

Київський університет імені Бориса Грінченка

ЧИГИРИН ТЕТЯНА ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 378:[159.922.6+37.015.3]

**ПСИХОЛОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ
САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ**

19.00.07 – педагогічна та вікова психологія

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата психологічних наук

Київ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Науковий керівник:

кандидат психологічних наук, доцент
Подшивайлова Лідія Іванівна,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
доцент кафедри загальної, вікової та педагогічної
психології.

Офіційні опоненти:

доктор психологічних наук, професор
Радчук Галина Кіндратівна,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
завідувач кафедри практичної психології;

кандидат психологічних наук, доцент
Сингаївська Ірина Валентинівна,
Вищий навчальний заклад «Університет
економіки та права «КРОК»,
заступник завідувача кафедри психології.

Захист відбудеться 29 грудня 2016 року о 10:00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.133.04 у Київському університеті імені Бориса Грінченка за адресою: 04053, м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Київського університету імені Бориса Грінченка за адресою: 04212, м. Київ, вул. Маршала Тимошенка, 13-Б.

Автореферат розісланий «____» листопада 2016 року.

В. о. ученого секретаря
спеціалізованої вченої ради

В. П. Кутішенко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасний стан динамічного суспільного розвитку, домінування ринкових та конкурентних відносин зумовлюють підвищений інтерес до проблеми успішності особистості у різноманітних сферах життєдіяльності. Здатність налагоджувати стосунки з найближчим соціальним оточенням, а відтак ефективно взаємодіяти, спілкуватись і співпрацювати є передумовою суб'єктивного благополуччя особистості. В свою чергу успішність у навчальній, професійній, фінансовій, інтимно-особистісній сферах забезпечує становлення позитивного самоствавлення особистості. Важливим аспектом взаємодії, спілкування і співпраці особистості з соціальним оточенням є її уміння належним чином подати себе відповідно до ситуації та власних індивідуальних психологічних і біологічних властивостей. За таких обставин особливо гостро постає питання комплексного дослідження ефективності самопрезентації особистості в соціумі.

Поняття самопрезентації вперше з'явилося у концепції соціальної драматургії І. Гоффмана як набір соціальних ролей. Дослідженню різноманітних аспектів самопрезентації особистості були присвячені праці Н. В. Амяги, Г. В. Бороздіної, Д. Бос, Р. Ковальські, М. Лірі, Р. Майер, Д. Майерса та багатьох інших. Зокрема, О. О. Соколова-Бауш розглядала самопрезентацію як навмисну, усвідомлювану поведінку, спрямовану на створення враження про себе на інших; Р. Баумейстер визначав самопрезентацію як саморозкриття особистості в міжособистісному спілкуванні через демонстрацію власних думок, характеру тощо; О. М. Капустюк також співвіднесла самопрезентацію із саморозкриттям особистості; О. В. Михайлова вивчала складові успішної самопрезентації під час публічного виступу.

Зазвичай самопрезентацію розглядають з інструментальної позиції: як сукупність стратегій і тактик (І. Джонс і Т. Піттман); як набір правил ділового спілкування (Ю. М. Жуков); як комунікативну стратегію (О. О. Ковригіна); засіб підтримання позитивної самооцінки і ствердження власного «Я» (М. Вейгольд і В. Шленкер); і навіть як механізм маніпуляції (Є. Л. Доценко).

Вивчення стану розробленості проблеми самопрезентації особистості у психолого-педагогічній науці і практиці, а також її актуальності обумовили необхідність вирішення протиріч між прагненням особистості до ефективної взаємодії з соціумом та недостатнім володінням стратегіями і тактиками самопрезентації; між соціально-економічними змінами в сучасному суспільстві, що постійно висувають нові вимоги до успішності самопрезентації особистості, та відсутністю можливості у студента впливати на організацію власного, зокрема, освітнього простору в умовах навчання у вищому навчальному закладі; між потребою в конкурентоздатному професійному психологу на ринку праці та відсутністю збалансованої професійної науково-практичної підготовки майбутніх психологів; між посиленою конкуренцією у відносинах між людьми та професійними вимогами до особистості психолога.

Аналіз теоретичних джерел досліджуваної проблеми виявив відсутність єдиної концепції самопрезентації та її ефективності у взаємодії і спілкуванні особистості з соціальним оточенням. Самопрезентація є важливим інструментом професійної діяльності психолога, однак проблема психологічних умов формування

ефективної самопрезентації у процесі навчання студентів психологічних спеціальностей взагалі залишилась поза увагою психологічних досліджень.

Отже, важливого теоретичного і прикладного значення набуває поглиблене вивчення сутності самопрезентації, психологічних критеріїв, показників її ефективності, особистісних властивостей, поведінкових засобів, що визначають ефективність самопрезентації, та умов формування ефективної самопрезентації особистості у процесі професійної підготовки. Вищезазначені аспекти спрямували вибір теми дисертаційного дослідження **«Психологічні умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів»**.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано в межах комплексної теми науково-дослідної роботи Київського університету імені Бориса Грінченка «Філософські, освітологічні та методологічні засади компетентісної особистісно-професійної багатoproфільної університетської освіти» (державний реєстраційний номер 0110U006274). Тему дисертаційного дослідження затверджено вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка (протокол № 3 від 22.03.2012 р.) та узгоджено в бюро Міжвідомчої ради з координації наукових досліджень з педагогічних і психологічних наук в Україні (протокол № 5 від 29.05.2012 р.).

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити психологічні умови формування ефективної самопрезентації як професійного інструменту майбутнього психолога.

Завдання дослідження:

1. Здійснити теоретичний аналіз проблеми самопрезентації, визначити базові поняття та побудувати модель формування самопрезентації особистості.
2. Виділити рівні ефективності самопрезентації особистості та обґрунтувати психологічні умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів.
3. Емпірично дослідити рівні ефективності самопрезентації, психологічні властивості, поведінкові стратегії й тактики, що обумовлюють самопрезентацію особистості та їх динаміку.
4. Створити психологічні портрети майбутніх психологів за рівнями самопрезентації, порівняти їх з кваліфікаційними вимогами до професії психолога.
5. Розробити методичні рекомендації щодо оптимізації ефективності самопрезентації в умовах професійного навчання майбутніх психологів.

Об'єкт дослідження – самопрезентація особистості як психологічний феномен.

Предмет дослідження – психологічні умови та особливості формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів.

Теоретико-методологічну основу дослідження склали: психологічні концепції особистості (В. М. Мясіщев, В. В. Рибалка, О. М. Ткаченко); концепція розвитку і формування особистості (Б. Г. Ананьєв, Л. С. Виготський, Г. С. Костюк); положення про соціальну взаємодію і спілкування (Г. М. Андрєєва, О. О. Бодальов, Б. Ф. Ломов, М. М. Обозов); теорія Я-концепції (Р. Бернс, І. С. Кон, Дж. Мід) та самоставлення (С. Р. Пантилєєв, В. В. Столін); наукові уявлення про самопрезентацію (Н. В. Амяга, Р. Баумейстер, Г. В. Бороздіна, М. Вейгольд, П. М. Данейко, І. Джонс, Є. Л. Доценко, О. О. Герасимова, І. Гоффман,

Ю. О. Гоцева, Ю. М. Жуков, О. В. Капустюк, О. О. Ковригіна, Н. В. Корчакова, Д. Майерс, О. В. Михайлова, Г. В. Пантелєєва, О. А. Пікульова, Т. Пітман, І. В. Пономаренко, М. Снайдер, О. О. Соколова-Бауш, Дж. Тедеші, Н. М. Токарева, Р. Чалдіні, О. В. Шевердіна, І. С. Шевченко, В. Шленкер); вчення про особливості студентського віку (Л. С. Виготський, В. Ф. Моргун, Н. Ю. Ткачова); наукові доробки стосовно професійного розвитку та готовності до професійної діяльності майбутніх психологів (Ж. П. Вірна, В. Г. Панок, Н. А. Побірченко, Н. І. Пов'якель, Л. І. Подшивайлова, Г. К. Радчук, О. П. Сергеєнкова, Н. В. Чепелєва та ін.); аксіогенетичний підхід до вивчення особистості студента (З. С. Карпенко, Г. К. Радчук); положення про професійну успішність особистості (І. В. Сингаївська).

Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань було використано комплекс **методів**: *теоретичні* – аналіз, порівняння, узагальнення, систематизація теоретичних даних для уточнення сутності базових понять досліджуваної проблеми; структурування, моделювання для розробки моделі формування самопрезентації особистості в онтогенезі та виділення психологічних умов формування ефективної самопрезентації студентів-психологів; *емпіричні* – констатувальний експеримент, спостереження, бесіда, опитування, психодіагностичні методики для вивчення особливостей самопрезентації майбутніх психологів; *кількісної обробки даних* – визначення середніх значень, відсоткових співвідношень, коефіцієнт рангової кореляції Спірмена для виявлення кореляційних зв'язків між рівнем ефективності самопрезентації і показниками психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію, а також стратегіями і тактиками самопрезентації майбутніх психологів, дисперсійний аналіз для з'ясування відмінностей у групах досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації, L-критерій Пейджа для дослідження динаміки індивідуально-психологічних особливостей досліджуваних з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією. Обробка виконана за допомогою комп'ютерного пакету статистичних програм SPSS – версія 13.0.

Експериментальна база дослідження. Дослідницька робота проводилась упродовж 2010-2015 років в Інституті людини Київського університету імені Бориса Грінченка. Вибірку склали 254 студенти перших – четвертих курсів спеціальностей «Психологія» і «Практична психологія» віком від 17 до 24 років.

Наукова новизна та теоретичне значення одержаних результатів полягає у тому, що *вперше* визначено поняття ефективної самопрезентації особистості як дієвої, творчої подачі особистістю себе оточуючому соціальному середовищу, внаслідок якої забезпечується потрібне й бажане сприйняття образу «Я» особистості іншими людьми завдяки використанню нею відповідних ситуації взаємодії та спілкування видів, стратегій і тактик самопрезентації; обґрунтовано модель формування самопрезентації особистості в онтогенезі, що є циклічною і включає в себе чотири етапи: поведінку людини у процесі спілкування з соціумом, відображення реакції соціуму на поведінку людини в дзеркальному «Я», співставлення Я-реального, Я-ідеального і Я-дзеркального особистості, формування і коригування глобального образу Я особистості з її подальшою самопрезентацією на основі отриманої інформації про свою поведінку та набутого досвіду; виділено три рівні ефективності самопрезентації (ефективний, достатній і неефективний) та

розроблено авторську методику їх визначення у студентів-психологів; описано психологічні портрети майбутніх психологів за рівнями самопрезентації з подальшим порівнянням відповідно до кваліфікаційних вимог стосовно професії психолога; *поглиблено та розширено* зміст поняття самопрезентації як поведінкового компоненту структури особистості; уявлення про умови формування самопрезентації особистості (соціально-психологічні, індивідуально-психологічні, біопсихологічні та набутий особистістю досвід самопрезентації); наукові доробки про особливості самопрезентації та застосування поведінкових стратегій і тактик студентами-психологами; *набули подальшого розвитку* наукові дані про динаміку психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію та застосування поведінкових стратегій і тактик самопрезентації майбутніх психологів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці методу визначення рівнів ефективності самопрезентації особистості та методичних рекомендацій щодо оптимізації ефективності самопрезентації в умовах професійного навчання майбутніх психологів. Матеріали дисертаційної роботи можуть бути використані у практичній діяльності психологічної служби для оптимізації ефективності самопрезентації особистості, у системі підготовки та підвищення кваліфікації фахівців з психології під час вивчення навчальних дисциплін «Психологія вищої школи», «Педагогічна психологія», спецкурсів і спецпрактикумів з проблеми самопрезентації особистості, у процесі організації й проходження навчальної та виробничої практики студентами вищих навчальних закладів. Основні положення дисертаційної роботи можуть бути корисними для підвищення психологічної компетентності фахівців з управління персоналом у різних сферах діяльності.

Результати дисертаційного дослідження **впроваджено** в освітній процес Київського університету імені Бориса Грінченка (довідка про впровадження №288-н від 03.11.2015 року); у процес управління персоналом ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» (довідка №177 від 28.12.2015 року), ТОВ «Філдворк Едженси» (довідка №37 від 19.08.2016 року); у процес переговорів з клієнтами та партнерами ТОВ «ІМПА ТРЕЙД» (довідка №7 від 15.09.2015 року); у процес переговорів з клієнтами і партнерами та розробку навчальних курсів ТОВ «АКССЕЛ» (довідка №14 від 08.09.2016 року).

Апробація результатів дослідження. Результати дисертаційної роботи представлено у доповідях на міжнародних науково-практичних конференціях: «Розвиток особистості в умовах трансформаційного суспільства» (Київ, 2012), «Актуальні проблеми психології особистості та міжособистісних взаємин» (Кам'янець-Подільський, 2013), «Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД» (Переяслав-Хмельницький, 2013), «Практична психологія XXI століття: проблеми та перспективи» (Горлівка, 2013), «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації» (Переяслав-Хмельницький, 2015), «Психологічні проблеми творчості» (Київ, 2016); на II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Дослідження молодих вчених у контексті розвитку сучасної науки» (Київ, 2012); на студентських науково-практичних конференціях: «Наші наукові досягнення» та «Перші кроки в науку: психологія» (Київський університет імені Бориса Грінченка, 2010, 2011).

Публікації. Основні результати дослідження висвітлено у 8 одноосібних публікаціях, з яких – 4 у наукових фахових виданнях України у галузі психології, 1 – у періодичному науковому фаховому виданні іноземної держави.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, що налічує 235 найменувань (з них 23 – іноземною мовою) та 4 додатків на 28 сторінках. Загальний обсяг дисертації становить 228 сторінок. Основний зміст викладено на 176 сторінках. Робота містить 25 таблиць і 18 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність, визначено мету, завдання, об'єкт, предмет і методи, розкрито методологічні та теоретичні засади дослідження; висвітлено наукову новизну, теоретичне та практичне значення дисертаційної роботи; наведено відомості про апробацію і впровадження одержаних результатів, їх висвітлення у публікаціях; представлено дані щодо структури та обсягу дисертації.

У першому розділі «**Самопрезентація особистості як предмет наукового психологічного аналізу**» проаналізовано і описано сучасні підходи до вивчення самопрезентації особистості, на основі аналізу понять «особистість», «соціальна взаємодія», «спілкування», «комунікація», «інтерація», «ставлення», «стосунки», «соціальна перцепція», «самостворення», «Я-концепція», «Я-образ» визначено поняття «самопрезентація особистості» та «ефективна самопрезентація особистості», обґрунтовано модель формування самопрезентації особистості в онтогенезі; структуровано психологічні умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів – соціально-психологічні, індивідуально-психологічні, психобіологічні та набутий особистістю досвід самопрезентації.

Дослідження самопрезентації здебільшого здійснювалися у руслі інструментального підходу та, як правило, були лише дотичними до проблем взаємодії, спілкування, співпраці між людьми. Вивчення наукової літератури показало відсутність єдності у наявних теоріях самопрезентації. А тому глибокий аналіз понять «особистість», «соціальна взаємодія», «спілкування», «комунікація», «інтерація», «ставлення», «стосунки», «соціальна перцепція», «самостворення», «Я-концепція», «Я-образ» обумовив визначення самопрезентації особистості як поведінкового компоненту структури особистості, у якому реалізується прагнення особистості створити бажаний і водночас адекватний соціальній ситуації образ власного «Я» у сприйнятті інших людей в процесі взаємодії та спілкування з соціумом. Процес самопрезентації є невід'ємним актом взаємодії та спілкування між людьми і пов'язаний з прагненням особистості створити бажаний образ Я у сприйманні соціального оточення. Самопрезентація може бути свідомою або неусвідомлюваною та здійснюється задля реалізації певної мотивації, задоволення потреб і досягнення цілей особистості. Процес самопрезентації носить глибинний характер і впливає не лише на соціальну сферу особистості, а й на ставлення людини до себе та часто може ставати причиною її соціальних страхів, установок, прагнень.

