

Сорока А.А.,

магистрант,

Институт психологии БГПУ,

г. Минск, Беларусь

Научный руководитель: Гончарова С.С.,

к. психол. н., доцент,

доцент кафедры социальной и семейной психологии

Института психологии БГПУ,

г. Минск, Беларусь

ТАКТИКИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ У МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

Аннотация: Рассмотрены подходы к исследованию феномена «самопрезентация» в зарубежной и отечественной психологии и сущность тактик самопрезентации. Описываются результаты эмпирического исследования в рамках сравнения тактик самопрезентации у мужчин и женщин.

Ключевые слова: самопрезентация, тактики самопрезентации.

Самопрезентация – это процесс регуляции производимого субъектом впечатления, с учетом специфики социальных ситуаций, а выражения системы, представлений о самом себе. В.Н. Куницына определяет «самопрезентацию» как «кратковременный, специфически мотивированный и организованный процесс предъявления информации о себе в вербальном и невербальном поведении» [2, с. 55]. В целом в самопрезентации значимыми являются три интегративных компонента: тот, кто самопрезентуется (коммуникатор); тот, кому самопрезентуются (реципиент); то, что самопрезентуется (содержание) [1, с. 150].

Для раскрытия сущности понятия «самопрезентация» используют следующие категории: *деятельность / активность, процесс, поведение и самопредъявление* [3, с. 309].

Процесс развития самопрезентации, в том числе, происходит через овладение различными тактиками самопрезентации, помогающими более глубоко раскрыть собственную индивидуальность субъекта и эффективно выстроить взаимодействие с партнером по общению.

Тактика самопрезентации – это «краткосрочный поведенческий акт, включающий в себя совокупность приемов вербального и невербального поведения, направленный на создание желаемого впечатления, необходимого для определенных краткосрочных целей, о субъекте самопрезентации». Самая известная *классификация тактик самопрезентации* в психологии С.Дж. Ли, Б. Квигли, М. Неслера, А. Корбетта и Дж. Тедески. В классификацию включены 12 тактик – пять защитного типа и семь ассертивного типа. Основой для выделения тактик послужило стремление получить социальное одобрение или стремление избежать значимых потерь при получении социального одобрения. По данной классификации авторы разработали опросник для выявления тактик самопрезентации [3, с. 302].

Нами в исследовании была использована шкала измерения тактик самопрезентации (С. Ли, Б. Куигли, М. Неслер, А. Корбертт, Дж. Тедеси), опросник самомониторинга

М.Снайдера и методика «Эмоциональный интеллект» Н.Холла). Выборку составили 50 мужчин и 50 женщин среднего возраста.

В результате использования сравнительного анализа и методов математической статистики были получены следующие результаты.

Определены различия ($U=761$; $p=0,007$) в применении тактики «оправдание с отрицанием ответственности». Мужчины чаще выбирают данную тактику в общении с другими, значимо чаще отрицают свою ответственность за свои негативные поступки или события.

Существуют различия ($U=866$; $p=0,008$) в использовании тактики «оправдание с принятием ответственности». Данная тактика относится к защитному типу, она обеспечивает избавляющие причины для объяснения негативного поведения как оправданного и принятие ответственности за него.

Обнаружены различия в выборе тактики «отречение» ($U=777,5$; $p=0,001$). Мужчины данную тактику применяют чаще нежели женщины. Так женщины прибегают к объяснению причин поведения прежде, чем затруднительное или неприятное событие произойдет.

Различия в применении тактики «пример для подражания» ($U=724,5$; $p=0,0003$) свидетельствуют о том, что мужчины чаще по сравнению с женщинами прибегают к действиям, которые определяются как образцовые.

Наблюдаются различия ($t=2,58$; $p=0,02$) в применении тактики «желание понравиться», мужчины чаще выбирают данную тактику в коммуникации. Тактика «желание понравиться» – в понимании авторов опросника «способность не зависеть от внешних влияний и оценок, самостоятельно регулировать собственное поведение и отвечать за него».

