. Самостоятельность исключает ситуации, в которых взрослые испытуемые могут испытывать страх отвержения (боязнь быть не принятыми целевой аудиторией).

Во второй фактор не вошла переменная стратегии «вариативность поведения». Объяснить это можно следующим образом. Данная группа испытуемых, в силу возраста, прошла этап «пробы пера», то есть уже определилась в своих жизненных планах и обладает устоявшимися ценностными установками и устойчивыми паттернами поведения. Вполне логично, что субъекты самопредъявления в этой возрастной группе не испытывают потребности в стратегии «вариативность поведения». В большей степени актуальны для этого возраста гибкость, моделирование и выдержка. Гибкость способствует оптимальному выбору поведенческих стратегий в различных ситуациях (межличностных и профессиональных отношениях), что позволяет моделировать (прогнозировать) другие способы достижения целей. Выдержка – умение адекватно оценивать возникающие проблемы, содействовать реализации поставленных целей и задач.

В третьем факторе место инициативности в социальных контактах заняла социальная смелость, которая предполагает неконформность в социальных ситуациях, склонность к риску, ориентацию на собственные действия и самого себя, умение сказать «нет», в случае необходимости обратиться за помощью, выражать актуальные эмоции, инициировать общение и межличностные контакты.

Все это является определенным (позитивным) результатом реализации жизненных планов взрослой категорией испытуемых, которую можно охарактеризовать как социально успешную и гибкую в контактах. Приобретенная в процессе жизненного опыта социальная смелость исключает необходимость быть инициатором в контактах, в особенности тех, которые востребованы для решения значимых для субъекта задач.

В четвертом факторе место стратегии «стремление понравиться» занимает волевое качество «инициативность». Это означает, что взрослая категория испытуемых вполне объективно относится к собственным ресурсам и не нуждается в подтверждении своих достоинств с помощью лесты, комплиментов, демонстрации нужности, оказании услуг. В значимых для них ситуациях самопредъявления вполне достаточно проявления волевых качеств, в частности, инициативности (стремление самостоятельно взяться за дело, искать новые возможные пути для более успешного решения задач, осознание ответственности). Взрослая категория испытуемых, таким образом, прошла определенный жизненный этап личностного и профессионального становления, что позволяет ей быть уверенными в себе, рассчитывать на собственные силы, доверять собственным решениям и поступкам. Можно констатировать, что взрослая выборка испытуемых, согласно полученным результатам, характеризуется устоявшимися ценностями, личностными чертами, рефлексивностью, предсказуемостью, личностной зрелостью, то есть готовностью к самоорганизации, в том числе и желаемого поведения, эффективному решению жизненных задач, которые они способны самостоятельно корректировать в зависимости от ситуации.

2.5. Модель самопредъявления в зависимости от индивидуально-психологических особенностей личности

Проведенный теоретический и эмпирический анализ позволил разработать модель процесса самопредъявления, которая представлена на основе схемы, состоящей из последовательных этапов, факторов, характерных для реализации

каждого этапа, структурных компонентов и специфики проявления индивидуально-личностных особенностей в зависимости от их высокой/низкой выраженности. Под моделью самопредъявления мы понимаем целенаправленный процесс, регулирующий посредством сознания активность субъекта, в ходе которого происходит достижение им поставленных целей, удовлетворение ментальных потребностей и освоение социального опыта.

Важной характеристикой модели является процессуальность этого явления. Этапы самопредъявления представляют собой последовательность действий, в результате которых происходит усовершенствование способов самоподдачи, на основе имеющихся у субъекта самопредъявления личностных ресурсов. В толковых словарях существуют разные определения понятия «процесс», который интерпретируется как продвижение, совокупность необратимых и взаимосвязанных изменений, повторяемая последовательность действий, направленная на достижение поставленной цели, комплекс взаимосвязанных ресурсов и деятельности и другие [Прохоров А.М. и др., 2022a, 2022b; Ефремова Т.Ф., 2022]. В моделях процесс развития того или иного явления рассматривается с точки зрения его целостности. При этом не исключается корректировка определенных свойств субъекта на каждом из этапов, цель которой – выработать качества, необходимые для продвижения к очередному этапу и в конечном итоге к достижению цели. В научных источниках модель рассматривается через определенные признаки: ментальный образ, реальность, представленная в упрощенном виде, форма, отражения оригинала с реальными или предполагаемыми свойствами (рефлексия, саморегуляция, уверенность в себе, направленность в общении), на которые оказывают влияние различного рода факторы, обуславливающие самодвижение субъекта к достижению для него значимых результатов [Елькина О.Ю., 2019]. Под факторами традиционно понимают причину движущей силы какого-либо процесса, явления, определяющего его характер или отдельные свойства. Под влиянием факторов, приобретая продуктивный опыт, субъект совершен-

ствуется, осознает собственные ресурсы, продвигается к своему акме (проявлению наилучших для него личностных свойств). Интерпретируя модель через процесс, мы имеем возможность выявлять его динамику, прогнозировать перспективы развития субъекта в плане повышения эффективности самоподачи. Цель процесса – психологическая готовность субъекта к самопредъявлению. Отметим при этом, что не всегда субъект оказывается успешным в достижении этой цели. Он может испытывать определенные ограничения, недостаток собственных ресурсов и остановиться на одном из этапов, что вполне естественно, так как далеко не каждый субъект может обладать необходимым спектром индивидуально-личностных особенностей для продвижения себя к поставленной цели.

В психологической науке сконструированы разнообразные модели психических явлений, отдельных свойств личности, различных ситуаций группового взаимодействия, в том числе представлены модели самопредъявления (самопрезентации) личности. В частности, психологическая модель, разработанная Н.А. Федоровой, раскрывает самопрезентацию на мотивационном уровне, уровне цели и уровне средств. Опираясь на схемы А.Н. Леонтьева, автор на каждом уровне выделяет личностные и ситуативные факторы самопрезентации [Федорова Н.А., 2007].

Другая модель самопрезентации личности представлена О.А. Пикулевой [Пикулева О.А., 2023], в которой доказано, что на осознанное и целенаправленное поведение субъекта в процессе самопрезентации влияют индивидуально-психологические, социально-диспозиционные и ситуационные факторы, а выбор стратегий и тактик зависит от возрастных и профессиональных особенностей личности. В указанных моделях выделены опосредующие и субъективные факторы, задействованные в процессе самопрезентации.

Считаем, что процесс самопредъявления можно отнести к целенаправленной практической деятельности, которая позволяет наилучшим образом осмыслить личностную идентификацию, служит инструментом самопознания, самопо-

нимания и самопринятия, поскольку, оценивая результаты своих действий и действия партнеров по общению в межличностных отношениях, человек формирует представление о собственных качествах, способностях и возможностях.

Опираясь на результативно-процессуальный подход и на эмпирические результаты считаем, что самопредъявление как феномен межличностного взаимодействия можно охарактеризовать следующими обобщенными показателями: 1) осознанность целей, мотивов и условий, оценивание уровня собственных возможностей достижений, отношение к ситуации самопредъявления; 2) способы реализации самопрезентации, выбор стратегий и тактик; 3) совокупность личностных особенностей: моделирование, гибкость, выдержка, решительность, инициативность, уверенность в себе, социальная смелость, связанная с выбором стратегий самопредъявления; 4) анализ достижений поставленной цели взаимодействия благодаря рефлексии.

Идея, заложенная в данной модели, заключается в выстраивании субъектом самопредъявления как процесса (комплекс последовательных действий, нацеленных на определенный результат), так и результата (последствие определенных событий, которое имеет качественный или количественный характеристики) взаимодействия, нацеленного на создание у реципиентов положительного образа Я. Этот конструкт находится в двух плоскостях: ментальной (идеальные представления) и деятельностной (реальные действия), поскольку результат может быть достигнут как посредством определенных действий, так и может остаться на уровне ментальности. Моделирование и прогнозирование образа желаемого результата зависит от эффективности стратегий и их соответствия индивидуально-психологическим особенностям коммуникаторов, что в реальной действительности происходит далеко не всегда. Субъект может предвидеть вероятные последствия различных действий и скорректировать свое поведение, если он будет осведомлен о своих индивидуально-психологических особенностях, которые так или иначе могут повлиять на процесс самопредъявления.

Мы придерживаемся точки зрения Т.В. Эксакусто, И.А. Кибальченко, которые считают, что ментальные репрезентации формируются поэтапно, начиная с предвосхищения ситуации и до конструирования образа будущего поведения [Эксакусто Т.В., Кибальченко И.А., 2021]. В ходе эмпирического исследования выявлены индивидуально-психологические особенности, которые на каждом этапе модели могли бы препятствовать или способствовать самопродвижению субъекта; выделены этапы самопредъявления: подготовительно-организационный, процессуально-операционный, процессуально-результативный, оценочно-результативный. Каждому этапу соответствуют определенные факторы, влияющие на успешность самопредъявления. В случае успешного прохождения очередного этапа коммуникатор переходит на следующий и тем самым продвигает положительный результат финального этапа самопредъявления.

На первом, подготовительно-организационном этапе, формируются межличностные отношения, прогнозируются и оцениваются трудности, с которыми субъекты самопредъявления могут столкнуться в процессе дальнейших взаимодействий, и предвидение ситуации взаимодействия, актуализируются мотивы и цели коммуникации. Не случайно на этапе когнитивной оценки предстоящей ситуации присутствует мотив страха отвержения, в основе которого лежит боязнь быть отвергнутым и не понятым партнерами по взаимодействию, а также опасение, что коммуницирование будет непродуктивным и формальным. В этом случае человек может быть скованным, неуверенным, пассивным. Субъект, который способен заранее планировать и программировать свои действия, как правило, осознанно регулирует свое поведение.

Согласно разработанной модели этот этап (процессуально-организационный) позволяет на основе эмпирических данных выявить мотивационно-эмоциональный компонент, содержание которого включает в себя перечисленные выше особенности. По мысли М.В. Чумакова, этот компонент часто используется при описании регуляции конкретных видов деятельности в определенных

условиях, в том числе и в самопредъявлении (прим. автора). Исследователь предлагает рассматривать данные виды регуляции в неразрывном единстве [Чумаков М.В., 2016]. Не вызывает сомнений, что любое действие либо намерение предполагает наличие определенных мотивов, нацеленных на результат. Поскольку тот или иной мотив является значимой характеристикой личности, ориентированной на достижение поставленной цели, вполне понятно, что он содержит и эмоциональную составляющую.

Как правило, процесс мотивации возникает в момент актуализации какой-либо потребности и презентации ее субъекту, что, в свою очередь, создает готовность к поведению, которая выражается в виде эмоциональных явлений, сигнализирующих о потребностях и побуждающих его к деятельности [Вилюнас В.К., 2006]. Даже когда мотивы не осознаются, они отражаются в форме эмоциональной окраски действий. В некоторых исследованиях отмечено, что основной стороной мотива является отношение человека к воспринимаемой действительности [Божович Л.И., 2022]. Иными словами, одной из составляющих мотивации является эмоциональное отношение к предстоящему событию.

По мысли В.А. Иванникова, этот процесс начинается с актуализации определенной потребности и презентации ее субъекту, что ставит перед ним задачу на поведение, создает готовность к поведению и запускает процесс мотивации [Иванников В.А., 2014]. Следовательно, процесс мотивации самопредъявления начинается с актуализации потребности, вызывающей готовность к действию (вступить в отношения с нужным человеком и установить контакт, достичь значимых социальных целей, произвести впечатление компетентного человека, укрепить самооценку, получить материальную выгоду и т.д.). Далее формулируется цель, оцениваются собственные коммуникативные возможности, способности к убеждению, аргументации, внешний вид, уровень притязаний, желание получить желаемый результат или избежать неудачи. Затем осуществляется установление/выделение субъекта, для которого планируется самопрезентация, а

также поиск способов и средств достижения мотива. Далее происходит побуждение к активности и конкретизация поведенческих действий, после чего прогнозируются результат и решение субъекта о начале поведенческих действий.

Отметим, что следующие этапы самопредъявления не будут иметь смысла без способности субъекта (коммуникатора) к саморегуляции. Завершением этого этапа является осознание субъектом необходимости выстраивать процесс самопредъявления, обладая навыками и умениями саморегуляции. Анализ способности к саморегуляции дает возможность коммуникатору (субъекту) взаимодействовать с целевой аудиторией (реципиентами) уже на другом уровне – процессуально-операциональном. Подтверждение этому мы находим в высказывании Д.А. Леонтьева, который считает, что саморегуляция обеспечивает функционирование личности в любых сложных жизненных ситуациях, позволяет быть ему эффективным и автономным [Леонтьев Д.А., Аверина А.Ж., 2011].

Итак, на этом этапе определяется мотив, цель, оцениваются собственные возможности (положительные и отрицательные, сильные и слабые черты характера), выявляются устойчивые паттерны поведения и субъективные особенности восприятия ситуации. Прогнозируется, в каких условиях будет осуществляться процесс самопрезентации, создается образ, фиксирующий качество субъекта самопредъявления (одежда, обувь, аксессуары, ольфакторные средства). На данном этапе определенная стратегия самопредъявления не выявляется.

На втором, процессуально-операциональном этапе, происходит ситуативная, либо пластичная самоорганизация поведения. Согласно личностному подходу самоорганизация представляет собой личностное образование, состоящее из комплекса свойств (интеллектуальных, волевых и эмоциональных), реализующихся в упорядоченной деятельности и поведении. Это процесс, в ходе которого силами самого субъекта осуществляется моделирование, контролирование и коррекция своей деятельности [Деркач А.А., 2022].

Согласно эмпирическим данным, полученным в ходе исследования, процессуально-операциональный этап самопредъявления реализуется с опорой на

следующие особенности саморегуляции: гибкость и моделирование. Данный репертуар способов саморегуляции позволяет коммуникатору (субъекту) варьировать стратегии поведения в зависимости от актуальной на данный момент ситуации. На данном этапе реализуется стратегия самопредъявления «вариативность поведения». Проанализировав заранее предстоящую ситуацию, субъекты самопредъявления понимают, как наилучшим образом преподнести себя в значимой ситуации и с помощью каких тактик направить восприятие партнера по нужному пути. Успех может быть достигнут только в том случае, когда имеющийся арсенал способов саморегуляции опирается на выдержку (отсутствие агрессии, эмоциональная сдержанность, терпение), то есть умение достойно преодолеть сложные моменты в ситуации самопредъявления. Вполне естественно, что на этом этапе актуализируется регулятивный компонент самопредъявления, описание которого изложено выше. Следовательно, для эффективного самопредъявления участникам общения необходимо обладать навыками моделирования и гибкости, чтобы адекватно оценить ситуацию, внешние обстоятельства, регулировать собственное поведение, выбрав нужную тактику.

Успешно пройденный второй этап позволяет субъекту самопрезентации перейти на следующий (третий) уровень, процессуально-результативный, где коммуникатор (субъект), преодолев трудности предыдущего этапа, активно и уверенно себя самопродвигает, проявляет ассертивность, инициативность в социальных контактах и диалогическую направленность.

На третьем этапе наиболее востребованы такие качества личности, как уверенность в себе, социальная смелость, диалогическая направленность в общении. Ассертивность, которая соответствует поведенческому компоненту самопредъявления, присутствует в каждой из перечисленных выше индивидуально-психологических особенностей, однозначно способствует самопродвижению и позволяет субъекту демонстрировать свою коммуникативную и профессиональную компетентность.

На четвертом, оценочно-результативном этапе, завершается процесс самопредъявления и осуществляется оценка его эффективности. Эффективность самопредъявления оценивается в сравнении запланированного и реально достигнутого результата. Субъект, который выстраивал межличностные отношения с реципиентами на предыдущих этапах, успешно/неуспешно реализовывая каждый из них, в любом случае, оценивает реальную картину самопредъявления и получает определенный опыт, который будет полезен в будущем. Следовательно, испытуемые, анализирующие себя и собственные поступки в межличностных отношениях, чтобы усилить производимое впечатление и как можно продуктивнее решить поставленные задачи, понимают, с помощью каких стратегий направить восприятие партнера (реципиента) по нужному пути в значимой ситуации.

Качественный самоанализ позволит субъекту самопредъявления в перспективе совершенствовать процесс самопрезентации, используя тактики известной стратегии «инграция», или «стремление понравиться» (проявление заинтересованности, демонстрация нужности, произнесение комплиментов). Оценивание осуществляется на основе понимания степени достигнутого/недостигнутого успеха, а это, в свою очередь, обуславливается тем, насколько грамотно составлен поэтапный план действий и качественно разработана программа поведения [Батурин Н.А., 2008]. Это касается любой сферы жизнедеятельности, где коммуникатор намерен представлять себя и предвосхищает результаты взаимодействий на основе полученного опыта.

В перспективе, анализируя аналогичные ситуации, субъект (коммуникатор) совершенствует процесс самопрезентации и адаптируется под новые (либо изменившиеся) обстоятельства. На этом этапе ключевая роль отведена рефлексии – способности к самоанализу, осознанию собственных действий, характера отношений с окружающими. Как справедливо отметил Л.С. Выготский: «определять образ жизни и поведения, изменять наши действия, направлять их и освобождать их из-под власти конкретной ситуации» дает возможность рефлексия

[Выготский Л.С., 2023b, С. 259].

Сказанное выше несомненно соответствует и самопредъявлению. Рефлексия предоставляет возможность человеку увидеть самого себя и свои внутренние состояния с точки зрения абстрактного, внешнего наблюдателя и скорректировать собственное поведение [Леонтьев Д.А., Аверина А.Ж., 2011].

Полученные данные свидетельствуют о том, что между компонентами модели (мотивационно-эмоциональный, регулятивный, поведенческий, рефлексивный) имеются связи, которые выявляют этапы и возможности осмысления субъектом представления о самопредъявлении как целостного феномена.

Наличие структурных связей обусловлено особенностями рефлексии в ситуациях межличностных отношений, которые, на наш взгляд, в целом зависят от индивидуально-психологических свойств личности, определяющих этапы процесса самопредъявления. На основе полученных результатов определены особенности модели и выделена специфика ее компонентного состава.

Таким образом, мотивационно-эмоциональный компонент самопредъявления более выражен в подготовительной функции, которая реализуется в отношении к предстоящей самопрезентации (заинтересованность-индифферентность, принятие-отталкивание, удовольствие-неудовольствие, доверие-недоверие, волнение-спокойствие или же амбивалентное отношение), побуждении к активности и планировании конкретных действий, а также проявлении осознанной саморегуляции, которая занимает ведущее место в принятии решений, содействуя ее рациональности на момент постановки цели, разработки плана деятельности и оценки ситуации.

Регулятивный компонент самопредъявления представлен регулирующей функцией, согласно которой осуществляется подбор поведенческих стратегий самопредъявления, соответствующих образу Я, собственным ценностям и возможностям субъекта самопрезентации (гибкость-ригидность, выдержка-импульсивность, вариативное поведение-устойчивое поведение).

Поведенческий компонент самопредъявления проявляется в деятельностной функции и выражается в степени активности личности, диалогичности в общении, демонстрации знаний, опыта, компетентности, инициативности и уверенном поведении (активность-пассивность, ассертивность-закомплексованность, инициативность-пассивность, диалогичность-монологичность).

Рефлексивный компонент самопредъявления отражается в оценочной функции и выражается в анализе степени сложности ситуации самопредъявления, сравнении реального и запланированного результата, эффективности выстраиваемых взаимоотношений с партнерами по общению, а также достижении поставленной цели, осознании допущенных ошибок, поиске собственных возможностей для улучшения самопрезентации в аналогичных ситуациях.

В процессе взаимодействия инициатор общения стремится произвести благоприятное впечатление и понравиться целевой аудитории, используя при этом перцептивные навыки: включенность в коммуникативную ситуацию, понимание настроения партнера по его вербальному и невербальному поведению, эмоциональное состояние. Благодаря рефлексии субъект может проанализировать ответную реакцию партнеров по общению, отметить ее положительные и отрицательные стороны, сделать выводы и в дальнейшем осознанно выстраивать конструктивное взаимодействие.

Перечисленные компоненты являются системным образованием, который позволяет представить самопредъявление как целостный психологический конструкт, раскрыть сущность этого феномена, определить этапы этого процесса, индивидуально-психологические особенности и поведенческие стратегии, актуализирующиеся на каждом из них.

Модель самопредъявления отображена на Рисунке 9.

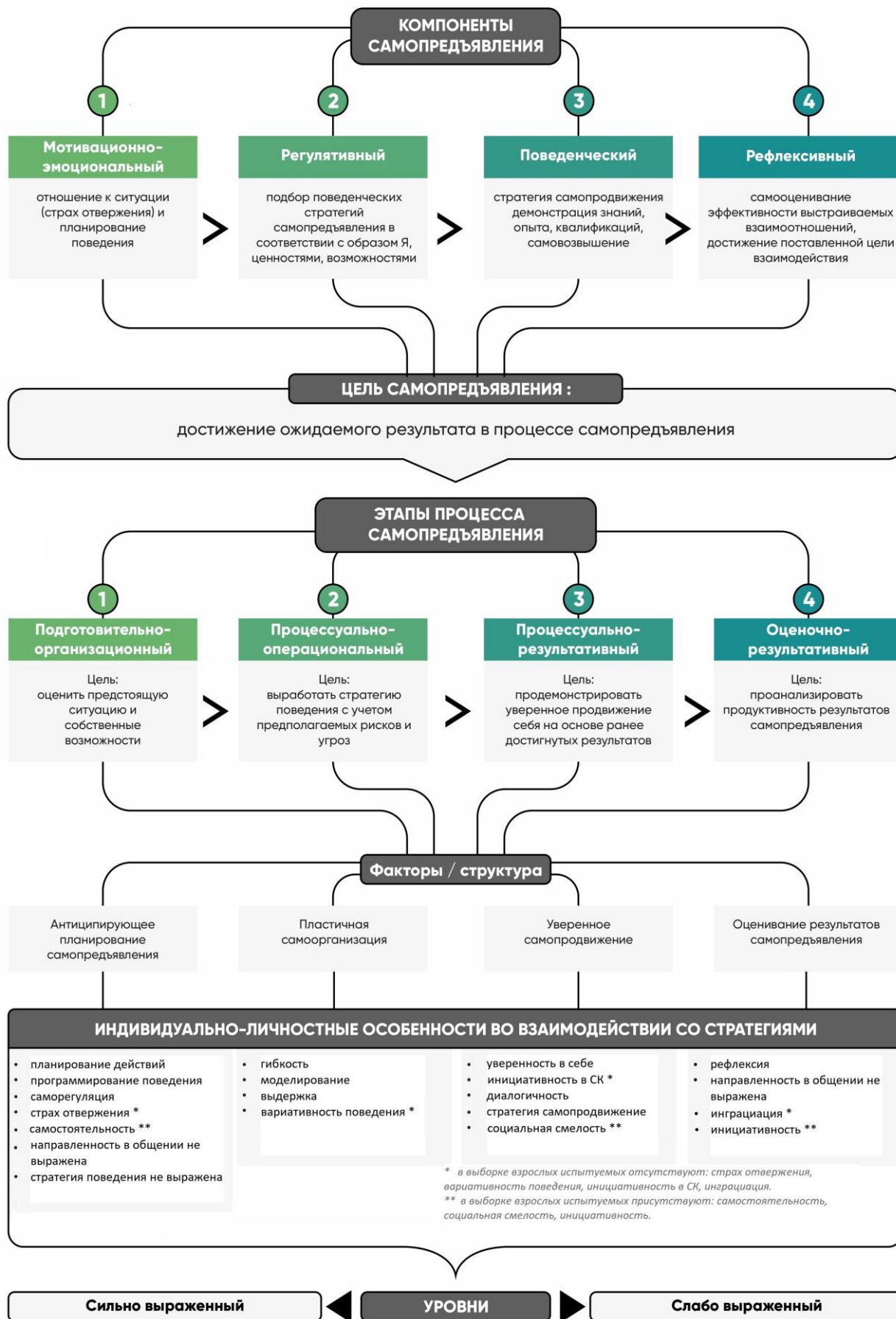


Рисунок 9. Модель самопредъявления личности

В модели отчетливо видно, что взаимосвязи, образующиеся между факторными структурами, указывают на ее целостность. Данная модель функционирует как универсальная, так как выявляет закономерности самопредъявления в ситуациях межличностных отношений и позволяет представить этот процесс как упорядоченную систему.

Результаты математической статистики и процедуры создания модели позволяют утверждать, что данная модель является объективной и пригодной для иных подобных ситуаций межличностных отношений. Опираясь на положения культурно-исторической теории, согласно которой представления о мире и собственно действительности связываются с рефлексией средств сознания [Выготский Л.С., 2023а; Леонтьев Д.А., Аверина А.Ж., 2011], считаем возможным экстраполировать данную модель на другие сферы жизнедеятельности.

Логика модели, выстроенная нами на основе эмпирических результатов, позволяет создать целостную картину процесса самопредъявления (в частности, его этапов), связать ее компонентный состав (мотивационно-эмоциональный, регулятивный, поведенческий, рефлексивный) с индивидуально-психологическими особенностями. Основной вывод, к которому мы пришли, заключается в том, что самопродвижение субъекта самопрезентации (от начала до завершения) обусловлено индивидуально-психологическими особенностями коммуникатора.

Таким образом, выявлена определенная логика самопредъявления, на основе которой разработана стабильная и надежная модель, раскрывающая существенные характеристики этого феномена.

Выводы по Главе 2

1. Определены доминирующие стратегии самопредъявления у испытуемых в зависимости от половых и возрастных признаков. В группе юношей и девушек востребован весь спектр стратегий самопредъявления. Наиболее предпочитаемые: «вариативность поведения», «стремление понравиться» и «самопродвижение». Лидирующую позицию у девушек занимает «стремление понравиться», у юношей – «вариативность поведения». В группе мужчин и женщин наиболее популярной стратегией является «самопродвижение». Мужчины чаще используют стратегии «запугивание», «отслеживание произведенного впечатления», женщины – «стремление понравиться». Женщины, в отличие от мужчин, реже отслеживают произведенное впечатление на собеседника и контролируют собственное поведение.

2. Получены значимые различия у студентов с выраженными и невыраженными показателями рефлексии, осознанной саморегуляции, диалогической направленности личности в общении, уверенности в себе, стратегии самопродвижения по стилям саморегуляции, стратегиям самопредъявления, направленности в общении, уверенности в себе и волевым качествам.

3. Установлены корреляционные связи между индивидуально-психологическими особенностями с направленностью в общении и стратегиями самопредъявления. Испытуемые, обладающие уверенностью в себе в межличностных взаимодействиях, демонстрируют социальную смелость, инициативность, ведущей стратегией самопредъявления выступает самопродвижение. Респонденты с социальной смелостью для успешной самореализации в самопредъявлении проявляют инициативность, в том числе и в социальных контактах, а также гибкость в поведении. Участники опроса, владеющие инициативностью в социальных контактах, выражают социальную смелость, инициативность, рефлексивность, страх отвержения, доминирующая поведенческая стратегия – самопродвижение, в общении диалогическая направленность. Испытуемые с развитой рефлексивностью обладают диалогичностью, стремлением к принятию, предпочитают

стратегию «самопродвижение» и не используют стратегию «вариативность поведения». Испытуемые с высоким общим уровнем саморегуляции в межличностном взаимодействии способны к программированию, моделированию, гибкости, планированию, оцениванию результатов поведения, а также к проявлению выдержки и решительности. Они не используют стратегию мольбы. Участники опроса, предпочитающие стратегию самопродвижение, обладают уверенностью в себе, инициативностью в социальных контактах, в общении готовы к диалогу. Респонденты с диалогической направленностью в общении стремятся к принятию, инициативны, не используют стратегию «вариативность поведения».

4. На основе непараметрического факторного анализа выявлена структура самопредъявления, состоящая из четырех факторов: антиципирующее планирование самопредъявления, пластичная самоорганизация, уверенное самопродвижение, оценивание результатов самопредъявления.

5. Разработана модель самопредъявления как сложного конструкта самоорганизуемой целенаправленной деятельности, суть которой заключается в выстраивании субъектом самопредъявления определенного взаимодействия с целенаправленной аудиторией с помощью индивидуальных особенностей, выбранных стратегий, тактик, которые позволяют транслировать необходимый образ Я. Модель состоит из последовательных этапов, факторов, характерных для реализации каждого этапа, структурных компонентов и специфики проявления каждого показателя в зависимости от высокой/низкой выраженности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе изучался феномен самопредъявления как психологический конструкт в межличностных отношениях.

Самопредъявление личности является непрерывным процессом представления сведений о себе в вербальном и невербальном выражении в межличностном взаимодействии. С целью создания определенного впечатления о своей персоне у окружающих, как правило, используют разнообразные тактики и стратегии поведения, выбор которых зависит от личностных качеств субъекта самопредъявления, поскольку в процессе деятельности личностные качества влияют на процесс самопредъявления и его успешность. В них отражены свойства и индивидуальные особенности восприятия окружающей действительности, поведения и деятельности. Личностные характеристики субъекта самопредъявления могут способствовать, либо препятствовать этому процессу.

На сегодняшний день существует множество определений понятия «самопредъявление». Этот феномен определяют как процесс, с помощью которого контролируется произведенное на аудиторию впечатление; сознательное поведение, направленное на создание необходимого впечатления о себе, либо впечатление, соответствующее ожиданиям окружения; разновидность манипуляции; самораскрытие; демонстративное поведение, направленное на получение намеченной цели; способность человека быть готовым к презентации себя другим людям, привлекая внимание к особенностям своего внешнего образа. Самопредъявление рассматривается с точки зрения способности субъекта к коммуникации в разных сферах (деловой, профессиональной, личной и других межличностных взаимодействиях) и обеспечивает саморегуляцию личности, адаптацию в межличностном общении, где необходимо продемонстрировать свои сильные личностные качества, соответствующие предъявляемой ситуации, а также создать нужное впечатление у партнеров по общению о своих целях и намерениях сотрудничества.

Проведенный анализ имеющихся психологических источников позволил сформулировать следующее определение: «самопредъявление в межличностных отношениях», – это сложный психологический конструкт, основанный на рефлексии стратегий и тактик, которые зависят от индивидуально-личностных особенностей субъектов самопредъявления, а также от процессуально-содержательных характеристик ситуаций взаимодействия. При этом стратегия самопредъявления будет определяться характеризующейся субъективной осознаваемостью выбираемых мотивов – ценностей взаимодействия, тактика – выбором средств и приемов поведения, а рефлексия – самооцениванием личностью вероятностной эффективности выстраиваемых взаимоотношений.

С помощью математических расчетов была обоснована и подтверждена модель самопредъявления, основываясь на которой мы пришли к следующим выводам:

1. Установлено, что самопредъявление в межличностных отношениях представляет собой сложный психологический конструкт, который состоит из определенных индивидуально-психологических особенностей субъектов самопредъявления, опосредующих поведенческие стратегии, реализуемые на этапах, последовательное прохождение которых ориентировано на достижение запланированного результата.