Схематично процес формування самопрезентації особистості в онтогенезі відображено на рис. 1.

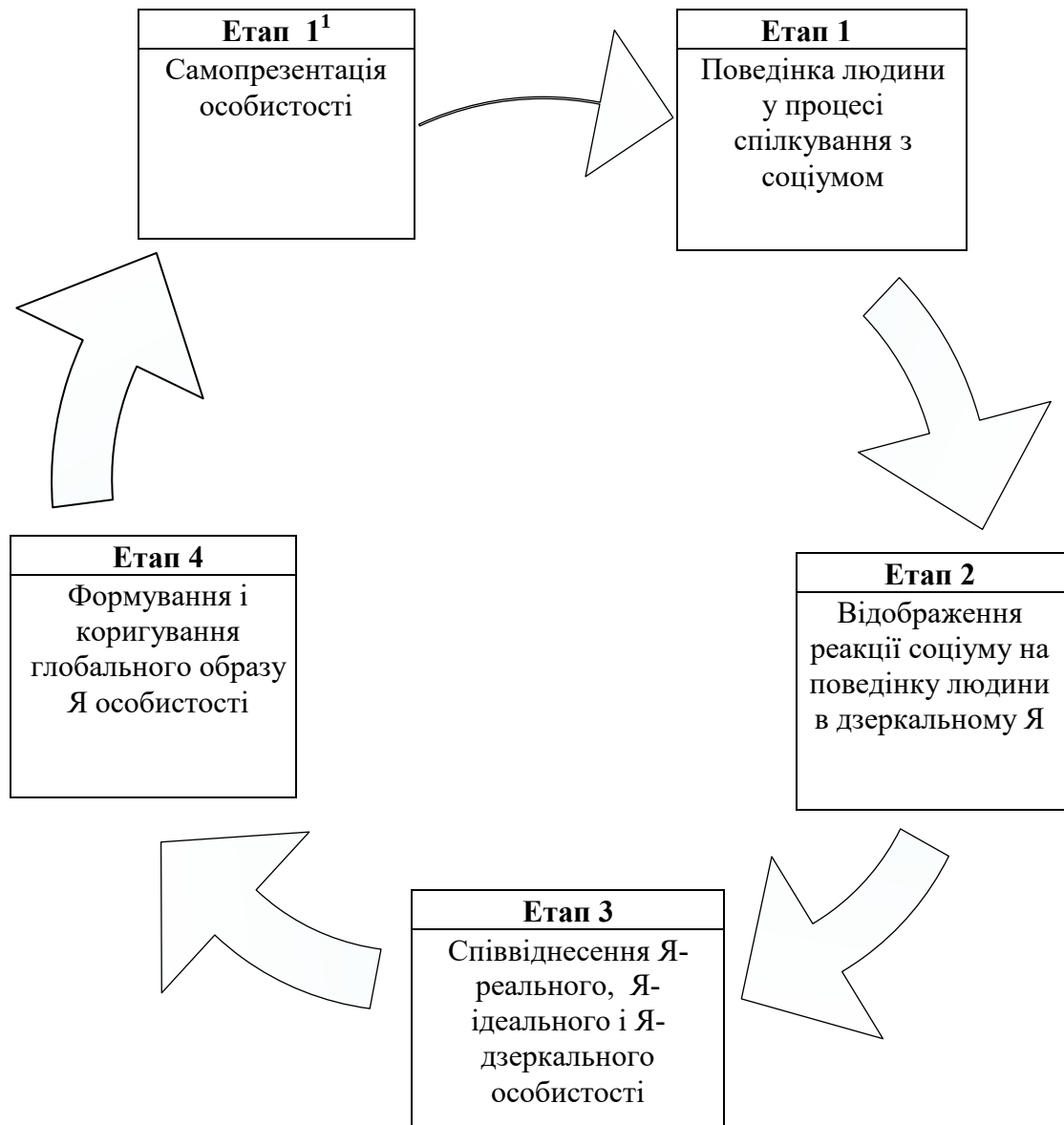


Рис. 1. Модель формування самопрезентації особистості в онтогенезі

Як бачимо, на першому етапі людина певним чином поводить себе у процесі спілкування з соціумом. Далі відбувається відображення реакції соціуму на поведінку людини в дзеркальному Я. Тобто, процес самопрезентації актуалізує дзеркальний образ Я особистості, в якому відображається реакція соціального оточення на власне самопрезентацію. Далі особистість співставляє своє реальне Я з дзеркальним та ідеальним Я на емоційному, поведінковому і когнітивному рівнях, внаслідок чого формується й коригується глобальний образ Я особистості, що у подальшому впливає на наступну самопрезентацію. Таким чином, процес формування самопрезентації особистості має циклічний характер і складається з чотирьох послідовних етапів.

Перехід від одного етапу до іншого відбувається завдяки механізмам ідентифікації, рефлексії та емпатії. Так, спочатку дитина пізнає себе через

самоототожнення, наприклад, з референтним дорослим своєї статі або героєм улюбленої казки, імітуючи його поведінку. Далі соціальне оточення певним чином реагує на імітації дитини і дає зворотній зв'язок. Якщо реакція оточення позитивна, можна припустити закріплення певного поведінкового сценарію у подальшій взаємодії з людьми, що уніфікує й полегшує спілкування та взаємне пізнання. З часом у дитини виникає уміння бачити ситуацію очима партнера, посісти місце партнера по спілкуванню, а саме рефлексія. Розвиток рефлексії дозволяє людині створювати власний поведінковий репертуар і формувати нові стратегії й тактики самопрезентації. Уміння сприйняти почуття іншої людини як власні (емпатія), здатність до емоційного відгуку – необхідний компонент спілкування та специфічний засіб пізнання людини людиною і власне самопізнання. Тобто емпатія емоційно збагачує самопрезентацію особистості, що забезпечує підвищення якості спілкування та взаємодії. З розвитком механізмів ідентифікації, рефлексії та емпатії у людини розширюється поведінковий репертуар, що сприяє підвищенню якості спілкування людини, а значить і якості життя загалом.

Самопрезентація особистості певною мірою забезпечує успішність особистості в соціумі, а отже, виникає необхідність розглянути ефективність самопрезентації як такої. Ефективну самопрезентацію було визначено як дієву, творчу подачу особистістю себе оточуючому соціальному середовищу, внаслідок якої забезпечується потрібне й бажане сприйняття образу «Я» особистості іншими людьми завдяки використанню нею відповідних ситуації взаємодії та спілкування видів, стратегій і тактик самопрезентації. Виділено основні види самопрезентації: природна і штучна; позитивна й негативна; типова та ситуативна. Окрім цього визначено стратегії самопрезентації як загальну систему поведінки особистості, що реалізується у взаємодії й спілкуванні та охоплює тривалий період, а також тактики самопрезентації як сукупність поведінкових засобів і прийомів, спрямованих на досягнення короткотривалої мети у взаємодії та спілкуванні з людьми. Так, О. М. Михайлова виділила три образи поведінки, які становлять стратегію самопрезентації у різних ситуаціях: модель реального суб'єкта, якого хотілося б наслідувати в тому чи іншому аспекті поведінки; соціальний образ, наприклад «керівник», «вчителька», «продавець», який відображує стереотипне уявлення про виконання соціальної ролі; художній образ, тобто персонаж відомого художнього твору тощо. І. Джонс та Т. Пітман у свою чергу виділили п'ять основних тактик, виходячи з припущення, що самопрезентація обумовлена потребою розширювати і підтримувати вплив у міжособистісних стосунках, тобто прагненням особистості до влади. Ці вчені виділили наступні тактики: прагнення сподобатись; самореклама, або самопросування; залякування; пояснення прикладом; благання. Представники різних наукових концепцій пропонують безліч інших стратегій і технік самопрезентації, суть застосування яких полягає у визначенні особистістю характерних рис успішної самопрезентації та побудові власної самопрезентації як суми обраних якостей. Таким чином, у кожної людини формується власний репертуар самопрезентаційної діяльності з різноманітними стратегіями і техніками, які вона використовує відповідно до ситуації з урахуванням власних психологічних особливостей.

