

Научная статья

УДК 159.9

<https://doi.org/10.21702/rpj.2023.4.12>

Модель самопредъявления в межличностных отношениях

Елена В. Ахмадеева*^{id}, Людмила Г. Дмитриева^{id}

Уфимский университет науки и технологий, Уфа, Российская Федерация

*Почта ответственного автора: elena-ram@yandex.ru

Аннотация

Введение. В условиях преобразований в современном обществе востребована личность, быстро реагирующая на внешние вызовы, успешно развивающаяся в личностном и профессиональном планах. Эффективное развитие требует раскрытия личностного потенциала, умения производить впечатление для достижения намеченных результатов. Это становится возможным благодаря грамотному использованию стратегий самопредъявления. В нашем исследовании впервые разработана модель самопредъявления личности. **Методы.** В исследовании принимали участие 385 человек, из которых 303 человека в возрасте 18–22 лет и 82 человека в возрасте 25–36 лет. Была разработана анкета, фиксирующая биографические характеристики испытуемых и суждения о самопредъявлении, выявляющие имплицитные представления об этом феномене. Использовались методики: «Методика диагностики уровня рефлексивности» (А. В. Карпов), «Стиль саморегуляции поведения – ССП–98» (В. И. Моросанова), «Диагностика мотивов аффилиации» (А. Мехрабиан), «Направленность личности в общении» (С. Л. Братченко), тест «Уверенности в себе» (В. Г. Ромек), опросник «Волевые качества личности» (М. В. Чумаков), опросник «Стратегии самопредъявления» (И. П. Шкуратова). Проводился теоретический анализ, обобщались результаты исследования на основе эксплораторного и конфирматорного факторного анализа. **Результаты.** Установлены взаимосвязи между поведенческими стратегиями и индивидуально-психологическими особенностями личности, разработана модель самопредъявления личности. Цель модели заключается в выявлении алгоритма действий субъекта самопредъявления на разных этапах самоподачи для создания определенного впечатления о себе. Эмпирическая модель отражает процесс

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

самопредъявления, который состоит из подготовительно-организационного, процессуально-операционного, процессуально-результативного и оценочно-результативного (рефлексивного) этапов. В каждом этапе представлены компонентный состав, комбинация факторов, индивидуальные особенности личности, стили саморегуляции, направленность в общении, поведенческие стратегии. **Обсуждение результатов.** Предлагается новый подход к научной проблеме самопредъявления личности на основе эмпирической модели, направленной на выявление личностных особенностей, востребованных в этом процессе, и способов эффективного самовыражения с целью создания необходимого образа «Я» у реципиентов.

Ключевые слова

самопредъявление, стратегии самопредъявления, модель, межличностные отношения, рефлексия, саморегуляция, диалог, уверенность в себе, страх отвержения

Для цитирования

Ахмадеева, Е. В., Дмитриева, Л. Г. (2023). Модель самопредъявления в межличностных отношениях. *Российский психологический журнал*, 20(4), 199-216. <https://doi.org/10.21702/rpj.2023.4.12>

Введение

Проблема самопредъявления личности не теряет своей актуальности, так как реалии современного мира требуют расширения спектра самопрезентационного поведения и повышения самопрезентационной компетентности. В этой связи необходимы новые подходы к исследованию процесса самопредъявления как значимого условия для самовыражения и достижения поставленных целей в межличностных коммуникациях.

Самопредъявление – основа социальной жизни, результативность которой зависит от произведенного впечатления на других людей (Sezer, Gino & Norton, 2018, Ахмадеева, 2023). А это означает, что социальная успешность/неуспешность в межличностных отношениях обусловлена тем, насколько грамотно человек подбирает необходимые тактики поведения, представляет себя целевой аудитории, просчитывает алгоритм действий и его возможные последствия. По мнению И. В. Абакумовой, субъекты в межличностном взаимодействии осознанно либо неосознанно стремятся произвести впечатление и привлечь к себе внимание окружающих с целью занять в коммуникации приоритетную позицию и иметь возможность управлять процессом взаимодействия (Abakumova, Brizhak, Kukulyar & Kolenova, 2020).