2. Определены индивидуально-психологические особенности, востребованные в процессе самопредъявления, такие как способность к рефлексии, саморегуляция, мотивы аффилиации, диалогичность, уверенность в себе, регулятивно-волевые качества.

3. Выявлены и дифференцированы различия в самопредъявлении у респондентов с высокой, либо низкой выраженностью индивидуально-психологических особенностей, таких как рефлексия, саморегуляция, направленность в общении, уверенность в себе, самопродвижение определена их специфика на разных этапах межличностных взаимодействий.

4. Определены доминирующие стратегии самопредъявления у испытуемых в зависимости от половых и возрастных признаков. По половому признаку все значения находятся примерно на одном уровне, что значимо не влияет на поведенческие стратегии, а также на способность к рефлексии, саморегуляции, гибкости, диалогичности, уверенности в себе. По возрастным признакам различия наблюдаются между юношами и мужчинами, девушками и женщинами. Показатели рефлексии у женщин выше, чем у девушек, у мужчин выше, чем у юношей. Самые высокие показатели саморегуляции у женщин. Способность к диалогу у юношей ниже, чем у мужчин, у девушек ниже, чем у женщин. Стремление к принятию у мужчин выше, чем у юношей, у женщин выше, чем у девушек. Страх отвержения у юношей выше, чем у мужчин, у девушек выше, чем у женщин. Стратегию «вариативность поведения» юноши используют чаще, чем мужчины, девушки чаще, чем женщины. Самопродвижение у мужчин выше, чем у юношей, у женщин выше, чем у девушек. Самое высокое среднее значение среди результатов исследования стратегии «мольба» наблюдается у девушек.

5. Установлено множество умеренных и средних корреляционных взаимосвязей между индивидуально-психологическими особенностями личности и поведенческими стратегиями. Комплексное использование эксплораторного и конфирматорного факторного анализа позволило выделить четыре фактора: «Антиципирующее планирование самопредъявления», «Пластичная самоорганизация», «Уверенное самопродвижение», «Оценивание результатов самопредъявления».

6. Модель самопредъявления в межличностных отношениях состоит из последовательных этапов, в каждом из которых реализуются определенные индивидуально-психологические особенности, направленность в общении и стратегии поведения.

7. Доказано, что модель самопредъявления состоит из последовательных этапов (подготовительно-организационного, процессуально-операционного

и процессуально-результативного) и характеризуется определенным компонентным составом (мотивационно-эмоциональный, регулятивный, поведенческий, рефлексивный) с учетом устойчивой комбинации факторов, воздействующих на реализацию каждого этапа.

Обобщая итоги проведенного исследования, можно заключить, что логика модели, выстроенная на основе эмпирических результатов, позволила создать целостную картину процесса самопредъявления как психологического конструкта, востребованного в различных ситуациях межличностных отношений (деловой, профессиональной, учебной сферах, в личностных контактах).

Таким образом, гипотезы, выдвинутые в исследовании, были эмпирически подтверждены; поставленные задачи решены и его цель достигнута.

Практические рекомендации. Учитывая, что самопредъявление – это сложный психологический конструкт его изучение позволило предложить теоретическую модель, демонстрирующую эффективное самопредъявление личности в межличностных, семейных, деловых, профессиональных и других ситуациях взаимодействия и взаимоотношений. Данную модель можно использовать в практикоориентированном ключе при составлении комплекса психологического сопровождения для выпускников вуза, представителей коммуникативных профессий, главной целью которого является подготовка специалистов к повышению качества самопрезентации, уровня общественной активности посредством использования наиболее продуктивных стратегий самопредъявления и эффективных тактик общения с окружающими, контролю собственных действий, а также восприятию и презентации собственного образа.

Перспективы дальнейшего изучения проблемы исследования актуальны с учетом повышенного интереса к грамотному представлению себя целевой аудитории. В этой связи предлагаем разработать специальный тренинг, направленный на формирование эффективной самопрезентации в ситуациях взаимодействия с помощью вербальных и невербальных средств. Основной акцент в предлагаемом тренинге необходимо сделать на следующих интегративных

компонентах самопрезентации: тот, кто презентует себя (коммуникатор); тот (те), кому презентуют (реципиент); то, что презентуют (содержание) в целевых группах. Отбор значимых личностных качеств будет производиться с учетом имеющихся возможностей у субъекта самопредъявления и требований внешних обстоятельств. Тренинг может быть предназначен для широкого круга аудитории (от 18 лет и выше). Основная цель данного тренинга – формирование практических навыков эффективного самопредъявления в профессиональном и межличностном взаимодействии, а также развитие способности к рефлексии, асертивному поведению, саморегуляции в общении, как средств формирования «образа Я», соответствующих социальным стандартам.

Тренинг позволит выработать способы формирования образа Я. В результате прохождения тренинга будут развиты вербальные и невербальные стратегии демонстрации собственной личности в системе внешних коммуникаций, умение вызвать интерес и расположить к себе целевую аудиторию, что является высоко значимым условием для эффективной самореализации и выигрышного преподнесения себя в различных ситуациях.

Таким образом, в результате прохождения тренинга повысится уровень социальной активности личности за счет использования участниками целевой группы продуктивных поведенческих стратегий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абульханова-Славская, К. А. Психология и сознание личности / К. А. Абульханова-Славская // Проблемы методологии, теории и исслед. реал. личности) : Избр. психол. тр. – Москва, 2004. – 224 с.
2. Акмеологический словарь [Электронный ресурс] / Под ред. А. А. Деркача. – 2-е изд. – URL : <https://akmeologicheskij-slovar.slovaronline.com/121-самоорганизация> (дата обращения : 05.11.2022).
3. Ананьев, Б. Г. Человек как предмет познания / Б. Г. Ананьев. – 3-е изд. – Москва [и др.] : Питер, 2018. – 282 с.
4. Андреева, Г. М. Социальная психология : Учебник для вузов / Г. М. Андреева. – Москва : Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
5. Аникина, В. Г. Рефлексивный аспект восприятия друг друга субъектами конфликта / В.Г. Аникина, А.В. Лагутин // Психологическая наука и образование. – 2022. – Т. 27. – № 1. – С. 104-120. – DOI : <https://doi.org/10.17759/pse.2022270109>.
6. Арпентьева, М. Р. Диалог как сущность общения / М. Р. Арпентьева // Гуманитарные исследования. – 2018. – № 1 (18). – С. 8-11.
7. Асмолов, А. Г. Психология личности. Культурно-историческое понимание развития человека / А. Г. Асмолов. – Москва : Смысл, 2019. – 448 с.
8. Ассаджиоли, Р. Типология психосинтеза: семь основных типов личности. Пер. с немецкого Т. Дрabbкиной. / Р. Ассаджиоли. – Москва : Мир Урании, 2014. – 160 с.
9. Батулин, Н. А. Психология оценки : общие представления, дифференциация понятий и области изучения / Н. А. Батулин // Вестник ЮУрГУ. – 2008. – № 31. – С. 17-31.
10. Батулин, Н. А. Технология разработки психодиагностических методик / Н. А. Батулин, Н. Н. Мельникова – Челябинск : ЮУрГУ, 2012. – 135 с.
11. Белобрагин, В. В. Социально-психологические проблемы имиджа как социального стереотипа и результата социальных установок / В. В. Белобрагин

// Вестник Российского нового университета. Серия : Человек и общество. – 2018. – № 1. – С. 131-134.

12. Богомолова, Е. И. Взаимосвязь личностных характеристик с особенностями активности пользователей социальных сетей Интернета : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.01 / Богомолова Екатерина Ильинична ; Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2015. – 25 с.

13. Бодалев, А. А. Психология общения. Энциклопедический словарь / А. А. Бодалев. – 2-е изд. – Москва : Когито-Центр, 2015. – 627 с.

14. Божович, Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Л. И. Божович. – Санкт-Петербург : Питер, 2022. – 400 с.

15. Болотова, А. К. Психология коммуникаций. / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков ; Высшая школа экономики нац. исслед. ун-т. – Москва: Изд. Дом Высш. шк. экономики, 2015. – 494 с.

16. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 272 с.

17. Большая советская энциклопедия : в 30 т. [Электронный ресурс] / Глав. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – Т. 21. – Москва : Сов. энциклопедия, 1969-. – URL : <https://gufo.me/dict/bse/Процесс> (дата обращения 24.12.2022).

18. Большой психологический словарь [Электронный ресурс] / Н. Н. Авдеева и др.; под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. – 4-е изд., расш. – Москва : АСТ ; Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2009. – 811 с. – URL : <https://psychological.slovaronline.com> (дата обращения 24.11.2022).

19. Бороздина, Г. В. Психология делового общения : учебник / Г. В. Бороздина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Инфра-М, 2022. – 320 с.

20. Братченко, С. Л. Технологии социально-психологических тренингов : пособие / С. Л. Братченко и др. / под ред. С. А. Беличевой. – Москва : Ред.-изд. центр консорциума «Социальное здоровье России», 2001. – 208 с.

21. Васильева, С. В. Предпочитаемые тактики самопрезентации и статус в группе у студентов / С. В. Васильева, А. А. Цветова // Герценовские чтения : психологические исследования в образовании. – 2021. – Вып. 4. – С. 687-693. – DOI: <https://doi.org/10.33910/herzenpsyconf-2021-4-88>.

22. Васюра, С. А. Взаимосвязь перфекционистской самопрезентации и коммуникативной активности / С. А. Васюра, М. С. Бегоян // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2019. – Вып. 4. – С. 551-560. – DOI: <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2019-4-551-560>.

23. Васюра, С. А. Проблема активности в общении в работах А. А. Бодалева / С. А. Васюра // «Круглый стол памяти А. А. Бодалева» в рамках юбилейной конференции МПО «От истоков к современности» (130 лет организации Психологического общества при Московском университете) : Сборник материалов / Ред. Н. Л. Карпова, Т. И. Пашукова. – Москва : Психологический институт РАО, 2015. – 92 с.

24. Вилюнас, В. К. Психологические механизмы мотивации человека / В. К. Вилюнас. – Санкт-Петербург : Речь, 2006. – 288 с.

25. Волочков, А. А. Активность индивидуальности: понятие и структура / А. А. Волочков, Е. Н. Митрофанова // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2016. – Вып. 4 (28). – С. 64-75. – DOI: <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2016-4-64-75>.

26. Выготский, Л. С. История развития высших психических функций / Л. С. Выготский. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 336 с. – (Антология мысли). – ISBN 978-5-534-07532-8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL : <https://urait.ru/bcode/513910> (дата обращения: 19.03.2023).

27. Выготский, Л. С. Основы дефектологии / Л. С. Выготский. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 332 с. – (Антология мысли). – ISBN 978-5-534-11695-3. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL : <https://urait.ru/bcode/518576> (дата обращения: 19.03.2023).

28. Глазунов, Ю. Т. О волевых качествах человека и основаниях их выделения / Ю. Т. Глазунов, К. Р. Сидоров // Вестник Удмуртского университета. – 2016. – Т. 26. – Вып. 2. – С. 64-71.

29. Головина, С. Г. Психологический конструкт жизненной успешности студенческой молодежи / С. Г. Головина, Т. А. Спирина, А. В. Корниенко // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2018. – № 11 (165). – С. 412-415.

30. Головина, Е. В. Уверенность в себе : ценностно-мотивационный аспект / Е. В. Головина // Институт психологии российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2020. – Т. 5. – № 3 (19). – С. 175-196.

31. Голубева, Н. М. Особенности рефлексии в психологической адаптации студентов к образовательной среде организации высшего образования : диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.07 / Голубева Наталия Михайловна ; Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского]. – Саратов, 2018. – 205 с.

32. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – Санкт-Петербург : Питер, 2021. – 304 с.

33. Гоцева, Ю. А. Особенности самопредъявления подростков в семейной, учебной и дружеской сферах общения : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.01 / Гоцева Юлия Александровна ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону, 2008. – 26 с.

34. Джеймс, У. Психология / У. Джеймс. – Санкт-Петербург : Питер, 2021. – 352 с.

35. Диагностика мотивов аффилиации (А. Мехрабиан) // Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / под ред. Н. П. Фетискина, В. В. Козлова, Г. М. Мануйлова. – Москва : Изд-во Института Психотерапии, 2002. – С. 70-72.

36. Дмитриева, Л. Г. Асимметрия диалога в субъект-субъектном педагогическом взаимодействии: монография / Л. Г. Дмитриева ; Министерство образования и науки РФ, Башкирский государственный университет. – Уфа : РИЦ БашГУ, 2018. – 204 с.

37. Дмитриева, Л. Г. Освоение новой реальности: ресурсный подход / Л. Г. Дмитриева // Психология диалога и мир человека: сборник научных трудов / под ред. Л. Г. Дмитриевой. – Т.4. – Уфа : Изд-во БашГУ, 2020. – 246 с.

38. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции : феномены, управление и защита / Е. Л. Доценко. – Санкт-Петербург : Речь, 2003. – 344 с.

39. Дробышева, Т. В. Подход к исследованию рефлексивности учебной группы: теоретические предпосылки и концептуальные представления / Т. В. Дробышева, С. В. Тарасов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия : Проблемы высшего образования. – 2021. – № 3. – С. 21-25.

40. Духновский, С. В. Диагностика и профилактика дисгармонии межличностных отношений субъектов образовательного процесса / С. В. Духновский // Герценовские чтения : психологические исследования в образовании. – 2018. – № 1-2. – С. 221-229.

41. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях: учебник для вузов / М. Р. Душкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 228 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12475-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL : <https://urait.ru/bcode/518895> (дата обращения: 05.03.2023).

42. Елькина, О. Ю. Региональная модель подготовки будущего учителя на доуниверситетском этапе / О. Ю. Елькина // Профессиональное образование. Столица. – 2019. – № 5. – С. 23-29.

43. Есаулова, К. С. К определению социальной смелости : в реальной жизни и интернет-коммуникации / К. С. Есаулова // Журнал Вестник РГГУ. Серия : Психология. Педагогика. Образование. – 2016. – № 2 (4). – С. 53-56.

44. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : Св. 136000 словар. ст., ок. 250000 семант. единиц [Электронный ресурс] / Т. Ф. Ефремова. – Москва : Рус. яз., 2000. – URL : <https://onlinedic.net/efremova/page/word87435.php> (дата обращения 24.12.2022).

45. Журавлев, А. Л. В. Н. Мясищев о взаимоотношении и взаимодействии между людьми как центральных понятиях социальной психологии / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков // Современное состояние и перспективы развития психологии отношения человека к жизнедеятельности. – Владимир-Москва : Изд-во ВлГУ, 2018. – С. 18-26.

46. Журавлева, И. А. Самопрезентация как форма предъявления индивидуальных личностных характеристик / И. А. Журавлева // Педагогическое образование и наука. – 2012. – № 8. – С. 20-25.

47. Зазыкин, В. Г. Психическая устойчивость человека в особых и экстремальных условиях деятельности / В. Г. Зазыкин, С. Л. Кандыбович, М. Ф. Секач, С. В. Смутьский. - Москва : Акад. воен. наук: Альтекс, 2015. – 727 с.

48. Зинченко, Е. В. Самораскрытие и его обусловленность социально-психологическими и личностными факторами: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.05 / Зинченко Елена Валерьевна ; Ростовский государственный университет. – Ростов-на-Дону, 2000. – 23 с.

49. Зобков, В. А. Генезис отношения человека к жизнедеятельности : монография / В. А. Зобков. – Владимир : Изд-во «Транзит-ИКС». – 2016. – 97 с.

50. Зобков, В. А. Личностные характеристики отношения человека к учебно-профессиональной и профессиональной деятельности / В. А. Зобков // Вестник Костромского государственного университета. Серия : Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2020. – Т. 26. – № 2. – С. 86-90. – DOI : <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2020-26-2-86-90>.

51. Зобков, В. А. Содержательные характеристики уверенности человека в себе / В. А. Зобков // Вестник Удмуртского университета. Серия : Философия. Психология. Педагогика. – 2019. – Т. 29. – № 1. – С. 28-36.

52. Золотарева, А. А. Перфекционистская самопрезентация и особенности ее диагностики / А. А. Золотарева // Клиническая и специальная психология. – 2018. – Т. 7. – № 1. – С. 104-117. – DOI: <https://doi.org/10.17759/psyclin.2018070108>.

53. Иванников, В. А. Анализ мотивации с позиций теории деятельности / В. А. Иванников // Национальный психологический журнал. – 2014. – №1. – С.49-56.

54. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 512 с.

55. Ильин Е. П. Психология воли / Е. П. Ильин. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 368 с.

56. Капитонова, Л. В. Обзор современных российских исследований, посвященных рефлексии и рефлексивности / Л. В. Капитонова // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 70-5. – С. 112-118.

57. Каратеев, О. В. Особенности самораскрытия студентов с различным уровнем рефлексивности : автореферат на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.05 / Каратеев Олег Витальевич ; Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова. – Ярославль, 2016. – 25 с.

58. Карпов, А. В. Межсистемная гетерохрония: рефлексивные процессы в системе внутреннего мира человека / А. В. Карпов, Т. А. Климонтова // Известия Иркутского государственного университета. – 2016. – Т.16. – С. 67-74.

59. Карпов, А. В. Психология рефлексивных механизмов деятельности / А. В. Карпов. – Москва : Институт психологии РАН, 2022. – 421 с.

60. Карпов, А. В. Рефлексивность как психическое свойство и методика ее диагностики / А. В. Карпов // Психологический журнал. – 2003. – № 24(5). – С. 45-57.

61. Карпов, А. В. Специфика структурной организации метакогнитивных компонентов рефлексивности / А. В. Карпов, А. А. Карпов, А. В. Чемякина // Российский психологический журнал. – 2022. – Т. 19. – № 1. – С. 127-142.

62. Кибальченко, И. А. Рефлексивная оценка признаков страхов студентов с разной самооценкой / И. А. Кибальченко, А. И. Плаксиенко // Современная наука : актуальные проблемы теории и практики. Серия : Познание. – 2019. – № 03. – С. 47-52.

63. Комплексное изучение свойств личности: системно-функциональный подход: коллективная монография / Крупнов А. И. и др. – Екатеринбург : Уральский гос. пед. ун-т : Уральский ин-т гос. противопожарной службы МЧС России, 2010. – 417 с.

64. Кондаков, И. М. Психология. Иллюстрированный словарь [Электронный ресурс] / И. М. Кондаков. – 2-е изд. доп. и перераб. – URL : <https://psihologicheskij-slovar.slovaronline.com> (дата обращения: 14.11.2022).

65. Копанев, А. Н. Анализ особенностей личностных качеств студенток колледжа и института, обуславливающих эффективность самопрезентации / А.Н. Копанев / В кн. : Миссия университетского педагогического образования в XXI веке : Сборник материалов II Международного научно-образовательного форума. – Ростов-на-Дону, Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – С. 267-274.

66. Корниенко, Д. С. Психометрические характеристики шкалы самопрезентации в социальной сети / Д. С. Корниенко, Ф. В. Дериш, Н. А. Руднова, Е. А. Горбушина // Психологические исследования. – 2021. – 14 (75). – DOI: <https://doi.org/10.54359/ps.v14i75.153>.

67. Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 225 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11562-8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL : <https://urait.ru/bcode/517382> (дата обращения: 29.03.2023).

68. Костромина, С. Н. Жизненная модель как операциональный конструкт изучения жизненного сценария личности / С. Н. Костромина / Жизненное пространство в психологии : Теория и феноменология : сборник статей / под ред. Н. В. Гришиной, С. Н. Костроминой. – Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2020. – 532 с.

69. Кошелева, Ю. П. Стратегии самопредъявления одиноких людей в ситуации знакомства : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.05 / Кошелева Юлия Павловна ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2002. – 23 с.

70. Кошкарова, Л. С. Студент РБИУ : путь к социальной смелости / Л. С. Кошкарова, Л. П. Ярулина // Современная высшая школа : инновационный аспект. – 2013. – № 1. – С. 54-65.

71. Крайг, Г. Психология развития / Г. Крайг, Д. Бокум. – Санкт-Петербург : Питер, 2023. – 944 с.

72. Крылов, Е. Ю. Формирование тактик целенаправленной самопрезентации у студентов в виртуальной среде : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.07 / Крылов Евгений Юрьевич ; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2012. – 22 с.

73. Кули Ч. Х. Избранное : Сб. переводов / Ч. Х. Кули / РАН. ИНИОН. Центр социал. научн.-информ. исследований. Отд. Социологии и социальной психологии; сост. и переводчик В. Г. Николаев ; отв. ред. Д. В. Ефременко. – Москва, 2019. – 234 с.

74. Куницына, В. Н. Межличностное общение : учебник для вузов / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2001. – 544 с.

75. Лабунская, В. А. Бытие субъекта : самопрезентация и отношение к внешнему Я / В. А. Лабунская // Субъект, личность и психология человеческого бытия. – Москва : Институт психологии РАН, 2005. – С. 235-258.

76. Лабунская, В. А. Отношение к внешнему облику, его ценность и значимость как факторы субъективного благополучия молодых людей / В. А. Лабунская // Социальная психология и общество. – Т. 10. – 2019. – № 3. – С. 51-66. – DOI : <https://doi.org/10.17759/sps.2019100304>.

77. Лабунская, В. А. Теоретико-эмпирический анализ влияния социально-психологических факторов на оценки, самооценки молодыми людьми внешнего облика / В. А. Лабунская, И. И. Дроздова // Российский психологический журнал. – 2017. – Т. 14. – № 2. – С. 202-226.

78. Лазурский, А. Ф. Программа исследования личности / А. Ф. Лазурский. – Москва : Книга по Требованию, 2012. – 284 с.

79. Лебедева, И. В. Психологические детерминанты ассертивности личности : диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.01 / Лебедева Инна Викторовна ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)». – Москва, 2015. – 205 с.

80. Леонтьев, Д. А. Вызов неопределенности как центральная проблема психологии личности [Электронный ресурс] / Д. А. Леонтьев // Психологические исследования. – 2015. – Т. 8. – № 40. – С. 2. – URL : <http://psystudy.ru/index.php/num/article/view/555/291> (дата обращения: 18.01.2023). – DOI : <https://doi.org/10.54359/ps.v8i40.555>.

81. Леонтьев, Д. А. Рефлексивность как составляющая личностного потенциала / Д. А. Леонтьев, А. Ж. Аверина // В кн.: Личностный потенциал : структура и диагностика / Науч. ред.: Д. А. Леонтьев. – Москва : Смысл, 2011. – С. 360-381.

82. Леонтьев, Д. А. Рефлексия «хорошая» и «дурная» : от объяснительной модели к дифференциальной диагностике / Д. А. Леонтьев, Е. Н. Осин // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2014. – № 11 (4). – С. 110-135.

83. Лидовская, Н. Н. Взаимоотношения супругов в незарегистрированном браке : диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических

наук : 19.00.05 / Лидовская Наталья Николаевна ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург , 2009. – 212 с.

84. Ломов, Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. – Москва : Наука, 1984. – 444 с.

85. Лопухова, О. Г. Психологический пол личности в контексте гендерных исследований / О. Г. Лопухова // ВЕСТНИК ТГГПУ. – 2011. – № 4 (26). – С. 384-391.

86. Лучинская, А. Я. Взаимосвязь решительности, как характеристики волевой сферы, с регулятивно-поведенческими характеристиками личности: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук: 19.00.01 / Лучинская Анастасия Ярославовна ; Казанский (Приволжский) федеральный университет. – Казань, 2016. – 25 с.

87. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс, пер. с англ. З. Замчук. – 7-е изд. – Питер, 2022. – 793 с.

88. Макклелланд, Д. Мотивация человека / Д. Макклелланд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 672 с.

89. Максимова, М. В. Теоретический обзор рефлексивности в контексте индивидуального стиля учебной деятельности / М. В. Максимова // Современная наука : актуальные проблемы теории и практики. Серия : познание. – 2020. – № 6. – С. 25-29.

90. Малисова, И. Ю. Рефлексивный и коммуникативный компоненты межличностного понимания : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.01 / Малисова Ирина Юрьевна ; Институт психологии РАН. – Москва, 1995. – 24 с.

91. Михайлова, Е. В. Самопрезентация : теории исследования, тренинг / Е. В. Михайлова. – Санкт-Петербург : Речь, 2007. – 224 с.

92. Моросанова, В. И. Опросник «Стиль саморегуляции поведения — ССП-98» [Электронный ресурс] / В. И. Моросанова. – URL : <http://kbnk.org/>

uploads/kolledj/vosp_rabota/20170830_izuch_lich_osob.pdf (дата обращения: 20.12.2020).

93. Моросанова, В. И. Осознанная саморегуляция как метаресурс достижения целей и разрешения проблем жизнедеятельности / В. И. Моросанова // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2021. – № 1. – С. 4-37.

94. Моросанова, В. И. Психология осознанной саморегуляции: от истоков к современным исследованиям / В. И. Моросанова // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2022. – № 3 (15). – С. 57-82. – DOI : <https://doi.org/10.24412/2073-0861-2022-3-57-82>.

95. Моросанова, В. И. Развитие идей О. А. Конопкина в современных исследованиях осознанной саморегуляции в контексте актуальных задач образования / В. И. Моросанова // Психология саморегуляции в контексте актуальных задач образования. Материалы научной конференции. – 2021. – С. 11-18.

96. Мясищев, В. Н. Психология отношений / В. Н. Мясищев. – Москва : Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж : МОДЭК, 2011. – 398 с.

97. Нестик, Т. А. Групповая рефлексивность / Т. А. Нестик, А. Л. Журавлев // Разработка понятий в современной психологии. – Т.2. – Москва : Институт психологии РАН, 2019. – С. 400-418.

98. Никитин, Е. П. Феномен человеческого самоутверждения / Е. П. Никитин, Н. Е. Харламенкова. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. – 224 с.

99. Носс, И. Н. Моделирование в психологическом исследовании / И. Н. Носс, М. Е. Ковалева // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2019. – Т. 12. – № 2. – С. 63-70.

100. Обозов, Н. Н. Психология межличностных отношений / Н. Н. Обозов. – Киев: Лыбидь, 1990. – 191 с.

101. Окуленко, И. Н. Изучение мотивации аффилиации студентов и ее развития в вузовской среде / И. Н. Окуленко / Материалы международной

научно-практической конференции «Современное состояние и перспективы развития субъекта деятельности». – Москва : Московский государственный гуманитарно-экономический университет. – 2019. – С. 130-142.

102. Ослякова, И. В. Психологические особенности уверенности субъектов управленческой деятельности : диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.03 / Ослякова Ирина Вячеславовна ; АНО ВО Российский новый университет. – Москва, 2019. – 196 с.

103. Осницкий, А. К. Психологические механизмы самостоятельности / А. К. Осницкий. – Москва-Обнинск : ИГ–СОЦИН, 2010. – 232 с.

104. Перелыгина, Е. Б. Психология имиджа : учебное пособие / Е. Б. Перелыгина. – Москва : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

105. Петрова, Е. А. Знаки общения их связь с самоподачей образа Я / Е. А. Петрова // Вестник МГУ. – № 5. – Москва, 2006. – С. 23-25.

106. Петрова, Е. А. Имиджелогия – наука XXI века / Е. А. Петрова / Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции «Гуманитарные технологии в современном мире. – Калининград : Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2019. – С. 25-28.

107. Петровский, А. В. Психология : учебник для студентов высших учебных заведений / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. – 9-е изд., стер. – Москва: Академия, 2009. – 500 с.

108. Пикулева, О. А. Психология самопрезентации личности : монография / О. А. Пикулева. – Москва : ИНФА-М, 2023. – 320 с.

109. Пикулева, О. А. Теоретические подходы к пониманию самопрезентации личности через призму осознанности-неосознанности процесса / О. А. Пикулева // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2013. – Т. 10. – № 4. – С. 158-172.

110. Прохоров, А. О. Влияние рефлексии на операциональные средства саморегуляции психических состояний студентов / А.О. Прохоров, А. В. Чернов,

М. Г. Юсупов // Научно-педагогическое обозрение (Pedagogical Review). – 2022. – Вып. 5 (45). – С. 190-201. – DOI : <https://doi.org/10.23951/2307-6127-2022-5-190-201>.

111. Прохоров, А.О. Ментальные механизмы регуляции психических состояний / А. О. Прохоров // Экспериментальная психология. – 2021. – Т. 14. – № 4. – С. 182-204.

112. Прохоров, А. О. Система Я в субъективном (ментальном) опыте переживания неравновесных психических состояний / А. О. Прохоров, М. И. Карташева // Экспериментальная психология. – 2020. – Т. 13. – № 3. – С. 89-104.

113. Прохоров, А. О. Становление системы ментальной регуляции психических состояний студентов в процессе обучения в вузе / А. О. Прохоров, А. В. Чернов // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2022. – Т. 15. – № 1. – С. 101-121.

114. Рассказова, Е. И. Психологическая саморегуляция как фактор успешности управления поведением в различных сферах функционирования личности / Е. И. Рассказова // Экспериментальная психология. – 2019. – Т. 12. – № 3. – С. 148-163. – DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2019120312>.

115. Ромек В. Г. Понятие уверенности в себе в современной социальной психологии / В. Г. Ромек // Психологический вестник Ростовского государственного университета. – Вып.1. – Ч.2. – Ростов-на-Дону : Изд-во РГУ, 1996. – С. 132-143. – URL : <https://romek.ru/ru/definassertiv> (дата обращения 22.11.2022).

116. Ромек, В. Г. Страх и тревожность как причины невроза. Джозеф Вольпе [Электронный ресурс] / В. Г. Ромек. – URL : <https://romek.ru/ru/bookBT2002-12> (дата обращения 22.11.2022).

117. Ромек, В. Г. Тест уверенности в себе / В. Г. Ромек // Психологическая диагностика. – 2008. – № 1. – С. 59-82.

118. Российская педагогическая энциклопедия: В 2 т. [Электронный ресурс] / Гл. ред. В. Г. Панов. – Т. 1. – URL : <https://rus-pedagog-enc.slovaronline.com/676-инициативность> (дата обращения: 05.11.2022).

119. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 713 с.
120. Савва, Л. И. Самостоятельность и самостоятельная работа обучающихся в современных условиях [Электронный ресурс] / Л. И. Савва, А. А. Жусупова, А. Р. Жусупов, Е. А. Дадашова // Мир науки. Педагогика и психология. – 2022. – Т. 10. – № 2. – URL : <https://mir-nauki.com/PDF/30PDMN222.pdf>
121. Сафоненко, С. В. Исследование волевых качеств учащихся как одного из аспектов личностных достижений в физкультурно-спортивной деятельности / С. В. Сафоненко // Самарский научный вестник. – 2018. – № 7 (1). – С. 286-293.
122. Семенов, И. Н. Рефлексивность самонаблюдения и персонология интроспекции: к онтологии и методологии рефлексивной психологии индивидуальности (окончание) / И. Н. Семенов // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2015. – № 4. – С. 98-113.
123. Семенов, И. Н. Рефлексия жизнедеятельности А. А. Бодалева и развития психологии общения и акмеологии выдающихся личностей / И. Н. Семенов // Акмеология. – 2015. – С. 22-29.
124. Семенченко, А. А. Управление впечатлением в обществе, самопрезентация. Общение в эпоху конвергенции технологий : сборник научных трудов [Электронный ресурс] / А. А. Семенченко / отв. ред. Карпова Н. Л., Петрова Е. А., Зотова О. В.; редколл.: Лабунская В. А., Пашукова Т. И., Пчелинова В. В., Рябикина З. И., Скрипкина Т. П.; ФГБНУ «ПИ РАО». – Электрон. дан. – Москва : ФГБНУ «ПИ РАО», 2022. – 700 с.
125. Сергиенко, Е. А. Модель психического : Структура и динамика / Е. А. Сергиенко, А. Ю. Уланова, Е. И. Лебедева. – Москва : Изд-во «Институт психологии РАН», 2020. – 503 с.
126. Серегин, К. С. Связь рефлексии и понятийного мышления подростков : диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических

наук : 19.00.01 / Серёгин Константин Сергеевич ; Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики". – Москва, 2013. – 186 с.

127. Сидоренко, Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию / Е. В. Сидоренко. – Москва : АСТ, серия Библиотека успешного психолога, 2017. – 384 с.

128. Сурьянинова, Т. И. Исследование диалогической позиции студентов-психологов в образовательном процессе / Т. И. Сурьянинова, А. С. Фетисова // Психологическая наука и образование. – 2021. – Том 26. – № 4. – С. 80-90. – DOI: <https://doi.org/10.17759/pse.2021260407>.

129. Тарасова, Е. М. Мотивация аффилиации у студентов поколения Z / Е. М. Тарасова, Л. Н. Разуваева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия : Психологические науки. – 2022. – № 2. – С. 36-46. – DOI: <https://doi.org/10.18384/2310-7235-2022-2-36-46>.

130. Тоффлер, Э. Шок будущего : Пер. с англ. / Э. Тоффлер. – Москва : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.

131. Федоров, В. В. Структура самопрезентации подростков в реальном общении и социальных сетях / В. В. Федоров // Социальная психология и общество. – 2020. – Т.11. – № 1. – С. 180-192. – DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2020110111>.

132. Федорова, Н. А. Личностные и ситуационные факторы выбора вербальных техник самопрезентации : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.05 / Федорова Наталия Андреевна ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2007. – 29 с.

133. Федосеева, И. А. О значимости формирования инициативности у военнослужащих / И. А. Федосеева, В. С. Бондаренко // Интеграция и дифференциация науки и практики в контексте приоритетных парадигм развития цивилизации : сборник научных статей по итогам национальной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 23–24 октября 2020 года. – Санкт-Петербург :

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 119-122.

134. Фестингер, Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер; пер. с англ. А. А. Анистратенко, И. Знаешевой. – Москва : Эксмо, 2018. – 251 с.

135. Фомина, Н. А. Содержательно-смысловые и инструментально-стилевые особенности инициативности студентов / Н. А. Фомина, О. А. Асташкина / V Международный пенитенциарный форум «преступление, наказание, исправление» (приуроченный к проведению в 2021 году в Российской Федерации года науки и технологий) : сборник тезисов выступлений и докладов участников: в 9 томах. – Т.5. – Ч.2. – Рязань : Изд-во : Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний, 2021. – С. 564-567.

136. Харламенкова, Н. Е. Самоутверждение подростка / Н. Е. Харламенкова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. – 384 с.

137. Холодная, М. А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / М. А. Холодная. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 334 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07365-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL : <https://urait.ru/bcode/516242> (дата обращения: 15.03.2023).

138. Хороших, В. В. Психологические факторы успешности самопрезентации : диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.05 / Хороших Валерия Викторовна ; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург , 2001. – 250 с.

139. Хьелл, Л. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – Санкт-Петербург : Питер, 2022. – 608 с.

140. Хэкхаузен, Х. Мотивация и деятельность / Х. Хэкхаузен. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер ; Москва : Смысл, 2003. – 860 с.

141. Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – Москва : Бомбора, 2022. – 528 с.
142. Чернов, А. В. Роль мотивации и рефлексии в регуляции психических состояний студентов / А. В. Чернов // Методология, теория, история психологии личности / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Никитина, Н. Е. Харламенкова. – Москва : Изд-во «Институт психологии РАН», 2019. – С. 715-722.
143. Чумаков, М. В. Эмоционально-волевая регуляция как рефлексивный процесс / Чумаков М. В. // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. – 2016. – № 1 (35). – С. 88-92.
144. Чумаков, М. В. Эмоционально-волевая сфера личности : учебное пособие для вузов / М. В. Чумаков. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 106 с. – (Высшее образование).
145. Шейнов, В. П. Взаимосвязи ассертивности с психологическими и социально-психологическими характеристиками личности / В. П. Шейнов // Вестник РУДН. Серия : Психология и педагогика. – 2018. – Т.15. – № 2. – С. 147-161. – DOI: <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2018-15-2-147-161>.
146. Шкуратова, И. П. Самопредъявление личности в общении / И. П. Шкуратова. – Ростов-на-Дону : изд-во ЮФУ, 2009. – 192 с.
147. Эксакусто Т. В., Кибальченко И. А. Интеллектуально-личностные предпосылки успешности: системный анализ и перспективы исследований / Т. В. Эксакусто, И. А. Кибальченко // Системная психология и социология. – 2021. – № 2 (38). – С. 65-77.
148. Энциклопедический психологический словарь-справочник. 1000 понятий, определений, терминов : Учебно-методическое пособие для вузов / Р. А. Александрова, Е. А. Бакланова, Е. Г. Баранов [и др.]. – 6-е издание, переработанное и дополненное. – Минск : Харвест, 2021. – 864 с. – ISBN 978-985-18-4878-8.
149. Яковлева, Ю. В. Психологическое содержание, структура и особенности самостоятельности : автореферат диссертации на соискание ученой степени

кандидата психологических наук : 19.00.01 / Яковлева Юлия Владимировна ; Южно-Уральский государственный университет. – Челябинск, 2011. – 26 с.

150. Янченко, И. В. Формирование диалогического общения в психотерапевтическом процессе (на примере разновозрастных групп семейной логопсихотерапии) : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : 19.00.13 / Янченко Ирина Владимировна ; Ростовский государственный университет. – Ростов-на-Дону, 2006. – 24 с.

151. Abakumova, I. Features of self-presentation of modern young people in social networks / I. Abakumova, Z. Brizhak, A. Kukulyar, A. Kolenova / E3S Web of Conferences 210, 19003 (2020) ITSE-2020. – DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021019003>.

152. Acic, I. Effects of self-objectification on viewers' narrative engagement / I. Acic, L. D. Taylor // Psychology of Popular Media. Advance online publication. – 2022. – DOI : <https://doi.org/10.1037/ppm0000418>.

153. Arkin, R. M. Self-presentation / R. M. Arkin / R. R. Vallacher, D. M. Wegner (eds). The Self in Social Psychology. – L.; N.Y. : Oxford Univ. Press, 1986.

154. Brown, T. A. Confirmatory Factor Analysis for Applied Research (2nd ed.) / T. A. Brown. – New York : Guilford Publications. 2015. – 475 с.

155. Buss A. Social behavior and personality / A. Buss. – Abingdon, New York : Routledge, 2016. – 226 p.

156. Christopher, A. N. Materialism, Defensive and Assertive Self-Presentational Tactics, and Life Satisfaction / A. N. Christopher, T. P. Lasane, J. D. Troisi and L. E. Park // Journal of Social and Clinical Psychology. – 2007. – Vol. 26. – № 10. – DOI : <https://doi.org/10.1521/jscp.2007.26.10.1145>.

157. Explaining Communication : Contemporary Theories and Exemplars / edited by Bryan B. Whaley, Wendy Samter. – United Kingdom : Taylor & Francis, 2013.

158. Fenigstein, A. Public and private self-consciousness : Assessment and theory / A. Fenigstein, M. F. Scheier, A. H. Buss // Journal of Consulting and Clinical

Psychology. – 1975. – Vol. 43. – Iss.4. – P. 522-527. – DOI: <https://doi.org/10.1037/h0076760>.

159. Gatignon, H. Confirmatory Factor Analysis. / H. Gatignon // *Statistical Analysis of Management Data*. – New York : Springer New York, 2010. – Pp. 59-122. – DOI : https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1270-1_4.

160. Gleitman, H. Psychology / H. Gleitman, J. J. Gross, D. Reisberg. – 8th ed. – New York : W.W. Norton & Co, 2010. – 864 p.

161. Heider, F. The Psychology of Interpersonal Relations / F. Heider. – New York : Psychology Press, 2013. – 336 p. – DOI : <https://doi.org/10.4324/9780203781159>.

162. Hu, L. Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis : Conventional criteria versus new alternatives / L. Hu, P. M. Bentler // *Structural Equation Modeling : A Multidisciplinary Journal*. – 1999. – 6 (1). – Pp. 1-55.

163. Jones, E. E. Toward a general theory of strategic self-presentation / E. E. Jones, T. S. Pittman // *Psychological perspectives on the self* / ed. by J. M. Suls. – Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1982. – Vol.1. – Pp. 231-262.

164. Johnson, M. Relations between explicit and implicit self-esteem measures and self-presentation / M. Johnson // *Personality and Individual Differences*. – 2016. – 95. – Pp. 159-161. – DOI : <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.02.045>.

165. Konradt, U. Reflexivity in Teams: A Review and New Perspectives / U. Konradt, K.-Ph. Otte, M. C. Schippers, C. Steenfatt // *Journal of Psychology*. – 2016. – V. 150. – № 2. – Pp. 151-172. – DOI : <https://doi.org/10.1080/00223980.2015.1050977>.

166. Kobayashi, M. University Students' Self-Rated Ability to Interpret Social Context and Correlating Factors / M. Kobayashi, N. Fukuda, K. Ichikura, T. Asakura // *Psychology*. – 2018. – № 9. – Pp. 1546-1557. – DOI : <https://doi.org/10.4236/psych.2018.96093>.

167. Leary, Mark R. Self-presentation : Impression Management and Interpersonal Behavior / Mark R. Leary. – N.p. : Taylor & Francis, 2019. – 264 p.

168. Maheshwari, S. K. Correlation of Assertive Behavior with Communication Satisfaction among Nurses / S. K. Maheshwari, K. K. Gill // *Journal of Health, Medicine and Nursing*. – 2015. – Vol. 14. – P. 68-74.

169. Mead, G. H. *Mind, Self, and Society (the definitive edition)* / G. H. Mead. – Chicago : Univ. of Chicago, 2015. – 536 p. – DOI: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226112879.001.0001>.

170. Nichols, A. L. *Self-Presentation Theory. Impression Management* / A. L. Nichols // *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Vol. 1: *Models and Theories* / ed. by B. J. Carducci, Ch. S. Nave, J. S. Mio, R. E. Riggio. – Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2020. – Pp. 397-400. – DOI: <https://doi.org/10.1002/9781119547143.ch66>.

171. Pandey, A. Manipulating impressions in the 'ME' culture : A study of millennial consumers / A. Pandey, A. Chopra, S. Karve // *Journal of Customer Behaviour*. – 2020. – № 19 (1). – Pp.51-72. – DOI : <https://doi.org/10.1362/147539220X15874775191976>.

172. Pontari, B. A. Engaging in Less Protective Self-Presentation : The Effects of a Friend's Presence on the Socially Anxious / B. A. Pontari, E. J. Glenn // *Basic and Applied Social Psychology*. – 2012. – Vol. 34. – Iss. 6. – Pp. 516-526. – DOI : <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.728112>.

173. *Public Self and Private Self* / Ed. by R. F. Baumeister. – New York : Springer New York, 2012. – 257 p. – DOI : <https://doi.org/10.1007/978-1-4613-9564-5>.

174. Revelle, W. *Psych: Procedures for Psychological, Psychometric, and Personality Research*. R package version 2.1.6. [Electronic resource] / W. Revelle. – Northwestern University, Evanston, Illinois. – 2021. – URL : <https://CRAN.R-project.org/package=psych> (accessed: 20.08.2022).

175. Rose, P. Self-Monitoring, opinion leadership and opinion seeking: A sociomotivational approach / P. Rose, J. Kim // *Current Psychology*. – 2011. – Vol. 30. – Iss. 3. – Pp. 203-214. – DOI : <https://doi.org/10.1007/s12144-011-9114-1>.

176. Rosseel, Y. lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling / Y. Rosseel [Electronic resource] // Journal of Statistical Software. – 2012. – Vol. 48. – N. 2. – Pp. 1-36. – URL : <https://www.jstatsoft.org/v48/i02> (accessed: 20.08.2022).

177. Schlenker, B. R. Self-presentation. In : Leary Meester, Tangny JP, editors. Handbook of Self and Identity / B. R. Schlenker. – New York : Guildford Press, 2012. – Pp. 542-570.

178. Snyder, M. Self-monitoring Appraisal and reappraisal / M. Snyder, S. Gangestad // Psychological Bulletin. – 2000. – Vol. 126. – Iss. 4. – Pp. 530-550. – DOI : <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.4.530>.

179. Tedeschi, J. T. Identities, the Phenomenal Self and Laboratory Research / J. T. Tedeschi, M. Riess // Impression Management Theory and Social Psychological Research / Ed. J. T. Tedeschi. – United Kingdom : Elsevier Science, 2013. – 390 p.

180. Tuomainen, S. Using reflection and self-analysis to develop university students' academic presentation skills / S. Tuomainen // Journal of Academic Language & Learning. – 2022. – Vol. 16. – № 1. – Pp. 76-90.

181. Weigold, M. F. Communication science A review of the literature / M. F. Weigold // Science Communication. – 2001. – Vol. 23. – Iss. 2. – Pp. 164-193. – DOI : <https://doi.org/10.1177/1075547001023002005>.

182. Weiten, Wayne. Psychology Applied to Modern Life : Adjustment in the 21st Century / Wayne Weiten, S. Dunn Dana, Elizabeth Yost. Hammer. – Boston : Cengage Learning, 2016. – 672 p.

183. Wooten, D. B. Americus Reed A Conceptual Over-view of the Self-Presentational Concerns and Response Tendencies of Focus Group Participants / D. B. Wooten // Journal of Consumer Psychology. – 2000. – Vol. 9. – Iss. 3. – Pp. 141-153. – DOI : https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0903_2.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ОГЛАВЛЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

	стр.
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Таблица 1. Определение самопредъявления и близких к нему терминов зарубежными авторами.....	173
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Таблица 2. Определение самопредъявления и близких к нему понятий отечественными психологами.....	175
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Таблица 3. Исследования стратегий и тактик самопредъявления в зарубежных психологических источниках.....	176
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Таблица 4. Исследования стратегий и тактик самопредъявления в отечественных психологических источниках	179
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Таблица 5. Теоретические подходы к исследованию феномена рефлексии	181
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Таблица 6. Характеристики направленности личности в работах отечественных и зарубежных психологов.....	182
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Таблица 7. Значения коэффициента альфа Кронбаха, показателей описательной статистики и нормальности распределения данных обследования 385 испытуемых	183
ПРИЛОЖЕНИЕ 8. Результаты расчета критерия хи-квадрат для оценки соответствия распределения данных нормальному закону	187
ПРИЛОЖЕНИЕ 9.	205
Таблица 8. Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью рефлексии	205
Таблица 9. Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью саморегуляции	206
Таблица 10. Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью диалогической направленностью личности в общении (Д-НЛО)	207
Таблица 11. Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью уверенности в себе.....	209
Таблица 12. Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью самопродвижения	210
ПРИЛОЖЕНИЕ 10. Перечень методик, используемых в диссертации	212
Методика диагностики уровня развития рефлексивности (опросник А.В. Карпов)	213
Опросник «Стиль саморегуляции поведения – ССП-98» (В.И. Моросанова)	215
Диагностика мотивов аффилиации (А. Мехрабиан).....	217
Методика «Направленность в общении» (опросник С.Л. Братченко)	220
Тест «Уверенности в себе» (В.Г. Ромек)	224
Опросник волевых качеств личности (М.В. Чумаков)	227
Опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова)	231

Приложение 1

Таблица 1

**Определение самопредъявления и близких к нему терминов
зарубежными авторами**

№ п/п	Подходы	Авторы	Определение
1	2	3	4
1.	Ситуационный	Дж. Мид, Ч. Кули, И. Гоффман М. Лири Р. Ковальски Р. Викланд Г. Глейтман М. Снайдер Ф. Хайдер Л. Фестигнер Р. Баумейстер А. Стейнхилбер Д. Майерс	Самопредъявление – это осознаваемое и неосознаваемое символическое поведение, благодаря которому передается информация о себе партнерам по взаимодействию, где субъект самопредъявления транслирует желательный образ Я-идентичность и подтверждает самооценку с помощью различных средств самопрезентации, оформления внешнего вида и аксессуаров для создания определенного впечатления. К ситуационным факторам относят: степень значения ситуации для субъекта самопредъявления, степень знакомства с аудиторией, длительность общения, степень зависимости от окружения, нормы и правила, принятые в группе.
2.	Мотивационный	И. Гоффман Е. Джонс Т. Питтман, А. Шутц, Р. Аркин Д.Ж. Шнейдер Ф.Э. Тетлок Э.С.Р. Манстед Д. Майер Б. Шленкер Д. Вутен А. Рид А. Пандей Ш. Карве А. Чопра Дж. Шнейдер Б. Понтари Э. Глейн	Самопрезентация – это осознаваемый мотивированный и организованный процесс по формированию определенного впечатления у участников коммуникации для реализации мотивов власти, превосходства, уважительного отношения, достижения значимых целей, социального одобрения, избегания неодобрения, укрепления самооценки, развития желаемой идентичности.

Продолжение Приложения 1

Продолжение Таблицы 1

1	2	3	4
3.	Личностный	А. Шутц Р. Аркин А. Фенигстейн М. Шейер А. Басс М. Снайдер	Самопредъявление – это средство для создания образа «Я» и подтверждения самооценки, в котором личностные характеристики субъекта самопредъявления связаны с особенностями взаимодействия и управления впечатлением о себе у партнеров по общению. Среди которых саморефлексия, уверенность в себе, самомониторинг, саморегуляция.
4.	Манипулятивный	Дж. Тедеша М. Риес Е. Джонс Т. Питтман Б.Шленкер М. Вейгольд Д. Майерс А. Николс	Осознаваемая и целенаправленная деятельность, направленная на достижение определенного вида власти, включающая в себя стратегии и тактики поведения.

Приложение 2

Таблица 2

Определение самопредъявления и близких к нему понятий отечественными психологами

№	Подходы	Авторы	Суждения
1	Индивидуально-личностный	И.В. Абакумова А.А. Бодалев П.Н. Ермаков Е.М. Зимачева Ю.П. Кошелева В.А. Лабунская Е.В. Михайлова	Совокупность действий человека, нацеленных на формирование конкретного образа у партнеров по взаимодействию, ориентированных на социально-психологические характеристики и образ жизни субъекта, для которого предназначена самопрезентация.
2	Коммуникативно-перцептивный	Г.В. Бороздина Ю.М. Жуков Е.В. Михайлова О.А. Пикулева Н.Е. Харламенкова И.П. Шкуратова	Процесс регуляции и саморегуляции собственного поведения зависит от того, как воспринимают его окружающие - представляющий себя субъект целенаправленно привлекает внимание аудитории, запуская механизм социального восприятия.
3	Манипулятивный	Н.В. Амяга С.Л. Братченко Е.Л. Доценко Н.В. Казаринова В.Н. Куницына В. М. Погольша Е. В. Сидоренко Н.Е. Харламенкова	Сознательно создается необходимый образ для аудитории (реципиентов) и транслируются только те качества личности, которые способствуют достижению определенных целей.
4	Имиджевый	Н.А. Корягина Е.Б. Перельгина Е.А. Петрова В.В. Хороших	Совокупность вербальных и невербальных приемов, направленных на создание имиджа, основу которого составляет продуманный внешний образ, подчеркивающий сильные стороны личности и нивелирующий недостатки.
5	Личностно-деятельностный	Ю. А. Гоцева И.А. Журавлева Н.А. Корягина Е.Ю. Крылов В.Н. Куницына О.А. Пикулева В.В. Федоров Н.А. Федорова Л.Б. Филонов Н.Е. Харламенкова	Одна из форм активности личности, целенаправленно создающая впечатление о себе посредством демонстрации личностных свойств, статусно-ролевых и гендерно-возрастных характеристик.

Исследования стратегий и тактик самопредъявления в зарубежных психологических источниках

Название стратегии/приемов	Описание	Авторы
1	2	3
Театрализация собственной работы	Превращение собственной деятельности в спектакль.	И. Гофман
Идеализация	Преувеличение, приукрашивание или уменьшение своих качеств, статуса или ситуации. В случае трансляции общественно-одобряемого поведения может быть положительной, а в случае сознательной демонстрации собственной неполноценности или ущербности - отрицательной.	
Обманное исполнение роли	Сознательное искажение фактов своей жизни, присвоение себе чужого статуса и представление себя в ложном свете.	
Мистификация	Создание в глазах аудитории мистического и загадочного образа.	
Поддержание экспрессивного контроля	Точное контролирование и регулирование собственной речи, жестов и мимики.	
Верность исполняемой роли	Строгое придерживание выбранной линии поведения.	
Драматургическая дисциплина	Соблюдение дисциплины при исполнении собственной роли, сохранение эмоциональной отстраненности от процесса своего представления другим настолько, чтобы достаточно свободно совладать с возникшими драматургическими неожиданностями.	
Драматургическая предусмотрительность	Тщательное планирование и прогнозирование как собственных действий, так и реакций аудитории.	
Контроль доступа за кулисы (скрытой зоны)	Контролирование скрываемых от аудитории фактов.	
Техника уклонения	Принятие мер по изоляции человека, который знает характеристики, которые инициатор общения скрывает от аудитории.	
Техника компенсации	Принятие мер, с помощью которых информация преподносится в искаженном виде.	

Продолжение Приложения 3

Продолжение Таблицы 3

1	2	3
Взаимопрославление	Приемы, направленные на повышение самооценки личности.	Б. Шленкер
Согласование образа «Я»	Приемы, направленные на самоутверждение, подтверждающие представление о себе.	
Самоаутентичность	Приемы, направленные на познание себя основе информации от окружающих.	
Тактика «красование»	Приемы, направленные на стремление выглядеть привлекательным.	М. Лири
Ублажающая стратегия	Подстраивание под аудиторию для достижения позитивного впечатления.	Р. Баумайстер
Самоконструирующая	Демонстрирование тех качеств личности, которые входят в его идеальное Я с целью произведения впечатления.	
Приобретающая	Достижение цели с помощью выбора подходящих социальному положению ролей, соответствующих социальной среде, то есть взаимодействие с другими как с равными себе.	
Защитная	Стремление к неосознанному избеганию неудач, в случае, когда личность характеризуется неадекватной (завышенной или заниженной) самооценкой.	Р. Аркин, А. Шутц
Позитивная	Активные действия, направленные на создание положительного образа Я.	
Наступательная	Агрессивные способы создания образа, направленные на критику конкурента.	
Предохранительная	Избегание негативного впечатления о себе.	
Оборонительная	Устранение произведенного неблагоприятного впечатления с помощью демонстрации беспомощности, запугивания и оправдания.	А. Шутц
Стратегия «угодить аудитории»	Транслирование коммуникатором себя как личности, обладающей схожими с аудиторией ценностями и нормами с целью получения выгоды и признания.	
Самоконструктивная	Демонстрация собственных положительных качеств, целей и идеалов, не зависимо от ценностей и взглядов аудитории.	
Ассертивный	Поведение, сконцентрированное на создании и демонстрации окружающим новой идентичности.	Дж. Тедеш С. Линдсколд Н. Норман

Продолжение Приложения 3

Продолжение Таблицы 3

1	2	3
Защитный	Стремление идентифицировать себя либо с положительной стороны, либо изменить уже существующую негативную идентичность.	
Инграция – стремление понравиться	Проявление абсолютного согласия, покорности, вежливости, произнесение комплиментов, лести. Цель – выглядеть очаровательным.	Е. Джонс, Т. Питтман
Самопродвижение	Демонстрация знаний, умений, компетентности, превосходства и преувеличение своих возможностей. Цель – выглядеть компетентным.	
Запугивание	Демонстрация силы, наглости, авторитарности и бесцеремонности, а также внушение страха окружающим. Цель – внушить страх.	
Примерность	Стремление выглядеть безупречным, неуязвимым, подчеркивание собственного совершенства и стремление быть образцом для подражания.	
Мольба	Демонстрация беспомощности, несамостоятельности, зависимости, собственного бессилия и уязвимости с целью вызвать сочувствие и сострадание.	

Приложение 4

Таблица 4

Исследования стратегий и тактик самопредъявления в отечественных психологических источниках

Название стратегии/приемов	Описание	Авторы
1	2	3
Самораскрытие	Заключается в высказываниях на основе диалогичности и рефлексивности.	И. Ю. Малисова
Самопрезентация	Заключается в раскрытие собственного "Я" при частичной диалогичности и рефлексивности.	
Непроизвольное самовыражение	Заключается в высказываниях без использования диалогичности и рефлексивности.	
Самоподача превосходства	Подчеркивание собственного превосходства одеждой, аксессуарами и другими статусными символами.	Г. В. Бороздина
Самоподача привлекательности	Подбор гардероба в соответствии с физическими особенностями человека.	
Самоподача отношения	Демонстрирование партнеру по взаимодействию своего отношения с помощью различных средств.	
Самоподача состояния и причин поведения	Обращение внимания партнера по взаимодействию на определенное состояние инициатора общения.	
Вербальные техники: - прямые	Демонстрирование знаний, умений, предпочтений, достоинств, социального статуса. Самоподача извинения и оправдания. Выдвижение требований и угроз.	Н. А. Федорова
-непрямые	Демонстрация принадлежности к известной личности, унижение соперника, критика и иронические высказывания в адрес «третьих лиц».	
Невербальные техники:	Транслирование имиджевых характеристик (внешний вид, манера держаться, речевые особенности), поведенческие приемы (жесты, мимика, пантомимика).	
Оправдание с отрицанием ответственности (3) Отречение (3) Препятствование самому себе (3)	1. Отрицание ответственности за негативные действия и поступки. 2. Предвосхищение вероятного негативного события с целью предотвратить возможные обвинения в случае, если оно произойдет. 3. Оправдание внешними факторами (ссылки на слабое здоровье, болезни, общественные нагрузки) причин своих неудач с целью предотвращения негативного впечатления о себе.	О. А. Пикулева

Продолжение Приложения 4

Продолжение Таблицы 4

1	2	3
Желание понравиться (А)	4. Стремление к аффилиации целью получения выгоды (лесть, конформизм, услужливость и так далее).	
Извинение (З)	5. Раскаяние за нанесенную обиду, признание собственной вины.	
Пример для подражания (А)	6. Демонстрация образцового поведения для восхищения, подражания и получения признания от окружающих.	
Сообщение о своих достижениях (А)	7. Демонстрация достоинств и достижения успехов.	
Преувеличение своих достижений (А)	8. Намеренное подчеркивание субъектом самопрезентации своих успехов и достигнутых результатов.	
Оправдание с принятием ответственности (З)	9. Акцентирование внимания на причинах, оправдывающих собственное негативное поведение со ссылкой на то, что другие в подобных ситуациях поступили бы точно также.	
Просьба/мольба (А)	10. Демонстрация субъектом выученной беспомощности в манипулятивных целях.	
Запугивание (А)	11. Демонстрация угроз с целью устрашения объекта самопрезентации.	
Негативная оценка других (А)	12. Критическая оценка других людей или групп с целью манипулятивной выгоды.	

Теоретические подходы к исследованию феномена рефлексии

Авторы	Подходы	Описание подхода
А.В. Брушлинский Т.В. Корнилова Ю.Н. Кулюткин А.М. Матюшкин И.Н. Семёнов М.К. Тутушкина О.К. Тихомиров	Интеллектуальный (включает предметное содержание задач и мыслительных операций, направленных на рефлексию)	Рефлексия понимается как умение субъекта выделять, анализировать и соотносить с предметной ситуацией собственные действия; позволяет раскрыть представления о психологических механизмах теоретического мышления.
К.С. Абульханова-Славская А.Г. Асмолов Б.С. Братусь Ф.Е. Василюк Н.И. Гуткина В.В. Знаков Д.А. Леонтьев В.А. Петровский И.Н. Семенов С.Ю. Степанов С.В. Толстая О.В. Бондаренко	Личностный (включает самоотношение, личностные поступки, направленные на преодоление внутриличностных конфликтов)	Исследуются: собственные поступки и образы «Я» как индивидуальности; процесс понимания человеком своего внутреннего состояния и собственной деятельности; создание новых образов «Я» во взаимодействиях с окружающими и в собственной активной деятельности.
Г.М. Андреева А.А. Бодалёв И.С. Кон Л.А. Петровская А.А. Степанов Е.М. Карпович	Коммуникативный (включает процессы межличностного восприятия, общения, взаимопонимания в группе)	Изучается внутренний мир партнера по общению и мотивы его поступков. Рефлексия изучается с позиции познания человека человеком с целью понимания того, как человек воспринимается партнерами по общению.
А. Л. Журавлев Е.Н. Емельянов А. В. Карпов В. А. Лефевр Т. А. Нестик Г.П. Щедровицкий	Кооперативный (включает процессы взаимодействия членов группы, кооперацию их творческих усилий, ролевую структуру творческого взаимодействия)	Анализируются субъект-субъектные виды деятельности: коллективная, групповая, профессиональная, групповые роли субъектов и кооперация их совместной деятельности.

