Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка

На правах рукопису

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

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата психологічних наук

Науковий керівник:
Подшивайлова Лідія Іванівна
кандидат психологічних наук, доцент

Київ – 2016

ЗМІСТ

ВСТУП…… 3
РОЗДІЛ 1 САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК ПРЕДМЕТ НАУКОВОГО ПСИХОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ…… 12
1.1 Поняття самопрезентації особистості у сучасній психології ……. 12
1.2 Сутність та рівні ефективності самопрезентації особистості……. 33
1.3 Класифікація умов формування самопрезентації майбутніх психологів…….…… 44
Висновки до розділу 1…….. 55
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕФЕКТИВНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МАЙБУТНІХ ПСИХЛОГІВ……. 58
2.1 Методичні засади емпіричного дослідження…… 58
2.1.1 Опис методик вивчення особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію особистості…… 60
2.1.2 Характеристика методик вивчення стратегій і тактик самопрезентації особистості…….…….. 67
2.1.3 Обґрунтування методик вивчення ефективності самопрезентації особистості……..…… 69
2.2 Аналіз результатів емпіричного дослідження особливостей самопрезентації майбутніх психологів…… 80
2.2.1 Особливості ефективності самопрезентації студентів-психологів……..…… 81
2.2.2 Характеристика індивідуально-психологічних особливостей майбутніх психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації…….. 95
2.2.3 Аналіз використання стратегій і тактик самопрезентації майбутніми психологами……..…… 115
2.3 Порівняльний аналіз міжгрупових відмінностей у студентів-психологів за критерієм ефективності самопрезентації

особистості…..…….. 120
2.4 Динаміка змін показників самопрезентації у майбутніх психологів……..…… 123
Висновки до розділу 2…….. 132
РОЗДІЛ 3 ПСИХОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ……. 136
3.1 Психологічні портрети і профілі студентів-психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації…… 136
3.2 Співставлення груп з різним рівнем ефективності самопрезентації з вимогами до професії психолога…….…… 154
3.3 Методичні рекомендації щодо оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів…… 159
Висновки до розділу 3…… 172
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ…… 176
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 180
ДОДАТКИ…… 201

ВСТУП

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 самоставлення 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. Боса, Р. Ковальські , М. Лірі, Р. Майера, 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. Вейґольд 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 досліджував ної 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 компетентнісної особистісно-професійної багатопрофільної 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. Описати 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. Мясищев, 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. Андреєва, О. О. Бодальов, Б. Ф. Ломов, М. М. Обозов); теорія Я-концепції (Р. Бернс, І. С. Кон, Дж. Мід) та самоставлення (С. Р. Пантилеєв, В. В. Столін); наукові уявлення про самопрезентацію (Н. В. Амяга, Р. Баумейстер, Г. В. Бороздіна, М. Вейґольд, 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. Пантєлєєва, О. А. Пікульова, Т. Піттман, 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.

Вірогідність і надійність одержаних результатів дослідження та зроблених висновків була забезпечена теоретичним та методологічним обґрунтуванням, репрезентативністю вибірки, використанням комплексу адекватно підібраних статистичних методів, а також психологічних методик дослідження, що відповідають меті та завданням дослідження.

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 Едженсі» (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.

РОЗДІЛ 1
САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК ПРЕДМЕТ НАУКОВОГО ПСИХОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ

У розділі проаналізовано і описано сучасні підходи до вивчення самопрезентації особистості, на основні аналізу понять «особистість», «соціальна взаємодія», «спілкування», «комунікація», «інтеракція», «ставлення», «стосунки», «соціальна перцепція», «самоставлення», «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.

1.1 Поняття самопрезентації особистості у сучасній психології

Проблема самопрезентації особистості стала предметом психологічних досліджень в останні десятиліття як наслідок посилення конкурентних відносин та зростання соціальної напруги у міжособистісних, міжгрупових та міждержавних стосунках. Виникнення конфліктів та інших кризових явищ у суспільстві часто пов’язані з тими чи іншими поведінковими проявами особистості.

Пошук визначення поняття самопрезентації в україномовних, російськомовних та англомовних словниках виявив, що це поняття на рівні психологічного узагальнення відсутнє. Аналіз інших джерел психологічної інформації вказує на те, що дослідники під цим поняттям здебільшого розуміють різноманітні особливості поведінки людини в соціумі. Явище самопрезентації, як правило, розглядається в контексті таких психологічних феноменів як «особистість», «соціальна взаємодія», «спілкування», «комунікація», «інтеракція», «ставлення», «стосунки», «соціальна перцепція», «самоставлення», «Я-концепція», «Я-образ» тощо.

Тому, перш ніж перейти до розкриття змісту та визначення поняття самопрезентації, зробимо спробу на основі аналізу психологічної літератури викласти вихідні положення та показати логіку міркувань стосовно досліджуваної проблеми. Вихідним для дослідження проблеми самопрезентації є поняття *особистості*, тому проаналізуємо погляди окремих авторів стосовно цього феномену. Відомий український психолог О. М. Ткаченко розглядає особистість як «вершинне утворення в ієрархічній структурі психіки людини, якісно новий спосіб організації поведінки, вищий рівень взаємодії людини зі світом». Далі дослідник висловлює думку про те, що виникненню особистості історично передує існування соціального індивіда: «Поява особистості виступала не як необхідність, а як випадковість. Особистість утверджувалась не в згоді з обставинами життя, а всупереч їм…» [175, с. 155-156]. Тобто, розвиток людини в онтогенетичному аспекті, і власне людства в філогенетичному аспекті, можливий завдяки необхідності долати перешкоди спільно з іншою людиною. О. М. Ткаченко зауважує, що особистість розкривається в її активному, творчому і свідомому ставленні до виконуваної соціальної ролі [176].

Важливим, на думку вченого, є визнання того факту, що людина завжди залишається суб'єктом і об'єктом суспільної взаємодії. «Як суб'єкт вона діє на об'єкт багаторівнево: як організм – на природне середовище, як суспільний індивід – на рівних собі (соціальне оточення), як особистість – на створюване культурно-історичне середовище. Тому характер впливу людини на світ на різних рівнях змінюється. На рівні організму людина лише в силу своєї присутності як природної істоти впливає на природне середовище. На рівні індивіда вона діє вже на певне соціальне оточення. На рівні особистості взаємодія набуває активно-перетворювального характеру. Суб'єкт завжди є активним началом. Людина як особистість – це творець, перетворювач зовнішнього і внутрішнього світу» [175, с. 174-175].

У продовження ідеї про активність особистості та її розвиток через соціальну взаємодію вважаємо доречним розглянути визначення особистості

в межах системно-діяльнісного підходу. Так, представники діяльнісної школи наукової психології стверджують, що особистість є відносно стійкою сукупністю психічних властивостей, яка виникає у результаті включеності індивіда у простір міжособистісних зв’язків. Більше того, дослідники цього підходу зазначають, що індивід у своєму розвитку відчуває соціально обумовлену потребу бути особистістю і виявляє здатність стати особистістю завдяки виконанню соціально значимої діяльності, що і визначає розвиток людини [92]. Зокрема, О. М. Леонтьєв вважає, що основою наукового психологічного розуміння визначення особистості є дослідження процесу породження і трансформації особистості людини в її діяльності, що здійснюється у конкретних соціальних умовах під час *взаємодії* з іншими людьми [91].

На думку В. М. Мясищева, особистість – це, передусім, *система ставлень* людини до навколишньої дійсності, яку можна розділити на безкінечну кількість ставлень особистості до різних предметів дійсності, але якими б частковими в даному сенсі ці ставлення не були, кожне з них завжди залишається особистісним. За В. М. Мясищевим, ставлення виступає системотвірним елементом особистості, що формується під впливом суспільних відносин, якими особистість пов'язана з навколишнім світом в цілому і суспільством, зокрема [117]. При цьому виділяється три компоненти ставлень – емоційний, пізнавальний і поведінковий. Емоційний компонент сприяє формуванню емоційного ставлення особистості до об'єктів середовища, людей і самого себе. Пізнавальний – забезпечує сприйняття і усвідомлення об'єктів середовища, людей і самого себе. Поведінковий компонент сприяє здійсненню вибору стратегій і тактик поведінки особистості стосовно значущих об'єктів середовища, людей і самого себе. Таким чином, особистість розвивається не лише у взаємодії і спільній діяльності з навколишнім соціальним середовищем, а й завдяки структурі відносин з навколишнім світом загалом, і суспільством зокрема.

Український вчений В. В. Рибалка систематизував погляди вітчизняних психологів стосовно поняття особистості і запропонував інтегральне визначення: «Особистість – це людина, особа із соціально, культурно, антропологічно та індивідуально зумовленою системою вищих психічних властивостей, що визначається залученістю людини до створення суспільних, культурних, історичних, вітальних, власне особистісних цінностей. Ця система виявляється і формується у процесі свідомої прогресивної продуктивної, культурної, предметної діяльності, міжособистісного спілкування та життєдіяльності. Особистість опосередковує та визначає творчий рівень взаємозв'язків людини із культурним, суспільним та природним середовищем. У філософсько-психологічному аспекті особистість – це об'єкт і суб'єкт соціального, культурного, історичного процесу і власного життя. У психолого-аксіологічному плані особистість є найвищою цінністю суспільства, джерелом створення інших – матеріальних і духовних, природних і суспільних цінностей» [158]. Отже, виходячи із визначень особистості можна зробити висновок, що розвиток особистості відбувається у процесі міжособистісної взаємодії, спільної діяльності, а також, очевидно, що і спілкування.

Поняття *взаємодії* у тлумачному словнику української мови визначають як процес безпосереднього або опосередкованого впливу суб'єктів один на одного, який породжує причинну обумовленість спільних дій і взаємозв'язок [35]. Цей процес потребує активності та взаємної узгодженості тих людей, які приймають у ньому участь. У психології взаємодія розглядається як взаємозалежний обмін та організація сумісних дій, спрямованих на реалізацію колективної діяльності. Під час взаємодії зароджуються спорідненість, координація поведінки обох суб'єктів, стійкість їх інтересів, планування спільної діяльності, розподіл функцій тощо. За допомогою дій відбуваються взаємне регулювання, взаємний контроль, взаємовплив, взаємодопомога. Це означає, що кожний учасник взаємодії

проявляє активність у розв'язанні спільного завдання з відповідним коригуванням поведінки, врахуванням попереднього досвіду, активізацією власних здібностей і можливостей партнера [11].