Вопросы, связанные с эффективным преподнесением себя в разнообразных ситуациях взаимодействия, достаточно широко освещены зарубежными и отечественными учеными. В представленных исследованиях «самопредъявление» анализируется с позиций самопрезентации (Abakumova et al., 2020; Корягина, 2023; Пикулева, 2023; Федоров, 2020; Jones & Pittman, 1982; Leary, 2019; Mead, 2015; Schlenker, 2012; Snyder, 2000), самопредъявления (Васильева, Цветова, 2021; Гоцева, 2008; Шкуратова, 2009; Гофман, 2021; Кули, 2019; Nichols, 2020; Pandey, Chopra & Karve, 2020; Sezer et al., 2018), саморегуляции, самораскрытия, самоподачи, самовыражения, экспрессивного поведения, манипуляции, мотивации, природного обаяния, интуиции, управления впечатлением, доверия, имиджевых характеристик (Белобрагин, 2018; Бороздина, 2019; Лабунская, Дроздова, 2017; Петрова, 2019), что свидетельствует о широте и разноплановости этого явления. Объединяет перечисленные выше понятия представление о самопредъявлении как о процессе, в котором личность способна проявить социальную смелость, уверенность в себе, компетентность, диалогичность, раскрыть благодаря развитой способности к саморефлексии востребованные ситуацией волевые качества.

Отечественные и зарубежные ученые отмечают, что самопредъявление является формой активности личности, которая реализуется в межличностных отношениях и направлена на достижение конкретных целей (Пикулева, 2023; Федорова, 2007; Шкуратова, 2009; Jones & Pittman, 1982; Schlenker, 2012). В соответствии с процессуальным подходом, феномен самопредъявления интерпретируется как целостное представление процесса самоподачи, имеющее собственную структуру, а также 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, мы 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. Несмотря на достаточно глубокое исследование данной проблемы (Белобрагин, 2018; Бороздина, 2019; Васильева, Цветова, 2021; Гофман, 2021; Корягина, 2023; Кули, 2019; Лабунская, Дроздова, 2017; Петрова, 2019; Пикулева, 2023; Федоров, 2020; Шкуратова, 2009; Abakumova et al., 2020; Jones & Pittman, 1982; Leary, 2019; Mead, 2015; Nichols, 2020; Pandey et al., 2020; Sezer et al., 2018; Schlenker, 2012; Snyder, 2000), требуют особого внимания аспекты, связанные с самопредъявлением личности в контексте психологии межличностных отношений, в частности в ракурсе индивидуально-психологических особенностей, востребованных в процессе самоподачи и использования поведенческих стратегий.

Самопредъявление представляет собой сложный психологический конструкт в полной мере недоступный для эмпирического исследования. В этой связи мы

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

посчитали необходимым исследовать его на феноменальном уровне, отслеживая индивидуально-психологические свойства, которые способствуют эффективному преподнесению себя в значимых ситуациях. Нами выявлены индивидуально-личностные свойства, опосредованные ситуациями самопредъявления, среди которых:

- рефлексивность, которая является основным механизмом построения «дорожной карты» самопрезентации и представляет собой ментальные репрезентации «того, как человек воспринимает, понимает и объясняет происходящее» (Холодная, 2023, с. 296);
- осознанная саморегуляция, являющаяся «инструментом инициации и поддержания произвольной активности человека» (Моросанова, 2021, с. 8);
- потребность в аффилиации (стремление к общению, эмоциональным контактам, иметь друзей, оказывать и принимать поддержку), с помощью которой в самопредъявлении выстраиваются доброжелательные отношения, существенно влияющие на достижение цели (Тарасова, Разуваева, 2022);
- направленность в общении, которая выявляет особенности ценностно-смысловой сферы личности, включающей в себя цели и средства общения, способы поведения в межличностных отношениях;
- уверенность в себе, социальная смелость, инициативность в социальных контактах. Эти качества дают возможность человеку открыто заявлять о своих потребностях, добиваться целей, защищать свои интересы, выражать собственную позицию, ценностные предпочтения, не прибегая к агрессии;
- волевые качества личности (выдержка, решительность, самостоятельность), направленные на преодоление сложных ситуаций, оперативное принятие решений, регуляцию поведения, варьирование стратегий и тактик, что актуально для субъекта самопредъявления;
- активность, под которой понимается способ взаимодействия инициатора общения с целевой аудиторией, стремление занять центральную позицию и взять на себя инициативу в установлении контактов для достижения целей самопрезентации.

Наличие перечисленных выше свойств позволит субъекту самопредъявления создать адекватный ситуации образ «Я». В свою очередь, это даст возможность в последующих взаимодействиях выбирать стратегии и тактики поведения для достижения поставленных целей (например, установить контакт, развить отношения, самоутвердиться, публично выступить, решить профессиональные задачи). Нами было выдвинуто предположение о том, что связи между индивидуально-психологическими особенностями и поведенческими стратегиями создают определенную структуру зависимостей.