Оскільки самопрезентація не може реалізуватись поза соціальним контекстом, необхідною умовою самопрезентації є наявність об'єкта, тобто іншої людини, достатньою ж умовою є зворотній зв'язок об'єкта самопрезентації особистості. Виходячи з необхідної і достатньої умови, кількісний та якісний зворотній зв'язок щодо самопрезентації особистості може бути основою виділення трьох рівнів ефективності самопрезентації – ефективна, з достатнім рівнем ефективності і неефективна. На рівні ефективної самопрезентації людина використовує всі можливі стратегії й тактики для створення бажаного образу Я у сприйманні соціального оточення. На достатньому рівні самопрезентації людина використовує лише ті стратегії й тактики, яких вистачає, щоб створити бажаний образ Я у сприйманні соціального оточення. Відповідно на рівні неефективної самопрезентації людина або недостатньо використовує, або взагалі не використовує стратегії й тактики, якими варто було б скористатися для створення бажаного образу Я у сприйманні соціуму.

На основі аналізу вікових особливостей студентів та специфіки навчально-професійної діяльності майбутніх психологів було виділено наступні психологічні умови формування ефективної самопрезентації студентів-психологів – соціально-психологічні, індивідуально-психологічні, психобіологічні та набутий особистістю досвід самопрезентації.

До соціально-психологічних умов формування ефективної самопрезентації студентів-психологів віднесено ситуацію навчання у вищому навчальному закладі: уніфіковані правила й норми взаємодії та спілкування у вищому навчальному закладі (корпоративна культура); соціальна роль студента, статус у групі, входження студента в групу (адаптація, індивідуалізація, інтеграція); рівень соціальної зрілості групи (організаційна та психологічна єдність групи); міжособистісне спілкування (неформальні правила і традиції, групові цінності, психологічний клімат).

Індивідуально-психологічні умови формування ефективної самопрезентації особистості представлені психологічними властивостями, що обумовлюють вибір стратегій і тактик самопрезентації особистості: переконання, цінності, мотивація, спрямованість особистості; самоставлення (система уявлень студента про себе як особистість і суб'єкта навчально-професійної діяльності); самоконтроль особистості у співвідношенні до вимог ситуації соціальної взаємодії та спілкування; темпераментальні і характерологічні властивості особистості.

До психобіологічних умов формування ефективної самопрезентації особистості майбутнього психолога належать внутрішні ресурси особистості, які відображуються в поведінці та діяльності людини: стать і вік особистості; морфологічні та фізіологічні особливості; тип нервової системи та динаміка психічних процесів; фізичний стан, стан здоров'я, психомоторика. Психобіологічна умова ефективної самопрезентації щонайліпше проявляється у контексті подачі студентом фізичного образу Я соціальному оточенню.

Набутий особистістю досвід самопрезентації являє собою володіння видами, стратегіями і техніками самопрезентації, а також гнучкість їх використання відповідно до ситуації взаємодії та спілкування, що по суті являє собою поведінковий репертуар особистості.

Схематично психологічні умови формування ефективної самопрезентації особистості студентів представлено на рис. 2.

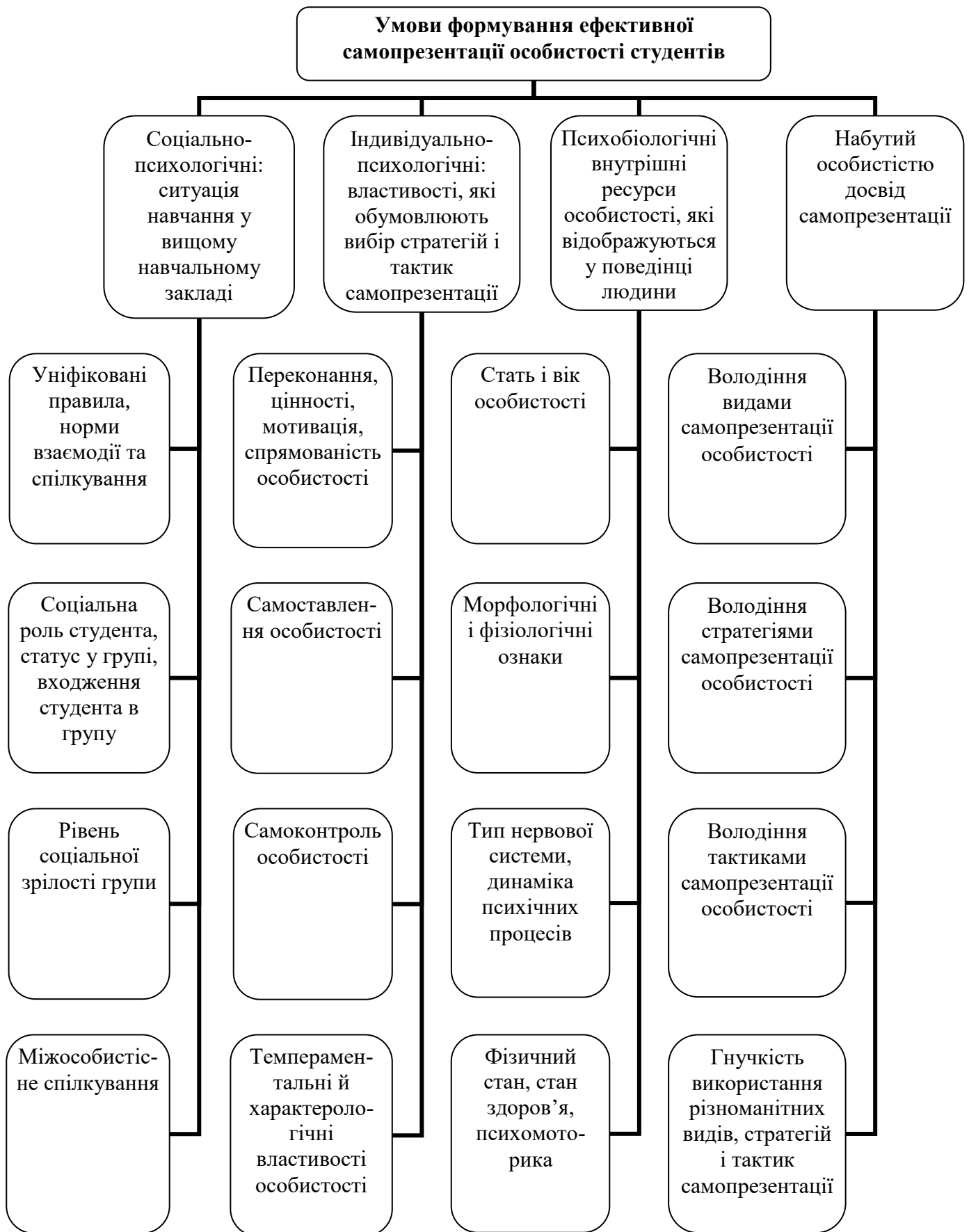


Рис. 2. Теоретична модель психологічних умов формування ефективної самопрезентації особистості.

У другому розділі «Емпіричне дослідження психологічних особливостей ефективної самопрезентації майбутніх психологів» висвітлено організаційно-методичні засади діагностичного дослідження ефективності самопрезентації, психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію, стратегій і тактик самопрезентації студентів-психологів, подано аналіз результатів дослідження самопрезентації майбутніх психологів за рівнем ефективності, а також описана динаміка ефективності самопрезентації та психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію і застосування тактик самопрезентації студентами-психологами.