Характеристики направленности личности в работах отечественных и зарубежных психологов

Авторы	Определения
Б.Г. Мещеряков В.П. Зинченко	Направленность определяется как «устойчивая устремленность, ориентированность мыслей, чувств, желаний, фантазий, поступков человека, которая является следствием доминирования определенных (главных, ведущих) мотиваций, характеризуется интересами, склонностями, убеждениями, включает также и идеалы, в которых выражается мировоззрение человека».
С.Л. Рубинштейн К.К. Платонов	Направленность интерпретируется как динамическая тенденция, подструктура личности, которая обеспечивает социально-психологический уровень функционирования личности и определяет ее деятельность.
Л.И. Божович Д.И. Фельдштейн В.Н. Мясищев А.Н. Леонтьев Б.А. Сосновский П.М. Якобсон	Направленность определяется как иерархическая система мотивов, базовых потребностей, мотивационных идей, интересов, целей, установок, ценностей, отношений личности к себе, другим, обществу, где отражается самосознание и социальная ответственность.
Б.И. Додонов Н.Д. Левитов Б.Ф. Ломов В.С. Мерлин	Направленность - это психическое свойство, в котором выражаются установки, мотивы, потребности, мировоззрение, цели, отношение к различным сторонам действительности; выделяют интеллектуальную, волевою и эмоциональную направленность личности.
А.Г. Асмолов	Направленность личности представляет собой емкую описательную характеристику структуры личности, иерархия установок и механизмов, влияющих на устойчивость деятельности
А.Г. Ковалев	Направленность личности является высшим уровнем регуляции деятельности, устанавливающим нравственное поведение личности.
С.Л. Братченко	Направленность личности выражается в межличностных отношениях и стиле общения. В основе направленности личности лежат ценностные ориентации, которые являются ведущей, характеристикой личности.
Фрейд З.	Направленность характеризуется через динамические тенденции бессознательных влечений, которые изначально заложены в человеке.
Хорни К., Скиннер Б.	Направленность определяется через стратегии межличностных отношений и устойчивые паттерны поведения.
Адлер А. Маслоу А. Роджерс К. Кеттелл Р. Гилфорд П. Аткинсон Дж. Левин К.	Направленность трактуется как стиль жизни, жизненный план, пространство, вектор, жизненное поле, где личность делает выборы, реализуется и самоактуализируется.

Приложение 7

Таблица 7

Значения коэффициента альфа Кронбаха, показателей описательной статистики и нормальности распределения данных обследования 385 испытуемых

Методика	Показатель	Альфа Кр	Медиана	Мо да	Частота моды	25 процентиль	75 процентиль	Минимум	Максимум	Среднее	Стандартное отклонение	Дисперсия	Асимметрия	Экссесс	Нормальность распределения, р (χ^2 -тест)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Методика №1	Уверенность в себе	0,7	8	8	91	6	9	1	10	7,41	1,89	3,59	-0,39	2,33	< 0,001
	Социальная смелость	0,77	6	9	51	4	7	1	10	6,00	2,45	6,02	-0,21	2,15	< 0,001
	Инициативность в СК	0,61	6	5	84	5	6	1	10	6,11	2,16	4,66	-0,04	2,45	< 0,001
Методика №2	Рефлексия	0,62	5	4	62	3	6	0	9	5,50	2,57	6,62	-0,15	2,41	< 0,001
Методика №3	Общий уровень саморегуляции	0,99	32	32	38	27	35	15	43	31,94	5,65	31,87	-0,03	2,41	< 0,001
	Планирование	0,95	7	7	81	5	7	1	9	6,29	1,84	3,39	-0,45	2,51	< 0,001

Продолжение Приложения 7

Продолжение Таблицы 7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	Моделирование	0,97	6	8	59	5	8	1	9	6,30	2,08	4,32	-0,45	2,34	< 0,001
	Программирование	0,96	7	7	78	6	8	1	9	6,74	1,71	2,92	-0,64	3,03	< 0,001
	Оценивание результатов	0,95	7	7	100	5	7	2	9	6,33	1,59	2,52	-0,84	3,54	< 0,001
	Гибкость	0,96	7	8	67	5	8	1	9	6,57	1,96	3,85	-0,75	2,90	< 0,001
	Самостоятельность	0,96	5	4	57	4	7	0	9	5,24	2,46	6,05	-0,39	2,39	< 0,001
Методика №4	Стремление понравиться	0,62	10	10	55	6	12	2	16	10,55	3,44	11,86	-0,17	2,25	< 0,001
	Самопродвижение	0,68	10	14	36	5	12	1	16	9,59	4,33	18,77	-0,18	1,84	< 0,001
	Примерность	0,65	6	6	58	4	8	1	16	5,89	2,70	7,29	0,39	3,10	0,005
	Запугивание	0,71	5	6	46	3	7	0	15	5,68	3,07	9,44	0,60	2,83	< 0,001
	Мольба	0,75	3	3	49	1	5	0	14	3,51	2,95	8,71	1,04	3,91	< 0,001
	Отслеживание ПВ	0,68	7	8	58	5	8	1	15	6,82	2,89	8,32	0,56	3,51	< 0,001
	Вариативность поведения	0,63	10	10	59	6	10	1	16	9,77	3,43	11,75	0,60	5,47	< 0,001
Методика №5	Стремление к принятию	0,75	110	80	31	108	129	63	166	103,50	28,38	805,16	-0,21	1,86	< 0,001
	Страх отвержения	0,82	133	160	42	95	134	56	166	131,38	23,30	542,91	-0,77	3,40	< 0,001

Продолжение Приложения 7

Продолжение Таблицы 7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Методика №6	Инициативность	0,7	21	17	37	14	24	4	30	19,39	5,49	30,11	-0,28	2,45	< 0,001
	Решительность	0,75	13	16	32	7	16	3	24	12,79	5,83	34,02	0,17	1,99	< 0,001
	Выдержка	0,64	18	16	27	15	23	6	30	19,29	5,19	26,94	0,22	2,25	< 0,001
	Ответственность	0,14	16	19	26	11,0	19,5	3	24	15,23	5,10	26,00	-0,23	-1,12	< 0,001
	Самостоятельность	-0,08	14	17	26	9,0	17,5	3	22	13,27	5,00	24,99	-0,16	-1,24	< 0,001
	Настойчивость	0,25	16	16	78	15,0	17,0	5	21	15,65	3,14	9,85	-1,25	1,95	< 0,001
	Энергичность	-0,33	18	16	22	15,0	22,0	4	29	18,49	5,13	26,34	0,09	-0,30	0,009
	Внимательность	-0,55	16	multiple	-	14,0	18,0	9	26	16,53	2,98	8,90	0,29	-0,31	0,01
	Целеустремленность	0,09	16	18	25	13,5	20,0	8	29	16,75	4,21	17,71	0,14	-0,48	0,004
Методика №7	Альтероцентрист. направленность	0,62	4	3	46	1	5	0	14	4,51	3,57	12,76	0,94	3,25	< 0,001
	Авторитарная направленность	0,22	3	4	51	1,0	4,0	0	7	2,80	1,71	2,92	0,34	-0,56	< 0,001
	Индифферентная направленность	0,61	4	3	77	3	5	0	12	4,08	4,59	4,39	0,62	3,55	< 0,001

Продолжение Приложения 7

Продолжение Таблицы 7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	Конформная направленность	0,28	4	5	41	2,5	5,0	0	9	3,93	1,91	3,64	-0,067	-0,483	< 0,001
	Манипулятивная направленность	0,28	4	multiple	-	3,0	6,0	0	8	4,18	2,00	3,99	-0,182	-0,618	< 0,001
	Диалогическая направленность	0,96	6	0	88	0	6	0	20	5,08	4,80	23,03	0,61	2,65	< 0,001

Примечание: жирным шрифтом выделены коэффициенты альфа Кронбаха <0,6.

Результаты расчета критерия хи-квадрат для оценки соответствия распределения данных нормальному закону

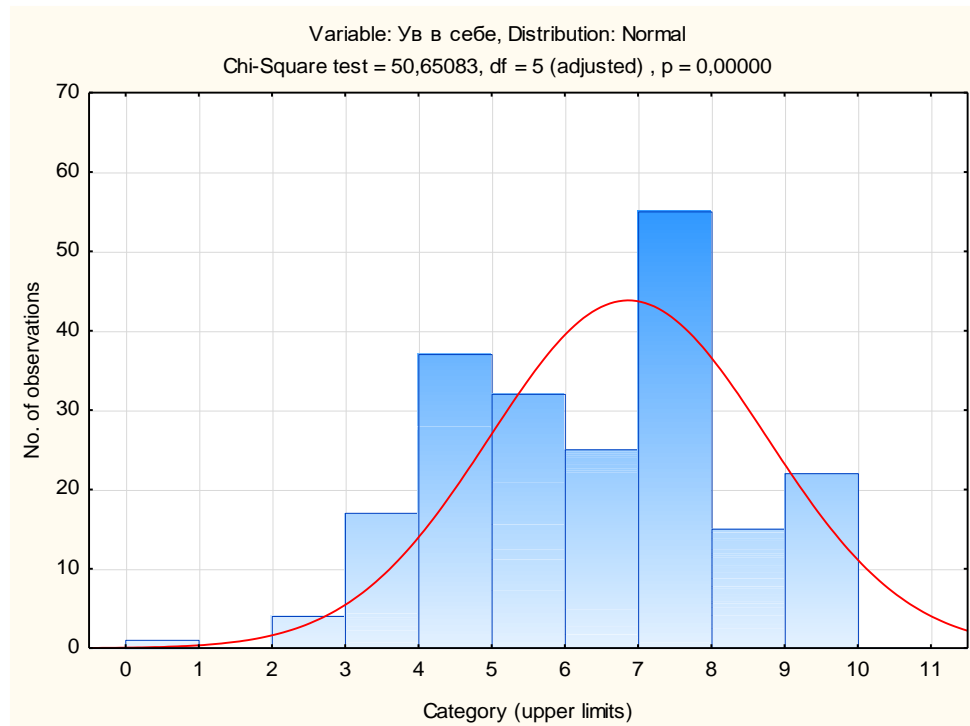


Рисунок 1. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Уверенность в себе» нормальному закону ($p < 0,001$)

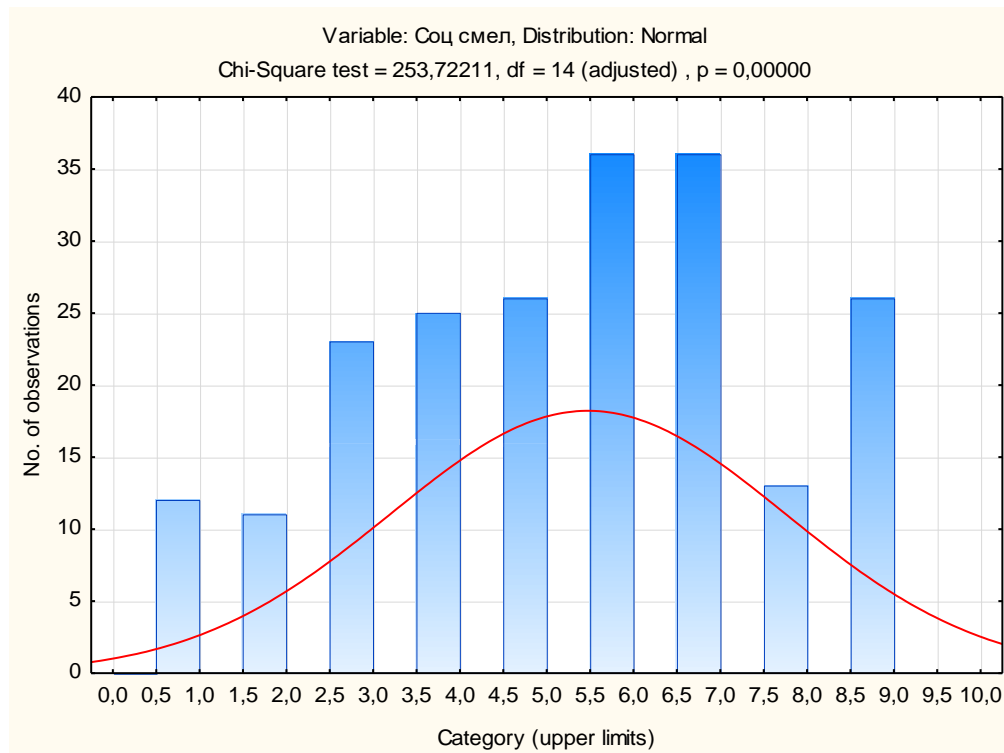


Рисунок 2. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Социальная смелость» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

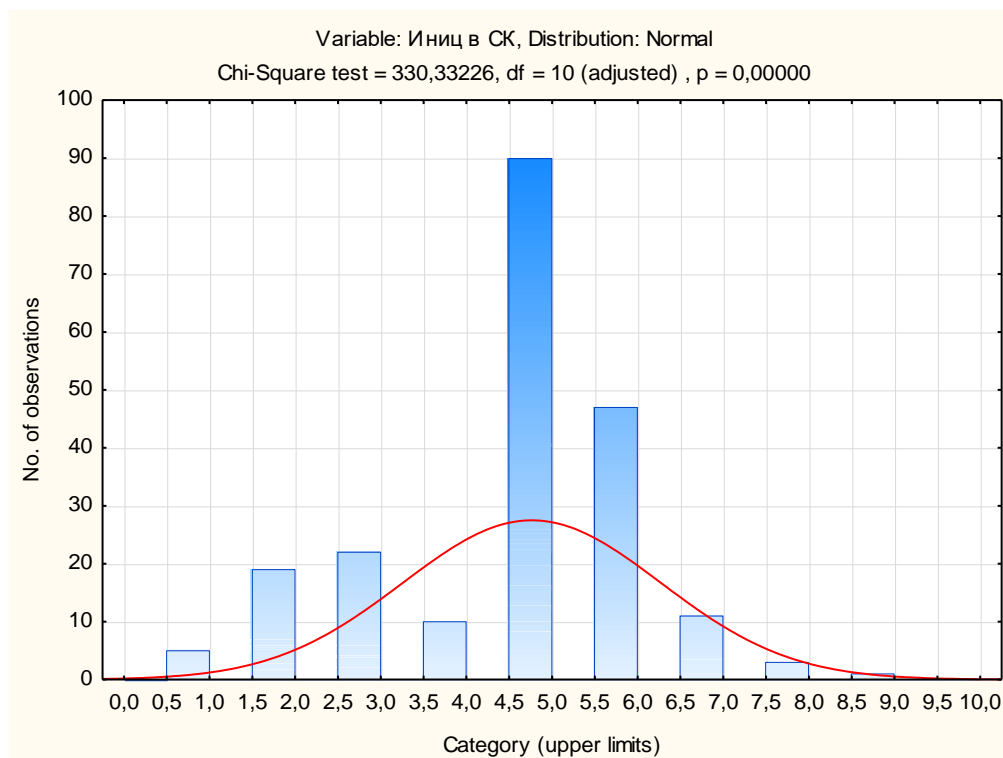


Рисунок 3. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Инициативность в социальных контактах» нормальному закону ($p < 0,001$)

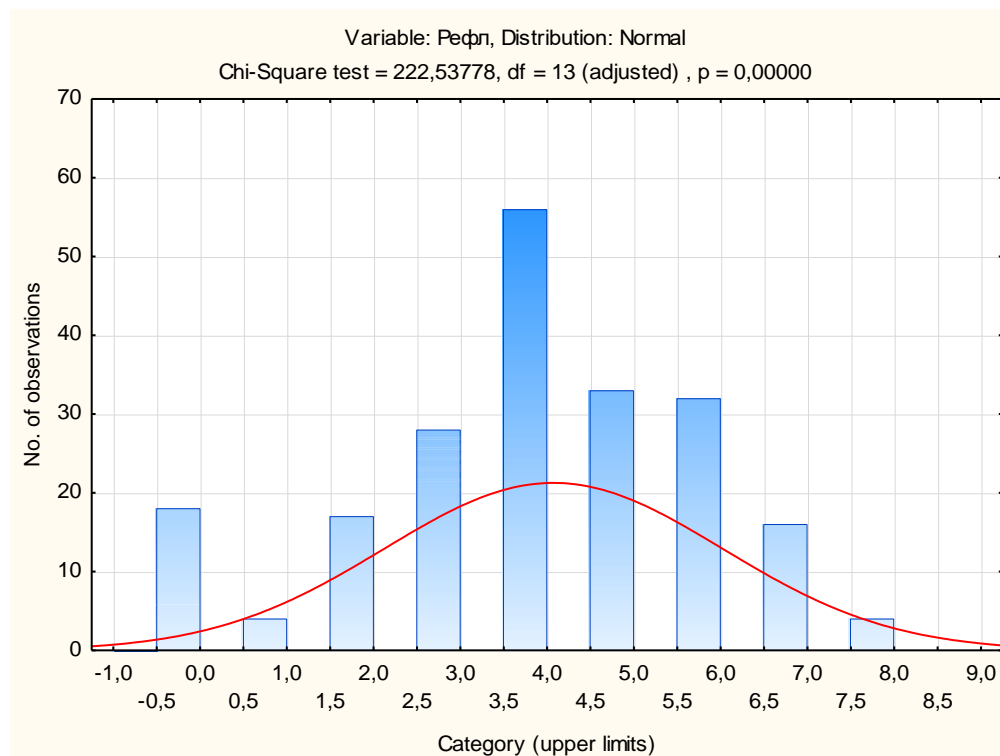


Рисунок 4. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Рефлексия» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

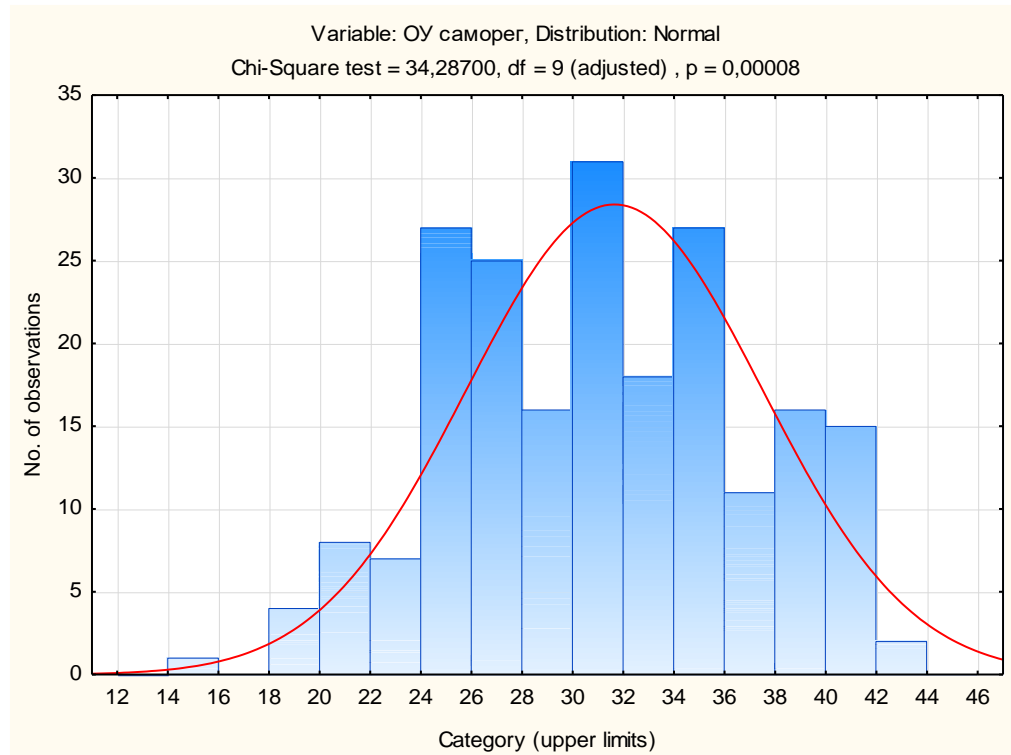


Рисунок 5. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Общий уровень саморегуляции» нормальному закону ($p < 0,001$)

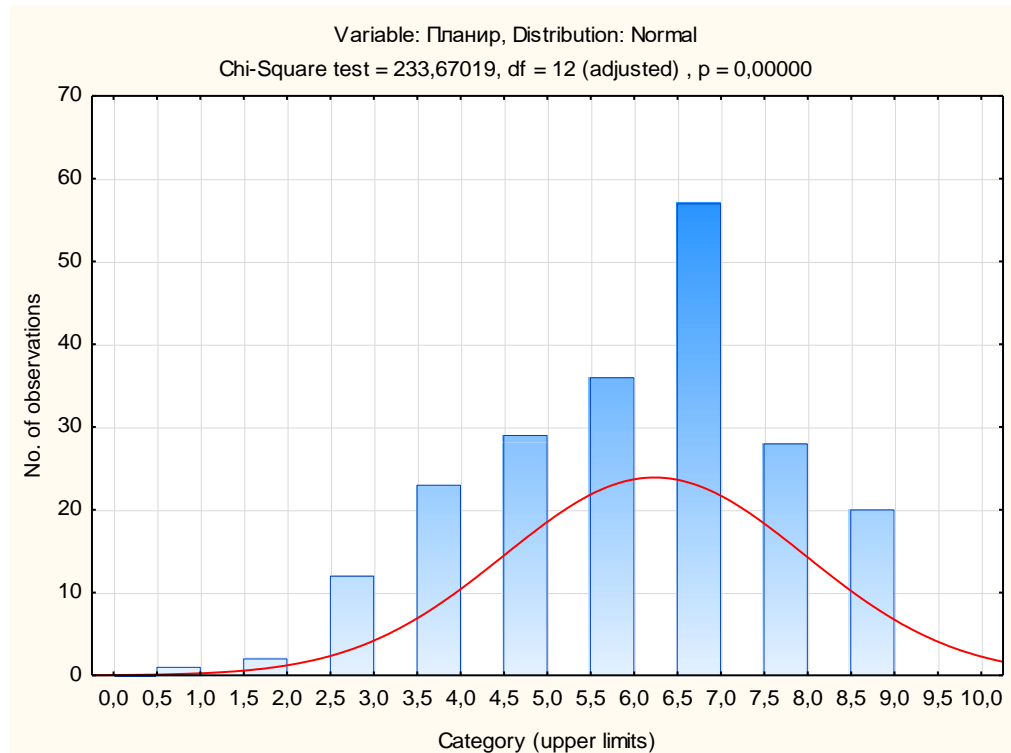


Рисунок 6. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Планирование» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

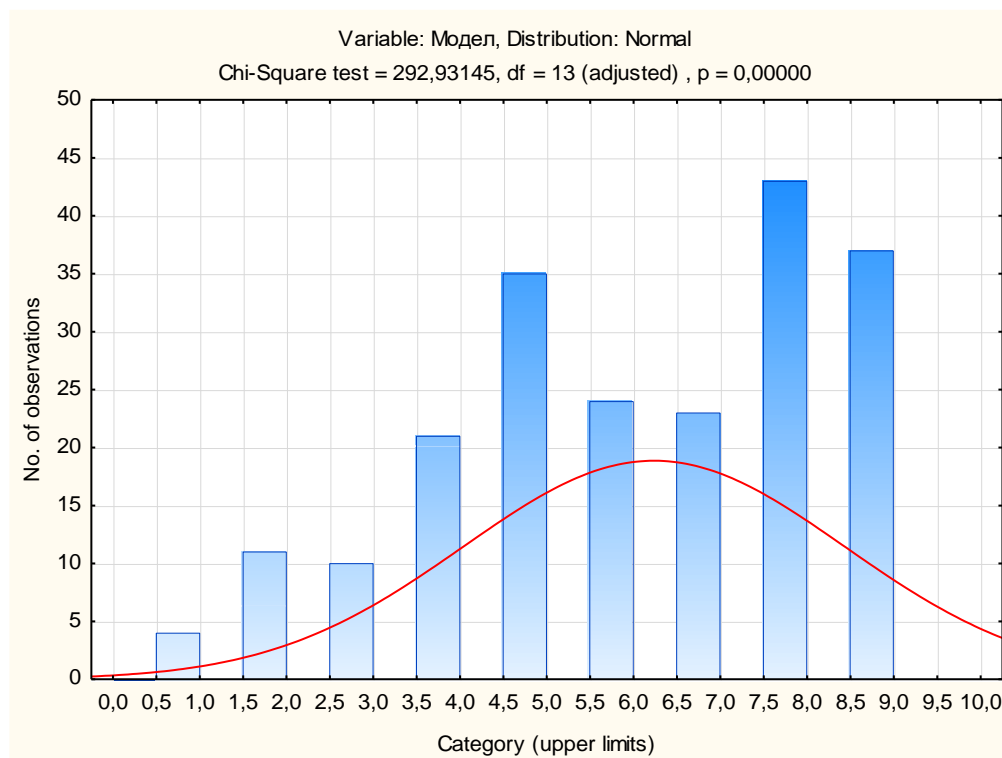


Рисунок 7. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Моделирование» нормальному закону ($p < 0,001$)

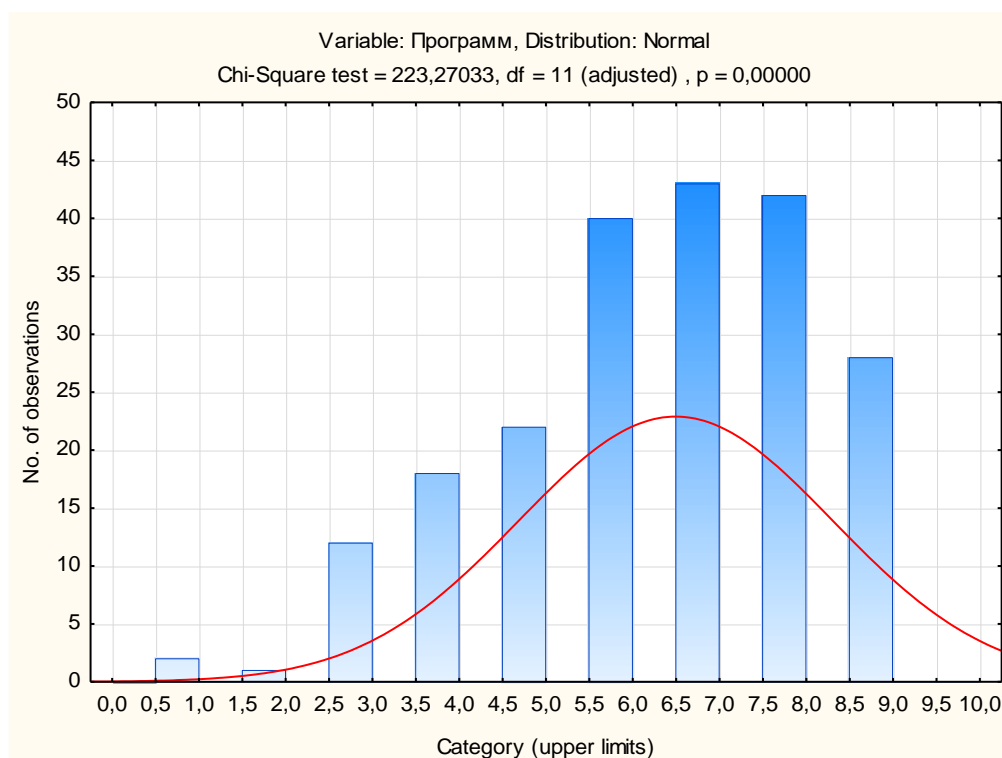


Рисунок 8. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Программирование» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

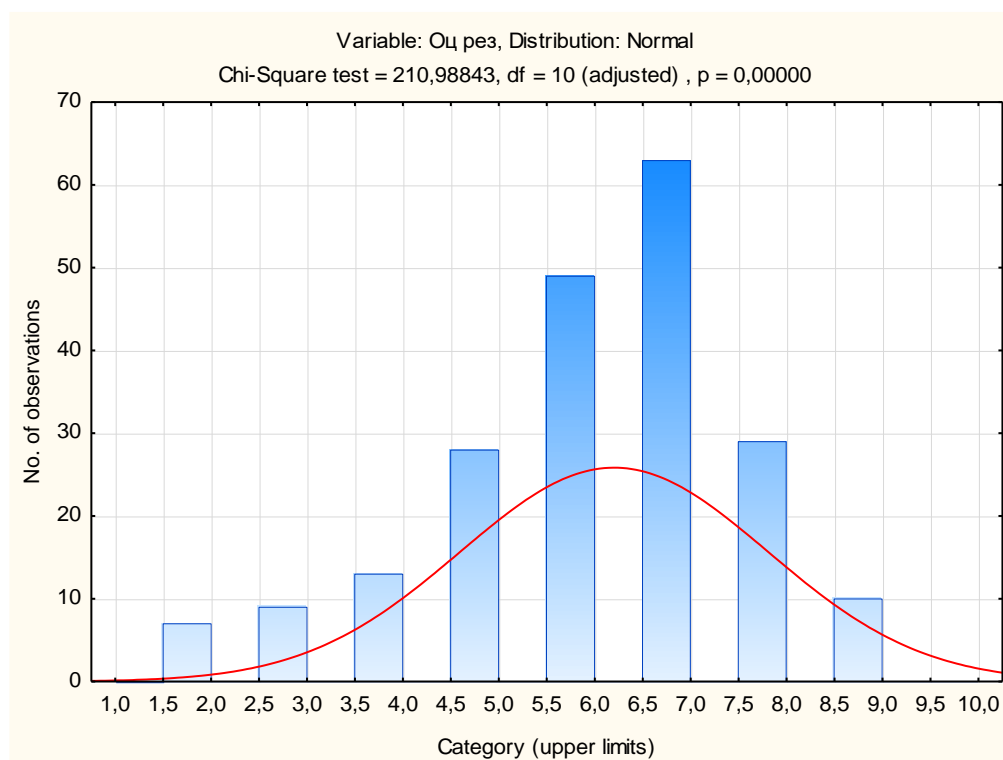


Рисунок 9. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Оценивание результатов» нормальному закону ($p < 0,001$)

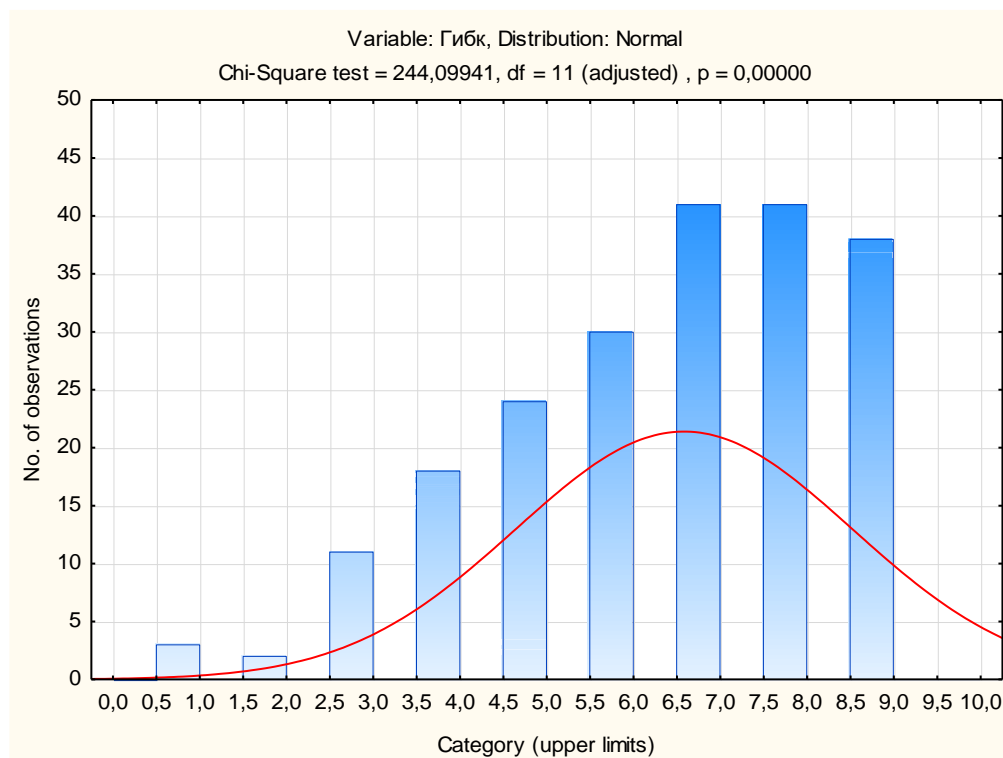


Рисунок 10. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Гибкость» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