На думку Дж. Тібо і Г. Келлі, будь-які міжособистісні взаємини є взаємодією та реальним обміном поведінковими реакціями в межах певної ситуації. При чому взаємодія продовжуватиметься за умови, що сторонам це вигідно, а оцінює вигідність взаємодії кожен учасник з позиції знаку і величини результату, який є сумою винагород і втрат внаслідок обміну діями [76]. Взаємодію необхідно розглядати як вихідний пункт для будь-якого соціально-психологічного аналізу, оскільки, як і відзначається низкою концепцій особистості, в ситуації взаємодії формується особистість. Сукупність безпосередніх взаємодій між людьми, які належать до певної соціальної групи, має назву міжособистісних стосунків. Характерною ознакою міжособистісних стосунків є їх емоційне забарвлення і взаємно значуща оцінка партнерів взаємодії, а вся система ставленнь однієї людини до іншої реалізується у *спілкуванні*. Специфіка спілкування визначається тим, що під час спілкування відбувається розкриття суб'єктивного внутрішнього світу людей, взаємний обмін діяльністю, задовольняється потреба людини в емоційному та інтимно-особистісному контакті, а також співробітництві. Результатом спілкування є налагодження стосунків з іншими людьми, формування соціальних груп та колективів, вироблення норм поведінки та правил взаємодії, в той же час здійснюється саморозкриття та загалом розвиток особистості. Отже, доцільно розглянути структуру та зміст визначення спілкування і з'ясувати його механізми [10].

Спілкування тісно пов'язане з діяльністю, оскільки, будь-яка форма спілкування виступає як форма спільної діяльності, тобто люди завжди спілкуються у процесі певної діяльності. Сутність спілкування полягає у взаємодії суб'єктів діяльності. Діяльність організовується за допомогою спілкування. Для реалізації спільної діяльності кожна людина, яка в неї включена, повинна розуміти мету, засоби і функції кожного окремого

учасника, про що можна лише домовитись завдяки спілкуванню [9]. Б. Ф. Ломов виділяє три основні функції спілкування: інформаційно-комінукативну, регулятивно-комунікативну й афективно-комунікативну. Перша функція спрямована на передачу та прийом інформації, друга – на регуляцію власної поведінки і налагодження спільних дій, а третя – впливає на емоційні стани людини, що дозволяє формувати міжособистісні стосунки [97]. Виходячи з названих функцій, Г. М. Андреєва розглядає спілкування як процес, що складається з трьох взаємопов'язаних компонентів – комунікативного, інтерактивного і перцептивного [10].

Комунікативна сторона спілкування, чи *комунікація* у вузькому сенсі слова, полягає в обміні інформацією. При чому комунікативний процес реалізовується за допомогою вербальних і невербальних знакових систем. До невербальної комунікації відноситься міжособистісний простір, візуальний контакт, експресивні реакцій, як, наприклад, міміка, пантоміміка, жести, інтонації голосу. Акт вербальної комунікації, тобто діалог, складається з промовляння (мовлення) та слухання. Ораторське мистецтво або риторика має предметом дослідження мовлення. У психології значну роль приділяють саме слуханню, оскільки, під час комунікативного процесу людина схильна більше зосереджується на власних словах, а тому з поля її уваги співрозмовник просто випадає, що призводить до втрати контакту й розриву комунікації [124].

Інтерактивна сторона спілкування полягає в організації спільних дій, що створює можливість для спільної діяльності групи. Найважливіша характеристика інтеракції – спільне прийняття та реалізація рішення. Одним із визначальних факторів, які регулюють взаємодію є взаємозв'язок. Це система, в якій дії однієї людини спричинюють певні дії інших осіб. М. М. Обозов виділяє наступні рівні взаємозв'язку між членами групи: ізольованість; рівень уявного взаємозв'язку, що існує у свідомості людини; рівень взаємозв'язку (присутність інших людей); рівень впливу та взаємовпливу (змагання або інструкція діяти спільно); рівень дійсного

взаємозв’язку, коли дії одного члена групи неможливі без попередньої або одночасної дії інших [120]. Одним із найважливіших факторів взаємовпливу у групі є згуртованість її членів, як додаткові – індивідуально-психологічні властивості членів групи та однорідність-різнорідність групи. На основі цих факторів формується сумісність та спрацьованість соціальної групи і створюється певний психологічний клімат. Сумісність – це ефект взаємодії людей, який характеризується максимальним задоволенням партнерів один одним за певних енергетичних витрат та значною взаємною ідентифікацією. Спрацьованість – це результат взаємодії конкретних учасників діяльності і, як наслідок, задоволеність змістом діяльності. Позитивна оцінка свого місця в системі стосунків та особистісних зв’язків формує почуття задоволеності собою та іншими й можлива лише за умови позитивного соціально-психологічного клімату у соціальній групі. При чому самооцінка, самопочуття та настрій є індикаторами змін соціально-психологічного клімату [121].

Перцептивна сторона спілкування означає процес сприйняття і пізнання один одного партнерами по спілкуванню та встановлення на цій основі взаєморозуміння. Інакше кажучи, це формування у людини образу іншої людини, тобто, передусім це пізнавальний процес. Якщо стратегія взаємодії визначається контекстом соціальної діяльності, то її тактика залежить від рівня *міжособистісного розуміння*. Взаєморозуміння може тлумачитись по-різному: або як розуміння цілей, мотивів, установок партнера по взаємодії, або як прийняття, поділення цих цілей, мотивів, установок. Однак і в тому, і в іншому випадках велике значення має той факт, як сприймається партнер по спілкуванню. Можна виділити дві стадії міжособистісного розуміння [21]. Перша – конкретно-чуттєве відображення, друга – абстрактно-логічне. На першій стадії людина сприймає зовнішні ознаки іншої людини – стать, вік, національність, тобто відбувається відображення зовнішності. Далі людина починає робити висновки про особистісні риси, які не виявляються безпосередньо, тобто особистісний

зміст іншої людини встановлюється шляхом інтерпретації елементів зовнішності, поведінки та діяльності. При чому процес такої інтерпретації має, як правило, оцінний характер. Образ іншої людини усвідомлюється як певне враження, вербалізується, на основі чого виникає судження як психологічна інтерпретація. О. О. Бодальов відзначив, що процес формування знань про іншу людину як особистість є процесом утворення узагальнень, які спираються на раніше сформовані узагальнення. Тобто, у процесі спілкування людина постійно звертається до свого минулого досвіду з метою створення певного уявлення про іншу людину, що призводить до спрощень, узагальнень та схематизацій, які можуть спричинити помилкове сприйняття іншої людини і, як наслідок, широке коло соціальних проблем [21, 22].

Уявлення про іншу людину тісно пов'язане з уявленням про себе. З одного боку, багатство уявлень про самого себе визначає і багатство уявлень про іншу людину, а з іншого боку, чим більш повно розкривається інша людина (в більшій кількості і більш глибоких характеристиках), тим повнішим стає і уявлення про самого себе. Уявлення про себе через уявлення про іншого формується обов'язково за умови, що цей "інший" існує не абстрактно, а в межах досить широкої соціальної діяльності, в яку включено взаємодію з ним [20]. Людина співвідносить себе з іншим не взагалі, а перш за все реалізує це співвіднесення в розробці спільних рішень. У процесі пізнання іншої людини одночасно здійснюється кілька процесів: і емоційна оцінка іншого, і спроба зрозуміти його вчинки, і заснована на цьому стратегія зміни його поведінки, і побудова стратегії своєї власної поведінки. Процес оцінки й прогнозу поведінки людини у процесі взаємодії та спілкування позначають поняттям *«каузальна атрибуція»* як інтерпретація необхідної суб'єкту інформації шляхом приписування партнеру по взаємодії можливих почуттів, причин і мотивів поведінки [76]. У кожної людини під час спілкування формуються певні вимоги до інших людей і конкретні еталони, що узагальнюють уявлення та оцінку інших

людей. Цей процес, як правило, є стихійним, неусвідомлюваним і відбувається під впливом соціуму. Явище приписування певної кількості рис іншій людині через віднесення за виділеними окремими рисами до відповідного класу або групи людей пояснюється фактом неусвідомлюваного структурування особистості й має назву стереотипізації.

На підставі дослідження явища каузальної атрибуції виділяють чотири основні засоби інтерпретації у процесі міжособистісного розуміння. Перший – аналітичний, коли певний елемент зовнішності приписується психологічній властивості. Другий – емоційний, коли особистісні властивості пов'язуються з естетичними особливостями зовнішності. Третій – перцептивно-асоціативний, коли людину наділяють властивостями іншої, зовнішньо схожої, людини. Четвертий – соціально-асоціативний, коли людині приписуються властивості того соціального типу, до якого вона віднесена на підставі сприйняття її зовнішності. У відображенні окремих елементів зовнішності й поведінки людини певні ознаки відбиваються ґрунтовно і точно, але деякі відбиваються докорінно помилково, при чому окремі ознаки взагалі не виявляються через зовнішність і поведінку [1]. Точність і об'єктивність відображення психічного образу іншої людини означає адекватність сприйняття іншого, яка забезпечується завдяки ідентифікації, рефлексії та емпатії особистості. *Ідентифікація* – самоототожнення особистості зі значущим іншим як зразком на основі емоційного зв'язку, а також процес формування власної ідентичності, індивідуальності. Розглядають первинну і вторинну ідентифікацію [24]. Первинна – самоототожнення дитини з батьками, вторинна – самоототожнення дитини старшого віку з іншими дорослими, які є батьками. Сутність цього явища полягає у засвоєнні норм поведінки, соціальних еталонів і стереотипів, які уніфікують взаємодію і полегшують спілкування у звичній соціальній групі [49]. Потреба в інтерпретації актуалізується під час спілкування з незнайомою людиною, коли аналоги поведінки відсутні й виникає потреба зрозуміти зміст поведінки іншого. Адекватність такого

розуміння буде залежати від сформованості ідентичності на вторинному рівні. У розумінні іншого великого значення набуває уява людини та її здатність представити себе на місці партнера по спілкуванню [24].