Емпіричним дослідженням, яке проводилось упродовж 2010-2015 років, було охоплено 254 студенти спеціальностей «практична психологія» та «психологія» першого – четвертого років навчання. Із загальної вибірки для поглибленого аналізу було виділено 18 осіб, що взяли участь у лонгітюдному дослідженні тривалістю три роки (академічна група студентів на другому-третьому-четвертому курсах).

Діагностичний інструментарій містив 12 методик. Для дослідження психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію було виділено і виміряно наступні показники: мотивація досягнення (методика вивчення мотивації досягнення успіху і методика вивчення мотивації уникнення невдач (за Т. Елерсом)); самоставлення (за В. В. Століним, С. Р. Пантилєєвим); спрямованість особистості (за Б. Бассом); локус контроль (тест РСК – рівень суб'єктивного контролю (модифікація шкали Дж. Роттера, Е. Ф. Бажина, С. А. Голикіної, А. М. Еткінда); структура емоційної спрямованості (за В. А. Семиченко); ціннісні орієнтації (методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча). Стратегії і тактики самопрезентації особистості досліджувались за показниками: саомоніторинг як поведінкова реалізація стратегії самопрезентації (за М. Снайдером); тактики самопрезентації (за С. Дж. Лі та Б. М. Квінглі в адаптації О. А. Пікульової). Для дослідження ефективності самопрезентації було розроблено два авторські опитувальники за показниками: типова самопрезентаційна поведінка в соціальній групі; ефективність публічного виступу або ситуативна самопрезентація.

Аналіз результатів емпіричного дослідження рівня ефективності самопрезентації виявив наступний розподіл досліджуваних за групами: ефективна самопрезентація – 83 студенти; достатній рівень ефективності самопрезентації – 99 студентів; неефективний рівень самопрезентації – 72 студенти.

У результаті дослідження психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію, виявлено суттєві статистично значущі кореляції між рівнем ефективності самопрезентації й досліджуваними психологічними властивостями за такими показниками як: мотивація до успіху ($r=0,75$), глобальне самоставлення ($r=0,37$), спрямованість на себе ($r=0,51$) і справу ($r=0,40$), рівнем суб'єктивного контролю ($r=0,30$).

Встановлено найбільш суттєві статистично значущі кореляції між рівнем ефективності й такими техніками самопрезентації як: «перешкоджання самому собі» ($r=0,50$), «залякування» ($r=0,38$), «приписування собі досягнень» ($r=0,38$), «перебільшення власних досягнень» ($r=0,35$), «приклад для наслідування» ($r=0,30$); саомоніторингом ($r=0,29$).

Досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації переважно мають високий рівень мотивації до успіху (середній бал – 18,04), середній рівень мотивації уникнення невдач (середній бал – 12,31), високий рівень глобального самоствавлення (91,57%, $n=83$), спрямовані на себе (середній бал – 46,28), мають інтернальний локус контролю (середній бал – 6,29), мають середній рівень самомоніторингу (середній бал – 10,51), здебільшого використовують такі тактики самопрезентації як: «бажання сподобатись» (середній бал – 59,08), «вибачення» (середній бал – 51,78), «прохання/благання» (середній бал – 50,88), «приклад для наслідування» (середній бал – 49,43). У групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією переважають наступні емоційні переживання: «комунікативні» (середньогруповий бал – 6,30), «альтруїстичні» (середньогруповий бал – 5,67) і «гедоністичні» (середньогруповий бал – 5,35). Найнижчі показники мають «гностичні» (середньогруповий бал – 3,70), «пугнічні» (середньогруповий бал – 3,39) й «акізитивні» (середньогруповий бал – 3,96) переживання. За результатом опитування студентів-психологів з ефективною самопрезентацією на перших місцях стоять наступні термінальні цінності – «здоров'я», «любов», «цікава робота», а на останніх – «творчість», «пізнання» й «щастя інших»; інструментальні – «чесність», «життєрадісність» і «вихованість», на останніх – «ефективність у справах», «непримиримість до недоліків», «терпимість».

Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації в основному мають високий рівень мотивації до успіху (середній бал – 15,41) і середній рівень мотивації уникнення невдач (середній бал – 14,10), високий рівень глобального самоствавлення (84,85%, $n=99$), спрямовані на справу (середній бал – 45,39), інтернальний локус контролю (середній бал – 5,74), мають середній рівень самомоніторингу (середній бал – 10,38), переважно використовують такі тактики самопрезентації як: «вибачення» (середній бал – 57,68), «бажання сподобатись» (середній бал – 56,41), «прохання/благання» (середній бал – 45,42). У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації переважають емоційні переживання: «альтруїстичні» (середньогруповий бал – 5,86), «комунікативні» (середньогруповий бал – 5,67) і «гедоністичні» (середньогруповий бал – 5,12). На останніх місцях знаходяться «акізитивні» (середньогруповий бал – 3,93) й «пугнічні» (середньогруповий бал – 3,17) емоційні переживання. У групі майбутніх психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації діагностовано, що на перших місцях знаходяться наступні термінальні цінності – «здоров'я», «любов», «активне діяльне життя», а на останніх – «суспільне визнання», «творчість», «щастя інших»; інструментальні – «життєрадісність», «незалежність» і «вихованість» на перших місцях, а на останніх – «ефективність у справах», «терпимість» і «непримиримість до недоліків у собі та інших людях».

Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації здебільшого мають середній рівень мотивації до успіху (середній бал – 12,64) і середній рівень мотивації уникнення невдач (середній бал – 15,58), середній рівень глобального самоствавлення (51,39%, $n=72$), спрямовані на спілкування (середній бал – 46,72), мають інтернальний локус-контроль (середній бал – 5,08), мають середній рівень самомоніторингу (середній бал – 9,31), переважно використовують такі тактики самопрезентації, як: «вибачення» (середній бал – 58,82), «бажання сподобатись» (середній бал – 63,08), «прохання/благання» (середній бал – 60,69). У групі

досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації на перших місцях знаходяться «праксічні» (середньогруповий бал 5,74), «альтруїстичні» (середньогруповий бал 5,63) і «комунікативні» (середньогруповий бал 5,47) емоції, а на останніх – «романтичні» (середньогруповий бал 3,36) й «пугнічні» (середньогруповий бал 2,61) емоційні переживання. За результатом опитування студентів-психологів з неефективною самопрезентацією на перших місцях виявлено наступні термінальні цінності – «активне діяльне життя», «любов», «наявність гарних і вірних друзів», а на останніх – «суспільне визнання», «щастя інших», «пізнання»; в інструментальних цінностях «вихованість», «життєрадісність» і «незалежність» знаходяться на перших місцях, а на останніх – «терпимість», «непримиримість до недоліків» і «ефективність у справах».

Виявлено статистично значущі відмінності за рівнем ефективності самопрезентації у показниках: мотивація до успіху ($F=63,039$, 0^{***}), мотивація уникнення невдач ($F=18,029$, 0^{***}), самоставлення ($F=21,893$, 0^{***}), спрямованість особистості на себе ($F=57,678$, 0^{***}), на справу ($F=39,053$, 0^{***}) і на спілкування ($F=68,158$, 0^{***}), а також такі техніки самопрезентації, як «зречення» ($F=10,963$, 0^{***}), «перешкоджання самому собі» ($F=36,303$, 0^{***}), «залякування» ($F=16,34$, 0^{***}), «прохання/благання» ($F=24,562$, 0^{***}), «приписування собі досягнень» ($F=13,368$, 0^{***}), «перебільшення власних досягнень» ($F=23,984$, 0^{***}), «негативна оцінка інших» ($F=7,56$, 0^{***}) і «приклад для наслідування» ($F=12,885$, 0^{***}). Дещо меншу статистичну значущість у відмінностях між групами досліджуваних з різною ефективністю самопрезентації мають наступні техніки самопрезентації: «бажання сподобатись» ($F=5,698$, $0,004^{**}$), «вибачення» ($F=4,873$, $0,008^{**}$), «виправдання з запереченням відповідальності» ($F=3,402$, $0,035^{*}$). Отже, виявлені статистично значущі відмінності дозволяють зробити висновок, що досліджувані групи суттєво відрізняються між собою за критерієм рівнів ефективності самопрезентації особистості.