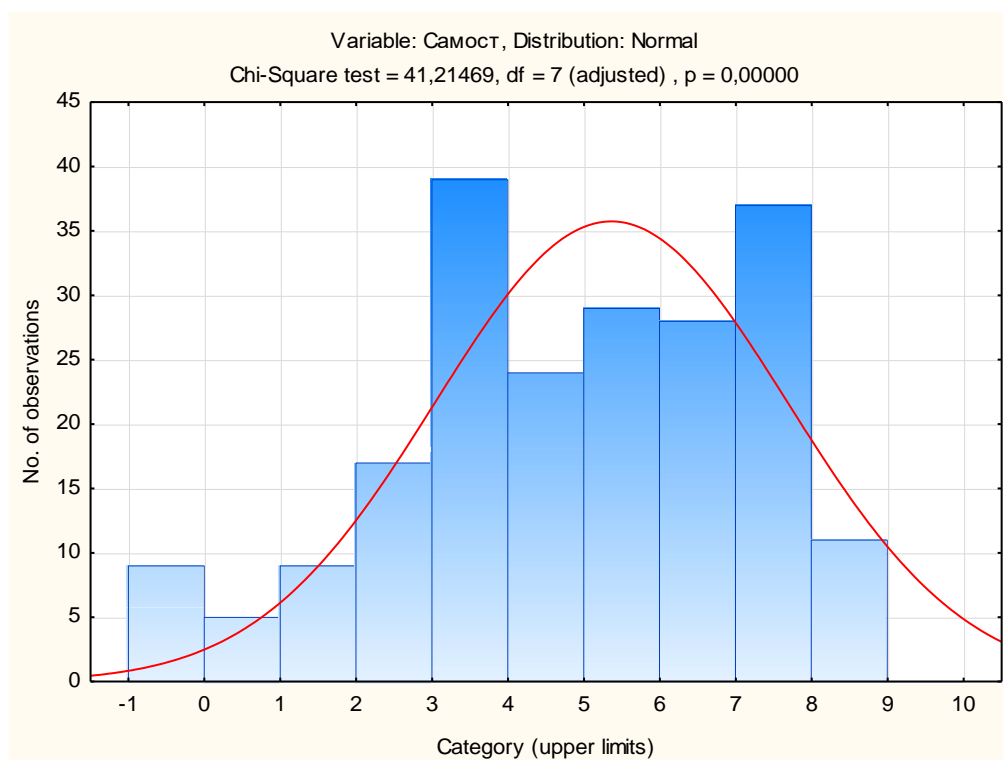


Рисунок 11. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Самоостоятельность» нормальному закону ($p < 0,001$)

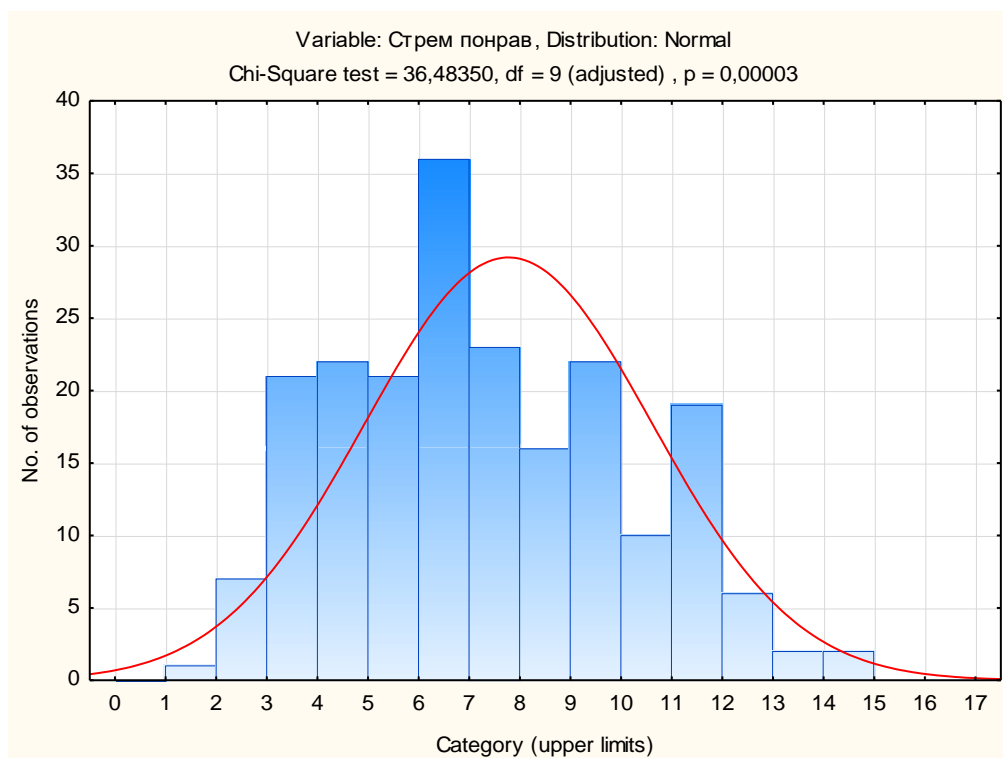


Рисунок 12. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Стремление понравиться» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

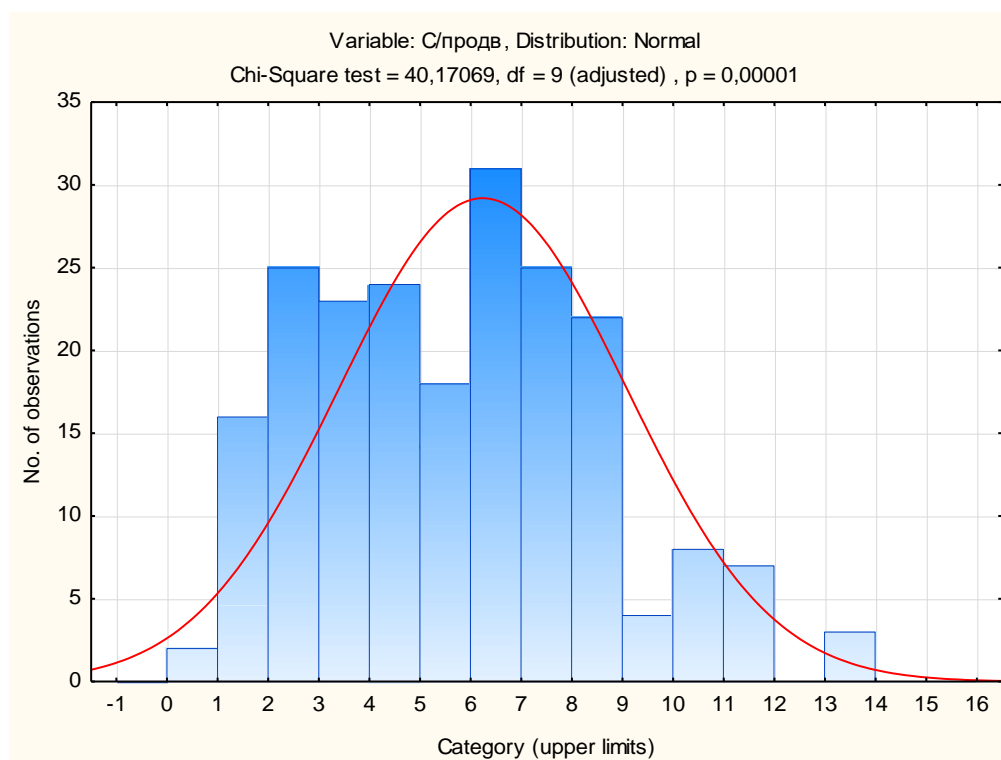


Рисунок 13. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Самоподвижение» нормальному закону ($p < 0,001$)

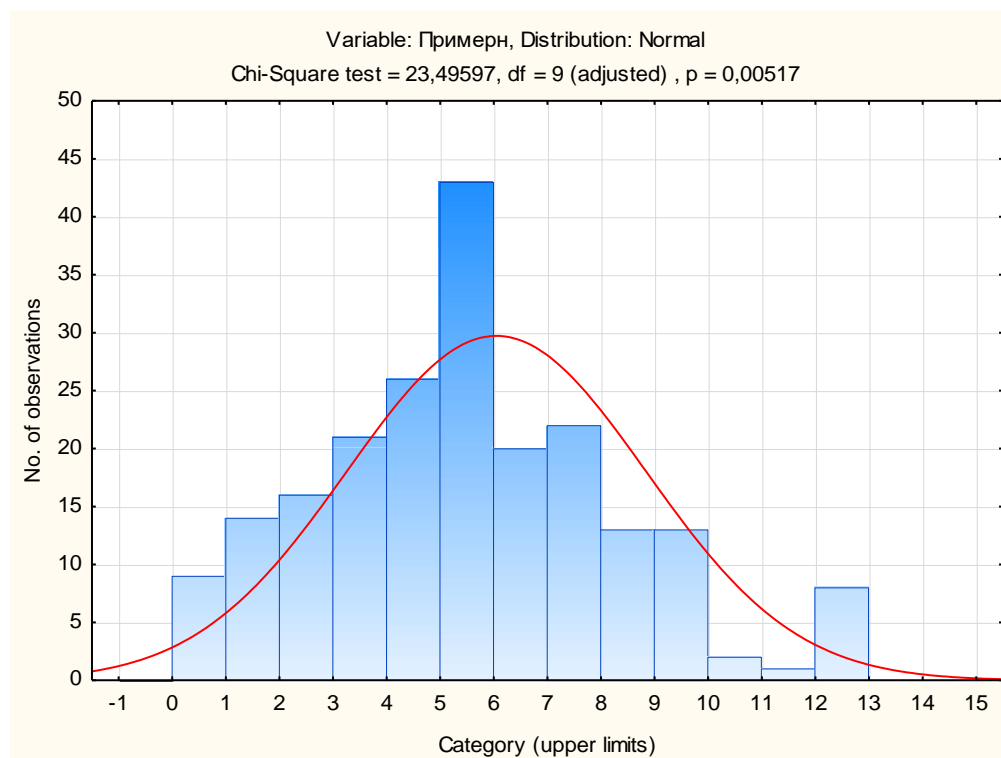


Рисунок 14. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Примерность» нормальному закону ($p < 0,01$)

Продолжение Приложения 8

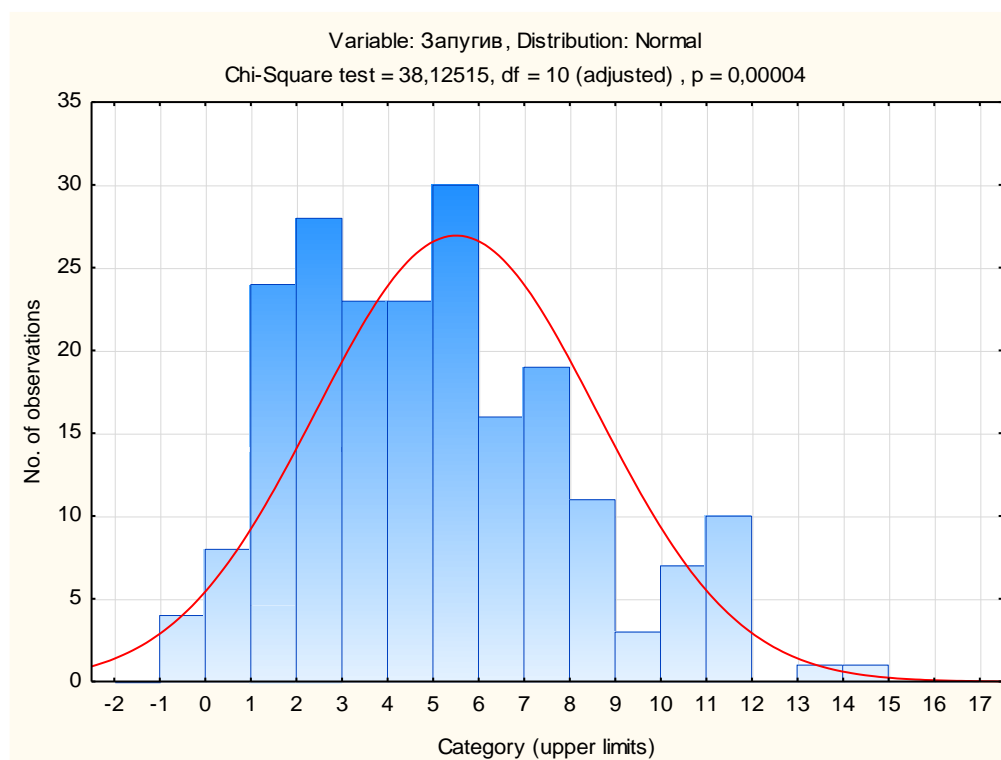


Рисунок 15. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Запугивание» нормальному закону ($p < 0,001$)

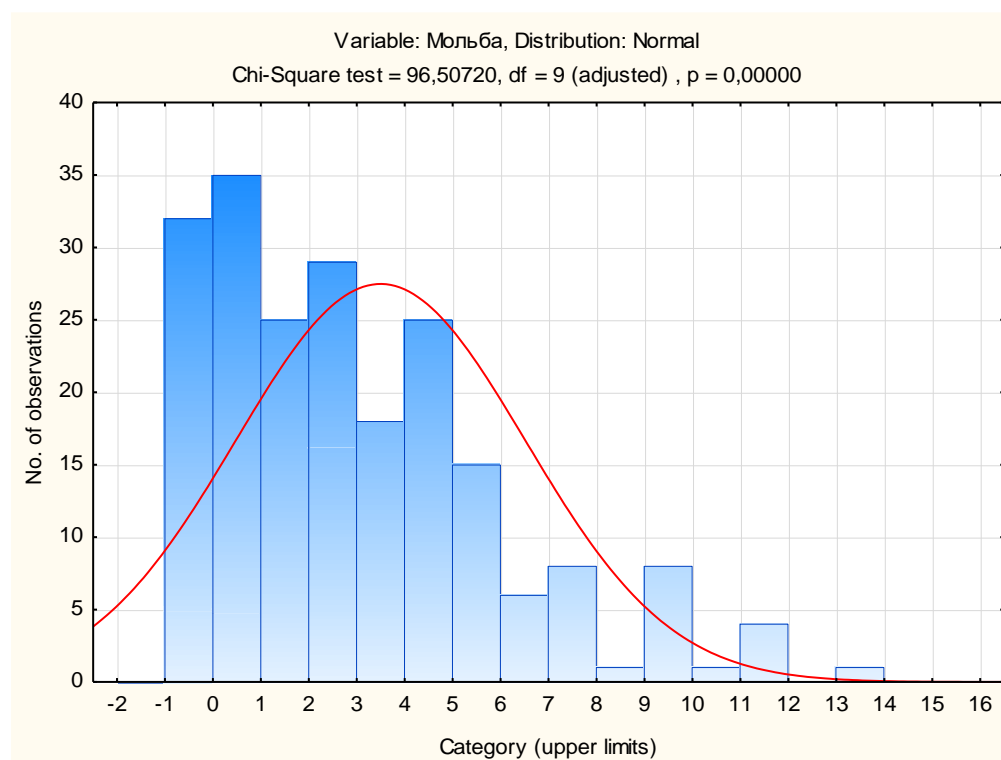


Рисунок 16. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Мольба» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

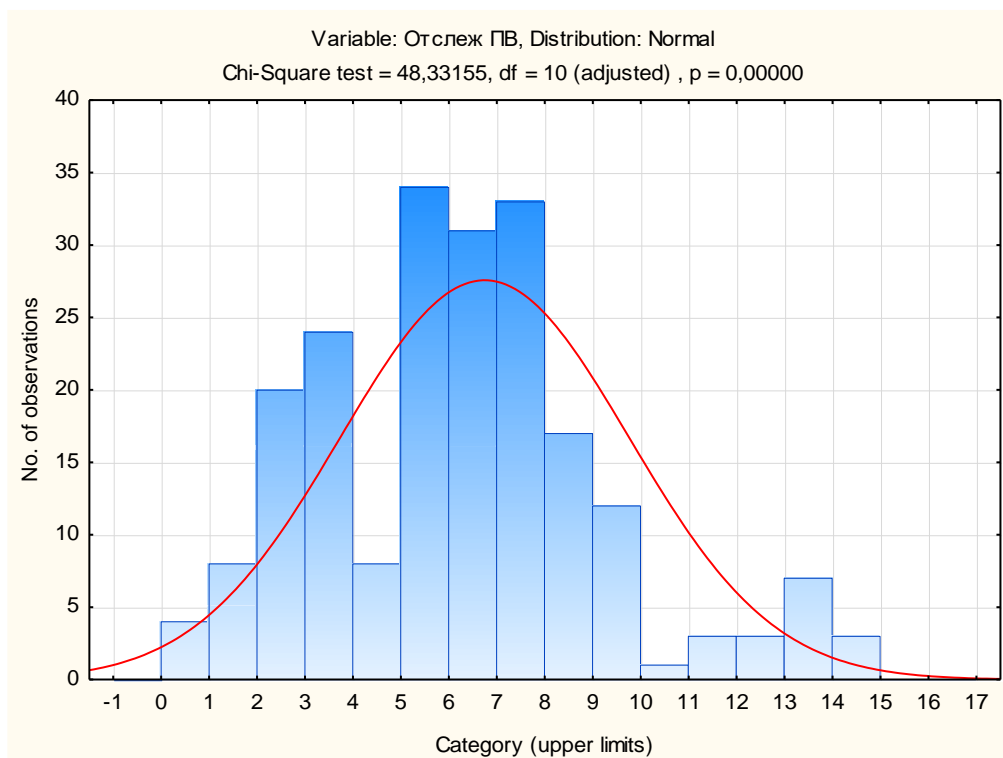


Рисунок 17. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Отслеживание произведенного впечатления» нормальному закону ($p < 0,001$)

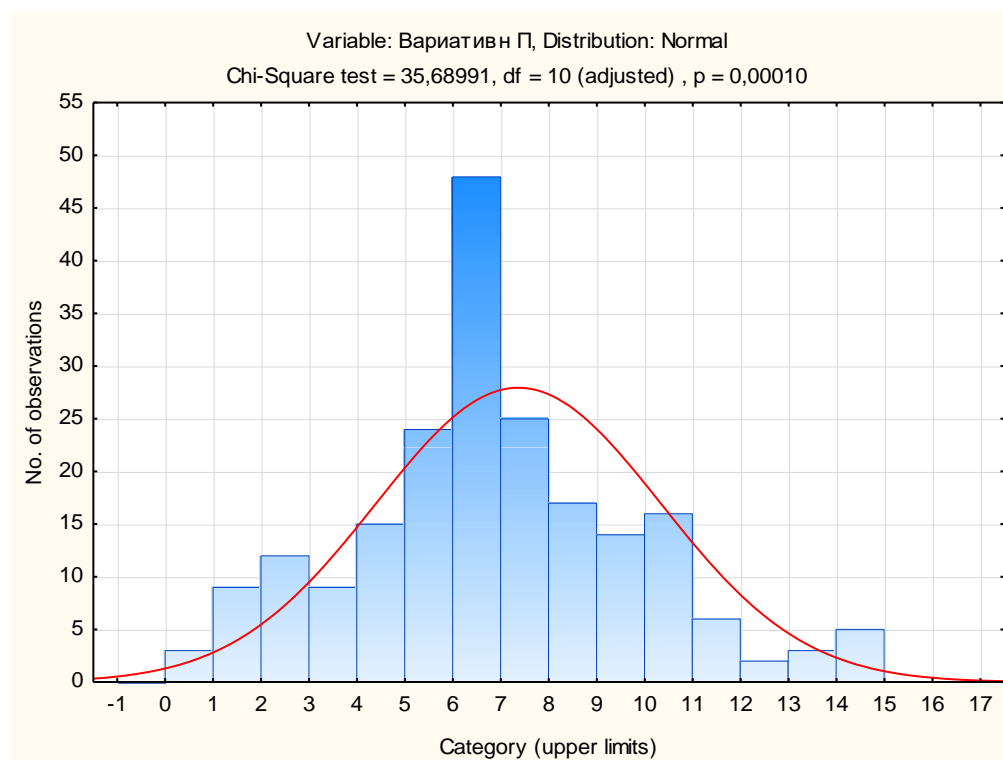


Рисунок 18. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Вариативность поведения» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

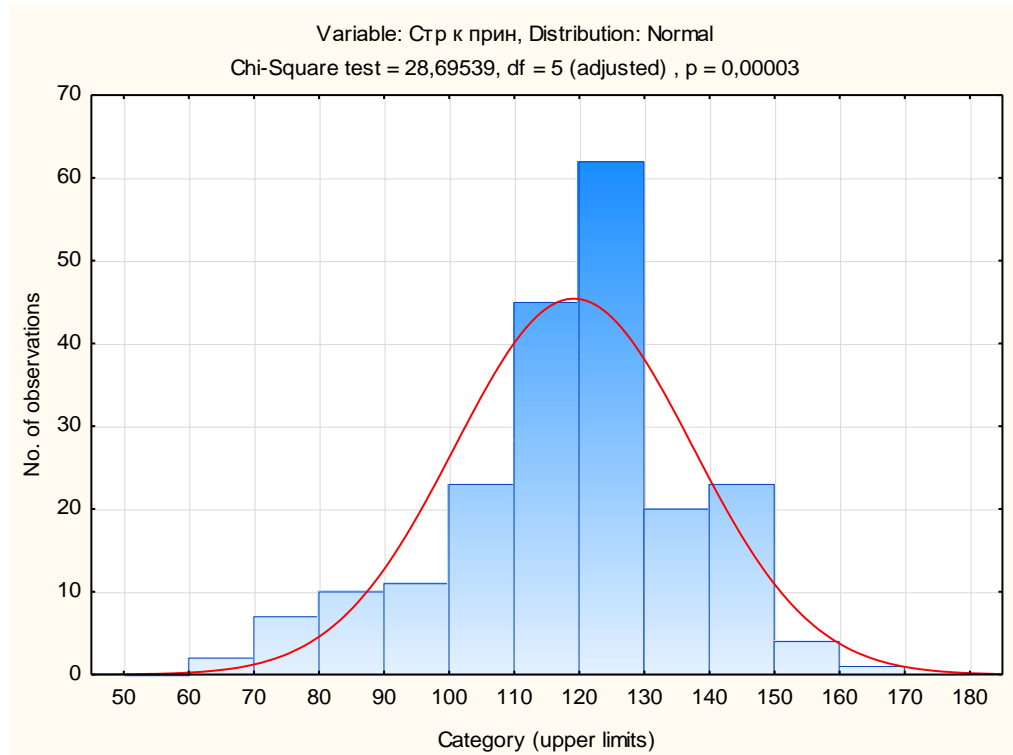


Рисунок 19. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Стремление к принятию» нормальному закону ($p < 0,001$)

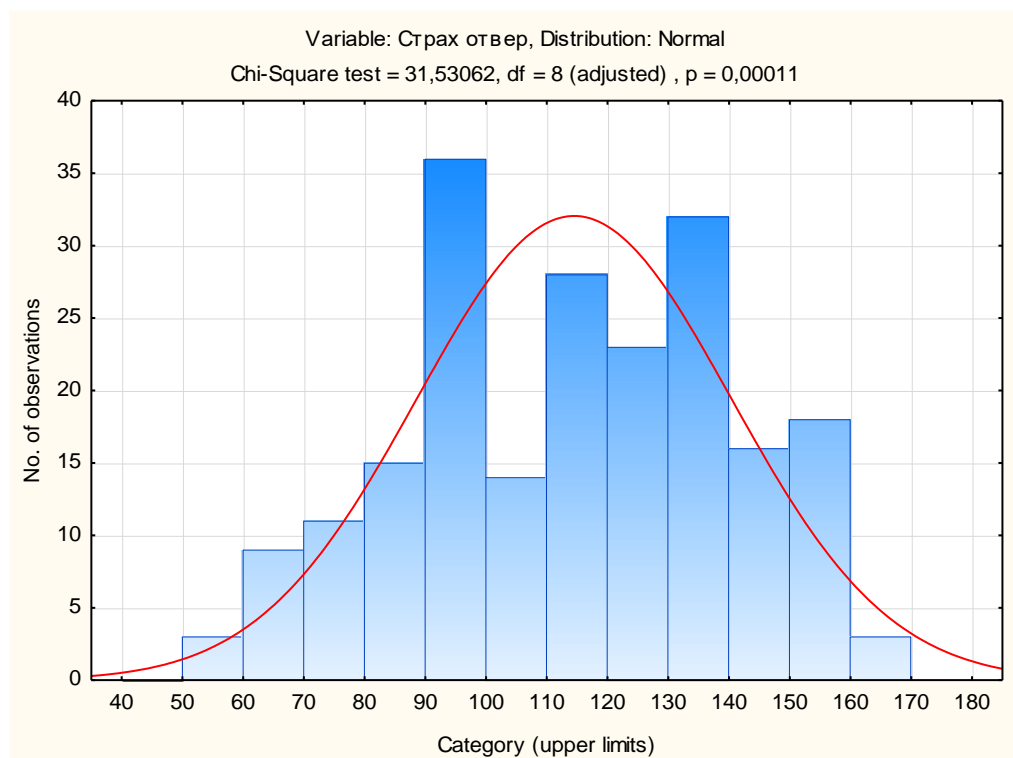


Рисунок 20. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Страх отвержения» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

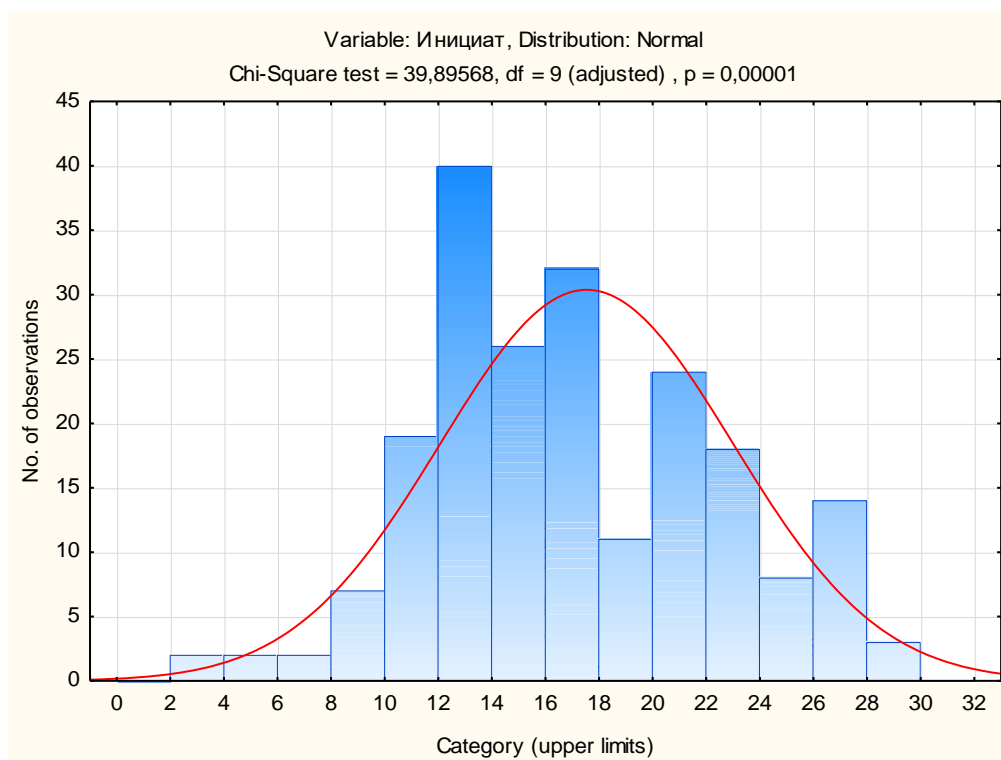


Рисунок 21. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Инициативность» нормальному закону ($p < 0,001$)

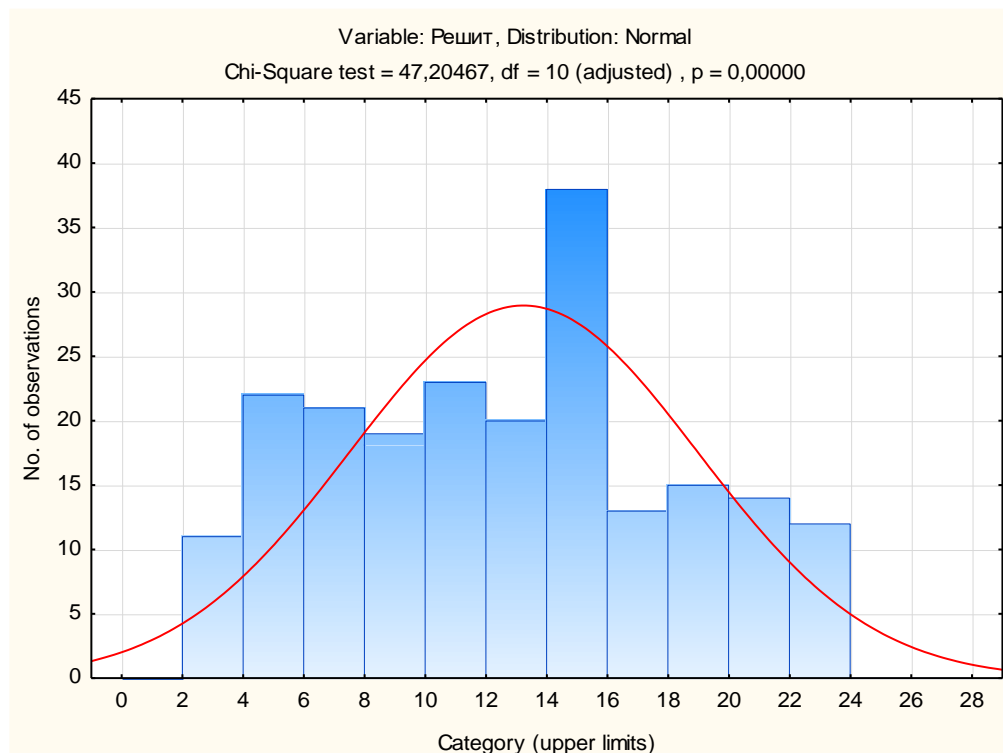


Рисунок 22. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Решительность» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