Мисленнєвий процес, спрямований на аналіз, розуміння, усвідомлення себе, власних дій, емоцій, почуттів, поведінки, намірів, станів, здібностей, спрямованості тощо має назву *рефлексії* [149]. При чому адекватність розуміння людиною себе забезпечує адекватність сприйняття та інтерпретації іншого. Зрозуміти іншу людину й пізнати її суб'єктивний світ допомагає співчуття, співпереживання та уміння сприйняти почуття іншої людини як власні [145]. Цей процес називають *емпатією*. Емпатійність властива всім людям. Однак розвиток емпатії залежить значною мірою від умов виховання та соціального оточення. Тобто, формуючи образ власного Я, дитина нерідко адресує вчинки собі так, як це робили стосовно неї дорослі. Розвиток здатності до співчуття та співпереживання у дитини дозволяє в майбутньому формувати у неї розширений репертуар ролей, ситуацій, міжособистісних стосунків. *Поведінковий репертуар* – це набір певних навичок поведінки, якими людина вже володіє і які вона може використовувати за власним бажанням у різноманітних ситуаціях. Це поняття прийшло в психологію від дресирувальників і найчастіше застосовується у поведінковій психології. [61]. Репертуар ролей особистості залежить від соціального й емоційного досвіду особистості, що у свою чергу впливає на загальне благополуччя дорослої особистості. Отже, феномени ідентифікації, рефлексії та емпатії забезпечують адекватність розуміння іншої людини, при чому широта й глибина знань про себе дозволяє зрозуміти зміст поведінки іншої людини, її мотиви, психологічні властивості, а також її суб'єктивний світ [150]. У контексті вищезазначеного доречним буде детальніше розглянути поняття «Я-концепція» і «Я-образ».

Я-концепція (англ. self-concept) – це система уявлень людини про саму себе, яка постійно розвивається і включає в себе усвідомлення власних фізичних, інтелектуальних, характерологічних та інших відмінностей,

самооцінку, а також суб'єктивне сприйняття зовнішніх факторів, які впливають на життя людини. Я-концепція є сукупністю установок, спрямованих на себе. Виділяють три компоненти Я-концепції [17]:

1) когнітивний – «Образ Я» (англ. self-image), тобто зміст уявлень про себе;

2) емоційно-ціннісний – система самооцінок, інакше кажучи, афективне ставлення до себе в цілому й до окремих сторін власної особистості, діяльності тощо;

3) поведінковий – характеризує прояв когнітивного й оцінного компонентів у поведінці, у тому числі в мовленні, висловлюваннях про себе.

Я-концепція – цілісне утворення, компоненти якого взаємопов'язані і можуть мати як усвідомлений, так і неусвідомлюваний характер. Компоненти Я-концепції описуються з точки зору змісту, диференційованості, складності, суб'єктивної значимості, внутрішньої цілісності й послідовності, стійкості, зокрема у часі, а також спадкоємності уявлень про себе. Р. Бернс представляє Я-концепцію у вигляді ієрархічної структури, в якій глобальне Я є вершиною, яка конкретизується в сукупності установок особистості щодо себе. За І. С. Коном, *образ «Я»* – це соціальна установка, ставлення особистості до себе, що включає три взаємозалежні компоненти: пізнавальний, емоційний та поведінковий [79].

Установки особистості мають різноманітні модальності:

1) реальне Я, тобто Я, яке, як людині здається, є насправді;

2) ідеальне Я, а саме Я, яке людина хотіла б мати, або Я, до якого вона прагне;

3) дзеркальне Я, себто, як Я людини, на її думку, бачать інші люди.

Кожна з модальностей включає ряд аспектів:фізичне Я; соціальне Я; мисленнєве Я; г) емоційне Я.

Я-концепцію розглядають також на різних рівнях активності людини – на рівні організму, соціального індивіда, а також особистості. Так, в залежності від рівня активності в Я-концепції виділяють [78]:

1) На рівні «організм-середовище» – фізичний Я-образ, який визначається потребою людини в фізичному благополуччі.

2) На рівні соціального індивіда – соціальні ідентичності людини: статева, вікова, етична, громадянська, соціально-рольова, пов'язані з потребою людини в приналежності до соціальних спільнот.

3) На рівні особистості – диференційований образ Я, що характеризується знанням про себе у порівнянні з іншими людьми і надає індивіду відчуття власної унікальності, а також забезпечує потреби в самовизначенні та самореалізації.

Також окремо виділяють «динамічне Я», тобто, як за уявленнями особистості розвивається і змінюється її Я. Виокремлюють також тріаду хронологічних Я: Я-минуле, Я-теперішнє та Я-майбутнє. Інакше кажучи, якою людина уявляє себе у майбутньому, якою була в минулому, а також як у часовому континуумі бачить власне Я у теперішньому часі. У лоні Я-концепції розглядається також «презентуюче Я», а саме «Я-маска», або те, як особистість демонструє власне Я соціальному оточенню, проте у психології широкої популярності теорія «презентуючого Я» не набула [168].

Важливою функцією Я-концепції є забезпечення внутрішньої узгодженості особистості, відносної стійкості її поведінки [208]. Я-концепція формується під впливом життєвого досвіду, стосунків з батьками, проте досить рано вона починає активно впливати на інтерпретацію життєвого досвіду, на цілі, які особистість ставить перед собою, на систему очікувань, прогнозів на майбутнє життя, оцінку досягнень, а тим самим – на власне становлення, розвиток, діяльність і поведінку [32]. Я-концепція є важливим показником особистостісного зростання, яку зокрема обумовлють міжособистісні стосунки на різних етапах життєдіяльності людини [208, 209].

Окремо слід виділити співвідношення реального Я з ідеальним, а також з дзеркальним Я. Зупинимося окремо на розбіжності реального Я з ідеальним, яка є важливим джерелом розвитку особисті та самооцінки (або

самооцінкових почуттів). Суттєва розбіжність реального Я з ідеальним Я може стати причиною міжособистісних конфліктів, негативних переживань і, як наслідок, комплексу неповноцінності. Високий рівень співпадіння реального Я з ідеальним вважається важливим показником психічного здоров'я за Р.Бернсом [17]. У класичній концепції уявлень про актуалізацію власного Я покладено в основу поняття самооцінки, яке визначається математичним відношенням реальних досягнень індивіда до його домагань. Тому людина, яка наближається за змістом до свого ідеального Я, має високу самооцінку, а людина, яка відчуває розрив між реальними досягненнями і прагненнями, відповідно, має низьку самооцінку.

Розглянемо поняття дзеркального Я (англ. mirror self; looking-glass self), що є центральним у теорії розвитку особистості американського соціолога Ч. Кулі. Цей вчений ще на початку XX століття в межах концепції соціального інтеракціонізму висунув ідею про те, що образ Я формується як результат засвоєння думок, міркувань та установок інших людей про окрему особистість. Важливо зауважити, що сучасні вчені відносять образ Я до структури Я-концепції. Наприклад, дитина засвоює знання про себе, зокрема знання про свій вік, стать, морфо-фізіологічні особливості тощо через батьків, тобто відбувається первинна ідентифікація дитини через засвоєння певних образів Я [217]. Дж. Мід продовжив ідею дзеркального формування образу Я, відзначаючи, що людина пізнає себе через узагальнену точку зору інших людей (соціальної групи), з якими вона взаємодіє і спілкується, а також у спільних видах діяльності, тобто завдяки дзеркальному Я відбувається вторинна ідентифікація з певною соціальною групою, зі значимими іншими людьми [225]. Автори «Великого психологічного словника» Б. Г. Мещеряков і В. П. Зінченко також зазначають, що терміном «дзеркальне Я» визначається сприйняття особистістю власного відображення у свідомості й поведінці інших людей [27]. Тобто, особистість диференціює власні уявлення про себе від своїх уявлень про те, як її особистість сприймається й оцінюється іншими людьми, а також, яке

враження вона справляє про себе. Важливо також зазначити, що інтеріоризація соціальних реакцій, як і відповідність реального Я ідеальному, є важливим елементом формування *самооцінки* і *самоставлення* особистості.

Самоставлення розглядається як специфічне емоційно-чуттєве утворення, що має складну структуру й відображає власне ставлення особистості стосовно самої себе [198]. Найбільш вагомий внесок у розробку проблеми самоставлення внесли Н. Сарджвеладзе, І. Чеснокова, В. Столін і С. Пантілєєв. Самоставлення – своєрідне ставлення особистості до власного «Я», яке виникає на основі знань про себе, може бути позитивним або негативним, адекватним або неадекватним та має афективний, поведінковий і регулятивний компоненти [173]. Глобальне або інтегральне самоставлення розуміється В.В. Століним як сума емоційних компонентів. При чому всі компоненти позитивного інтегрального самоставлення впливають на глобальне самоставлення незалежно один від одного, а отже, зниження одного з компонентів самоставлення не впливає на загальне самоставлення людини. Базові виміри самоставлення, такі як самоповага, аутосимпатія, ставлення інших і самоінтерес, виражають позитивне або негативне загальне самоставлення. За критерієм самоповаги фіксується оцінний компонент самоставлення, де порівнюються власні дії та вчинки з іншими людьми. Аутосимпатія пов’язана з привабливістю та непривабливістю самого себе та показує, наскільки власне Я подобається особистості, радше на чуттєвому, аніж когнітивному рівні. Критерій ставлення інших або самопринижения розкриває незадоволеність власним Я та неузгодженість конструкції власного Я. Самоінтерес визначає близькість людини до себе, зацікавленість власним внутрішнім світом. Також у структурі самоставлення виділяють такі компоненти, як очікування позитивного схвалення інших, ставлення до власних недоліків, здатність до самокерівництва та самопослідовності, а, отже, до раціональної організації власної поведінки, а також інтапунітивність, тобто схильність до самозвинувачення і, врешті,

саморозуміння, тобто здатність знаходити причини своїх вчинків і психічних станів [173]. Отже, ідентифікація особистості з соціальним середовищем, з яким людина взаємодіє, спілкується, співпрацює і, як наслідок, розвивається, дозволяє, завдяки розвинутій здатності до рефлексії та емпатії, створити комплексне та повноцінне знання про себе. Я-концепція та високий рівень позитивного самоставлення особистості, у свою чергу, дозволяє особистості застосовувати безліч знань про себе для адекватного розуміння іншої людини і, в результаті, представити власне Я соціальному оточенню відповідно до ситуації спільної діяльності.