Цель исследования заключалась в разработке модели самопредъявления личности в межличностных отношениях.

Самопредъявление в предложенной модели представляет собой упорядоченный процесс, состоящий из подготовительно-организационного, процессуально-операционального и процессуально-результативного этапов. В каждом этапе представлены компонентный состав, комбинация факторов, индивидуальные особенности личности, стили саморегуляции, направленность в общении, поведенческие стратегии. Критериями эффективности, разработанной нами модели самопредъявления являются: удовлетворение потребности в аффилиации, саморегуляция, гибкость, моделирование, диалогичность, ассертивность, самопродвижение. Наличие данных критериев позволит субъекту самопредъявления создать адекватный ситуации образ и выбрать необходимые стратегии для достижения поставленных целей. В модели отражен процесс самопродвижения личности, который рассматривается с точки зрения его целостности. Не исключается и корректировка определенных свойств субъекта. Таким образом, имеется возможность выявить динамику, прогнозировать перспективы развития субъекта в ракурсе повышения эффективности самоподдачи.

Методы

Исследование проводилось на базе ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий». В исследовании приняли участие 385 человек (мужчины и женщины в возрасте от 18 до 36 лет).

С целью проверки универсальности разработанной модели мы посчитали необходимым сформировать две группы по возрастному признаку. Это связано с тем, что группа испытуемых, состоящая из студентов, является достаточно ограниченной по возрастному диапазону, соответственно, другая выборка представлена участниками опроса более старшего возраста. Мы предположили, что результаты будут идентичными и не повлияют на стабильность структурных компонентов модели и на саму модель в целом:

- Первую группу составили респонденты в возрасте 18–22 лет. Эта группа испытуемых представлена студентами высшей школы; самопредъявление в этом возрасте имеет свои особенности, связанные со стремлением к самоидентификации и социальному обособлению, обучением в вузе, становлением профессиональной карьеры, а также с межличностными отношениями (дружеские контакты, романтические отношения, профессиональные взаимодействия). Во всех этих сферах студенты могут испытывать психологические барьеры в общении и трудности во коммуникациях;
- Вторую группу составили респонденты в возрасте 25–36 лет. Данная группа респондентов состоит из представителей средней взрослости (молодости). Большинство людей в этот период обладают гармоничным сочетанием внешних условий и субъективных факторов, способствующих возможности

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

находиться на пике своего развития (акме), характеризуются максимальной реализованностью собственного потенциала, активностью и продуктивностью в разных сферах жизнедеятельности, в том числе и в самопредъявлении, что было отражено в ответах респондентов на вопросы анкеты, в которой фиксировались социально-биографические факты, свидетельствующие о профессиональной самореализации и личностном благополучии.

Методики

Для доказательства гипотезы применялись следующие методики:

- методика «Направленность личности в общении» С. Л. Братченко определяет доминирующий вид направленности личности в общении и межличностных контактах;
- методика диагностики уровня рефлексивности А. В. Карпова, направлена на исследование выраженности уровня рефлексивности;
- опросник «Стиль саморегуляции поведения – ССП-98» В. И. Моросановой определяет индивидуальный профиль в саморегуляции личности;
- методика «Диагностика мотивов аффилиации» А. Мехрабиана выявляет мотивы в аффилиации;
- опросник «Волевые качества личности» М. В. Чумакова определяет выраженность волевых качеств личности в самопредъявлении;
- тест «Уверенности в себе» В. Г. Ромека выявляет общую уверенность в себе, социальную смелость, инициативу в социальных контактах и ситуациях самопредъявления;
- опросник «Стратегии самопредъявления» И. П. Шкуратовой устанавливает предпочитаемые стратегий самопредъявления.

Обработка результатов

Обработка результатов эмпирических данных осуществлялась на основе эксплораторного и конфирматорного факторного анализов методом главных компонент с использованием функции *principal* из пакета *psych* (Revelle, 2021). 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, 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 & Bentler, 1999; Gatignon, 2010).

Результаты

Эксплораторный факторный анализ проводился на основе коэффициентов ранговой корреляции Спирмена, основанных на совпадении последовательности рангов. Для определения числа факторов использовался метод главных компонент. Применяли облическое вращение факторов, поскольку предполагалось наличие корреляции между ними. Затем проводили конфирматорный анализ для проверки соответствия полученного факторного решения выдвинутым гипотезам. Данный анализ проводился для каждой возрастной группы.

Рассмотрим результаты конфирматорного анализа в выборке студентов (18–22 лет). Конфирматорный анализ выявил четырехфакторную структуру процесса самопредъявления (антиципирующее планирование самопредъявления, пластичная самоорганизация, уверенное самопродвижение, оценивание результатов самопредъявления), которая представлена в Таблице 1.