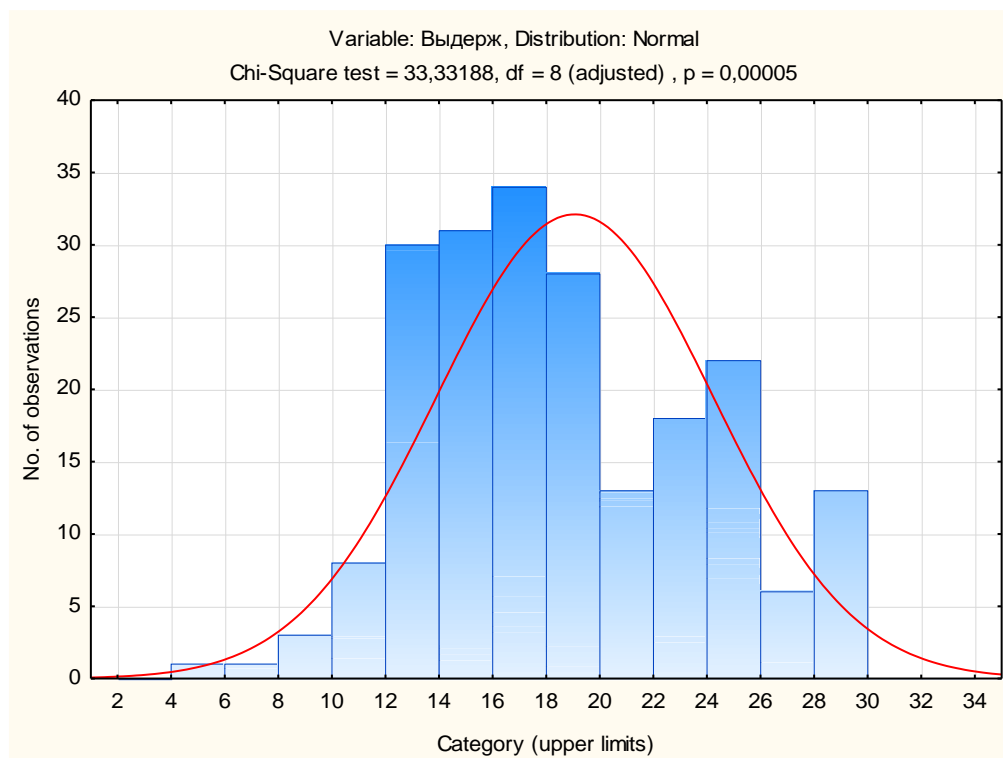


Рисунок 23. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Выдержка» нормальному закону ($p < 0,001$)

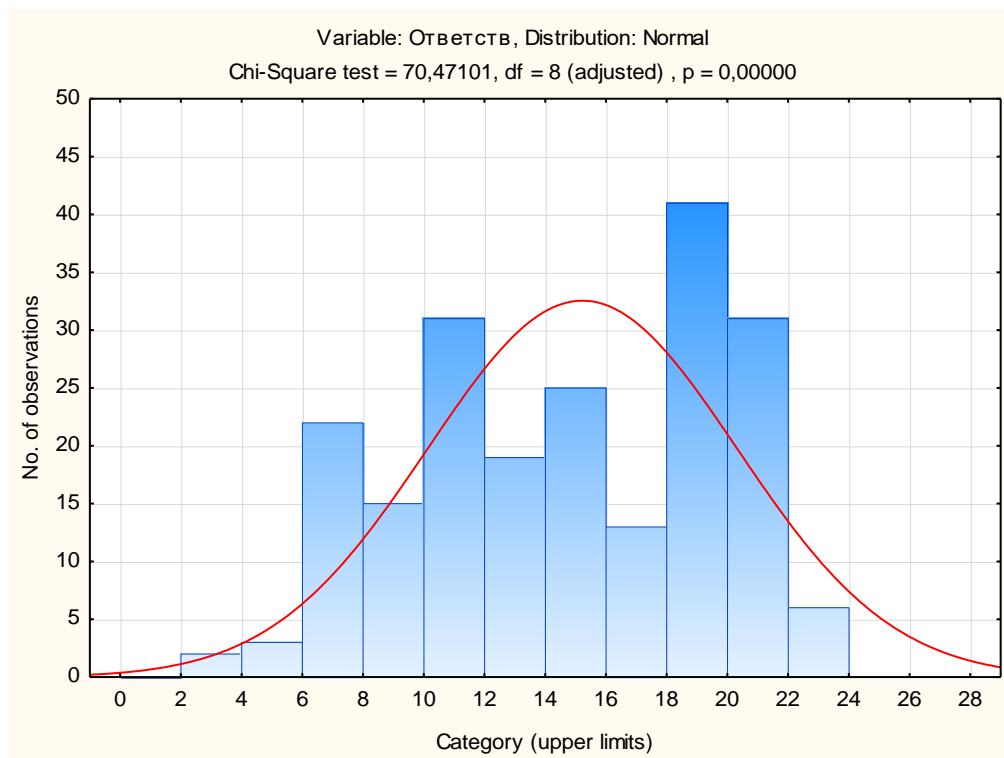


Рисунок 24. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Ответственность» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

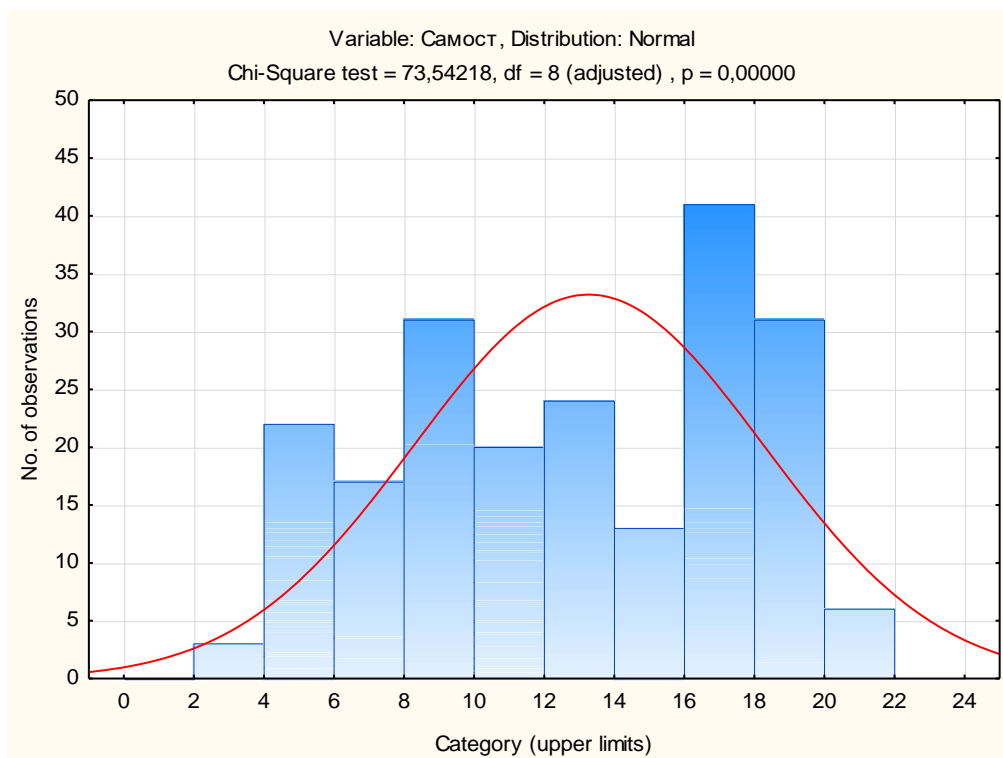


Рисунок 25. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Самостоятельность» нормальному закону ($p < 0,001$)

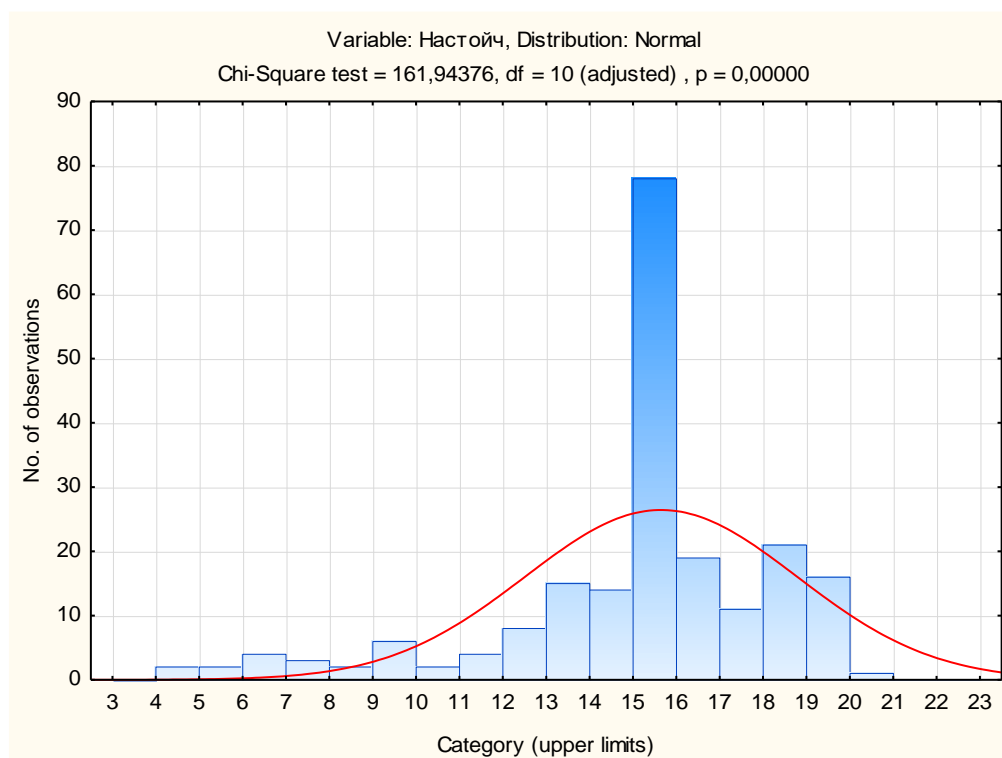


Рисунок 26. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Самостоятельность» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

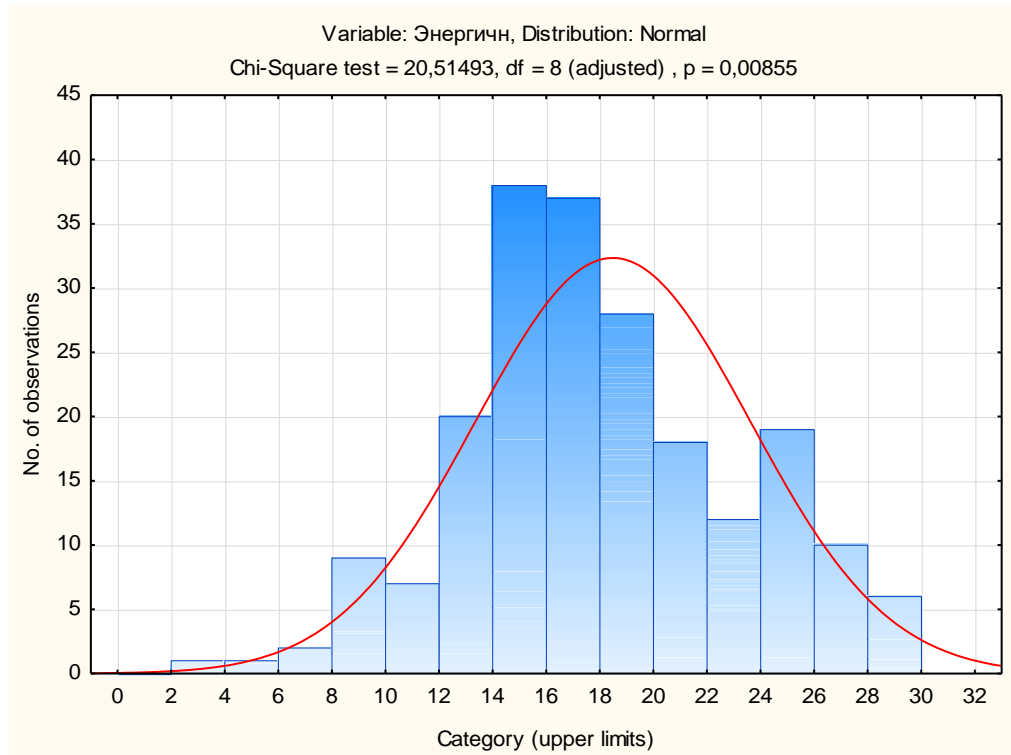


Рисунок 27. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Энергичность» нормальному закону ($p < 0,01$)

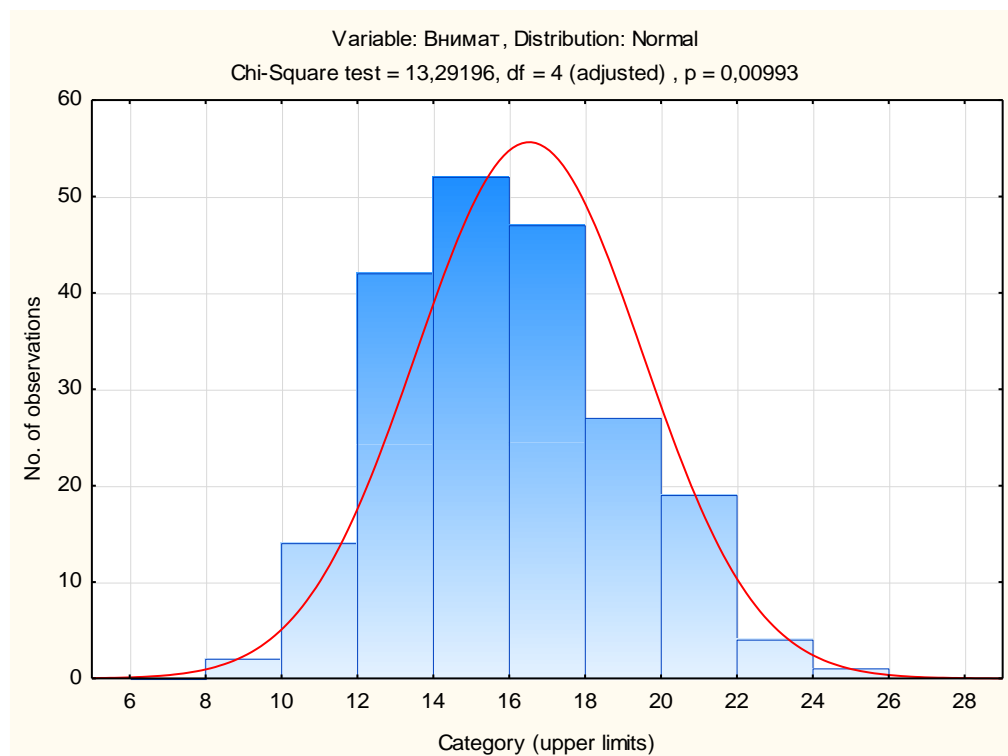


Рисунок 28. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Внимательность» нормальному закону ($p < 0,01$)

Продолжение Приложения 8

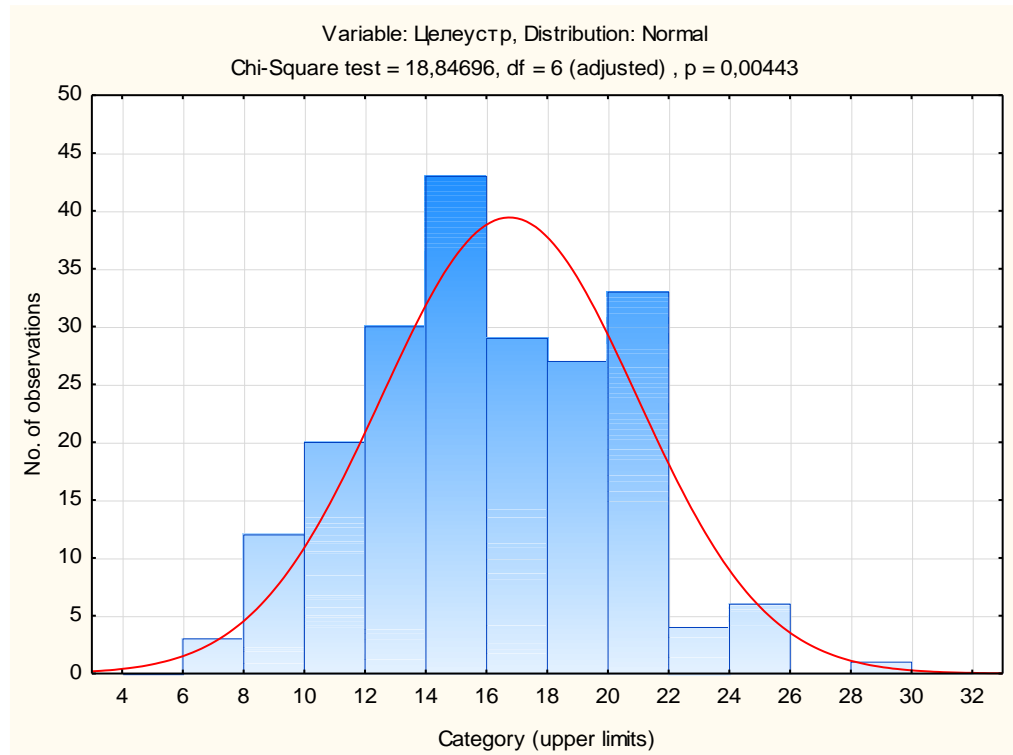


Рисунок 29. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Целеустремленность» нормальному закону ($p < 0,01$)

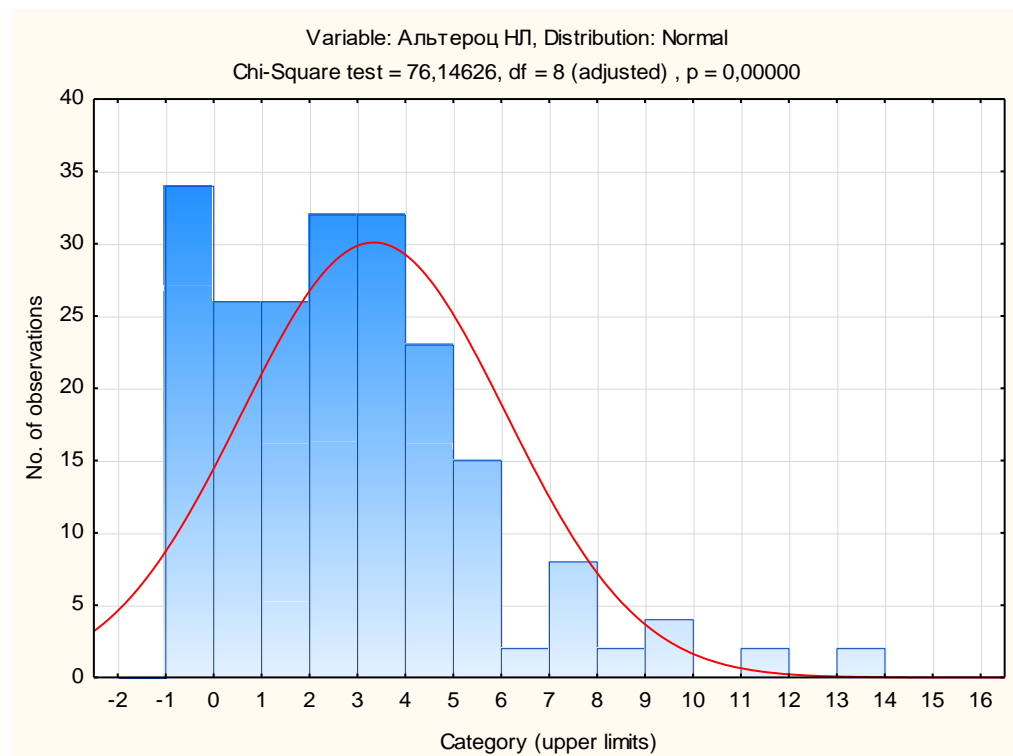


Рисунок 30. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Альтероцентрическая направленность» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

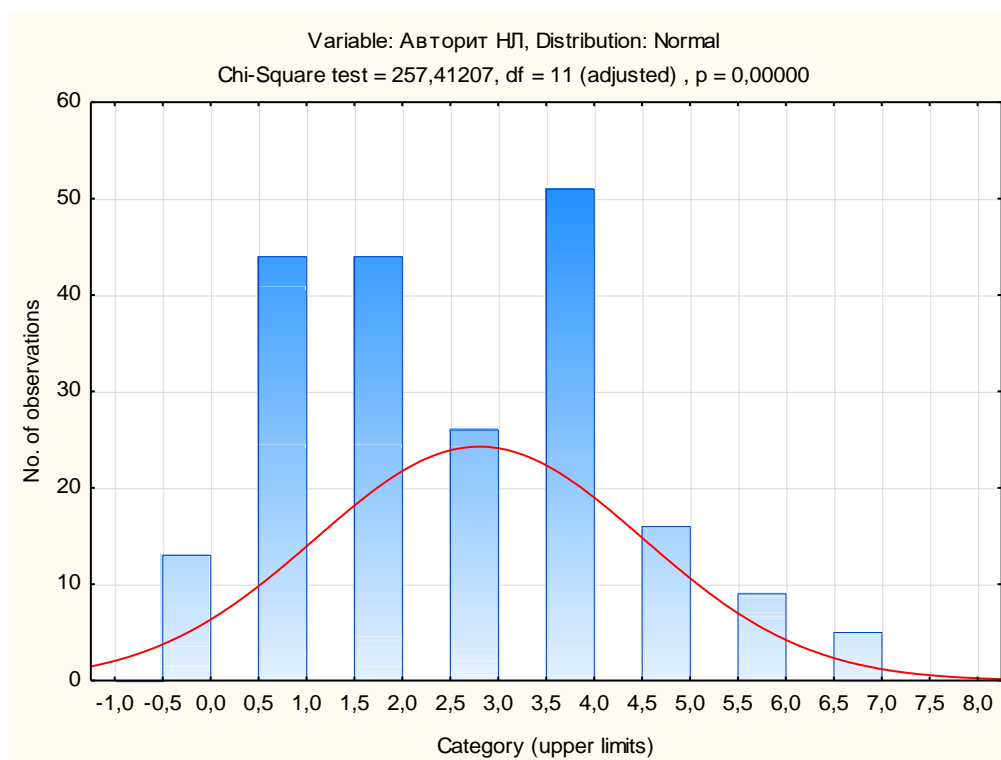


Рисунок 31. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Авторитарная направленность» нормальному закону ($p < 0,001$)

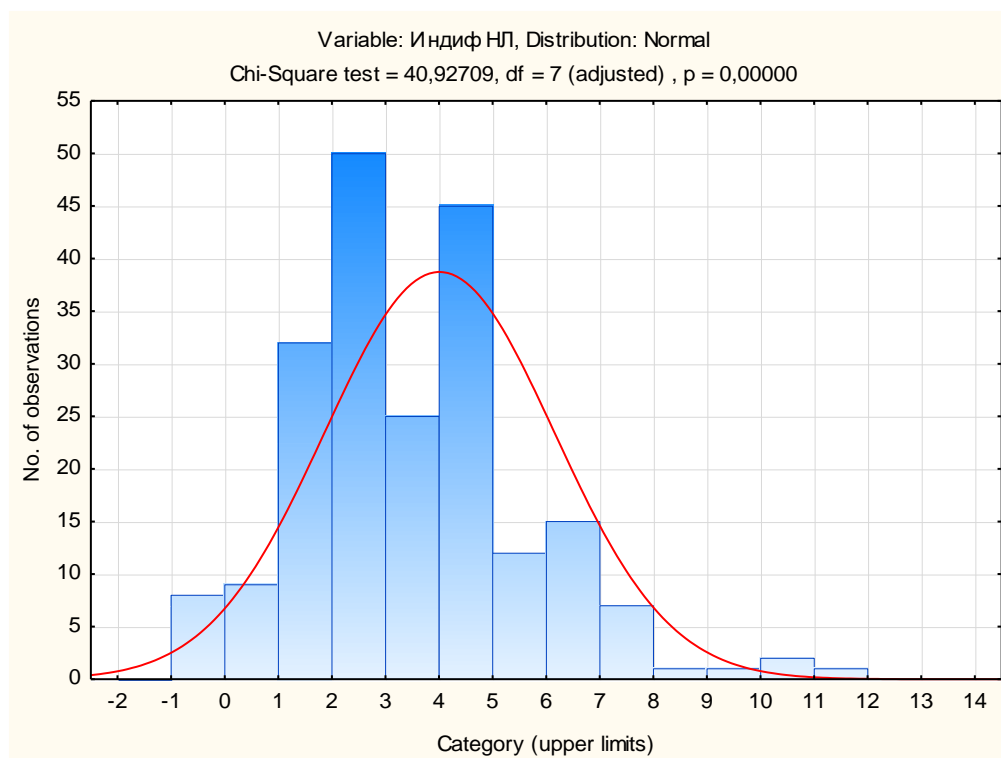


Рисунок 32. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Индифферентная направленность» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

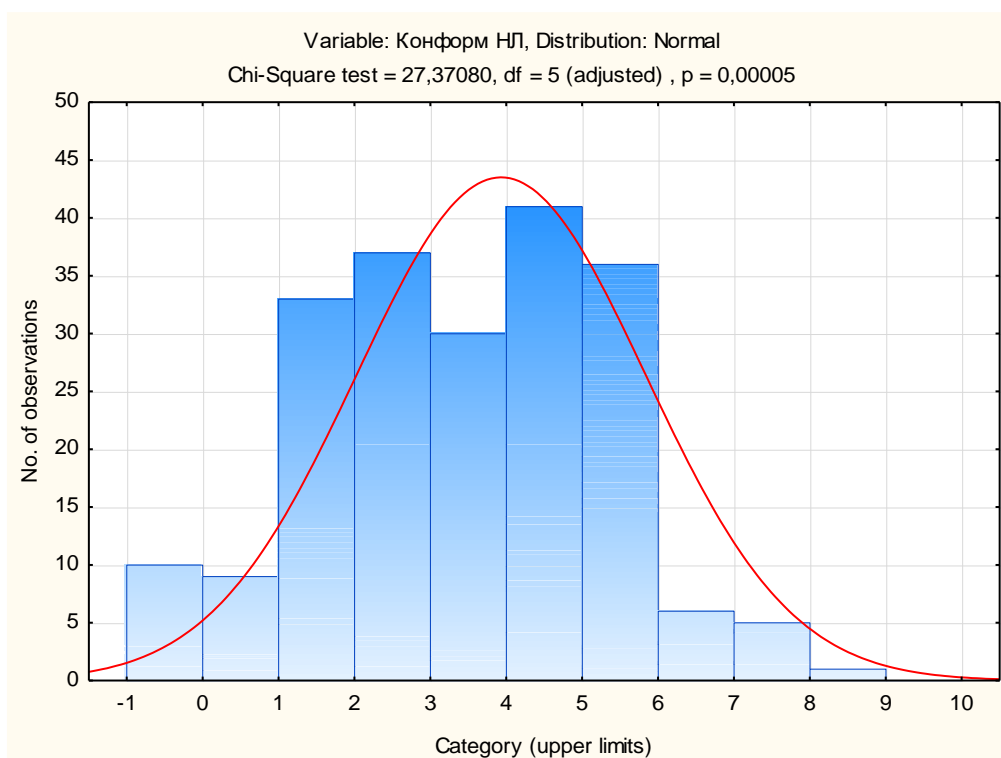


Рисунок 33. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Конформная направленность» нормальному закону ($p < 0,001$)

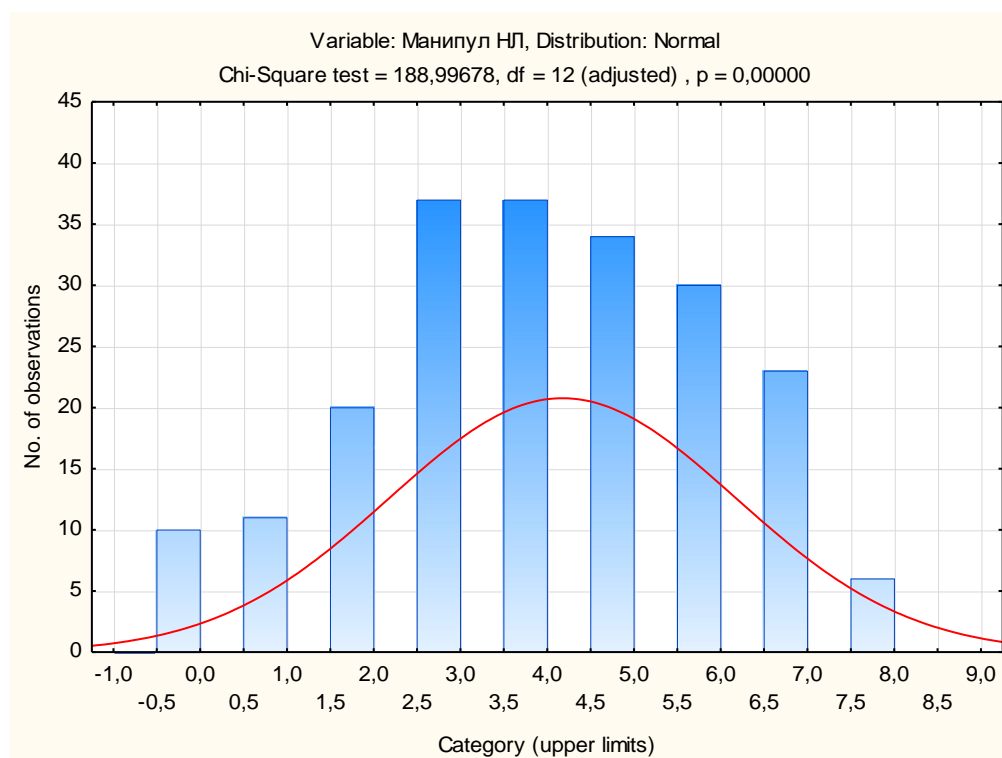


Рисунок 34. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Манипулятивная направленность» нормальному закону ($p < 0,001$)