Як наслідок підвищеної зацікавленості до вивчення способів демонстрації власної особистості й підтримання певного враження про себе в оточуючих існує декілька суміжних понять або синонімів самопрезентації, характеристика яких багато в чому ідентична визначенню самопрезентації. До них можна віднести саморекламу (О. М. Лебедєв-Любімов [90]), самоподачу (Г. В. Бороздіна [29], Ю. С. Крижанська [86]), самопред'явлення (І. П. Шкуратова [202]), самовираження (Р. Баумайстер [214], І. П. Шкуратова [202], А. Стейнхілбер [214]) тощо. В дослідженнях саморозкриття (Н. В. Амяга [5], Р. Вікланд [234, 235], О. В. Зінченко [63]) і самоставлення (О. М. Зімачова [62]) основний наголос зроблений на можливості виразити суб'єктивний світ особистості, а саме образ Я, думки, емоції, установки стосовно себе і навколишньої дійсності. Також досліджувався зв'язок самопрезентації з певним видом комунікації, наприклад, зв'язок самопрезентації у віртуальній реальності з особливостями ідентичності підлітків (О. П. Белінська, А. Є. Жичкіна [16]). Окремої уваги заслуговують дослідження особливостей навчання навичкам самопрезентації та оцінки її успішності (Ю.М. Жуков [57]), а також дослідження успішності самопрезентації під час публічного виступу (О.М. Михайлова [109]), дослідження самопрезентації як дискусійної стратегії в інтернет-спілкуванні (П. М. Данейко, [45]), дослідження самопрезентації як фактора формування враження про комунікатора і реципієнта (О.А. Соколова-Бауш [169]),

дослідження самопрезентації як засобу створення позитивного іміджу особистості (О.М. Капустюк [69]).

З огляду на те, що перша серйозна наукова праця, присвячена проблемі самопрезентації, була представлена американським соціологом І. Гоффманом [219], і розглядалась у межах соціальної драматургії, а в подальшому час від часу вивчалась точково в межах інших соціально-психологічних досліджень, можна констатувати, що структуроване, комплексне й ґрунтовне знання про психологічний процес самопрезентації відсутній [58, 88]. При чому це досить дивна ситуація, адже самопрезентація присутня у всіх аспектах взаємодії людей, тому спроби хоч якось описати феномен самопрезентації все ж наявні у різноманітних психологічних напрямах і школах. Так, у процесі теоретичних і емпіричних досліджень проблем комунікації, взаємодії, співробітництва різні автори пропонують власні, часто суперечливі, визначення самопрезентації особистості. Низку таких визначень ми спробували узагальнено представити у вигляді своєрідної таблиці.

Таблиця 1

Визначення поняття самопрезентації особистості

Визначення самопрезентації	**Автор**
Засіб організації власної поведінки людиною, яка не усвідомлює цей процес і є пасивною у виборі засобів самопрезентації. Це процес виконання соціальних ролей упродовж усього життя.	І. Гоффман [39]
Засіб ствердження образу власного «Я» і підтримання самооцінки. Це усвідомлюваний або неусвідомлюваний, залежно від ситуації, процес, який виконується активним суб'єктом.	М. Вейголд, Р. Ковальські, М. Лірі і Б. Шленкер [224]
Поведінка людини, спрямована на створення сприятливого враження, або враження, що відповідає ідеалу тих, на кого справляємо враження і на самого себе. Це також засіб підтримання завищеної самооцінки.	Д. Майерс [102]
Це саморозкриття особистості в міжособистісному спілкуванні через демонстрацію власних думок, характеру тощо. Тобто це засіб самовираження особистості.	Р. Баумайстер, А. Стейнхілбер [214]

Поведінкова реалізація мотивації досягнення (самопрезентація усвідомлюється і є адекватною ситуації) або уникнення невдач (самопрезентація не усвідомлюється і є неадекватною ситуації).	Р. Аркін і А. Шутц [213, 229]
Це не лише управління особистістю враженням про себе, але і засіб отримання знання про себе.	В. О. Лабунська [52]
Це процес, який визначається певною мотивацією, має усвідомлювану мету і включає в себе різноманітні засоби самопрезентації особистості на рівні окремих операцій.	Н. О. Федорова [183]
Це процес управління особистістю сприйняттям реципієнта шляхом цілеспрямованого управління увагою до таких особливостей свого зовнішнього вигляду, своєї поведінки, ситуації, які включають механізм позитивного соціального сприйняття.	Г. В. Бороздіна [29]
Успішна самопрезентація – результат навмисної демонстративної поведінки комунікатора, спрямованої на створення потрібного враження у реципієнта. Оцінкою успішності є контроль враження у реципієнта про особистість.	Ю. М. Жуков [57]
Це засіб усунення когнітивного дисонансу між окремими установками особистості, неусвідомлюваних спотворенням думок інших про себе або цілеспрямований вибір партнерів спілкування, які дають бажану оцінку поведінки.	Ф. Хайдер, Л. Фестингер [184]
Це набір певних стратегій поведінки: прагнення сподобатись, самореклама, залякування, пояснення прикладом і благання. Комунікатор усвідомлено або не усвідомлено обирає ту чи іншу стратегію поведінки відповідно до суб'єктивної оцінки ситуації.	І. Джонс, Т. Пітман. [221]
Навмисна, усвідомлювана поведінка, спрямована на створення враження про себе у інших.	О. В. Соколова-Бауш [169]
Прийом аргументації під час дискусії; визначається як усвідомлений образ учасника дискусії, що створюється у процесі спілкування.	Д. Бос, Р. Майер [30]

Таким чином, узагальнюючи наведені визначення, можна констатувати, що самопрезентація особистості завжди відбувається під час процесу спілкування та взаємодії між людьми і пов'язана з управлінням сприйняттям навколишнього соціуму завдяки привернення і утриманню уваги об'єкта самопрезентації. Цей процес може бути як усвідомлюваним,

так і неусвідомлюваним. Як правило, самопрезентація здійснюється задля реалізації певної мотивації, задоволення потреб та досягнення цілей особистості. При цьому потреби, мотиви та цілі можуть бути суто індивідуальними, а можуть нав’язуватись ззовні тим середовищем, в якому людина знаходиться. Таким чином, **самопрезентація особистості – 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.**

В результаті тривалого вивчення проблеми самопрезентації особистості українська дослідниця О. М. Капустюк відзначила, що самопрезентація не обмежується актами пред’явлення свого поверхневого, зовнішнього Я, а включає до свого змісту внутрішні аспекти Я [69]. У процесі самопрезентації людина управляє враженнями оточуючих людей про себе і таким чином створює певне ставлення до себе. Якщо засоби самопрезентації є виваженими, послідовними та носять постійний характер, то відбувається формування репутації особистості. Внаслідок самопрезентації суб’єкт отримує зворотній зв’язок від соціуму щодо власної поведінки. Реакція соціального оточення викликає негативну або позитивну емоційну реакцію людини. Кількість негативних або позитивних реакцій певною мірою визначає та підтримує самооцінку особистості. Разом з емоційною реакцією на зворотній зв'язок соціуму відбувається формування та коригування власного образу «Я» і Я-концепції [177]. Отже, 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 зображено на рис. 1.1.

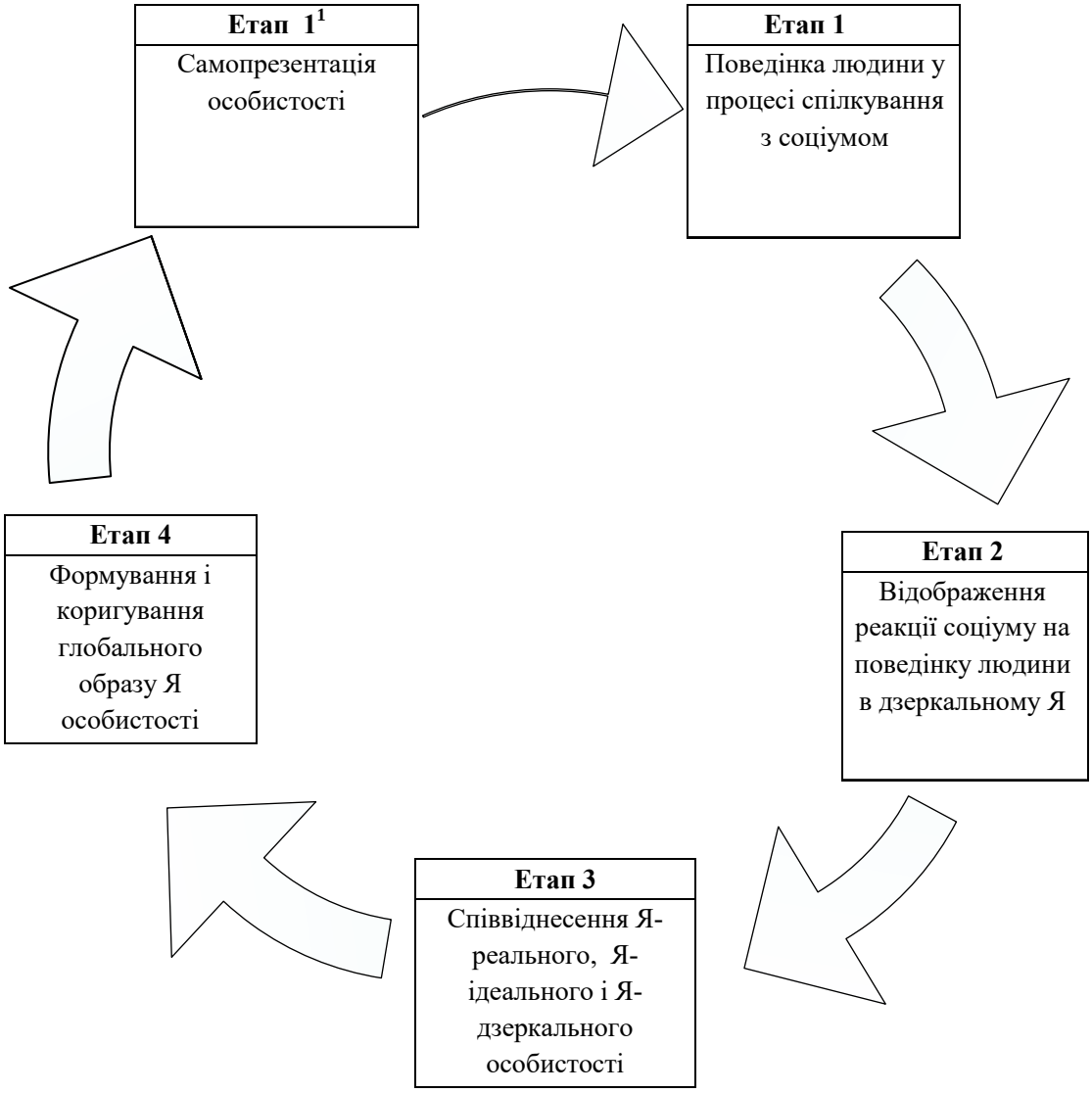

Рис. 1.1. Модель формування самопрезентації особистості в онтогенезі

В цій моделі відображено процес формування самопрезентації особистості в онтогенезі. На першому етапі людина певним чином поводить себе у процесі спілкування з соціумом. Далі відбувається відображення реакції соціуму на поведінку людини в дзеркальному Я [28]. 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 і коригується образ Я і Я-концепція особистості, що у подальшому впливає на наступну самопрезентацію.