Мужчины чаще чем женщины используют поведение, предназначенное для предъявления или высказывания негативных оценок в адрес других людей – тактика «негативная оценка других» ($t=2,20$; $p=0,03$).

Таким образом, мужчины значимо чаще прибегают к таким тактикам самопрезентации как «оправдание с отрицанием ответственности», «оправдание с принятием ответственности», «отречение», «пример для подражания», «желание / старание понравиться» и «негативная оценка других».

Дополнительно был проведен статистический анализ респондентов с высоким и низким уровнем эмоционального интеллекта, а также самомониторинга и тактик самопрезентации, исходя из предположения, что люди с высоким и низким уровнем эмоционального интеллекта и высоким и низким уровнем самомониторинга используют разные тактики самопрезентации.

Выяснилось, что существуют различия ($t=2,8$; $p=0,03$) в тактики «желание понравиться», больше используется у испытуемых с высоким уровнем эмоционального интеллекта.

Из этого следует что респонденты, обладающие высоким уровнем эмоционального интеллекта чаще, по сравнению с низким уровнем интеллекта прибегают к поведению для вызова симпатии у окружающих, регулируют свое поведение в зависимости от эмоций собеседника.

Также выяснилось, что тактики самопрезентации «приписывание себе достижений» ($U=5,5$; $p=0,02$), «преувеличение своих достижений» ($U=8$; $p=0,04$) и тактика «негативная

оценка других» ($t=2,3$; $p=0,04$) чаще используется респондентами также с низким уровнем самомониторинга.

Что может означать что люди, у которых низкий самоконтроль и отсутствует способность убедительно демонстрировать сложные черты и поведенческие реакции наблюдается поведение, при котором они склонны присваивать себе все свои достижения и акцентирует внимание на этом окружающих. При описании себя собеседнику они часто с хвастовством рассказывают прежде всего о том, чего они достигли.

Наконец люди с низким уровнем самомониторинга негативно отзываются в адрес других людей. Так как сами не могут контролировать и перестраивать свое поведение в зависимости от ситуации.

Для определения взаимосвязи между тактиками самопрезентации, эмоциональным интеллектом и самомониторингом был проведен статистический анализ по ранговой корреляции Спирмена.

По результатам корреляционного анализа ($r=0,25$, $r=0,23$, $r=0,29$, $r=0,25$, $r=0,21$, $r=0,24$, $r=0,23$), обнаружена статистически значимая прямая связь между тактиками самопрезентации: «оправдание с отрицанием ответственности», «оправдание с принятием ответственности», «запугивание», «желание / старание понравиться» и шкалой эмоционального интеллекта «самотивацией» и тактика «желание / старание понравиться» взаимосвязана со шкалами эмоционального интеллекта «управление своими эмоциями», «эмпатия» и с общим уровнем эмоционального интеллекта.

Эти данные говорят о том, что мужчины и женщины, которые используют вербальные утверждения, отрицающие ответственность за негативные поступки или события, причины для объяснения негативного поведения при этом не отрицая ответственность, поведения для вызова страха и применение угроз, действия и поступки для вызова симпатии у окружающих так, чтобы получить пользу от них имеют способность управлять поведением с помощью эмоций.

Также мужчины и женщины, которые используют поведение, направленное для вызова симпатии у окружающих, обладают эмоциональной гибкостью, пониманием и управлением своими эмоциями, умением сопереживать текущему эмоциональному состоянию другого человека, а также готовностью оказать поддержку в целом вышеописанные действия и поступки связаны с эмоциональным интеллектом.