Продолжение Приложения 8

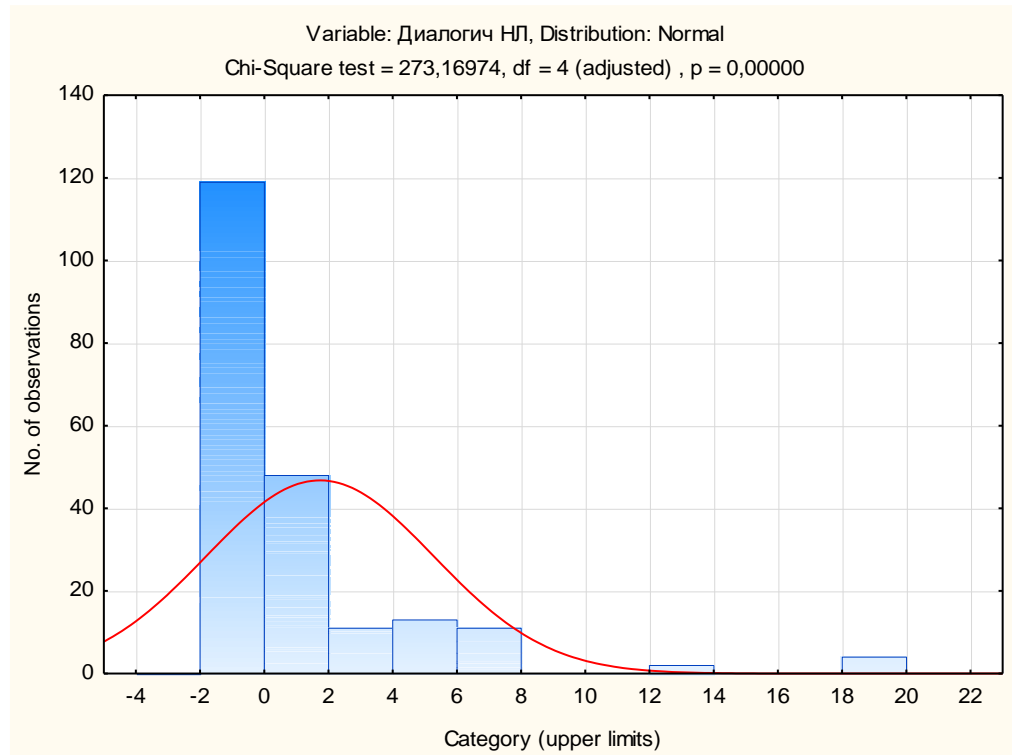


Рисунок 35. Результаты оценки соответствия распределения показателя «Диалогическая направленность» нормальному закону ($p < 0,001$)

Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью рефлексии

Показатель	N1	N2	Сумма рангов 1	Сумма рангов 2	Средний ранг 1	Средний ранг 2	Ср. ранг 2 / Ср. ранг 1	p-value
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Уверенность в себе	52	39	2061,0	2125,0	39,63	54,49	1,37	0,0080
Социальная смелость	52	39	2065,0	2121,0	39,71	54,38	1,37	0,0088
Инициативность в СК	52	39	1961,5	2224,5	37,72	57,04	1,51	0,0005
Общий уровень саморегуляции	52	39	2720,5	1465,5	52,32	37,58	0,72	0,0085
Планирование	52	39	2818,0	1368,0	54,19	35,08	0,65	0,0006
Моделирование	52	39	2327,0	1859,0	44,75	47,67	1,07	0,6049
Программирование	52	39	2945,5	1240,5	56,64	31,81	0,56	0,0000
Оценивание результатов	52	39	2724,5	1461,5	52,39	37,47	0,72	0,0077
Гибкость	52	39	2329,0	1857,0	44,79	47,62	1,06	0,6162
Самостоятельность	52	39	2151,5	2034,5	41,38	52,17	1,26	0,0542
Стремление понравиться	52	39	2867,5	1318,5	55,14	33,81	0,61	0,0001
Самопродвижение	52	39	2229,0	1957,0	42,87	50,18	1,17	0,1925
Примерность	52	39	2187,0	1999,0	42,06	51,26	1,22	0,1009
Запугивание	52	39	2149,0	2037,0	41,33	52,23	1,26	0,0518
Мольба	52	39	2425,5	1760,5	46,64	45,14	0,97	0,7912
Отслеживание ПВ	52	39	2805,5	1380,5	53,95	35,40	0,66	0,0009
Вариативность поведения	52	39	2623,0	1563,0	50,44	40,08	0,79	0,0645
Стремление к принятию	52	39	2257,5	1928,5	43,41	49,45	1,14	0,2825
Страх отвержения	52	39	2250,5	1935,5	43,28	49,63	1,15	0,2581
Инициативность	52	39	2243,5	1942,5	43,14	49,81	1,15	0,2352

Продолжение Приложения 9

Продолжение Таблицы 8

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Решительность	52	39	1998,5	2187,5	38,43	56,09	1,46	0,0016
Выдержка	52	39	2498,5	1687,5	48,05	43,27	0,90	0,3952
Альтероцентристская направленность	52	39	2690,5	1495,5	51,74	38,35	0,74	0,0168
Индифферентная направленность	52	39	2178,5	2007,5	41,89	51,47	1,23	0,0875
Диалогическая направленность	52	39	2206,5	1979,5	42,43	50,76	1,20	0,1379

Примечание: жирным шрифтом выделены статистически достоверные различия.

Таблица 9

Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью саморегуляции

Показатель	N1	N2	Сумма рангов 1	Сумма рангов 2	Средний ранг 1	Средний ранг 2	Ср. ранг 2 / Ср. ранг 1	p-value
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Уверенность в себе	85	63	5284,5	5741,5	91,13	62,17	1,47	0,0000
Социальная смелость	85	63	5519,0	5507,0	87,41	64,93	1,35	0,0016
Инициативность в СК	85	63	5234,5	5791,5	91,93	61,58	1,49	0,0000
Общий уровень саморегуляции	85	63	5986,5	5039,5	79,99	70,43	1,14	0,1796
Планирование	85	63	6419,0	4607,0	73,13	75,52	0,97	0,7372
Моделирование	85	63	6063,5	4962,5	78,77	71,34	1,10	0,2968
Программирование	85	63	5861,5	5164,5	81,98	68,96	1,19	0,0677
Оценивание результатов	85	63	6020,0	5006,0	79,46	70,82	1,12	0,2255
Гибкость	85	63	6167,0	4859,0	77,13	72,55	1,06	0,5209
Самостоятельность	85	63	6489,0	4537,0	72,02	76,34	0,94	0,5439

Продолжение Приложения 9

Продолжение Таблицы 9

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Стремление понравиться	85	63	5349,5	5676,5	90,10	62,94	1,43	0,0001
Самопродвижение	85	63	4808,0	6218,0	98,70	56,56	1,74	0,0000
Примерность	85	63	7112,5	3913,5	62,12	83,68	0,74	0,0024
Запугивание	85	63	6604,0	4422,0	70,19	77,69	0,90	0,2923
Мольба	85	63	6538,5	4487,5	71,23	76,92	0,93	0,4243
Отслеживание ПВ	85	63	6515,0	4511,0	71,60	76,65	0,93	0,4791
Вариативность поведения	85	63	6072,0	4954,0	78,63	71,44	1,10	0,3123
Стремление к принятию	85	63	6387,0	4639,0	73,63	75,14	0,98	0,8326
Страх отвержения	85	63	6077,0	4949,0	78,56	71,49	1,10	0,3217
Инициативность	85	63	5055,5	5970,5	94,77	59,48	1,59	0,0000
Решительность	85	63	6334,5	4691,5	74,47	74,52	1,00	0,9938
Выдержка	85	63	6146,0	4880,0	77,46	72,31	1,07	0,4695
Альтероцентристская направленность	85	63	6337,0	4689,0	74,43	74,55	1,00	0,9860
Индифферентная направленность	85	63	6307,0	4719,0	74,90	74,20	1,01	0,9212
Диалогическая направленность	85	63	4698,0	6328,0	100,44	55,27	1,82	0,0000

Примечание: жирным шрифтом выделены статистически достоверные различия.

Таблица 10

Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью Д-НЛО

Показатель	N1	N2	Сумма рангов 1	Сумма рангов 2	Средний ранг 1	Средний ранг 2	Ср. ранг 2 / Ср. ранг 1	p-value
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Уверенность в себе	29	156	3187,5	14017,5	109,91	89,86	1,22	0,0642
Социальная смелость	29	156	3322,0	13883,0	114,55	88,99	1,29	0,0183

Продолжение Приложения 9

Продолжение Таблицы 10

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Инициативность в СК	29	156	3286,0	13919,0	113,31	89,22	1,27	0,0262
Общий уровень саморегуляции	29	156	2065,0	15140,0	71,21	97,05	0,73	0,0170
Планирование	29	156	2976,0	14229,0	102,62	91,21	1,13	0,2929
Моделирование	29	156	2888,5	14316,5	99,6	91,77	1,09	0,4707
Программирование	29	156	2985,5	14219,5	102,95	91,15	1,13	0,2767
Оценивание результатов	29	156	2430,5	14774,5	83,81	94,71	0,88	0,3151
Гибкость	29	156	2548,0	14657,0	87,86	93,96	0,94	0,5749
Самостоятельность	29	156	3089,0	14116,0	106,52	90,49	1,18	0,1392
Стремление понравиться	29	156	3266,0	13939,0	112,62	89,35	1,26	0,0318
Самопродвижение	29	156	3070,5	14134,5	105,88	90,61	1,17	0,1589
Примерность	29	156	3167,0	14038,0	109,21	89,99	1,21	0,0762
Запугивание	29	156	2676,0	14529,0	92,28	93,13	0,99	0,9382
Мольба	29	156	2665,0	14540,0	91,9	93,21	0,99	0,9053
Отслеживание ПВ	29	156	2151,5	15053,5	74,19	96,5	0,77	0,0395
Вариативность поведения	29	156	2389,0	14816,0	82,38	94,97	0,87	0,2455
Стремление к принятию	29	156	2487,5	14717,5	85,78	94,34	0,91	0,4299
Страх отвержения	29	156	2470,0	14735,0	85,17	94,46	0,9	0,3923
Инициативность	29	156	3125,0	14080,0	107,76	90,26	1,19	0,1064
Решительность	29	156	3475,0	13730,0	119,83	88,01	1,36	0,0033
Выдержка	29	156	3284,5	13920,5	113,26	89,23	1,27	0,0266
Альтероцентристская направленность	29	156	3508,5	13696,5	120,98	87,8	1,38	0,0021
Индифферентная направленность	29	156	1217,5	15987,5	41,98	102,48	0,41	0,0000
Диалогическая направленность	29	156	1560,5	15644,5	53,81	100,29	0,54	0,0000

Примечание: жирным шрифтом выделены статистически достоверные различия.

Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высокой и низкой выраженностью уверенности в себе

Показатель	N1	N2	Сумма рангов 1	Сумма рангов 2	Средний ранг 1	Средний ранг 2	Ср. ранг 2 / Ср. ранг 1	p-value
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Социальная смелость	58	168	6450,0	19201,0	114,29	111,21	1,03	0,7567
Инициативность в социальных контактах	58	168	5561,5	20089,5	119,58	95,89	1,25	0,0173
Общий уровень саморегуляции	58	168	7214,0	18437,0	109,74	124,38	0,88	0,1416
Планирование	58	168	6147,5	19503,5	116,09	105,99	1,10	0,3104
Моделирование	58	168	6825,5	18825,5	112,06	117,68	0,95	0,5721
Программирование	58	168	7194,0	18457,0	109,86	124,03	0,89	0,1546
Оценивание результатов	58	168	7283,5	18367,5	109,33	125,58	0,87	0,1027
Гибкость	58	168	6831,0	18820,0	112,02	117,78	0,95	0,5635
Самостоятельность	58	168	6981,5	18669,5	111,13	120,37	0,92	0,3533
Стремление понравиться	58	168	6381,5	19269,5	114,70	110,03	1,04	0,6388
Самопродвижение	58	168	5276,0	20375,0	121,28	90,97	1,33	0,0023
Примерность	58	168	5952,5	19698,5	117,25	102,63	1,14	0,1419
Запугивание	58	168	5927,0	19724,0	117,40	102,19	1,15	0,1265
Мольба	58	168	6139,0	19512,0	116,14	105,84	1,10	0,3010
Отслеживание ПВ	58	168	6657,5	18993,5	113,06	114,78	0,98	0,8622
Вариативность поведения	58	168	6431,0	19220,0	114,40	110,88	1,03	0,7233
Стремление к принятию	58	168	6755,5	18895,5	112,47	116,47	0,97	0,6878
Страх отвержения	58	168	6151,5	19499,5	116,07	106,06	1,09	0,3148
Инициативность	58	168	6021,0	19630,0	116,85	103,81	1,13	0,1905
Решительность	58	168	6827,5	18823,5	112,04	117,72	0,95	0,5690
Выдержка	58	168	7653,0	17998,0	107,13	131,95	0,81	0,0126

Продолжение Приложения 9

Продолжение Таблицы 11

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Альтероцентристская направленность	58	168	6671,0	18980,0	112,98	115,02	0,98	0,8375
Индифферентная направленность	58	168	6319,0	19332,0	115,07	108,95	1,06	0,5386
Диалогическая направленность	58	168	5795,5	19855,5	118,19	99,92	1,18	0,0666

Примечание: жирным шрифтом выделены статистически достоверные различия.

Таблица 12

Результаты сравнения средних рангов показателей у респондентов с высоким и низким уровнем самопродвижения

Показатель	N1	N2	Сумма рангов 1	Сумма рангов 2	Средний ранг 1	Средний ранг 2	Средний ранг 1 / Средний ранг 2	p-value
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Уверенность в себе	36	106	2895,5	7257,5	80,43	68,47	1,17	0,126196
Социальная смелость	36	106	2519,0	7634,0	69,97	72,02	0,97	0,796160
Инициативность в СК	36	106	2816,0	7337,0	78,22	69,22	1,13	0,234031
Рефлексия	36	106	2379,0	7774,0	66,08	73,34	0,90	0,352632
Общий уровень саморегуляции	36	106	2240,0	7913,0	62,22	74,65	0,83	0,117091
Планирование	36	106	2791,5	7361,5	77,54	69,45	1,12	0,301076
Моделирование	36	106	2452,5	7700,5	68,13	72,65	0,94	0,566315
Программирование	36	106	2114,5	8038,5	58,74	75,83	0,77	0,028984
Оценивание результатов	36	106	2138,5	8014,5	59,40	75,61	0,79	0,036793
Гибкость	36	106	2560,5	7592,5	71,13	71,63	0,99	0,950688
Самостоятельность	36	106	2867,5	7285,5	79,65	68,73	1,16	0,165098
Стремление понравиться	36	106	3446,5	6706,5	95,74	63,27	1,51	0,000038

Продолжение Приложения 9

Продолжение Таблицы 12

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Самопродвижение	36	106	3973,5	6179,5	110,38	58,30	1,89	0,000000
Примерность	36	106	3256,0	6897,0	90,44	65,07	1,39	0,001294
Запугивание	36	106	3215,0	6938,0	89,31	65,45	1,36	0,002419
Мольба	36	106	3418,0	6735,0	94,94	63,54	1,49	0,000067
Отслеживание ПВ	36	106	3393,0	6760,0	94,25	63,77	1,48	0,000112
Вариативность поведения	36	106	2839,5	7313,5	78,88	69,00	1,14	0,213675
Стремление к принятию	36	106	2681,5	7471,5	74,49	70,49	1,06	0,615654
Страх отвержения	36	106	2950,5	7202,5	81,96	67,95	1,21	0,076806
Инициативность	36	106	2800,0	7353,0	77,78	69,37	1,12	0,289011
Решительность	36	106	2063,0	8090,0	57,31	76,32	0,75	0,016386
Выдержка	36	106	2431,5	7721,5	67,54	72,84	0,93	0,501966
Альтероцентрическая направленность	36	106	1832,0	8321,0	50,89	78,50	0,65	0,000404
Индифферентная направленность	36	106	2911,0	7242,0	80,86	68,32	1,18	0,063862

Примечание: жирным шрифтом выделены статистически достоверные различия.

Перечень методик, используемых в диссертации

Методика диагностики уровня развития рефлексивности (опросник Карпова А.В.)

Опросник «Стиль саморегуляции поведения – ССП-98» (В.И. Моросанова)

Диагностика мотивов аффилиации (А. Мехрабиан)

Методика «Направленность в общении» (опросник С.Л. Братченко)

Тест «Уверенности в себе» (В. Г. Ромек)

Опросник волевых качеств личности (М.В. Чумаков)

Опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова)

Продолжение Приложения 10

Методика диагностики уровня развития рефлексивности (опросник Карпова А.В.)

Инструкция. Вам предстоит ответить на несколько утверждений опросника. В бланке ответов напротив номера вопроса поставьте, пожалуйста, цифру, соответствующую варианту Вашего ответа: 1 – абсолютно неверно; 2 – неверно; 3 – скорее неверно; 4 – не знаю; 5 – скорее верно; 6 – верно; 7 – совершенно верно. Не задумывайтесь подолгу над ответами. Помните, что правильных или неправильных ответов в данном случае быть не может.

Обработка результатов. Из этих 27 утверждений 15 являются прямыми (номера вопросов: 1, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 14, 15, 18, 19, 20, 22, 24, 25).

Остальные 12 – обратные утверждения, что необходимо учитывать при обработке результатов, когда для получения итогового балла суммируются в прямых вопросах цифры, соответствующие ответам испытуемых, а в обратных – значения, замененные на те, что получаются при инверсии шкалы ответов. То есть 1=7, 2=6, 3=5, 4=4, 5=3, 6=2, 7=1.

Ключ к тесту-опроснику. Перевод тестовых баллов в стены.

Стены 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Тестовые баллы 80 и ниже 81 –100 101 – 107 108 –113 114 – 122 123 –130 131 –139 140 – 147 148 – 156 157 – 171 172 и выше.

При интерпретации результатов целесообразно исходить из дифференциации полученных результатов на три основные категории. Результаты методики, равные или большие, чем 7 стенов, свидетельствуют о высокоразвитой рефлексивности.

Необходимо учитывать несколько уровней выраженности, соответствующие интервалам:

- от 7 стенов и выше – высокий уровень рефлексивности
- от 4 до 7 стенов – средний уровень рефлексивности
- от 0 до 4 стенов – низкий уровень рефлексивности

Стимульный материал.

1. Прочитав хорошую книгу, я всегда потом долго думаю о ней; хочется ее с кем-нибудь обсудить.
2. Когда меня вдруг неожиданно о чем-то спросят, я могу ответить первое, что пришло мне в голову.
3. Прежде, чем снять трубку телефона, чтобы позвонить по делу, я обычно мысленно планирую предстоящий разговор.
4. Совершив какой-то промах, я долго потом не могу отвлечься от мыслей о нем.
5. Когда я размышляю над чем-то или беседую с другим человеком, мне бывает интересно вдруг вспомнить, что послужило началом цепочки мыслей.
6. Приступая к трудному заданию, я стараюсь не думать о предстоящих трудностях.
7. Главное для меня – представить конечную цель своей деятельности, а детали имеют второстепенное значение.
8. Бывает, что я не могу понять, почему кто-либо не доволен мною.
9. Я часто ставлю себя на место другого человека.
10. Для меня важно в деталях представлять себе ход предстоящей работы.
11. Мне было бы трудно написать серьезное письмо, если бы я заранее не составил план.
12. Я предпочитаю действовать, а не размышлять над причинами своих неудач.
13. Я довольно легко принимаю решение относительно дорогой покупки.
14. Как правило, что-то задумав, я покручиваю в голове свои замыслы, уточняя детали, рассматривая все варианты.
15. Я беспокоюсь о своем будущем.
16. Думаю, что во множестве ситуаций надо действовать быстро, руководствуясь первой пришедшей в голову мыслью.

Продолжение Приложения 10

17. Порой я принимаю необдуманные решения.
18. Закончив разговор, я, бывает, продолжаю вести его мысленно, приводя все новые и новые аргументы в защиту своей точки зрения.
19. Если происходит конфликт, то, размышляя над тем, кто виноват, я в первую очередь, начинаю с себя.
20. Прежде, чем принять решение, я всегда стараюсь все тщательно обдумать и взвесить.
21. У меня бывают конфликты от того, что я порой не могу предугадать, какое поведение от меня ожидают окружающие.
22. Бывает, что, обдумывая разговор с другим человеком, я как бы мысленно веду с ним диалог.
23. Я стараюсь не задумываться над тем, какие мысли и чувства вызывают в других людях мои слова и поступки.
24. Прежде чем сделать замечание другому человеку, я обязательно подумаю, какими словами это лучше сделать, чтобы его не обидеть.
25. Решая трудную задачу, я думаю над ней даже тогда, когда занимаюсь другими делами.
26. Если я с кем-то ссорюсь, то в большинстве случаев не считаю себя виноватым.
27. Редко бывает так, что я жалею о сказанном.

Продолжение Приложения 10

Опросник «Стиль саморегуляции поведения – ССП-98» (В.И. Моросанова)

Инструкция. Вам предстоит дать ответы на высказывания об особенностях поведения. В бланке ответов напротив высказывания поставьте, пожалуйста, цифру, соответствующую варианту Вашего ответа: «Верно», «Пожалуй, верно», «Пожалуй, неверно», «Неверно». Не пропускайте ни одного высказывания. Помните, что не может быть хороших или плохих ответов, так как это не испытание Ваших способностей, а лишь выявление индивидуальных особенностей Вашего поведения.

Обработка результатов.

Шкала планирования (Пл): Да 1, 8, 17, 22, 28, 31, 36 Нет 15, 42

Шкала моделирования (М): Да 11, 37 Нет 3, 7, 19, 23, 26, 33, 41

Шкала программирования (Пр): Да 12, 20, 25, 29, 38, 43 Нет 5, 9, 32

Шкала оценки результатов (ОР): Да 30, 44 Нет 6, 10, 13, 16, 24, 34, 39

Шкала гибкости (Г): Да 2, 11, 25, 35, 36, 45 Нет 16, 18, 23

Шкала самостоятельности (С): Да 4, 12, 14, 21, 27, 31, 40, 46 Нет 34

Шкала Общего уровня саморегуляции (ОУ): Да 1, 2, 4, 8, 11, 12, 14, 17, 20, 21, 22, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 35, 36, 37, 38, 40, 43, 44, 45, 46 Нет 3, 5, 6, 7, 9, 10, 13, 15, 16, 18, 19, 23, 24, 26, 32, 33, 34, 39, 41, 42

Регуляторная шкала	Количество баллов		
	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Планирование	<3	4-6	>7
Программирование	<3	4-6	>7
Моделирование	<4	5-7	>8
Оценивание результатов	<3	4-6	>7
Гибкость	<4	5-7	>8
Общий уровень саморегуляции	<23	24-32	33

Стимульный материал

1. Свои планы на будущее люблю разрабатывать в малейших деталях.
2. Люблю всякие приключения, могу идти на риск.
3. Стараюсь всегда приходить вовремя, но тем не менее часто опаздываю.
4. Придерживаюсь девиза — Выслушай совет, но сделай по-своему.
5. Часто полагаюсь на свои способности ориентироваться по ходу дела и не стремлюсь заранее представить последовательность своих действий.
6. Окружающие отмечают, что я недостаточно критичен к себе и своим действиям, но сам я это не всегда замечаю.
7. Накануне контрольных или экзаменов у меня обычно появлялось чувство, что не хватило 1–2 дней для подготовки.
8. Чтобы чувствовать себя уверенно, необходимо знать, что ждет тебя завтра.
9. Мне трудно себя заставить что-либо переделывать, даже если качество сделанного меня не устраивает.
10. Не всегда замечаю свои ошибки, чаще это делают окружающие меня люди.
11. Переход на новую систему работы не причиняет мне особых неудобств.
12. Мне трудно отказаться от принятого решения даже под влиянием близких мне людей.

Продолжение Приложения 10

13. Я не отношу себя к людям, жизненным принципом которых является —Семь раз отмерь, один раз отрежь.
14. Не выношу, когда меня опекают и за меня что-то решают.
15. Не люблю много раздумывать о своем будущем.
16. В новой одежде часто ощущаю себя неловко.
17. Всегда заранее планирую свои расходы, не люблю делать незапланированных покупок.
18. Избегаю риска, плохо справляюсь с неожиданными ситуациями.
19. Мое отношение к будущему часто меняется: то строю радужные планы, то будущее кажется мне мрачным.
20. Всегда стараюсь продумать способы достижения цели, прежде чем начну действовать.
21. Предпочитаю сохранять независимость даже от близких мне людей.
22. Мои планы на будущее обычно реалистичны, и я не люблю их менять.
23. В первые дни отпуска (каникул) при смене образа жизни всегда появляется чувство дискомфорта.
24. При большом объеме работы неминуемо страдает качество результатов.
25. Люблю перемены в жизни, смену обстановки и образа жизни.
26. Не всегда вовремя замечаю изменения обстоятельств и из-за этого терплю неудачи.
27. Бывает, что настаиваю на своем, даже когда не уверен в своей правоте.
28. Люблю придерживаться заранее намеченного на день плана.
29. Прежде чем выяснять отношения, стараюсь представить себе различные способы преодоления конфликта.
30. В случае неудачи всегда ищу, что же было сделано неправильно.
31. Не люблю посвящать кого-либо в свои планы, редко слеую чужим советам.
32. Считаю разумным принцип: сначала надо ввязаться в бой, а затем искать средства для победы.
33. Люблю помечтать о будущем, но это скорее фантазии, чем реальность.
34. Стараюсь всегда учитывать мнение товарищей о себе и своей работе.
35. Если я занят чем-то важным для себя, то могу работать в любой обстановке.
36. В ожидании важных событий стремлюсь заранее представить последовательность своих действий при том или ином развитии ситуации.
37. Прежде чем взяться за дело, мне необходимо собрать подробную информацию об условиях его выполнения и сопутствующих обстоятельствах.
38. Редко отступаю от начатого дела.
39. Часто допускаю небрежное отношение к своим обязательствам в случае усталости и плохого самочувствия.
40. Если я считаю, что прав, то меня мало волнует мнение окружающих о моих действиях.
41. Про меня говорят, что я —разбрасываюсь, не умею отделить главное от второстепенного.
42. Не умею и не люблю заранее планировать свой бюджет.
43. Если в работе не удалось добиться устраивающего меня качества, стремлюсь переделать, даже если окружающим это не важно.
44. После разрешения конфликтной ситуации часто мысленно к ней возвращаюсь, переверяю предпринятые действия и результаты.
45. Непринужденно чувствую себя в незнакомой компании, новые люди мне обычно интересны.
46. Обычно резко реагирую на возражения, стараюсь думать и делать все по-своему.

Продолжение Приложения 10

Диагностика мотивов аффилиации (А. Мехрабиан).

Инструкция. Прочтите утверждения теста и оцените степень согласия или несогласия. При этом на бланке для ответов против номера утверждения поставьте цифру, соответствующую выбранному вами ответу. Не тратьте время на обдумывание ответов. Дайте тот ответ, который первым пришел вам в голову. Каждое последующее утверждение читайте только после того, как вы уже оценили предыдущее. Ни в коем случае ничего не пропускайте. Чтобы оценить степень вашего согласия или несогласия с каждым из утверждений, используйте следующую шкалу:

- + 3 — полностью согласен;
- +2 — согласен;
- + 1 — скорее согласен, чем не согласен;
- 0 — нейтрален;
- 1 — скорее не согласен, чем согласен;
- 2 — не согласен;
- 3 — полностью не согласен.

Обработка результатов. По каждой из шкал подсчитывается суммарный балл. Ответам испытуемого на прямые пункты (отмеченные знаком «+» в ключе) приписываются баллы.

Ответы -3 -2 -1 0 +1 +2 +3

Баллы 1 2 3 4 5 6 7

Ответам испытуемого на обратные пункты опросника (отмечены в ключе знаком «->») также приписываются баллы.

Ответы -3 -2 -1 0 +1 +2 +3

Баллы 7 6 5 4 3 2 1

Ключ к шкале СП: +1, +2, -3, -4, +5, -6, +7, -8, -9, -10, -11, +12, -13, +14, +15, -16, -17, -18, -19, +20, -21, +22, -23, -24, -25, +26, -27, -28, -29, +30.

Ключ к шкале СО: +1, +2, +3, +4, -5, -6, +7, +8, +9, +10, -11, +12, -13, +14, +15, -16, +17, +18, +19, -20, -21, +22, +23, -24, +25, -26, +27, +28, -29, +30, -31, +32.

На основе двух индексов СП и СО выделяются четыре типа мотивов. Для этого суммарные баллы всей выборки ранжируются как по шкале СП, так и по шкале СО. Далее выделяются четыре группы испытуемых: а) высокий — низкий (СП выше медианы, СО ниже медианы); б) низкий-низкий (СП ниже медианы, СО ниже медианы); в) высокий-высокий (СП выше медианы, СО выше медианы); г) низкий— высокий (СП ниже медианы, СО выше медианы).

Для испытуемых группы «высокий-низкий» характерен мотив «стремление к принятию группой», а для испытуемых группы «низкий-высокий» — мотив «страх отвержения». У испытуемых двух других групп интенсивность этих мотивов приблизительно одинакова, что может свидетельствовать о наличии у них внутреннего дискомфорта, напряженности.

У группы «высокий-высокий» страх быть отвергнутым группой препятствует удовлетворению их потребности в принятии, в общении с другими людьми.

Стимульный материал.

Шкала СП

1. Я легко схожусь с людьми.
2. Когда я расстроен, то предпочитаю быть на людях, чем оставаться в одиночестве.
3. Если бы я должен был выбирать, то предпочел бы, чтобы меня считали способным и сообразительным, чем общительным и дружелюбным.
4. Я нуждаюсь в близких друзьях меньше, чем большинство людей.
5. Я говорю людям о своих переживаниях скорее часто, чем редко и по особым случаям.

Продолжение Приложения 10

6. От хорошего фильма я получаю больше удовольствия, чем от большой компании.
7. Мне нравится заводить как можно больше друзей.
8. Я скорее предпочел бы провести свой отдых вдаль от людей, чем на оживленном курорте.
9. Я думаю, что большинство людей славу и почет ценят превыше дружбы.
10. Я предпочел бы самостоятельную работу коллективной.
11. Излишняя откровенность с друзьями может повредить.
12. Встречая на улице знакомого, я скорее стараюсь перекинуться с ним хотя бы парой слов, чем просто пройти поздороваться.
13. Независимость и свободу от привязанностей я предпочитаю дружеским узам.
14. Я посещаю компании и вечеринки потому, что это хороший способ завести друзей.
15. Если мне нужно принять важное решение, то я скорее посоветуюсь с друзьями, чем стану обдумывать его один.
16. Я не доверяю слишком открытому проявлению дружеских чувств.
17. У меня очень много близких друзей
18. Когда я нахожусь с незнакомыми людьми, мне совсем неважно, нравлюсь я им или нет.
19. Индивидуальные игры и развлечения я предпочитаю групповым.
20. Открытые эмоциональные люди привлекают меня больше, чем сердитые и сосредоточенные.
21. Я скорее предпочту почитать интересную книгу или пойти в кино, чем провести время на вечеринке.
22. Путешествуя, я больше люблю общаться с людьми, чем просто наслаждаться видами или одному посещать достопримечательности.
23. Мне легче решать трудную проблему, когда я обдумываю ее один, чем, когда обсуждаю ее с друзьями.
24. Я считаю, что в трудных жизненных ситуациях скорее нужно рассчитывать только на свои силы, чем надеяться на помощь друзей.
25. Даже в коллективе мне трудно полностью отвлечься от забот и срочных дел.
26. Оказавшись на новом месте, я быстро приобретаю широкий круг знакомых.
27. Вечер, проведенный за любимым занятием, привлекает меня больше, чем оживленная вечеринка.
28. Я избегаю слишком близких отношений с людьми, чтобы не потерять личную свободу.
29. Когда у меня плохое настроение, я скорее стараюсь не показывать своих чувств, чем попытаюсь с кем-то поделиться.
30. Я люблю бывать в обществе и всегда рад провести время в веселой компании.