Таблица 1

Результаты конфирматорного факторного анализа в группе испытуемых 18–22 лет

Фактор	Индикатор	Оценка стандарт	SE	Z	P
	Саморегуляция	1,000*			0,000
Антиципирующее планирование самопредъявления	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
	Гибкость	1,000*			0,000
Пластичная самоорганизация	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
	Уверенность в себе	1,000*			0,000
Уверенное самопродвижение	Инициативность	1,062	0,1875	5,67	0,000
	Самопродвижение	5,105	0,9507	5,37	0,000
	Диалогичность	2,532	0,4206	6,02	0,000
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%; $p < 0,001$

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Качество факторной модели можно оценить как высокое, так как значения индексы соответствия CFI = 0,965 и TLI = 0,955 выше их порогового значения, равного 0,90, традиционно рекомендуемого для оценки качества модели как высокого.

Далее проанализируем результаты конфирматорного анализа «взрослой» выборки (25–36 лет), которая представлена в таблице 2.

Таблица 2

Результаты конфирматорного факторного анализа в группе респондентов 25–36 лет

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

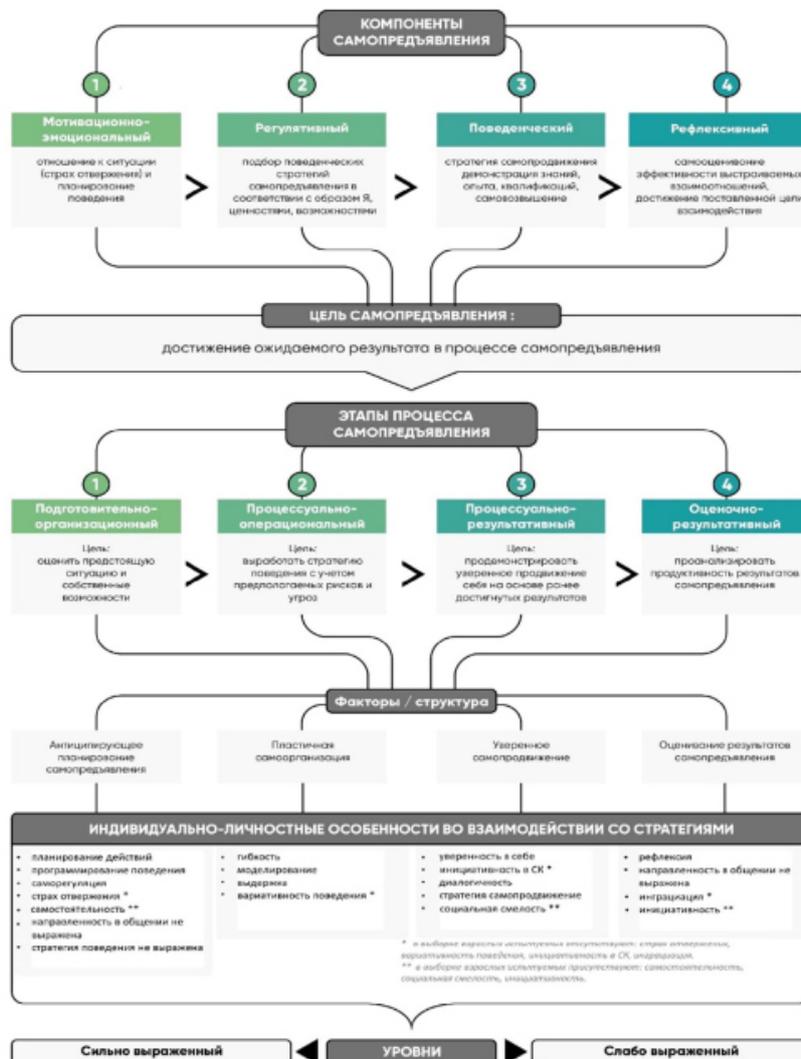
Как видно из Таблицы 2, четырехфакторная модель заданной структуры демонстрирует достаточно высокие значения глобальных критериев соответствия. Значения индексов соответствия CFI = 0,954 и TLI = 0,940 выше их порогового значения, равного 0,90, поэтому оценить качество факторной модели можно

как высокое. Полученная структура положительных связей между факторами свидетельствует о том, что факторы взаимозависимы и составляют единый психологический конструкт.