Наприклад, зразу після народження дитина включається у процес безпосереднього емоційного спілкування з найближчим соціальним оточенням. Як результат взаємодії з дорослим у дитини формується так званий «комплекс пожвавлення» – зорове зосередження на обличчі дорослого, пожвавлений рух ручками і ніжками, голосова реакція у відповідь на ласкаві слова і усмішку. При чому найінтенсивніші та найяскравіші позитивні емоції немовляти викликає посмішка дорослого. За умови позитивного відображення реакції найближчого оточення у дитини формується відкритість і довіра до світу, а відтак – новий поведінковий сценарій [206].

Переходи від одного етапу до іншого відбуваються завдяки таким механізмам як первинна і вторинна ідентифікація, рефлексія та емпатія. 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 і полегшує спілкування та взаємне пізнання. З розвитком в особистості 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 відгугу – необхідний компонент спілкування та специфічний засіб пізнання людини людиною і власне самопізнання. Тобто емпатія емоційно збагачує самопрезентацію особистості, що забезпечує підвищення якості спілкування і 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 [100].

Сучасний німецький вчений, соціальний психолог, експерт комунікативної психології Фрідеманн Шульц фон Тун зазначає, що самопрезентація або саморозкриття особистості є однією з чотирьох ключових сторін спілкування та пов'язана з низкою проблем трансляції послань самопрезентації [204]. Автор виділяє чотири сторони спілкування, що створюють так званий «комунікативний квадрат», який власне включає самопрезентацію, фактичний зміст повідомлення, емоційне ставлення і заклик. Відправник повідомлення (комунікатор) завжди стикається з питанням стосовно того, як подати себе відповідно змісту повідомлення, ставлення один до одного і заклику, або того, до чого відправник прагне спонукати одержувача повідомлення (реципієнта). Як правило, комунікатор не замислюється над самопрезентацією або саморозкриттям з усіх сторін спілкування, що призводить до неправильного тлумачення змісту повідомлення, ставлення, яке має емоційне забарвлення, і заклику. Долати комунікативні проблеми Ф. фон Тун пропонує завдяки декільком технікам, суть яких зводиться до трьох етапів комунікації: уміння подивитись на комунікацію очима співрозмовника; уміння зрозуміти позицію співрозмовника; уміння продовжити комунікацію з урахуванням потреб реципієнта, тобто одержувача повідомлення, у відповідності з власними потребами [204].

Процес самопрезентації починається з формування першого враження. На перших етапах спілкування і взаємодії значну роль відіграють різні узагальнені схеми, стереотипи сприйняття вчинків і почуттів іншої людини. У цій ситуації об'єкт сприймається як носій певної ролі, ставиться задача наділення об'єкта певними ознаками, на основі яких може бути побудовано первинний контакт. У ситуації формування першого враження про людину виникає ряд ефектів, які зумовлюють особливості сприйняття суб'єкта об'єктом самопрезентації. У процесі тривалого спілкування відносини між

людьми стають індивідуальними, які важко певним чином схематизувати і дослідити [163]. А тому виникає особлива потреба досліджувати самопрезентацію в межах соціальної групи, у якій суб'єкт самопрезентації постійно спілкується, взаємодіє, співпрацює, де у нього сформовані тривалі міжособистісні стосунки.

Таким чином, ми визначили сутність поняття самопрезентації у контексті феноменів «особистість», «самоставлення», «Я-концепція», «Я-образ» «взаємодія», «спілкування», «соціальна перцепція». У результаті чого визначили самопрезентацію як 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. Однак це визначення ще не дає відповіді на питання ефективності самопрезентації, що й буде представлено у наступному підрозділі.

1.2 Сутність та рівні ефективності самопрезентації особистості

Поняття ефективної самопрезентації є новим та мало розробленим у психології. У науковій літературі з проблеми самопрезентації частіше зустрічається вивчення успішної самопрезентації, яке, як правило, пов'язане з умінням особистості продемонструвати потрібний, тобто заданий, спосіб поведінки. Так, Ю. М. Жуков провів експериментальне дослідження успішності самопрезентації в умовах публічного виступу, в якому він намагався з'ясувати умови та чинники успішного управління враженням про себе [56]. Під успішністю самопрезентації вчений розумів результат навмисної демонстративної поведінки комунікатора, спрямованої на створення потрібного враження у реципієнта. Оцінка успішності здійснювалась внаслідок контролю за враженнями у реципієнта.

У межах цього дослідження учасникам пропонувалось не просто виступити перед аудиторією, а справити на аудиторію раніше задане враження, тобто дослідник давав завдання створити конкретне враження.

Гіпотеза дослідження полягала у тому, що чим краще комунікатор може програвати певну роль, тим успішніша його самопрезентація. Спектр запропонованих вражень був представлений трьома позиціями (за П. М. Єршовим) – зверху, на рівних і знизу [54]. В результаті емпіричного дослідження представників різних соціальних груп дорослого віку Ю. М. Жуков вивів характерні для кожної позиції елементи [57]:

«Позиція зверху» – підборіддя спрямоване вгору; спокійне та впевнене мовлення; поблажливість, почуття переваги; чіткі жести, дещо нахилений вперед, директивна манера поведінки.

«Позиція на рівних» – впевнене мовлення, міміка, пантоміміка; впевнена і природна поведінка; погляд спрямований на співбесідника; посмішка. Найбільш впевненими комунікаторами є люди, що мають достатньо гнучку поведінку, тобто вміють повести себе по різному в залежності від ситуації.

«Позиція знизу» – невпевненість і скупість мовлення та жестів; сутулість; тихий, незрозумілий голос; погляд спрямований донизу; нервозність, метушливість.

Таким чином, Ю. М. Жуков припустив, що успішність самопрезентації залежить від гнучкості управління враженням про себе, змінюючи типи позицій (зверху, на рівних і знизу) відносно обставин.

О. В. Михайлова, спираючись на дослідження П. М. Єршова [53] і Ю. М. Жукова[56], провела власне вивчення самопрезентації під час публічного виступу. Вона виділяє дві основні техніки самопрезентації, які визначаються способами організації своєї поведінки: 1) суб’єкт обирає образ самопрезентації і реалізує його на основі власного життєвого досвіду; 2) суб’єкт додає до своєї поведінки окремі елементи успішної самопрезентації, які, на думку дослідниці, можна взяти з образу, який демонструє значима для людини особа з реального життя, або персонаж з книги, фільму тощо [106].

Дослідження успішності самопрезентації О.А. Соколової-Бауш також було побудоване на основі заданих параметрів поведінки, які одна частина досліджуваних повинна була демонструвати, а інша – оцінювати. Суть дослідження полягала у програванні ситуації співбесіди, під час якої потрібно було показувати три моделі поведінки: відкриту і доброзичливу, стриману і формальну, а також поведінку, яка віддзеркалює поведінку представника компанії. Результати дослідження показали, що найкращі оцінки отримали досліджувані, які демонстрували саме третю модель поведінки. Після чого О.А. Соколова-Бауш провела ще ряд досліджень, які показали, що успішність самопрезентації залежить від того, наскільки суб'єкт здатен продемонструвати і віддзеркалити поведінку, та навіть дихання об'єкта самопрезентації [169]. Таким чином, дослідження самопрезентації обмежуються інструментальністю, технічністю і певною поверхневістю, адже залишається багато запитань, як, зокрема, то які ж особливості успішної самопрезентації особистості у міжособистісних стосунках у межах соціальної групи, як то сім'я, професійний колектив, шкільний клас, або студентська група? Як співвідноситься ефективна самопрезентація під час публічного виступу перед вже знайомою групою людей із типовою самопрезентацією, яку щодня проявляє людина?

Насамперед, пропонуємо розглянути визначення ефективності. Так, у тлумачному словнику української мови ефективний (від лат. *effectivus* – дієвий, творчий) – той, який приводить до потрібних результатів, наслідків, дає найбільший ефект, а ефективність – це результат, наслідок будь-яких причин, сил, дій [35]. Тобто, **ефективну самопрезентацію можна визначити 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.** Для дослідження ефективності самопрезентації недостатньо вивчати психологічні особливості окремої

людини, адже її уявлення про те, наскільки успішною є її вміння взаємодіяти, спілкуватися, управляти враженням про себе тощо є необ'єктивним. Більше того, виходячи з визначення ефективної самопрезентації не достатньо дослідити уміння продемонструвати заданий, або потрібний образ поведінки, або віддзеркалити поведінку об'єкта самопрезентації, адже це не відображає сутність ефективної самопрезентації особистості. Звідси зрозуміло, що вивчення ефективної самопрезентації неможливе без опитування найближчого соціального оточення щодо самопрезентації суб'єкта.

Можна констатувати, що різноманітні психологічні концепції досить широко описують інструменти самопрезентації – стратегії й тактики, які можуть використовуватись як свідомо, так і неусвідомлено, а також можуть застосовуватись природно, або штучно. Починаючи з теорії соціальної драматургії І.Гоффмана і закінчуючи сучасними дослідженнями самопрезентації, підтверджується той факт, що будь-які інструменти мають буди адекватними ситуації. Отже, доцільно розглянути інструменти самопрезентації, починаючи з її видів.