Шкала СО

31. Я стесняюсь идти в незнакомое общество.
32. Если вечеринка мне не нравится, я все равно не уйду первым.
33. Меня бы очень задело, если бы мой близкий друг стал противоречить мне при посторонних людях.
34. Я стараюсь меньше общаться с людьми критического склада.
35. Обычно я легко общаюсь с незнакомыми людьми.
36. Я не откажусь пойти в гости из-за того, что там будут люди, которые меня не любят.
37. Когда два моих друга спорят, я предпочитаю не вмешиваться в их спор, даже если с кем-то из них не согласен.
38. Если я попрошу кого-нибудь пойти со мной, и он мне откажет, то я не решусь попросить его снова.
39. Я осторожен в высказывании своих мнений, пока хорошо не узнаю человека.

Продолжение Приложения 10

40. Если во время разговора я чего-то не понял, то лучше я это пропущу, чем прерву говорящего и попрошу повторить.
41. Я открыто критикую людей и ожидаю от них того же.
42. Мне трудно говорить людям «нет».
43. Я все же могу получить удовольствие от вечеринки, даже если вижу, что одет не по случаю.
44. Я болезненно воспринимаю критику в свой адрес.
45. Если я не нравлюсь кому-то, то стараюсь избегать этого человека.
46. Я редко стесняюсь обращаться к людям за помощью.
47. Я редко противоречу людям из боязни их задеть.
48. Мне часто кажется, что незнакомые люди смотрят на меня критически.
49. Всякий раз, когда я иду в незнакомое общество, я предпочитаю брать с собой друга.
50. Я часто говорю то, что думаю, даже если это неприятно собеседнику.
51. Я легко осваиваюсь в новом коллективе.
52. Временами я уверен, что никому не нужен.
53. Я долго переживаю, если посторонний человек нелестно выразился в мой адрес.
54. Я никогда не чувствую себя одиноким в компании.
55. Меня очень легко задеть, даже если это незаметно со стороны.
56. После встречи с новым человеком меня обычно мало волнует, правильно ли я себя вел.
57. Когда я должен за чем-либо обратиться к официальному лицу, я почти всегда жду, что мне откажут.
58. Когда мне нужно попросить продавца показать понравившуюся мне вещь, я чувствую себя неуверенно.
59. Если я недоволен тем, как ведет себя мой знакомый, я обычно прямо указываю ему на это.
60. Если в транспорте я сижу, мне кажется, что люди смотрят на меня с укором.
61. Оказавшись в незнакомой компании, я скорее активно включаюсь в беседу, чем держусь в стороне.
62. Я стесняюсь просить, чтобы вернули мою книгу или какую-то другую вещь, занятую у меня на время.

Продолжение Приложения 10

Методика «Направленность в общении» (опросник С.Л. Братченко).

Инструкция. Ниже перечислены варианты поведения в различных ситуациях общения. Вам предлагается выбрать для каждой ситуации тот вариант, который в наибольшей степени соответствует предпочитаемому вами стилю общения с людьми (с друзьями, знакомыми и т. п.), подчеркните его или выделите другим цветом.

Предложенные пять вариантов не исчерпывают все многообразие общения. Поэтому, если ни один из предложенных вариантов не соответствует вашему представлению об общении, сформулируйте свой вариант и впишите его под № 6. Номер выбранного вами (или сформулированного самостоятельно) варианта для каждой ситуации напишите на отдельном листе.

Постарайтесь быть искренними: помните, что здесь не может быть «хороших» или «плохих» ответов, важно лишь, чтобы они отражали ваше мнение».

Обработка результатов.

Шкала	АВ	АЛ	М	И	К	Д
Результат						

Для обработки результатов необходимо найти в строке номер вопроса, в столбце номер ответа, на пересечении Вы получите название одной из пяти шкал. Далее необходимо подсчитать количество встречаемости каждой из 5 шкал: АВ, АЛ, М, И, К. Затем № 6 - Д - сумма выбора шестого варианта ответа.

АВ - ориентация на доминирование в обществе; М - ориентация на использование собеседника и общения в своих целях; АЛ – «центрация» на собеседнике; К - отказ от равноправия в пользу собеседника; И – «уход» от общения как такового.

Номер вопроса	Вариант ответа					
	АЛ	АВ	И	К	М	
1	АЛ	АВ	И	К	М	
2	К	АВ	М	И	АЛ	
3	АЛ	К	М	И	АВ	
4	М	И	К	АВ	АЛ	
5	И	М	АВ	К	АЛ	
6	АВ	АЛ	М	И	К	
7	АЛ	К	И	АВ	М	
8	М	К	АВ	АЛ	И	
9	И	АВ	АЛ	М	К	
10	К	М	АЛ	И	АВ	
11	АВ	И	К	М	АЛ	
12	К	М	И	АЛ	АВ	
13	АЛ	М	И	АВ	К	
14	К	И	АЛ	М	АВ	
15	М	И	К	АВ	АЛ	
16	И	К	М	АЛ	АВ	
17	АВ	М	АЛ	К	И	
18	И	АЛ	К	АВ	М	
19	АЛ	И	АВ	К	М	
20	М	АЛ	АВ	К	И	

Стимульный материал.

1. Чтобы собеседник правильно понял меня, ...

1. я должен говорить о том, что его волнует и интересует;

Продолжение Приложения 10

2. у него должна быть одинаковая со мной точка зрения;
3. главное, чтобы он хорошо разбирался в обсуждаемом вопросе;
4. я должен говорить то, что ему понятно и с чем он согласен;
5. я не всегда буду стараться достичь этого;
6. ...

2. Я ожидаю от собеседника...

1. чёткой и твердой позиции;
2. согласия со мной;
3. какой-либо пользы для себя;
4. участия в решении деловых вопросов;
5. открытости, готовности принять мою помощь;
6. ...

3. То, что чувствует и переживает собеседник, ...

1. я принимаю близко к сердцу;
2. может влиять на моё поведение;
3. может представлять интерес;
4. не должно мешать делу;
5. не следует показывать окружающим;
6. ...

4. Я хотел бы, чтобы собеседник занимал в общении со мной позицию...

1. удобную для меня;
2. всё равно какую;
3. лидера;
4. сочувствующего слушателя;
5. удобную для него;
6. ...

5. Доверие собеседника ко мне...

1. не имеет существенного значения для дела;
2. нужно, если мне важен этот человек;
3. должно быть полным;
4. сделает общение более спокойным и лёгким;
5. мне очень дорого, и я буду стараться оправдать его;
6. ...

6. Если в общении между нами назревает конфликт, собеседник...

1. должен уступить;
2. может рассчитывать на мою готовность помочь, уступить;
3. не должен делать того, чего я не хочу;
4. лучше пусть займётся делом;
5. должен его не допустить;
6. ...

7. Когда собеседник меня не понимает, ...

1. значит, я плохо объясняю и должен ему помочь;
2. должен выслушать его точку зрения;
3. меня это не волнует, если это не мешает делу;
4. я прекращаю с ним общаться;
5. я буду ему объяснять, если мне это надо;
6. ...

8. Для меня важно, чтобы собеседник в общении со мной исходил из...

1. моих интересов;

Продолжение Приложения 10

2. желания не обострять отношения;
3. того, что приятно для меня;
4. того, что его волнует;
5. интересов дела;
6. ...

9. Если собеседник перестаёт меня слушать, ...

1. меня это не волнует;
2. я обижаюсь и прекращаю разговор;
3. значит, в этом виновен я;
4. попробую повлиять на него по-другому;
5. я буду слушать его;
6. ...

10. Мне нравится такое общение, когда...

1. оно проходит спокойно, и я согласен с собеседником;
2. я получаю от него пользу;
3. я чувствую, что нужен собеседнику;
4. когда есть практический результат;
5. когда я получаю удовольствие;
6. ...

11. Чтобы я правильно понял собеседника, ...

1. он должен быть моим единомышленником;
2. надо меньше разговоров, а больше дела;
3. я должен согласиться с его точкой зрения;
4. надо внимательно за ним понаблюдать;
5. мне надо полностью сосредоточиться на его проблемах;
6. ...

12. Я считаю правильным, если собеседник ожидает от меня...

1. согласия;
2. того, что я намерен ему предложить;
3. ничего не ожидает;
4. помощи, участия;
5. чёткой и твёрдой позиции;
6. ...

13. То, что я чувствую и переживаю, ...

1. зависит от переживаний собеседника;
2. не должно быть заметно собеседнику;
3. не должно мешать делу;
4. должно быть важно для собеседника, и он тоже должен переживать;
5. не должно беспокоить собеседника;
6. ...

14. Я стараюсь занять в общении позицию...

1. удобную для собеседника;
2. всё равно какую;
3. сочувствующего слушателя;
4. удобную для меня;
5. лидера;
6. ...

15. Доверять собеседнику...

1. можно только в очень редких случаях (если в этом есть смысл);

Продолжение Приложения 10

2. надо, если это в интересах дела;
3. можно, если его позиция убедительна;
4. можно, если наши взгляды совпадают;
5. надо, потому что это поможет ему;
6. ...

16. Если в общении назревает конфликт, я...

1. займусь делом;
2. постараюсь его сгладить;
3. буду действовать в соответствии со своими интересами;
4. уступлю, чтобы помочь собеседнику;
5. буду доказывать свою правоту;
6. ...

17. В общении я исхожу из...

1. стремления утвердить свою точку зрения;
2. желания получить максимум пользы для себя;
3. необходимости решить проблемы другого человека, помочь ему;
4. необходимости избежать конфликта;
5. интересов дела;
6. ...

18. Когда я не понимаю собеседника, ...

1. меня это не беспокоит;
2. я очень переживаю и ищу свою ошибку;
3. пересматриваю свою точку зрения;
4. значит он плохо объясняет;
5. буду стараться понять, если мне это надо;
6. ...

19. Для меня главная цель общения – это...

1. помочь, поддержать собеседника;
2. решить деловой вопрос;
3. получить удовольствие;
4. избежать конфликта;
5. извлечь какую-нибудь пользу;
6. ...

20. Если я считаю, что собеседник неправ, то...

1. я теряю к нему интерес;
2. думаю, чем могу ему помочь;
3. буду добиваться, чтобы он признал и исправил свою ошибку;
4. не буду обострять ситуацию;
5. это меня не беспокоит, это его проблема;
6. ...

Продолжение Приложения 10

Тест «Уверенности в себе» (В. Г. Ромек).

Инструкция. Ответьте, пожалуйста, на каждый из следующих далее вопросов так, чтобы это выражало Ваше личное мнение, Ваши собственные представления. Для этого выберите нужный вариант ответа: верно, часто, трудно сказать, неверно, почти всегда и т.п. отметьте жирным или другим цветом.

Постарайтесь, пожалуйста, как можно реже использовать средний, неопределенный ответ (не чаще, чем 1 раз на каждые 3-4 вопроса).

Обработка результатов.**Ключ для подсчета сырых баллов**

Шкалы	Вопросы теста
Уверенность в себе	3г; 6г; 9г; 12г; 15г; 18г; 21 24г; 27; 30г
Социальная смелость	2; 5г; 8; 11; 14; 17; 20; 23; 26; 29
Инициатива в социальных контактах	1; 4; 7; 10; 13; 16; 19г; 22; 25; 28

Значения по шкалам получаются простым суммированием баллов по всем вопросам шкалы.

Процедура пересчета баллов по прямым и обратным вопросам

	Прямые вопросы	Обратные вопросы (отмечены буквой "г" в таблице)
левый (или верхний) ответ в бланке	"1"	"3"
средний ответ в бланке	"2"	"2"
правый (или нижний) ответ в бланке	"3"	"1"

Полученные суммы служат для сравнения с показателями других тестов или с нормами, приведенными в таблице.

Перевод сырых баллов в стандартные (стены)

Шкалы	Стандартные значения (стены)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Уверенность в себе	10-13	14-15	16-17	18-20	21-22	23-24	25-26	27-28	29	30
Социальная смелость	10-13	14-15	16-18	19-20	21-22	23-24	25-26	27	28-29	30
Инициатива в социальных контактах	10-12	13-14	15-16	17	18-20	21-23	24	25-26	27-28	29-30

Стимульный материал.

1. Даже если я отвратительно себя чувствую, я слежу за тем, чтобы не испортить настроение другим.

*(Верно)**(Трудно сказать)**(Неверно)*

2. В присутствии авторитетной персоны (начальства) я всегда смущаюсь.

Продолжение Приложения 10

	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
3. Я - довольно независимый человек.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
4. В спорах с близкими мне людьми я склонен к тому, чтобы поддаваться и не вступать в пререкания.	<i>(Часто)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Очень редко)</i>
5. Если вблизи моего рабочего места появляется мой начальник, то я чувствую себя неловко.	<i>(Неверно)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Почти всегда)</i>
6. Я легко выбираю ту линию поведения, которая дает мне наибольшие шансы достичь своих целей.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
7. Мне приходится отказываться от многого, поскольку обстоятельства сильнее меня.	<i>(Часто)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Очень редко)</i>
8. Я чувствую себя неловко, если другие предлагают мне свою помощь.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
9. Я могу сказать, что в целом я контролирую свою судьбу.	<i>(Да)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Нет)</i>
10. Мне трудно открыто говорить о своих чувствах.	<i>(Да)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Нет)</i>
11. Я вынужден бороться со своей робостью.	<i>(Постоянно)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Очень редко)</i>
12. Есть много вещей, которыми я могу гордиться.	<i>(Да)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Нет)</i>
13. Мне приходится скрывать свои чувства.	<i>(Часто)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Очень редко)</i>
14. Если пауза в разговоре затянулась, то я: <i>(чувствую себя очень неловко) (Нечто среднее) (всегда нахожу, что сказать)</i>			
15. Я принимаю решения быстро, без долгих сомнений	<i>(Верно)</i>	<i>(Нечто среднее)</i>	<i>(Неверно)</i>
16. Мне легко удастся потребовать чего-либо.	<i>(Нет)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Да)</i>
17. Я стесняюсь обращаться с моими служебными проблемами к начальству или сведущему человеку.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
18. Я уверен, что на меня можно положиться в самых ответственных делах.	<i>(Да)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Нет)</i>
19. Если мне срочно нужен мой друг, то я звоню ему даже поздно ночью.	<i>(Верно)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Неверно)</i>
20. Часто я не решаюсь звонить в официальные учреждения.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
21. Обычно я добиваюсь того, что мне нужно.	<i>(Нет)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Да)</i>
22. Если близкий и уважаемый мною родственник чем-то разозлит меня, то я <i>(...предпочитаю скрыть свою злость и не говорить ему об этом) (Нечто среднее)</i> <i>(..тотчас же говорю ему об этом).</i>			
23. Мне очень трудно начать разговор с незнакомым человеком.			

Продолжение Приложения 10

	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
24. У меня достаточно способностей и энергии, чтобы воплотить в жизнь задуманное.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
25. Я избегаю говорить что-либо, что может обидеть других.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
26. Если кто-либо смотрит, как я работаю, то ... <i>(...это мне очень мешает) (Нечто среднее) (...это мне совершенно безразлично).</i>			
27. Бывает, что мне приходят в голову мысли о моей неполноценности.	<i>(Часто)</i>	<i>(Очень редко)</i>	<i>(Никогда)</i>
28. Я стараюсь не обременять друзей своими проблемами.	<i>(Верно)</i>	<i>(Трудно сказать)</i>	<i>(Неверно)</i>
29. Я смущаюсь, если мне говорят комплимент.	<i>(Часто)</i>	<i>(Иногда)</i>	<i>(Очень редко)</i>
30. Я вполне могу сказать, что уважаю сам себя.	<i>(Верно)</i>	<i>(В основном - верно)</i>	<i>(Неверно)</i>

Продолжение Приложения 10

Опросник волевых качеств личности (М.В. Чумаков)

Инструкция. Внимательно прочитайте приведенные ниже утверждения и отметьте крестиком в бланке Ваш вариант ответа из четырех возможных: “Верно”, “Скорее, верно”, “Скорее, неверно”, “Неверно”. Помните, что в опроснике нет “плохих” и “хороших” ответов, так как речь идет не о Ваших способностях, а об индивидуальных особенностях Вашей личности.

Не задумывайтесь над ответом слишком долго, важнее Ваша первая реакция, а не результат длительных рассуждений.

Обработка результатов. При обработке за ответ «верно» присваивается 3 балла, за ответ «скорее верно» – 2 балла, за ответ «скорее неверно» – 1 балл и за ответ «неверно» – 0 баллов, если вопросы прямые. Если вопросы обратные, то за ответ «верно» присваивается 0 баллов, за ответ «скорее верно» – 1 балл, за ответ «скорее неверно» – 2 балла и за ответ «неверно» – 3 балла. Баллы по шкалам подсчитываются на основе ключа к опроснику. Итоговый балл получается суммированием баллов по 9-ти шкалам. Для перевода сырых баллов в стены используются данные табл. 3.6 и табл. 3.7.

Ключи к опроснику

№	Шкалы опросника	Прямые вопросы	Обратные вопросы
1	Ответственность	11, 14, 27, 53, 72, 74	61, 69
2	Инициативность	1, 15, 28, 41, 48, 60	8, 20, 33, 62
3	Решительность	29, 63	2, 9, 21, 34, 49, 54
4	Самостоятельность	3, 30, 75	10, 22, 35, 42, 70
5	Выдержка	55, 64, 71, 73, 76	4, 36, 43, 68, 77
6	Настойчивость	23, 31, 50	16, 37, 44, 56
7	Энергичность	12, 17, 32, 38, 57, 65	5, 24, 45, 51
8	Внимательность	6, 25, 39, 66	13, 18, 46, 58
9	Целеустремленность	19, 26, 47, 52, 59, 67, 78	7, 40

Нормативная таблица для шкал опросника ВКЛ

Шкалы	Стены									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Баллы									
0.	1–6	7–8	9–10	11–12	13–15	16–17	18–19	20–21	22–23	24
И.	1–4	5–7	8–9	10–12	13–15	16–17	18–20	21–23	24–25	26–30
Р.	1-3	3–4	5–7	8–9	10–11	12–14	15–16	17–18	19–21	22–24
С.	1–4	5–6	7–8	9–10	11–13	14–15	16–17	18–19	20–21	22–24
Вк.	1–5	6–8	9–11	12–14	15–17	18–20	21–23	24–26	27–28	29–30
Н.	1–4	5–6	7–8	9–10	11	12–13	14–15	16–17	18	19–21
Э.	1–9	10–11	12–14	15–16	17–19	20–22	23–24	25–27	28–29	30
Вн.	1–5	6–7	8–9	10–12	13–14	15–16	17–18	19–21	22–23	24
Ц.	1–7	8–9	10–12	13–14	15–17	18–19	20–22	23–24	25–26	27

Продолжение Приложения 10

Нормативная таблица для итогового балла опросника ВКЛ

Стены									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Баллы									
61-78	79-92	93-107	108-121	122-136	137-150	151-165	166-179	180-194	195-210

Итоговый высокий балл по опроснику ВКЛ получают ответственные, обязательные, инициативные, деятельные, уверенные, решительные, настойчивые, энергичные, хорошо контролирующие свои эмоции, независимые, самостоятельные, целеустремленные, собранные испытуемые. Таких людей можно назвать волевыми в том смысле, в каком это понимается большинством людей. Получившие высокий балл старательно выполняют свои обязанности, обладают хорошим лидерским потенциалом, быстро и независимо принимают решения, высоко активны. У них есть ясные жизненные цели и стремление настойчиво их достигать. От этих особенностей в основном зависит успешность деятельности тогда, когда эта деятельность не предъявляет очень высоких требований к способностям человека. При наличии высоких способностей диагностируемые качества являются дополнительным существенным условием успешности и стабильности деятельности. Вероятно, испытуемые с очень высоким общим баллом по тесту могут быть более фрустрированными и напряженными.

Низкий балл по опроснику ВКЛ характерен для склонных к колебаниям, неуверенных, безынициативных, несамостоятельных испытуемых. Они могут пренебречь своими обязанностями в ситуациях, когда внешний контроль за их действиями ослаблен. Как правило, они проявляют низкую активность, энергичность. У этой категории испытуемых могут быть проблемы с произвольной концентрацией внимания. Жизненные цели недостаточно осознаны, лидерские тенденции не выражены. Этих людей можно назвать безвольными в том смысле, как это понимают большинство людей. При условии равных способностей такие люди как правило достигают меньших или менее стабильных результатов в деятельности. Возможно испытуемые с низким баллом по тесту менее внутренне напряжены и фрустрированы. Имея в виду это обстоятельство, мы предлагаем с осторожностью применять оценочный подход к результатам тестирования.

Стимульный материал.

Баллы за ответ «Верно» 3 балла, «Скорее, верно» 2 балла, «Скорее, неверно» 1 балл, «Неверно» 0 баллов.

1. Если я присутствую на каком – либо собрании, то, как правило, выступаю.
2. Я немного завидую тем, кто “не лезет за словом в карман”.
3. Я редко обращаюсь к кому-либо за помощью.
4. Я плохо переношу боль.
5. Я скорее пессимист, чем оптимист.
6. Я могу быстро сосредоточиться, если нужно.
7. У меня нет четкой цели в жизни.
8. Я не могу про себя сказать, что я человек, легкий на подъем.
9. Мне стоило бы быть более решительным.
10. Даже короткое время мне трудно обходиться без близких мне людей.
11. Обычно у меня получается закончить дело, несмотря на трудности.
12. Я веду активный образ жизни.
13. Музыка, шум легко отвлекают меня.
14. Когда я приступаю к делу, я обдумываю все до мелочей.
15. Часто как-то само собой получается, что я оказываюсь в роли лидера.
16. Когда мне отказывают, мне трудно вновь повторить мою просьбу.

Продолжение Приложения 10

17. Я совершенно не могу сидеть без дела.
18. Я не очень собранный человек.
19. Я хорошо знаю, чего хочу.
20. Мне бывает трудно сделать первый шаг.
21. Я не люблю рисковать.
22. Я бы чувствовал себя очень неуютно, если бы мне пришлось ехать одному в дальнюю поездку.
23. Если что-то не получается с первого раза, я вновь и вновь повторяю попытки.
24. У меня часто бывает упадок сил.
25. Мне не трудно концентрировать внимание.
26. Меня не пугают отдаленные цели.
27. Я очень редко опаздываю на работу, учебу, встречи.
28. Когда я учился в школе, я часто вызывался отвечать на уроке.
29. Я быстро принимаю решения.
30. Мне нравится научиться чему –либо без посторонней помощи.
31. Я не боюсь надоедать людям повторяющимися просьбами.
32. Отдых – это просто смена деятельности.
33. Я не часто выступаю “зачинщиком” новых начинаний.
34. Я склонен к сомнениям.
35. Мне трудно идти против мнения группы.
36. Я легко поддаюсь панике.
37. В случае неудачи у меня опускаются руки.
38. Я быстро восстанавливаю силы.
39. Я могу долго работать, не отвлекаясь.
40. Нельзя сказать, что я целеустремленный человек.
41. Я все время выдумываю что-то новое.
42. Я часто советуюсь с другими людьми.
43. Я не могу долго переносить напряженные физические нагрузки.
44. Я – мягкий человек.
45. Я бы не сказал, что я энергичный человек.
46. Действительно, я нередко бываю рассеянным.
47. Я знаю, кем я хочу быть в жизни и стремлюсь к этому.
48. Нередко мне самому приходится показывать пример окружающим.
49. Мне хорошо знакомы мучительные колебания, когда нужно сделать выбор.
50. Я могу быть очень настырным.
51. Я часто чувствую сонливость днем.
52. Я умею ставить себе ясные и четкие цели.
53. Я старательно выполняю обязанности по работе, учебе.
54. Мне не хватает уверенности в себе.
55. Я терпеливо дозваниваюсь, если номер занят.
56. Неблагоприятные обстоятельства часто мешают мне закончить начатое.
57. Обычно я жизнерадостен и полон сил.
58. Не могу долго удерживать внимание, если мне не интересно.
59. Как правило, я составляю план на неделю.
60. Я сам проявляю инициативу при знакомстве.
61. Я могу иногда прогулять работу, учебу, если знаю, что мне это “сойдет с рук”.
62. Меня нельзя назвать инициативным человеком.
63. Я люблю все делать быстро.
64. Я могу долго, “стиснув зубы”, преодолевать неприятности.

Продолжение Приложения 10

- 65. Я могу долго работать не уставая.
- 66. Если я берусь за дело, то погружаюсь в него целиком и полностью.
- 67. Я стараюсь расположить дела по степени важности и начинаю с тех, которые наиболее важны.
- 68. Я вспыльчивый человек.
- 69. Про меня можно сказать, что я немного “ветренный”.
- 70. Я – внушаемый человек.
- 71. Я умею сдерживать гнев.
- 72. Я обязательный человек.
- 73. В целом меня можно назвать терпеливым человеком.
- 74. Я серьезно отношусь к домашним обязанностям.
- 75. Люблю решать все сам.
- 76. Я могу долго выполнять не интересное, но нужное дело.
- 77. У меня плохо получается скрывать от окружающих, что я расстроен.
- 78. Я упорно достигаю своих целей.

Продолжение Приложения 10

Опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова)

Инструкция. Люди по-разному строят свои отношения с окружающими. Вам предстоит оценить, насколько Ваше поведение соответствует следующим утверждениям, пользуясь следующими градациями:

2 балла – очень характерно для меня,

1 балл – характерно;

0 баллов – совсем не характерно.

Ответы записывайте в бланк ответов.

Стимульный материал.

1. Веду себя в соответствии с ожиданиями окружающих.
2. Люблю продемонстрировать в беседе свои знания в какой-то области.
3. Стараюсь показать, что все делаю тщательно.
4. Стараюсь никогда не демонстрировать своей слабости даже перед более сильными людьми.
5. Я могу притвориться беспомощным, чтобы другие люди помогли мне выполнить мою работу.
6. Когда я надеваю новую одежду, то ожидаю реакцию на нее со стороны окружающих.
7. Я совершенно по-разному веду себя с ровесниками и людьми старшего поколения.
8. Часто не выражаю своего несогласия с кем-то из опасения испортить отношения с данным человеком.
9. Не упущу случая сообщить о своих знакомствах с влиятельными людьми.
10. Часто у людей старше себя стараюсь создать образ примерного мальчика (примерной девочки).
11. Я стараюсь выглядеть сильным (-ой) и независимым (-ой).
12. Я часто говорю людям, что без их помощи я не смог (-ла) бы справиться со своими проблемами.
13. Я всегда фиксирую, как люди реагируют на мое поведение.
14. Я веду себя по-разному в общении с теми, кто мне приятен, и теми, кто мне неприятен.
15. Люблю делать комплименты окружающим.
16. Стараюсь носить такую одежду, чтобы она свидетельствовала о высоком достатке моей семьи
17. В школе меня часто ставили в пример другим детям.
18. Считаю, что, если кто-то не подчиняется тебе, надо припугнуть его лишением каких-то благ со своей стороны.
19. В детстве я часто мольбой и просьбами достигал (-ла) своих целей.
20. Меня очень огорчает, когда я вижу, что ко мне плохо расположены какие-то люди.
21. В общении с мужчинами веду себя иначе, чем в общении с женщинами.
22. Оказываю другим услуги, даже если не рассчитываю на ответные.
23. Подбираю таких друзей, которые вызывают восхищение окружающих.
24. Я предпочитаю больше рассказывать о своих успехах, чем о неудачах.
25. Считаю, что лучший способ наказать обидчика это высмеять его публично.
26. Я часто жалею на свои неудачи.
27. Когда я говорю о себе, мне очень важно проследить, какое воздействие мое сообщение оказало на собеседника.

Продолжение Приложения 10

28. Мои однокурсники не узнали бы меня, если бы увидели меня в семейной обстановке.
29. Спрашиваю знакомых об их делах, чтобы проявить свое внимание к ним.
30. Слежу за своими манерами, чтобы не выглядеть хуже других.
31. У меня репутация высоко морального человека.
32. Мне нравится, если передо мной робеют другие люди.
33. Иногда, чтобы избавиться от какого-то поручения, я жалуюсь на недостаток своих возможностей или способностей.
34. Мне тяжело общаться с людьми, у которых на лице не отражается никаких эмоций.
35. С незнакомыми людьми я веду себя совершенно иначе, чем со своими знакомыми.
36. Стараюсь не рассказывать людям о своих неудачах и неприятностях.
37. Люблю продемонстрировать свои умения и способности.
38. Я часто критикую действия других людей.
39. Иногда я напускаю на себя излишнюю строгость.
40. Когда я что-то не успеваю сделать в срок, я часто в оправдание говорю, что был болен.
41. Когда я отвечаю на экзамене, всегда слежу за реакцией преподавателя на мой ответ.
42. Я люблю часто менять свой внешний вид.
43. Стараюсь со всеми быть дружелюбным (-ой), независимо от симпатий.
44. В обществе друзей активно участвую в общей беседе.
45. Я люблю рассказывать о том, как я помог кому-нибудь.
46. Лучший способ самозащиты – это нападение.
47. В обществе друзей я даю понять, что не претендую на лидерство.
48. Мне очень важна поддержка со стороны слушающего человека, когда я ему что-нибудь рассказываю.
49. Я, если захочу, могу изменить свою манеру поведения до неузнаваемости.
50. Считаю, что лезть хорошее средство добиться чьего-либо расположения.
51. В аудитории, если преподаватель задает вопрос всей группе, часто отвечаю первым.
52. Стараюсь вести себя так, чтобы меня похвалили.
53. Я веду себя так, что мне не решаются сказать о своей неприязни ко мне.
54. Считаю, что лучший способ добиться расположения старших – прикинуться беспомощным (-ой).
55. Когда я вхожу в комнату, где собрались мои друзья или знакомые, я стараюсь заметить, как каждый из них отреагировал на мое появление.
56. Мой вид очень зависит от моего настроения.

Бланк ответов

1		8		15		22		29		36		43		50		
2		9		16		23		30		37		44		51		
3		10		17		24		31		38		45		52		
4		11		18		25		32		39		46		53		
5		12		19		26		33		40		47		54		
6		13		20		27		34		41		48		55		
7		14		21		28		35		42		49		56		