В результате во взрослой выборке мы также выявили **четыре фактора**: антиципирующее планирование самопредъявления, пластичная самоорганизация, уверенное самопродвижение, оценивание результатов самопредъявления.

Анализ эмпирических данных позволил разработать модель самопредъявления личности (рис. 1).

Рисунок 1
 Модель самопредъявления личности



Обсуждение результатов

На основе конфирматорного факторного анализа были выявлены факторы, позволяющие определить этапы самопредъявления, каждый из которых является логическим продолжением предыдущего и предоставляет коммуникатору возможность реализовываться и совершенствоваться умения, полученные на предыдущем этапе. Если субъект не справляется с поставленными задачами на начальных этапах, то он не сможет продемонстрировать уверенное самопродвижение и достичь желаемой цели взаимодействия.

Антиципирующее планирование самопредъявления

В выборке студентов первый фактор «Антиципирующее планирование самопредъявления» раскрывает субъекту возможности адаптивного взаимодействия с окружением, где востребована способность к антиципированию (предвидению) результатов своей деятельности. Личность в процессе общения стремится в максимальной степени быть принятой другими (Лабунская, Дроздова, 2017). Чувствительность партнеров по взаимодействию к отвержению вынуждает их заранее планировать, программировать и предвосхищать возможные последствия совершаемых поступков. 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

Второй фактор «Пластичная самоорганизация» предполагает наличие у студентов способности к моделированию и гибкости, позволяющих адекватно оценивать ситуации и внешние обстоятельства и регулировать собственное поведение в соответствии с меняющимися обстоятельствами. В психологических источниках (Б. А. Вяткин, Е. А. Климов, А. В. Либин, В. С. Мерлин, В. А. Толочек) такое поведение личности принято называть «индивидуальным стилем деятельности». При этом понятие «деятельность» включает в себя достаточно широкую область активностей (общение, коммуникации, управление и так далее). Согласно Н. В. Гришиной, индивидуальный стиль деятельности является трансситуативным, так как одновременно может обладать устойчивостью, динамизмом в соответствии с той или иной ситуацией взаимодействия, что сближает это явление со способностью к саморегуляции и гибкостью (Гришина, Костромина, 2021). Выдержка помогает в сложной ситуации сохранять хладнокровие, не «включаться» эмоционально и не проявлять негативного отношения к тому, что происходит. Наличие гибкости, которая проявляется в стратегии «вариативность поведения», свидетельствует о склонности респондентов к анализу заранее предстоящих ситуаций, чтобы понять,

как наилучшим образом преподнести себя, с помощью каких тактик направить восприятие партнера по нужному пути.

Уверенное самопродвижение

В третьем факторе «Уверенное самопродвижение» предусматривается реализация студентами инициативности, уверенности в себе, диалогической направленности в общении, которая проявляется в настроенности на равноправие, эмпатию, безоценочность и сотрудничество.

Между тем в самопредъявлении, особенно на начальных его этапах, вряд ли можно говорить о «равноправии» психологических позиций. По мнению Л. Г. Дмитриевой, диалог является сложным явлением, в котором в реально происходящих ситуациях межличностные отношения вряд ли могут быть «равновесными». Скорее всего, в реальных отношениях, в том числе и в самопредъявлении, мы можем наблюдать «асимметрию» диалога, которая влияет на диалог и самопредъявление в межличностных отношениях. Процесс выравнивания психологических позиций самым тесным образом связан с самопредъявлением, так как здесь мы наблюдаем стремление к равновесности взаимодействующих субъектов, оценку ситуации и возможность реализовать имеющиеся личностные ресурсы коммуникатора (Дмитриева, Ахмадеева, 2023).

Оценивание результатов самопредъявления

Четвертый фактор, «Оценивание результатов самопредъявления», предполагает сопоставление поставленных целей и достигнутых 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 произведенном впечатлении и симпатии окружающих. Здесь личностным мотиватором выступает стремление понравиться. Если результат самопрезентации не оправдался и презентующий себя субъект не понравился партнерам по общению, то ему следует скорректировать свое поведение для дальнейшего конструктивного взаимодействия. Усовершенствованная модель поведения направит его «к поиску новых решений и стремлению идентифицировать себя с определенной группой, отвечающей ценностям и интересам» реципиентов (Васильева, 2021, с. 690).

Считаем вполне естественным, что результаты факторного анализа показали некоторые различия между выборками, которые мы склонны связывать с нормативными характеристиками возрастных категорий испытуемых. Выявленные различия мы связываем с возрастными аспектами и индивидуально-психологическими особенностями, которые по-разному проявляются в мотивах поведения, установках, волевых качествах и в стратегиях самопредъявления. Тем не менее мы не видим здесь противоречий, которые бы смогли внести некоторую

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

неопределенность в интерпретации разработанной нами эмпирической модели самопредъявления личности в межличностных отношениях.