Виділяють два основних *види самопрезентації* – природну і штучну [194]. Природна самопрезентація властива всім людям без виключення. Процес природної самопрезентації можна описати як неусвідомлювану, неконтрольовану презентацію себе навколишньому соціальному середовищу. Основна особливість природної самопрезентації – це те, що людина не може свідомо контролювати і коригувати процес самопрезентації. Під час спілкування та взаємодії як з однолітками, так і з дорослими людьми дитина демонструє себе безпосередньо і природно, використовуючи певні правила поведінки, які встановлюються дорослими. Варто зазначити, що саме встановлені дорослими правила і норми поведінки, особливо в незнайомих ситуаціях, регулюють самопрезентацію дитини. Далі, у процесі соціалізації, спілкуючись і взаємодіючи з іншими дітьми й дорослими людьми, дитина починає засвоювати певні шаблони

поведінки та намагається себе презентувати відповідно до соціальної ситуації. Таким чином з'являється так звана штучна самопрезентація [215].

Основною метою штучної самопрезентації є свідоме створення бажаного образу Я у сприйнятті навколишнього соціального середовища. Інакше кажучи, людина вибудовує певний алгоритм дій відповідно до ситуації спілкування і взаємодії. Тобто, основною властивістю штучної самопрезентації є те, що людина до неї готується. Штучна самопрезентація, як правило, корисна для публічного виступу, співбесіди, у професійному житті під час нарад, ділових зустрічей тощо. Проте постійний контроль і коригування самопрезентації перенапружує людину і вона швидко стомлюється. Важливо зазначити, що більшість інструментальних теорій схиляється до того, що успішна самопрезентація залежить від ступеня продуманості, підготовленості, а отже, штучності [193].

Окремо виділяють позитивну і негативну самопрезентацію особистості. Позитивна самопрезентація спрямована на створення позитивного образу «Я», а негативна – негативного образу «Я» у сприйнятті навколишнього середовища. Причому, як позитивна, так і негативна самопрезентація може бути успішною. Створення певної лінії поведінки залежить від цілей особистості. Тобто, у процесі взаємодії і спілкування людина здатна впливати на поведінку оточення у відповідності зі своїми цілями, створюючи як негативний, так і позитивний образ Я [106]. Для вивчення ефективності самопрезентації потрібно розрізняти типову самопрезентацію, яку людина проявляє у певній соціальній групі, а також ситуативну самопрезентацію, наприклад, під час публічного виступу або співбесіди, коли людині особливо важливо створити гарне враження про себе. Можна припустити, що типова самопрезентація часто є природною, неусвідомленою, а відтак завчасно не підготовленою. Ситуативна самопрезентація, наприклад, під час публічного виступу або співбесіди, як правило, є штучною, підготовленою, а тому усвідомлюваною [107].

Переходячи до розгляду стратегій і тактик самопрезентації доцільно визначити сутність цих понять. Отже, стратегія – загальний, недеталізований план певної діяльності, який охоплює тривалий період, спосіб досягнення складної мети. Тактика – сукупність засобів і прийомів, спрямованих на досягнення короткострокової мети. Таким чином, можемо визначити, що *стратегія самопрезентації* – це загальна система поведінки особистості, яка реалізується у взаємодії та спілкуванні й охоплює тривалий період. *Тактика самопрезентації* – це сукупність поведінкових засобів і прийомів, спрямованих на досягнення короткострокової мети у взаємодії та спілкуванні з людьми [35].

Зокрема, О. В. Михайлова в результаті емпіричного дослідження виводить три образи самопрезентації – набори певних характеристик, які визначають поведінку особистості в різних ситуаціях та за різних обставин, при чому вибір того чи іншого набору часто здійснюється інтуїтивно, несвідомо [109]:

1. «Модель» – певний реальний суб'єкт, якого хотілося б наслідувати в тому чи іншому аспекті поведінки.
2. Соціальний образ, наприклад «керівник», «вчителька», «продавець», який відображає стереотипне уявлення про виконання соціальної ролі.
3. Художній образ – персонаж відомого художнього твору кінофільму, мультфільму тощо.

На думку О. В. Михайлової, якщо людина визначає декілька образів своєї поведінки та вміє варіювати ними, то вона може досягти значних успіхів у сприйнятті себе іншими людьми, тобто ефективніше керує враженням про себе. Отже, вчена описує саме стратегію самопрезентації особистості. При чому таких стратегій самопрезентації є декілька залежно від соціальних ролей, що виконує людина у процесі життєдіяльності.

У результаті емпіричного дослідження українська дослідниця О. М. Капустюк виділяє три складові самопрезентації – особистісну,

пластичну й експоновану, якими зумовлюється обрання особистістю відповідної стратегії – пізнавальної, адаптивної і самозахисної. Виокремлені стратегії самопрезентації визначають вибір відповідних тактик самопрезентації у різноманітних ситуаціях [68].

Ґрунтовним дослідженням тактик самопрезентації займались І. Джонс та Т. Пітманю. У результаті чого вони виділили п’ять основних тактик, які були сформовані авторами на основі припущення, що самопрезентація походить від потреби розширювати і підтримувати вплив у міжособистісних стосунках, тобто у прагненні до досягнення влади [221]:

1) Прагнення сподобатись (ingratiating). Ця тактика пов’язана зі спробою особистості представити себе привабливою в очах іншого. На думку авторів, якщо людина обрала дану тактику самопрезентації, їй необхідно приховувати реальну мету своєї активності, що пов’язано зі способами реалізації «прагнення сподобатись». Перший спосіб – погоджуватись з тим, що висловлює об’єкт; другий – хвалити особистість об’єкта; третій – проявляти прихильність до особистості, якій потрібно сподобатись. При чому, використовуючи першу стратегію важливо розуміти, що спостерігач в такій ситуації помічає свідомий вплив на об’єкт самопрезентації. Відтак людина, яка прагне сподобатись формує позитивне враження у об’єкта самопрезентації, але разом із цим може втратити свої позиції в очах спостерігача.

2) Самореклама, або самопросування (self-promotion). Друга тактика дещо схожа на першу з тією різницею, що в даному разі людина намагається виглядати компетентною, а не привабливою. Метою самореклами або самопросування є заслужити повагу об’єкта самопрезентації.

3) Залякування (intimidation). Третя тактика полягає у тому, щоб переконати об’єкт самопрезентації у тому, що суб’єкт самопрезентації є потенційно небезпечним і може бути причиною великих неприємностей. Звичайно, подібна поведінка є грубою і може засуджуватись суспільством,

тому таку техніку слід використовувати лише за наявності серйозних причин і відповідності такої тактики самій ситуації самопрезентації.

4) Пояснення прикладом (exemplification). Використовуючи четверту тактику, людина демонструє значимість власної особистості. Мета використання тактики «пояснення прикладом» – переконати об'єкт самопрезентації в тому, що суб'єкт самопрезентації може слугувати прикладом, скажімо, високоморальної або високоінтелектуальної поведінки. Однак, в такому разі досить легко може розкритись справжня особистість суб'єкта самопрезентації, відтак мета не буде досягнута.

5) Благання (supplication). П'ята тактика полягає в демонстрації слабкості і залежності. На думку авторів, ця тактика є досить успішною, оскільки в західній культурі широко розповсюджена така норма поведінки, як турбота про того, хто цього потребує. У підтвердження цієї позиції можемо звернутися до автобіографії Б. Франкліна, у якій автор виокремив і описав прохання про допомогу як ефективний інструмент для формування позитивних взаємостосунків між людьми [190]. При чому така тактика поведінки широко описується в бізнес-літературі та застосовується успішними в західноєвропейському і американському розумінні людьми.

Окремо І. Джонс та Т. Пітман виділяють тактику, яку з англійської мови можна перекласти як самоперешкоджання (self-handicapping). Суть цієї тактики полягає у тому, що суб'єкт самопрезентації декларує неможливість досягнення цілі через певні складнощі, обставини, відсутність потрібних ресурсів тощо. Така поведінка дає дві вигоди. По-перше, в ситуації успіху самоперешкоджання підсилює досягнення комунікатора. По-друге, в ситуації невдачі комунікатор забезпечує собі виправдання. Звідси випливає, що така тактика самопрезентації підсилює цінність успіху суб'єкта самопрезентації і послаблює поразку [221]. Дещо схожими є техніки самопрезентації, представлені Р. Чалдіні [216]. Перша – «гріючись у променях слави» (basking in reflected glory) – полягає у використанні чужого успіху для демонстрації власної успішності. Наприклад, цю техніку часто

використовують в маркетингу, коли на рекламі певних товарів з'являється відомий актор або співак. Щось подібне відбувається і серед людей, коли біля успішної особистості, яка досягла певних соціальних і матеріальних благ з'являється безліч «друзів» і «приятелів», які намагаються отримати власну вигоду «у променях слави» іншого.

Друга техніка за Р. Чалдіні – псування (blasting), тобто свідоме перебільшення недоліків чогось або когось для підвищення власного статусу в очах соціального оточення. Така тактика також дуже часто застосовується в рекламі і маркетингу, але варто розуміти, що запозичили її з міжособистісних стосунків. Так, наприклад, у школі часто глузують над дітьми з вадами зовнішності, невстигаючими або дітьми з малозабезпечених родин, що не мають можливості одягатись як більшість однолітків [195]. Схожа позиція у А. Адлера, який пояснює самопрезентацію прагненням переваги над іншими [2].

Усі техніки самопрезентації умовно розділяють на вербальні й невербальні. До невербальних технік відносять зовнішній вигляд, одяг, манеру триматися, поставу тощо. Вербальні техніки самопрезентації можуть бути непрямими, як, наприклад, використання інформації про інших людей, і прямими. Пряма техніка самопрезентації – це самоописи через особистісні і соціорольові характеристики, через дії і захоплення, а також через історії про своє життя [180].

Ще один спосіб організувати свою поведінку – визначити характерні риси успішної самопрезентації і створити свою самопрезентацію як суму обраних якостей. До цієї групи відносяться техніки самоподачі, описані Г. В. Бороздіною [19]: самоподача переваг – це виділення зовнішніх якостей переваги суб'єкта самопрезентації в одязі, мові, поведінці; самоподача привабливості – підкреслення зовнішніх даних одягом, прикрасами тощо; самоподача ставлення – демонстрація партнеру ставлення до нього; самоподача стану і причин поведінки – це привернення уваги до тієї причини власних дій, яка здається партнеру найбільш прийнятною.