Виявлено значущу динаміку психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію студентів-психологів: спрямованість майбутніх психологів на спілкування; глобальне самоставлення ($L - 232,5^{**}$ ($I > II > III$)); тактиками – «перешкоджання самому собі» ($L - 240^{***}$, $I > II > III$)), «бажання сподобатися» ($L - 237^{***}$, ($I > II > III$)), «негативна оцінка інших» ($L - 241^{***}$ ($I > II > III$))), «вибачення» ($L - 232^{**}$ ($I > II > III$))), «приклад для наслідування» ($L - 230^{**}$ ($I > II > III$))), «виправдання з запереченням відповідальності» ($L - 228^{*}$ ($I > II > III$))) і «приписування собі досягнень» ($L - 228^{*}$ ($III > I > II$))). Всі показники суттєво зростаються від другого до четвертого курсів, окрім тактики «приписування собі досягнень», де відбувається зниження показника з другого по третій курс, а потім іде суттєве зростання на четвертому курсі. Стабільними виявились показники: рівень ефективності самопрезентації, мотивація до успіху й мотивація уникнення невдач, самомоніторинг, локус-контроль, спрямованість особистості на себе і на справу.

У третьому розділі «Психологічний супровід формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів» описано психологічні портрети досліджуваних з ефективним, достатнім і неефективним рівнем самопрезентації, на основі чого проведено порівняння особливостей самопрезентації майбутніх

психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації відповідно кваліфікаційним вимогам до професії психолога; розроблено методичні рекомендації щодо оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів в умовах професійного навчання.

Досліджувані майбутні психологи з ефективним рівнем самопрезентації мають широкий репертуар самопрезентаційної поведінки. У повсякденному житті академічної групи поводять себе люб'язно, часто роблять компліменти, є товариськими, впевненими і зовнішньо привабливими студентами. Під час публічного виступу вони вміють привернути увагу аудиторії, гарно виглядають, говорять і поводять себе, їхня поведінка оцінюється як ділова, відкрита й вільна. Як правило, студенти з ефективною самопрезентацією керуються мотивацією до успіху, мотивація уникнення невдач – на середньому рівні. Майбутні психологи з ефективною самопрезентацією вміють контролювати свою поведінку, а під час взаємодії, спілкування й співпраці з людьми керуються власними переконаннями, поглядами і бажаннями. Досліджувані студенти-психологи з ефективною самопрезентацією здебільшого спрямовані на себе, тобто орієнтовані на пряму винагороду і задоволення, агресивність у досягненні статусу, владність, схильність до суперництва. Вони мають яскраву вираженість позитивного самоставлення, а також вираженість таких показників, як самоставлення, аутосимпатія, самоінтерес, самоприйняття і самокерівництво. Іншими словами, майбутні психологи з ефективною самопрезентацією схвалюють себе як в цілому, так і в істотних деталях, довіряють собі, мають позитивну самооцінку, вони близькі до себе, зокрема мають інтерес до власних думок і почуттів, готові спілкуватися з собою «на рівних», впевнені, що є цікавими для інших. Представники цієї групи досліджуваних частіше застосовують такі тактики самопрезентації, як «бажання сподобатись», «вибачення», «прохання/благання» і «приклад для наслідування». Звідси слідує, що досліджувані студенти з ефективною самопрезентацією здебільшого використовують асертивні тактики самопрезентації, тобто поводять себе проактивно. Найчастіше середньогруповими у досліджуваних студентів-психологів з ефективною самопрезентацією є «комунікативні», «альтруїстичні» й «гедоністичні» емоції. Досліджувані студенти-психологи з ефективною самопрезентацією мають перші ранги середньогрупової системи цінностей: термінальні – «здоров'я», інструментальні – «чесність».

Майбутні психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації у повсякденному житті академічної групи є надійними й референтними студентами, що поводять себе люб'язно і є товариськими під час спілкування. Виступаючи з доповіддю на семінарському занятті, вони вміють утримувати увагу аудиторії, передати суть доповіді і поводять себе відкрито, вільно, по-діловому. Студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації можуть контролювати та підлаштовувати свою поведінку під час взаємодії і спілкування та водночас керуватися власними переконаннями, поглядами, бажаннями. Досліджувані студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації керуються як мотивацією до успіху, так і мотивацією уникнення невдач. Майбутні психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації спрямовані на справу, а тому представники цієї групи переважно зацікавлені у вирішенні ділових проблем,

виконанні роботи якнайкраще, орієнтовані на ділову співпрацю, здатні відстоювати в інтересах справи власну думку, яка корисна для досягнення спільної мети. Досліджувані з достатнім рівнем самопрезентації мають яскраву вираженість позитивного самоствавлення, а також вираженість таких показників самоствавлення, як аутосимпатія, самоінтерес і самоприйняття. Студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності схвалюють і приймають себе в цілому та в істотних деталях, довіряють собі і мають позитивну самооцінку, вони близькі до себе, зокрема, мають інтерес до власних думок і почуттів, готові спілкуватися з собою «на рівних», впевнені, що є цікавими для інших. Ці студенти віддають перевагу таким тактикам, як «вибачення», «бажання сподобатися», «прохання / благання». Тобто їхня поведінка здебільшого асертивна і проактивна. Досліджувані другої групи в цілому рідше використовують тактики самопрезентації у порівнянні з першою і третьою групою, що свідчить про більшу ширість і природність поведінки студентів-психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації. Найчастіше середньогруповими емоціями досліджуваних студентів-психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації є «альтруїстичні», «комунікативні» і «гедоністичні». Досліджувані студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації мають перші ранги середньогрупової системи цінностей: термінальні – «здоров'я»; інструментальні – «життєрадісність».

Досліджувані студенти-психологи з неефективним рівнем самопрезентації, як правило, є аутсайдерами у своїх академічних групах. Водночас їхня поведінка часто оцінюється як активна. Вони мають низькі оцінки за усіма критеріями ефективності публічного виступу. Майбутні психологи з неефективним рівнем самопрезентації керуються мотивацією уникнення невдач. Здебільшого у них глобальне самоствавлення заходиться на середньому рівні. У структурі самоствавлення представників третьої групи лише аутосимпатія у більшості має високу вираженість, що в цілому свідчить про близькість до себе, схвалення і прийняття себе, довіру до себе й позитивну самооцінку. Проте у цій групі досліджуваних також спостерігаються підвищені показники самозвинувачення, що вказує на схильність звинувачувати себе у будь-яких невдачах. Вони спрямовані на спілкування та прагнуть позитивного схвалення соціального оточення. Досліджувані студенти-психологи з неефективним рівнем самопрезентації часто намагаються запланувати свою самопрезентацію, тобто їхня самопрезентація частіше є штучною, а не природною. Як правило, вони використовують такі техніки, як «бажання сподобатись», «прохання/благання» і «вибачення». Найчастіше середньогруповими емоціями досліджуваних студентів-психологів з неефективною самопрезентацією є «праксичні», «альтруїстичні» і «комунікативні». Досліджувані студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації мають перші ранги середньогрупової системи цінностей: термінальні – «активне діяльне життя»; інструментальні – «вихованість».

Згідно нормативних документів та етичного кодексу, що регламентують професійну діяльність психолога, основними вимогами до роботи психолога, окрім спеціальної освіти, загального рівня ерудованості та розвинених інтелектуальних навичок, є такі особистісні властивості, як високий рівень моральності та особистої відповідальності, надійність, вміння зберігати конфіденційність інформації,

порядність, емпатійність, вміння взаємодіяти і співпрацювати, розвинені комунікативні навички, вміння висловлювати свою думку без шкоди для себе і для клієнта, відкритість. Таким чином, найбільшу відповідність професійним вимогам мають досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації.