Далее проинтерпретируем полученную факторную структуру взрослой выборки (25–36 лет).

Антиципирующее планирование самопредъявления

В отличие от группы юношей и девушек, в первый фактор мужчин и женщин 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 субъектный 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).

Пластичная самоорганизация

В выборке взрослых 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 (Кулагина, Колюцкий 2005; Сапогова, 2021). Субъекты самопредъявления в этой возрастной группе могут не испытывать 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 и умение – адекватно оценивать возникающие проблемы, содействовать реализации поставленных целей и задач.

Уверенное самопродвижение

В третьем факторе у взрослых место инициативности в социальных контактах занимает социальная смелость, которая предполагает неконформность в социальных ситуациях, склонность к риску, ориентацию на собственные действия и самого себя, умение сказать «нет», умение в случае необходимости обратиться

за помощью, а также навык выражать актуальные эмоции, инициировать общение и межличностные контакты. Все это является определенным (позитивным) результатом реализации жизненных планов испытуемых, которых можно охарактеризовать как социально успешных и гибких 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.

Оценивание результатов самопредъявления

В четвертом факторе в этой же выборке 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 лести, комплиментов, демонстрации нужности, оказании услуг. В значимых для них ситуациях самопредъявления вполне достаточно проявления волевых качеств, инициативности (стремления самостоятельно взяться за дело, искать новые возможные пути для более успешного решения задач, осознания ответственности). Взрослые испытуемые, таким образом, прошли определенный жизненный этап личностного и профессионального становления, что позволяет им 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.

Изучение теоретических трудов и эмпирический анализ позволили разработать модель процесса самопредъявления. 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, 2019). С. Н. Костромина считает, что одним из основных требований к построению модели должно быть наличие структурных элементов и свойств оригинала (Костромина, 2020). Интерпретируя модель через процесс, мы имеем возможность выявлять его динамику, прогнозировать перспективы развития субъекта в плане повышения эффективности самоподачи. Отметим при этом, что субъект самопредъявления может испытывать определенные ограничения, недостаток собственных ресурсов, может остановиться на одном

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

из этапов. Это вполне естественно, так как далеко не каждый субъект может обладать необходимыми спектром индивидуально-личностных особенностей для продвижения себя к поставленной цели.

Считаем, что самопредъявление можно отнести к целенаправленной практической деятельности, которая позволяет наилучшим образом осмыслить личностную идентификацию, служит инструментом самопознания, самопонимания и самопринятия. Оценивая результаты своих действий и действия партнеров по общению в межличностных отношениях, человек формирует представление о собственных качествах, способностях и возможностях.

Самопредъявление как феномен межличностного взаимодействия можно охарактеризовать следующими обобщенными показателями:

- осознанность целей, мотивов и условий, оценивание уровня собственных возможностей достижений, отношение к ситуации самопредъявления;
- способы реализации самопрезентации, выбор стратегий и тактик;
- совокупность личностных особенностей: моделирование, гибкость, выдержка, решительность, инициативность, уверенность в себе, социальная смелость, связанная с выбором стратегий самопредъявления;
- анализ достижений поставленной цели взаимодействия благодаря рефлексии.

Идея, заложенная в данной модели, заключается в выстраивании субъектом самопредъявления как процесса, так и результата 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. 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 (2021), которые считают, что ментальные репрезентации формируются поэтапно, от предвосхищения ситуации до конструирования образа будущего поведения.

В ходе эмпирического исследования нами

- выявлены индивидуально-психологические особенности, которые на каждом этапе самопредъявления могли бы препятствовать или способствовать самопродвижению субъекта;
- выделены этапы самопредъявления: антиципирующее планирование

самопредъявления – фактор подготовительно-организационного этапа; пластичная самоорганизация – фактор процессуально-операционального этапа; уверенное самопродвижение – фактор процессуально-результативного этапа; оценивание результатов самопредъявления – фактор оценочно-результативного этапа. 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.