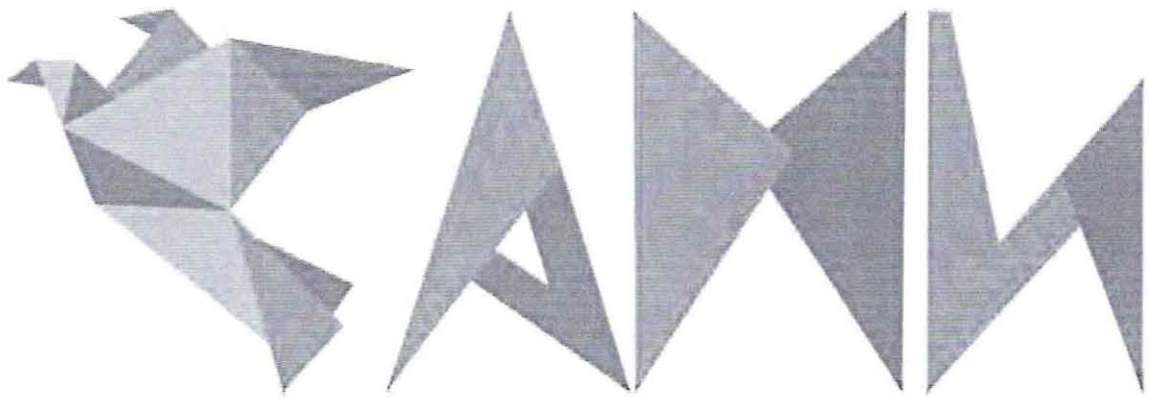
Кроме этого, имеется статистически значимая обратная связь между тактикой самопрезентации «преувеличение своих достижений» и самомониторингом.

Из этого следует, что мужчины и женщины, которые преувеличивают свои достижения имеют низкий уровень самоконтроля и способности эффективно и убедительно демонстрировать сложные черты и поведенческие реакции.

Список использованной литературы

1. Белкин А. С. Ситуация успеха: как ее создавать. М.: Просвещение., 1991. – 158 с.
2. Куницына В.Н., Казаринова, Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. – СПб.: Питер., 2001. – 55 с.
3. Кули Ч. Х. Человеческая природа и социальный порядок. – М.: Идея - Пресс., 2000. – 309 с.

© Сорока А.А., Гончарова С.С., 2021



АГЕНТСТВО МЕЖДУНАРОДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

**КООПЕРАЦИЯ НАУКИ И ОБЩЕСТВА –
ПУТЬ К МОДЕРНИЗАЦИИ
И ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ**

**Сборник статей
по итогам
Международной научно-практической конференции
19 мая 2021 г.**

Стерлитамак, Российская Федерация
Агентство международных исследований
Agency of international research

2021

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5
К 657

К 657

КООПЕРАЦИЯ НАУКИ И ОБЩЕСТВА – ПУТЬ К МОДЕРНИЗАЦИИ И ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции (Уфа, 19 мая 2021 г.). - Стерлитамак: АМИ, 2021. - 189 с.

ISBN 978-5-907369-85-6

Сборник статей подготовлен на основе докладов Международной научно-практической конференции «КООПЕРАЦИЯ НАУКИ И ОБЩЕСТВА – ПУТЬ К МОДЕРНИЗАЦИИ И ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ», состоявшейся 19 мая 2021 г. в г. Уфа.

Научное издание предназначено для докторов и кандидатов наук различных специальностей, преподавателей вузов, докторантов, аспирантов, магистрантов, практикующих специалистов, студентов учебных заведений, а также всех, проявляющих интерес к рассматриваемой проблематике с целью использования в научной работе, педагогической и учебной деятельности.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей, за соблюдение законов об интеллектуальной собственности и за сам факт их публикации. Редакция и издательство не несут ответственности перед авторами и / или третьими лицами и / или организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Полнотекстовая электронная версия сборника размещена в свободном доступе на сайте <https://ami.im>

Издание постатейно размещено в научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 1152 - 04 / 2015К от 2 апреля 2015 г.

ISBN 978-5-907369-85-6
УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5

© ООО «АМИ», 2021
© Коллектив авторов, 2021