Підсумком дисертаційного дослідження стала розроблена програма психологічного супроводу щодо оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів, яка включає три блоки: інформаційно-пізнавальний, спрямований на підвищення психологічної компетентності щодо самопрезентації особистості та самопізнання власних поведінкових стратегій і тактик; тренувально-розвивальний, спрямований на розвиток навичок ефективної самопрезентації і набуття досвіду гнучкого використання у відповідності до ситуації взаємодії та спілкування стратегій і тактик самопрезентації; завершальний, що готує майбутнього психолога до успішного публічного виступу у ситуації захисту індивідуального дослідницького завдання, а в перспективі – дипломної роботи.

Розроблена система заходів органічно вписується у навчально-професійну діяльність студентів психологів і не потребує організації додаткових спеціальних занять.

ВИСНОВКИ

Узагальнення теоретико-емпіричних результатів дослідження психологічних умов формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів дає підстави зробити наступні висновки:

1. Самопрезентація – це поведінковий компонент структури особистості, у якому реалізується прагнення особистості створити бажаний і водночас адекватний соціальній ситуації образ власного «Я» у сприйнятті інших людей в процесі взаємодії та спілкування з соціумом. Самопрезентація може бути свідомою або неусвідомлюваною і здійснюється задля реалізації певної мотивації, задоволення потреб і досягнення цілей особистості. Ефективна самопрезентація – це дієва, творча подача особистістю себе оточуючому соціальному середовищу, внаслідок якої забезпечується потрібне й бажане сприйняття образу «Я» особистості іншими людьми завдяки використанню нею відповідних ситуації взаємодії та спілкування видів, стратегій і тактик самопрезентації. Види самопрезентації: природна і штучна; позитивна і негативна; типова і ситуативна. Необхідною умовою самопрезентації є наявність об'єкта самопрезентації. Достатньою умовою – кількісний і якісний зворотній зв'язок об'єкта, що дає можливість виділити три рівня самопрезентації – ефективний, достатній і неефективний.

2. Виділено чотири психологічні умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів – соціально-психологічні, індивідуально-психологічні, психобіологічні та набутий особистістю досвід самопрезентації. До соціально-психологічних умов формування ефективної самопрезентації студентів-психологів віднесено освітнє середовище вищого-навчального закладу з специфічними правилами, нормами, цінностями взаємодії між студентами, навчально-педагогічним колективом та адміністрацією. Індивідуально-психологічні умови формування ефективної самопрезентації особистості представлені унікальною структурою властивостей особистості, що обумовлюють вибір стратегій

і тактик самопрезентації. До психобіологічних умов формування ефективної самопрезентації особистості майбутнього психолога відноситься стать, морфологічні й фізіологічні ознаки, тип нервової системи, динаміка психічних процесів, психомоторика, фізичний стан тощо. Набутий особистістю досвід самопрезентації визначається гнучкістю використання різноманітних видів, стратегій і тактик самопрезентації відповідно ситуації взаємодії та спілкування.

3. Виявлено статистично значущі кореляції між рівнем ефективності самопрезентації і психологічними властивостями особистості за показниками: мотивація до успіху, глобальне самоствавлення, спрямованість на себе і справу, локус-контроль, самомоніторинг; а також такими техніками самопрезентації як «перешкоджання самому собі», «залякування», «приписування собі досягнень», «перебільшення власних досягнень» і «приклад для наслідування». Виявлено статистично значущі відмінності між групами досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками: мотивація до успіху, мотивація уникнення невдач, самоствавлення, спрямованість особистості на себе, на справу і на спілкування, а також такі техніки самопрезентації, як «зречення», «перешкоджання самому собі», «залякування», «прохання/благання», «приписування собі досягнень», «перебільшення власних досягнень», «негативна оцінка інших» і «приклад для наслідування». Отже, виявлені статистично значущі відмінності дозволяють зробити висновок, що досліджувані групи з різним рівнем ефективності самопрезентації суттєво відрізняються між собою.

Показники психологічних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію особистості, «спрямованість майбутніх психологів на спілкування», «глобальне самоствавлення», а також тактик «перешкоджання самому собі», «бажання сподобатися», «негативна оцінка інших», «вибачення», «приклад для наслідування», «виправдання з запереченням відповідальності» суттєво зростають від другого до четвертого курсів, окрім тактики «приписування собі досягнень», де відбувається зниження показника з другого по третій курс, а потім іде суттєве зростання на четвертому курсі. Стабільними виявились показники: «рівень ефективності самопрезентації», «мотивація до успіху» й «мотивація уникнення невдач», «самомоніторинг», «локус-контроль», «спрямованість особистості на себе і на справу».

4. Описано психологічні портрети досліджуваних студентів-психологів з ефективним, достатнім і неефективним рівнем самопрезентації. Досліджувані студенти-психологи з ефективним рівнем самопрезентації у повсякденному житті академічної групи поводять себе люб'язно, часто роблять компліменти, є товаришськими, впевненими і зовнішньо привабливими студентами, переважно керуються мотивацією до успіху, у них домінує спрямованість на себе, мають яскраво виражене позитивне самоствавлення; для них властиві такі тактики самопрезентації, як «бажання сподобатись», «вибачення», «прохання/благання» і «приклад для наслідування». Досліджувані студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації у повсякденному житті академічної групи є надійними і референтними одногрупниками; керуються як мотивацією до успіху, так і мотивацією уникнення невдач; переважно спрямовані на справу; мають високу вираженість позитивного самоствавлення; і користуються переважно такими

техніками самопрезентації як «вибачення», «бажання сподобатись» і «прохання/благання». Досліджувані з достатнім рівнем ефективності найрідше планують і контролюють власну самопрезентацію. Досліджувані студенти-психологи з неефективним рівнем самопрезентації, як правило, є аутсайдерами у своїх академічних групах, мають низькі оцінки за всіма критеріями публічного виступу, проте вони часто оцінюються як активні; здебільшого керуються мотивацією уникнення невдач і мають середній рівень глобального самоствавлення; переважно спрямовані на спілкування і прагнуть позитивного схвалення соціального оточення, їхня самопрезентація частіше є штучною, усвідомлюваною та занадто контрольованою.

5. Емпіричне дослідження психологічних умов ефективної самопрезентації виявило, що індивідуально-психологічні особливості досліджуваних з ефективною самопрезентацією недостатньо відповідають кваліфікаційним вимогам до особистісних якостей психологів. Згідно нормативним документам і етичному кодексу психолога, основними вимогами до особистісних якостей психолога є такі індивідуально-психологічні характеристики як високий рівень моральності, особистої відповідальності, надійність, вміння зберігати конфіденційність інформації, порядність, емпатійність, вміння взаємодіяти і співпрацювати, розвинені комунікативні навички, вміння висловлювати свою думку без шкоди для себе і для клієнта, відкритість. Таким чином, найбільшу відповідність професійним вимогам мають досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації.

Здійснене дисертаційне дослідження не претендує на остаточне й вичерпне вирішення проблеми формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів. Доцільним є подальше розширення моделі формування ефективної самопрезентації особистості за рахунок дослідження неусвідомлюваного аспекту самопрезентації, удосконалення методу виявлення рівня ефективності самопрезентації особистості, залучення до дослідження студентів інших спеціальностей, учнів старших класів загальноосвітніх навчальних закладів, а також вивчення особливостей самопрезентації особистості у різних сферах життєдіяльності.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Чигирин Т.О. Самопрезентація: визначення, види, стратегії, техніки // Проблеми загальної та педагогічної психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – К.: «ГНОЗІС», 2012. – Т. XIV, част. 5. – С. 245-253.