В модели отчетливо видно, что взаимосвязи, образующиеся между факторными структурами, указывают на ее целостность. Данная модель функционирует как универсальная. Модель выявляет закономерности самопредъявления в ситуациях межличностных отношений и позволяет представить этот процесс как упорядоченную систему, этапы которой выделены с помощью методов статистического анализа, который доказывает ее универсальность, так как изменения в содержании факторных структур в двух возрастных группах респондентов были минимальными. 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, 2023; Леонтьев, Аверина, 2011), считаем возможным экстраполировать данную модель на другие сферы жизнедеятельности. Логика модели, выстроенная на основе эмпирических результатов, позволяет создать целостную картину процесса самопредъявления, востребованного в различных ситуациях межличностных отношений (деловой, профессиональной, учебной сферах, в личностных контактах), в частности, его этапов, связать ее компонентный состав (мотивационно-эмоциональный, регулятивный, поведенческий, рефлексивный) с индивидуально-психологическими особенностями. Основным выводом, к которому мы пришли, заключается в том, что самопредъявление субъекта (от начала до завершения) обусловлено индивидуально-психологическими особенностями коммуникатора.

Заключение

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

Определены доминирующие стратегии самопредъявления у испытуемых в зависимости от возрастных признаков.

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Выявлены четыре фактора, которые соответствуют этапам самопредъявления в межличностных отношениях, в каждом из них реализуются определенные индивидуально-психологические особенности, направленность в общении и стратегии поведения.

Разработана модель самопредъявления в межличностных отношениях, в основу которой положены результаты эмпирических данных, позволившие выделить последовательные этапы самовыражения личности.

Модель самопредъявления представляет собой целостный конструкт, востребованный в различных межличностных отношениях (деловой, профессиональной, учебной сферах; личностных контактах).

Литература

- Ахмадеева, Е. В. (2023). Исследование взаимосвязи индивидуально-психологических особенностей и стратегий самопредъявления в межличностных отношениях. *Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология*, 6(1), 62–72. <https://doi.org/10.23947/2658-7165-2023-6-1-62-72>
- Белобрагин, В. В. (2018). Социально-психологические проблемы имиджа как социального стереотипа и результата социальных установок. *Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество*, 1, 131–134.
- Бороздина, Г. В. (2022). *Психология делового общения*. Инфра-М.
- Васильева, С. В. (2021). Предпочитаемые тактики самопрезентации и статус в группе у студентов. *Герценовские чтения: психологические исследования в образовании*, 4, 687–693. <https://doi.org/10.33910/herzenpsyconf-2021-4-88>
- Выготский, Л. С. (2023). *Основы дефектологии*. Издательство Юрайт.
- Гофман, И. (2021). *Представление себя другим в повседневной жизни*. Питер.
- Гришина, Н. В., Костромина, С. Н. (2021). Процессуальный подход: устойчивость и изменчивость как основания целостности личности. *Психологический журнал*, 42(3), 39–51. <https://doi.org/10.31857/S020595920014166-8>
- Дмитриева, Л. Г., Ахмадеева, Е. В. (2023). *Асимметрия диалога: мифы и реальность*. В В. В. Карпов, А. В. Карпов, В. А. Мазилев, В. Ф. Петренко (ред.). *Методология современной психологии*, 17(76–84). ЯрГУ, ЛКИИСИ РАН, МАПН.
- Елькина, О. Ю. (2019). Региональная модель подготовки будущего учителя на доуниверситетском этапе. *Профессиональное образование. Столица*, 5, 23–29.
- Корягина, Н. А. (2023). *Самопрезентация и убеждающая коммуникация: учебник и практикум для вузов*. Издательство Юрайт.
- Костромина, С. Н. (2020). *Жизненная модель как операциональный конструкт изучения жизненного сценария личности*. В Н. В. Гришина, С. Н. Костромина (ред.), *Жизненное пространство в психологии: Теория и феноменология*. Издательство Санкт-Петербургского университета.
- Кулагина, И. Ю., Колюцкий, В. Н. (2005). *Возрастная психология: Полный жизненный цикл развития человека. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений*. ТЦ Сфера.
- Кули, Ч. Х. (2019). *Избранное* (В. Г. Николаев, пер. с англ.). Москва.
- Лабунская, В. А., Дроздова, И. И. (2017). Теоретико-эмпирический анализ влияния социально-психологических факторов на оценки, самооценки молодыми людьми внешнего облика. *Российский психологический журнал*, 14(2), 202–226.