Ю. С. Крижанська і В. П. Третьяков використовують поняття самоподачі як засіб управління враженням інших [86]. Вони додають до перерахованих Г. В. Бороздіною варіантів самоподачі ще один – самоподача актуального стану. Підсумовуючи описані стратегії і тактики самопрезентації можемо констатувати, *що у кожної людини існує певний репертуар самопрезентаційної поведінки з різноманітними стратегіями і тактиками, які вона використовує відповідно до ситуації та власних психологічних особливостей*.

Зрештою, важливим питанням теоретичного дослідження проблеми самопрезентації і подальшого емпіричного дослідження є виділення рівнів її ефективності. Так, у першу чергу варто визначити показники ефективності самопрезентації. З огляду на те, що самопрезентація – це процес, який завжди здійснюється під час взаємодії та спілкування між людьми, то для визначення того чи ефективною була самопрезентація чи ні, потрібно звернутися за зворотнім зв'язком до візаві, або соціального оточення, яке виступило об'єктом самопрезентації. Тобто для того, щоб зрозуміти наскільки успішною була самопрезентація, потрібно з'ясувати враження соціального оточення на самопрезентацію з різних сторін спілкування – комунікативної, інтерактивної і перцептивної та співвіднести з метою самопрезентації. З комунікативного боку слід встановити чи зрозумілою була інформація, яку прагнув донести комунікатор; з інтерактивного – чи вдалося суб'єкту сформувати поле спільних дій; з перцептивного – чи відбулося порозуміння між комунікатором і реципієнтом. Інакше кажучи, якщо людина не змогла донести суть комунікації, або їй не вдалось побудувати ефективну взаємодію, або виникло певне непорозуміння між об'єктом і суб'єктом самопрезентації, то можна констатувати неефективність власне самопрезентації.

З огляду на те, що наукові дані про критерії або параметри, які можуть використовуватись для визначення успішності самопрезентації, відсутні, пропонуємо запозичити з математики *критерій про необхідність і*

достатність умов (з англ. necessary and sufficient conditions). Так, необхідною умовою є властивість об’єкта, яка визначає істинність твердження, а достатньою – показник об’єкта, який може визначати істинність твердження [185]. Наприклад, пропонуємо розглянути твердження: «Хлопець отримує стипендію». У цьому твердженні необхідною умовою є те, що хлопець навчається у навчальному закладі, а достатньою – хлопець навчається без трійок. Отже, для вирішення нашого завдання необхідно визначити, що для ефективної самопрезентації є необхідною умовою, в що – достатньою. Очевидно, що самопрезентація не може здійснюватись поза ситуацією взаємодії та спілкування. Відтак необхідною умовою ефективної самопрезентації є наявність об’єкта самопрезентації, з яким відбувається процес взаємодії і спілкування. Звідси можемо припустити, що достатньою умовою ефективної самопрезентації є певний зворотній зв'язок об’єкта самопрезентації. А отже, постає наступне завдання вимірювання зворотного зв’язку об’єкта самопрезентації. Після ретельного вивчення й аналізу діагностичних методів, які могли б допомогти у вирішенні завдання комплексного дослідження ефективної самопрезентації особистості, ми дійшли висновку, що з існуючих методик жодна не може вирішити це питання. Проте самим доцільним методом дослідження міжособистісних стосунків є запропонована Я. Морено соціометрія [113]. Головна мета цього методу полягає у дослідженні внутрішніх групових зв’язків та ієрархії в малих соціальних групах, як, наприклад, академічна група студентів певного навчального закладу. Суть методу – дослідження виборів, які зробили члени групи. Проте соціометрія як метод дослідження структури групи не має прямих зв’язків з самопрезентацією особистості. Окрім цього значущим елементом дослідження самопрезентації є вивчення не лише кількості виборів, а і якісний аналіз цих виборів. Отже, соціометричний метод цікавий з точки зору дослідження виборів в малій соціальній групі, в якій суб’єкт самопрезентації взаємодіє і спілкується, але не є вичерпним з точки зору якісного аналізу даних. Тому, для розв’язання

питання дослідження ефективної самопрезентації необхідно створити опитувальники, які ґрунтовно зможуть дослідити типову і ситуативну самопрезентацію. До цього завдання повернемось у наступних розділах дисертаційного дослідження. Повертаючись до визначення достатньої умови ефективності самопрезентації, пропонуємо сформулювати її як *кількість виборів суб'єкта самопрезентації у соціальній групі щодо типової і ситуативної самопрезентації.*

Виходячи з достатньої умови самопрезентації особистості можемо виділити три рівні ефективної самопрезентації – *ефективна, з достатнім рівнем ефективності та неефективна*. Так, на рівні ефективної самопрезентації людина використовує всі стратегії й тактики, якими можна скористатися для створення бажаного образу Я у сприйнятті соціального оточення. На достатньому рівні самопрезентації людина використовує ті стратегії й тактики, яких вистачає, щоб створити бажаний образ Я у сприйнятті соціального оточення. Відповідно на рівні неефективної самопрезентації людина або недостатньо використовує, або взагалі не використовує стратегії і тактики, якими потрібно було б скористатися для створення бажаного образу Я у сприйнятті конкретного соціального оточення. Незважаючи не те, що виділення рівнів самопрезентації нібито підтверджує її інструментальність, проте виникає безліч питань щодо психологічних умов, у яких здійснюється вибір певних видів, стратегій і тактик самопрезентації, а також загальної психологічної характеристики людей з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією.

1.3 Класифікація умов формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів

Перш ніж розглянути психологічні умови формування ефективної самопрезентації, слід визначити поняття умови взагалі. Так, у

філософському словнику «умова» визначається як категорія, в якій відображено універсальні відношення речі до тих факторів, завдяки яким вона виникає й існує [185]. Тобто, умови складають середовище, в якому виникає, існує й розвивається те чи інше явище або процес. Поза цим середовищем вони існувати не можуть. Умова – необхідна обставина, яка робить можливим здійснення, створення, утворення чого-небудь або сприяє чомусь. Це особливості реальної дійсності, при яких відбувається або здійснюється що-небудь, а також правила, які існують або встановлені в тій чи іншій галузі життя, діяльності, які забезпечують нормальну роботу чого-небудь. У психології під «умовою» розуміють сукупність явищ зовнішнього та внутрішнього середовища, що ймовірно впливають на розвиток або формування конкретного психічного явища [32].

Як зазначав Г. С. Костюк, розвиток – безперервний процес, що виявляється у кількісних змінах людської істоти, тобто збільшення одних ознак і зменшення інших ознак (фізичних, фізіологічних, психічних тощо). Однак він не зводиться до кількісних змін, до зростання того, що вже є, а включає «перерви безперервності», тобто якісні зміни. Кількісні зміни зумовлюють виникнення нових якостей, тобто ознак, властивостей, які утворюються в ході самого розвитку і зникнення старих» [84]. Розвиток – це специфічний процес змін, результатом якого є виникнення якісного нового, поступальний процес сходження від нижчого до вищого, від простого до складного [186].

Розвиток особистості включений у діяльність та управляється системою мотивів [59]. При чому діяльнісно-опосередкований тип взаємовідносин з референтною групою або з собою є визначальним чинником розвитку. У загальному значенні розвиток особистості визначається як процес і як результат входження людини в нове соціокультурне середовище. Виділяють три фази становлення особистості в новій соціальній групі (спільності). Перша фаза – адаптація, яка передбачає засвоєння діючих цінностей, норм, оволодіння відповідними засобами і

формами діяльності, тим самим до деякої міри уподібнення людини іншим членам цієї спільності. Друга фаза – індивідуалізація, яка утворюється внаслідок загострення протиріччя між необхідністю «бути таким, як усі» і прагненням особистості до максимальної персоналізації. Третя фаза – інтеграція, яка визначається протиріччям між прагненням індивіда бути ідеально представленим своїми особливостями і відмінностями в спільності та потребою спільності прийняти, схвалити і культивувати лише ті його особливості, які сприяють її розвитку і тим самим розвитку його самого як особистості. В разі якщо суперечність не усунена, настає дезінтеграція і, як наслідок, або ізоляції особистості, або її витіснення зі спільноти, або деградація з поверненням на більш ранні стадії її розвитку [85].

Якщо людині не вдається подолати труднощі адаптації до нової соціальної спільноти, у неї виникають якості конформізму, залежності, неповноцінності і боязкості з відповідними проявами цих якостей у поведінці, а відтак і у самопрезентації. Якщо ж на етапі індивідуалізації референтна група не прийняла індивідуально-психологічні особливості людини, то в поведінці і відповідно самопрезентації у людини проявляється негативізм, агресивність, підозрілість і брехливість. Успішне подолання фази інтеграції призводить до формування у людини специфічних якостей, які притаманні конкретній спільноті [205]. Так, наприклад, у високорозвинутій спільності у людини формуються і проявляються такі якості поведінки як гуманність, довіра, справедливість, вимогливість до себе, впевненість у собі тощо, а в низькорозвинутій спільноті, навпаки – жорстокість, недовіра, поблажливість до себе, невпевненість у собі тощо. У зв'язку з тим, що ситуація адаптації, індивідуалізації, інтеграції при послідовному або паралельному входженні індивіда в різні групи багаторазово відтворюється, відповідні особистісні новоутворення закріплюються, унаслідок чого складається стійка структура особистості [87, 210].

Формування особистості – це складний процес становлення людини як особистості, який відбувається в результаті розвитку і виховання; цілеспрямований процес соціалізації особистості, що характеризується завершеністю [26]. Хоча про завершеність цього процесу можна говорити лише умовно. Формування здібностей – це процес, в результаті якого відбувається успішне оволодіння і успішне виконання одного або декількох видів діяльності. У межах проблеми формування певних умінь і навичок виникає питання їхньої природності або набутості. Так, Б. Г. Ананьєв [7, 8], Б. М. Тєплов [174] вважають, що різного роду здібності формуються в результаті унікальної комбінації природних задатків людини. Проте О. М. Леонтьєв характеризує здібності особистості як сформовані внаслідок засвоєння людиною соціального досвіду [92]. Тобто формування здібностей відбувається у процесі засвоєння тих видів діяльності, для здійснення яких ці здібності необхідні. Але якщо набуття знань, умінь і навичок – це прямий результат навчальної діяльності, то формування певних здібностей при існуючих формах навчання виступають його непрямим, побічним результатом. О. М. Леонтьєвим була поставлена задача створення «педагогіки здібностей». Труднощі її розв'язання полягають у відсутності чітких знань про психологічну природу здібностей і закономірності їх формування [92].