2. Чигирин Т.О. Мотиваційні чинники самопрезентації особистості студентів-психологів / Т.О. Чигирин // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – К. – Алчевськ: ЛАДО, 2013. – Т. I: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Випуск 37-38. – С. 426-430.

3. Чигирин Т.О. Система цінностей як чинник самопрезентації майбутніх психологів / Т.О. Чигирин // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Київ – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2016. – Том 6: Психологія обдарованості. Випуск 12. – с. 318-326.

4. Чигирин Т.О. Сучасні підходи до вивчення феномену самопрезентації / Т.О. Чигирин // Неперервна професійна освіта: теорія і практика // Науково-методичний журнал. – К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2013. – Випуск 3-4. – С. 153-157.

5. Чигирин Т.О. Самоставлення особистості як чинник ефективної самопрезентації майбутніх психологів/ Т.О. Чигирин // Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology, – Budapest, 2016. – Issue 88, IV (43). – С. 63-67.

6. Чигирин Т.О. Сучасні підходи дослідження самопрезентації особистості / Т.О. Чигирин // Актуальні проблеми психології особистості та міжособистісних взаємин, 21-22 травня 2013 р., Кам'янець-Подільський: Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції/ За ред. С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. – Кам'янець-Подільський, 2013. – С.168-170.

7. Чигирин Т.О. Успішна самопрезентація студентів-психологів / Т.О. Чигирин // Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД: матеріали XI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції: збірник наукових праць. – Переяслав-Хмельницький, 2013. – С. 155-157.

8. Чигирин Т.О. Ознаки і критерії успішної самопрезентації особистості / Т.О. Чигирин // Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації: матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції: збірник наукових праць. – Переяслав-Хмельницький, 2015 р. – Вип. 6 – С. 40-41.

АНОТАЦІЇ

Чигирин Т. О. Психологічні умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. – Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2016.

У дисертації на основі теоретичного аналізу проблеми запропоновано визначення поняття самопрезентації як поведінкового компоненту структури особистості, у якому реалізується прагнення особистості створити бажаний і водночас адекватний соціальній ситуації образ власного «Я» у сприйнятті інших людей у процесі взаємодії та спілкування з соціумом. Визначено сутність ефективної самопрезентації особистості та рівні її ефективності (ефективний, достатній і неефективний). Виділено психологічні умови формування ефективної самопрезентації особистості: соціально-психологічні, індивідуально-психологічні, біопсихологічні та набутий особистістю досвід самопрезентації.

Висвітлено організаційно-методичні засади діагностичного дослідження ефективності самопрезентації майбутніх психологів; особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію; стратегій і тактик самопрезентації особистості; проведено порівняльний аналіз міжгрупових відмінностей за критерієм рівня ефективності самопрезентації; проаналізовано упродовж трьох років динаміку змін особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію майбутніх психологів.

Представлено психологічні портрети досліджуваних з різним рівнем

ефективності самопрезентації та співставлено їх з вимогами до професії психолога. Розроблено програму психологічного супроводу оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів.

Ключові слова: самопрезентація, ефективна самопрезентація, особистість, соціальна взаємодія, спілкування, комунікація, інтеракція, ставлення, стосунки, соціальна перцепція, самоствавлення, Я-концепція, Я-образ.

Чигирин Т. А. Психологические условия формирования эффективной самопрезентации будущих психологов. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.07 – педагогическая и возрастная психология. – Киевский университет имени Бориса Гринченко, Киев, 2016.

В диссертации систематизированы и обобщены современные подходы к изучению проблемы самопрезентации личности. На основе теоретического анализа предложено определение понятия самопрезентации как поведенческого компонента структуры личности, в котором реализуется стремление личности создать желаемый и в то же время адекватный социальной ситуации образ собственного «Я» в процессе взаимодействия и общения с социумом. Определена сущность эффективной самопрезентации личности, состоящая в деятельной, творческой подаче личностью себя окружающей социальной среде, итогом которой является необходимое и желаемое восприятие образа «Я» личности другими людьми благодаря использованию ею соответствующих ситуации взаимодействия и общения видов, стратегий, а также тактик самопрезентации. Выделены уровни эффективности самопрезентации: эффективный, достаточный, неэффективный. Обоснованы психологические условия формирования эффективной самопрезентации будущих психологов: социально-психологические, определяемые ситуацией обучения в высшем учебном заведении; индивидуально-психологические, которые обуславливают выбор личностью видов, стратегий и тактик самопрезентации; биопсихологические как внутренние ресурсы человека, отражающиеся в его поведении и деятельности; приобретённый личностью опыт самопрезентации, отличающийся гибкостью использования видов, стратегий и тактик самопрезентации.

Поданы результаты эмпирического исследования особенностей эффективной самопрезентации будущих психологов. Описаны организационно-методические основы диагностического исследования эффективности самопрезентации будущих психологов; личностных качеств, которые обуславливают самопрезентацию; стратегий и тактик самопрезентации личности. Выделены такие личностные качества, которые обуславливают самопрезентацию: самоотношение, мотивация достижения, направленность личности, самоконтроль, эмоциональная направленность, система ценностей. Проведен сравнительный анализ межгрупповых различий по критерию уровня эффективности самопрезентации будущих психологов. Однофакторный дисперсионный анализ показал статистически значимое отличие в следующих показателях: мотивация достижения успеха, мотивация избегания неудач, самоотношение, направленность личности на себя, на дело, на общение, а также по всем исследуемым тактикам самопрезентации.

Проанализировано на протяжении трёх лет динамику изменений личностных качеств, которые обуславливают самопрезентацию будущих психологов. Стабильными оказались следующие показатели: уровень эффективности самопрезентации, мотивация достижения успеха и мотивация избегания неудач, самомониторинг, локус-контроль, направленность личности на себя и на дело.

Представлены психологические портреты испытуемых с различным уровнем эффективности самопрезентации. Сопоставлены психологические портреты испытуемых с эффективной, достаточной и неэффективной самопрезентацией относительно требований к личности психолога. Разработано программу психологического сопровождения оптимизации эффективности самопрезентации будущих психологов.

Ключевые слова: самопрезентация, эффективная самопрезентация, личность, социальное взаимодействие, общение, коммуникация, интеракция, отношения, социальная перцепция, самоотношение, Я-концепция, Я-образ.

Chygyryn T. O. Psychological conditions of formation of effective self-presentation of future psychologists. – The manuscript.

The dissertation for the degree of Candidate of Science in Psychology, specialty 19.00.07 – Pedagogical and Age Psychology.– Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, 2016.

The dissertation, on the basis of theoretical analysis of the problem, proposes the definition of self-presentation as a behavioral component of personality structure in which individual aspirations to create desired and at the same time adequate to social situation image of his own "I" in perception of others in the process of interaction and communication with society are implemented. The essence of personality's effective self-presentation and its level (effective, sufficient and ineffective levels of self-presentation) are defined. Socio-psychological, individual-psychological, bio-psychological conditions of formation of effective self-presentation are outlined.

The organizational and methodical principles of the diagnostic research of the efficiency of self-presentation of future psychologists, personality qualities which determine self-presentation, personality self-presentation strategies and tactics are illustrated. A comparative analysis of intergroup differences on the basis of the criterion of the level of efficiency of self-presentation is conducted. The dynamics of changes (within three years) of personality qualities which determine self-presentation of future psychologists is analyzed.

Psychological portraits of participants with different levels of effective self-presentation are presented and compared with the requirements to the profession of a psychologist. Psychological measures of optimization of future psychologist's effective self-presentation were developed.

Key words: self-presentation, effective self-presentation, personality, social interaction, communication, interaction, attitude, relationship, social perception, self-attitude, Self-concept, Self-image.

Підписано до друку 24.11. 2016 р. Формат видання 60x84/16.
Ум. др. арк. 1,16. Тираж 105 пр. Зам. № 6-160.
Київський університет імені Бориса Грінченка.
04053, м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2.
Свідоцтво про внесення до Державного Реєстру
ДК № 4013 від 17.03.2011 р.