- Леонтьев, Д. А., Аверина, А. Ж. (2011). Рефлексивность как составляющая личностного потенциала. В Д. А. Леонтьев (ред.), *Личностный потенциал: структура и диагностика* (с. 360–381). Смысл.
- Моросанова, В. И. (2021). Осознанная саморегуляция как метаресурс достижения целей и разрешения проблем жизнедеятельности. *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*, 1, 3–37. <https://doi.org/10.11621/vsp.2021.01.01>
- Петрова, Е. А. (ред.). (2019, май-июнь). *Имиджология – наука XXI века: 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.
- Пикулева, О. А. (2023). *Психология самопрезентации личности: монография*. ИНФА-М.
- Сапогова, Е. Е. (2021). *Психология развития человека: Учебное пособие*. Москва.
- Тарасова, Е. М., Разуваева Л. Н. (2022). Мотивация аффилиации у студентов поколения Z. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки*, 2, 36–46. <https://doi.org/10.18384/2310-7235-2022-2-36-46>
- Федоров, В. В. (2020). Структура самопрезентации подростков в реальном общении и социальных сетях. *Социальная психология и общество*, 11(1), 180–192. <https://doi.org/10.17759/sps.2020110111>
- Холодная, М. А. (2023). *Психология интеллекта. Парадоксы исследования: учебное пособие для вузов*. Издательство Юрайт.
- Шкуратова, И. П. (2015). Оформление внешности как средство самовыражения личности. *Северо-Кавказский психологический вестник*, 7(2), 33–36.
- Эксакусто, Т. В., Кибальченко, И. А. (2021). Интеллектуально-личностные предпосылки успешности: системный анализ и перспективы исследований. *Системная психология и социология*, 2(38), 65–77.
- Abakumova, I., Brizhak, Z., Kukulyar, A., Kolenova, A. (Eds.). (2020, August). Features of self-presentation of modern young people in social networks. *E3S Web of Conferences 210, 19003 (2020) ITSE-2020*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021019003>
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research (2nd ed.)*. Guilford Publications.
- Gatignon, H. (2010). *Confirmatory Factor Analysis. Statistical Analysis of Management Data*. Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1270-1_4
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. In J. M. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (pp. 231-262). Lawrence Erlbaum Associates.
- Leary, M. R. (2019). *Self-presentation: Impression Management and Interpersonal Behavior*. Taylor & Francis.
- Mead, G. H. (2015). *Mind, Self, and Society (the definitive edition)*. University of Chicago. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226112879.001.0001>
- Nichols, A. L. (2020). *Self-Presentation Theory. Impression Management*. In B. J. Carducci, Ch. S. Nave, J. S. Mio, R. E. Riggio (Ed.), *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences. Vol. 1: Models and Theories* (pp. 397–400). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119547143.ch66>
- Pandey, A., Chopra, A., & Karve, S. (2020). Manipulating impressions in the 'ME' culture: A study of millennial consumers. *Journal of Customer Behaviour*, 19(1), 51–72. <https://doi.org/10.1362/147539220X15874775191976>

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

- Revelle, W. (2021). Psych: Procedures for Psychological, Psychometric, and Personality Research. R package version 2.1.6. Northwestern University, Evanston, Illinois. <https://CRAN.R-project.org/package=psych>
- Sezer, O., Gino, F., & Norton, M. I. (2018). Humblebragging: A distinct – and ineffective – self-presentation strategy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(1), 52–74. <https://doi.org/10.1037/pspi0000108>
- Schlenker, B. R. (2012). Self-presentation. In Leary Meester, Tangny JP (Ed.), *Handbook of Self and Identity* (pp. 542–570). Guildford Press.
- Snyder, M., & Gangestad, S. (2000). Self-monitoring Appraisal and reappraisal. *Psychological Bulletin*, 126(4), 530–550. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.4.530>

Поступила в редакцию: 05.05.2023

Поступила после рецензирования: 07.08.2023

Принята к публикации: 14.11.2023

Заявленный вклад авторов

Ахмадеева Елена Владимировна – идея исследования, анализ имеющихся источников, в том числе и англоязычных по теме исследования, дизайн исследования, подготовка теоретической части исследования, статистического анализа результатов, обсуждения результатов и выводов исследования, составление графических иллюстраций.

Дмитриева Людмила Геннадьевна – подготовка содержания и обзорной части исследования, дизайн исследования, анализ статистических данных, обсуждения результатов и выводов исследования

Информация об авторах

Ахмадеева Елена Владимировна – кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры общей психологии факультета психологии, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский университет науки и технологий», Уфа, Российская Федерация; WoS ResearcherID AАН-5928-2019; SPIN-код РИНЦ: 7221-5255; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4159-0401>; e-mail: elena-ram@yandex.ru

Дмитриева Людмила Геннадьевна – доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры общей психологии, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский университет науки и технологий», Уфа, Российская Федерация; SPIN-код РИНЦ: 8135-1611; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3361-5637>; e-mail: dmitrievalg@mail.ru

Информация о конфликте интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.