Загалом психічний розвиток людини, формування особистості й необхідних здібностей є біологічно і соціально зумовленим процесом. Людина розвивається і як біологічна істота, і як член людського суспільства. За даними Г. С. Костюка, онтогенез людського організму визначається біологічною спадковістю, онтогенез особистості – соціальною спадковістю [85]. Джерелом генетичної спадковості є генетичний апарат людини, що сформувався внаслідок біологічної еволюції і визначає розвиток організму. Сукупність культурних та історичних досягнень людства представлена соціальною спадковістю. Сучасна психологічна наука констатує, що в онтогенезі психіки людини існує єдність біологічних і

соціальних умов. При чому визначальними у розвитку особистості все ж є соціальні умови, проте розвиток особистості є неможливим без біологічних передумов. Генотип людини визначає анатомо-фізіологічну структуру організму, його морфологічні й фізіологічні ознаки, будову нервової системи, стать тощо, а також визначає динамічні властивості нервових процесів, безумовно-рефлекторні мозкові зв'язки, з якими народжується немовля і які регулюють перші акти поведінки. Між тим надбання суспільства не фіксуються і не передаються на генетичному рівні, а передаються через спілкування, трудову діяльність, взаємодію, виховання, навчання. Таким чином, тільки шляхом соціалізації індивіда здійснюється його розвиток як особистості [148].

На думку Г. С. Костюка, процесу формування особистості властива єдність зовнішніх і внутрішніх умов [84]. С. Л. Рубінштейн запропонував формулу детермінації, за якою зовнішні умови, а саме природне і суспільне середовище, впливають на процес розвитку через внутрішні умови, тобто через внутрішній світ самої людини [160]. Так, зовнішнє, об'єктивне, соціальне, стає внутрішнім, суб'єктивним, психічним, що і визначає ставлення людини до зовнішнього світу. У своїх працях Ж. Піаже [128], Л. С. Виготский [39] і П. Я. Гальперін [40] запропонували спеціальний механізм інтеріоризації, який власне і визначає таке перетворення, суть якого полягає у впровадженні зовнішніх практичних дій у внутрішні розумові дії. Протилежний процес екстеріоризації забезпечує перехід внутрішнього психічного життя людини у зовні виражену форму свого існування.

Співвідношення зовнішнього і внутрішнього, об'єктивного і суб'єктивного, соціального і психічного змінюється на різних етапах розвитку особистості і набуває індивідуально-психологічних особливостей. При чому суперечності між зовнішнім і внутрішнім є джерелом розвитку і спонукають людину до активності, спрямованої на їх подолання. Внутрішні

суперечності переживаються особистістю як невдоволення собою і є спонукою активного прагнення до самовдосконалення [103].

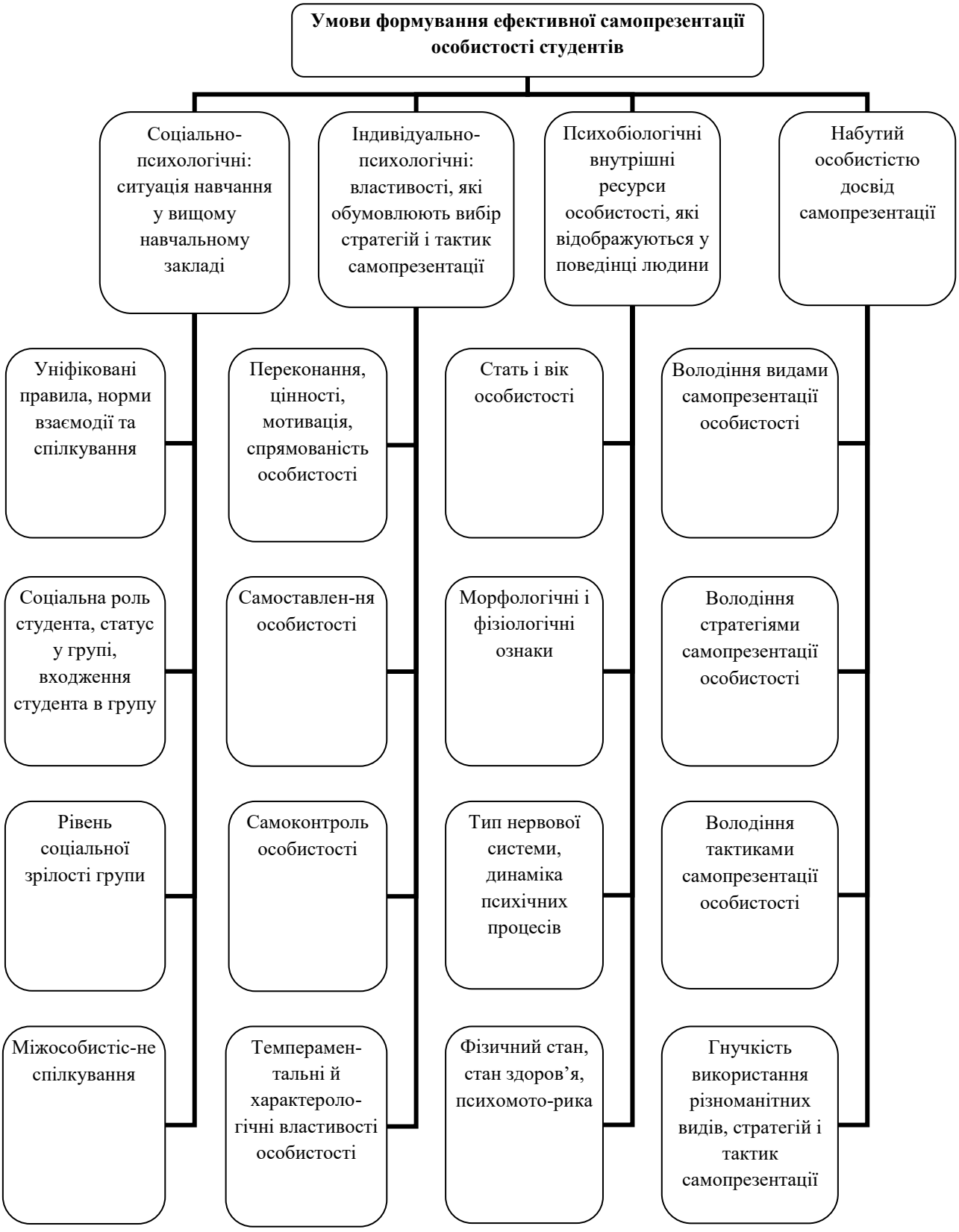

Рис. 1.2. Теоретична модель психологічних умов формування ефективної самопрезентації особистості

Соціальні умови життя кожного разу висувають нові вимоги до поведінки й діяльності особистості на кожному етапі її життєвого шляху. Крізь ці умови заломлюються біологічні та психологічні особливості і зміни, які також виникають на кожному етапі онтогенезу. Починаючи з підліткового віку і впродовж усього життя важливими психологічними умовами розвитку особистості є самоспостереження, самопізнання, ставлення до себе (у тому числі самооцінка), саморегуляція діяльності і поведінки, а також мотиваційно-ціннісна підструктура особистості [147].

Отже, можемо виділити **чотири ключові умови** формування ефективної самопрезентації, які представлені на рис. 1.2:

1) Соціально-психологічні;

2) Індивідуально-психологічні;

3) Психобіологічні;

4) Набутий особистістю досвід самопрезентації.

Слід зазначити, що вік є важливим показником, який визначає особливості, а відтак і характеристику, перелічених психологічних умов формування ефективної самопрезентації. Таким чином, вибірку нашого дослідження склали майбутні психологи, тобто студенти вищого навчального закладу віком від 17 до 24 років. А тому опис психологічних умов формування ефективної самопрезентації необхідно здійснювати, відштовхуючись від особливостей *переходу до юності та юнацького віку* (за цілісною системою періодизації розвитку особистості впродовж усього життя, яку запропонували українські психологи В. Ф. Моргун і Н. Ю. Ткачова [111]). Відповідно до досліджуваного вікового періоду розвитку особистості можемо виділити наступні особливості: суттєва перебудова особистості, пов’язана зі змінами в житті молодої людини, перехід від пізнання світу до його перетворення, від більш або менш автономного існування в сім’ї до самостійного творення себе, до самоствердження власного Я, завершення перехідного стану від дитинства до дорослості, до практичної професійної діяльності. Соціальна ситуація

розвитку – «поріг дорослого життя». Провідна діяльність – навчальна професійна, в ході якої здійснюється конкретне професійне самовизначення і початок трудової діяльності, а також особистісне самовизначення, яке реалізується через міжособистісне спілкування і встановлення дружніх стосунків [37, 150].

Базуючись на вище означеному, ми розглядаємо **соціально-психологічні умови** формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів в ситуації навчання у вищому навчальному закладі, де адміністрацією університету та викладачами встановлюються правила і норми взаємодії та спілкування між студентами, між студентами і викладачами, між студентами і адміністрацією. Вищий навчальний заклад – основний соціальний інститут, що забезпечує навчально-виховний процес стосовно студентства. Виховне середовище – співтовариство, що сприяє збагаченню змісту й форм виховання, поєднанню власної активності особистості з організацією різних видів діяльності [31]. Загалом студентство (від лат. studens – той, хто наполегливо працює, займається) – це соціально-професійна група, провідною функцією якої є набуття відповідних знань та вмінь з обраної професії, а також навичок самостійної творчої діяльності [89]. Соціальна роль студента характеризується приналежністю до академічної групи та активним засвоєнням функцій майбутнього фахівця. За А. Лутошкіним та Л. Уманським існує декілька рівнів соціальної зрілості групи [98, 182]. По-перше, це організаційна єдність групи, тобто узгоджена взаємодія і взаємодопомога членів групи, їх прагнення до співробітництва. По-друге, психологічна єдність, а саме загальний настрій, тон групи, який створює ефект захищеності для кожного її члена, різновидами якої є інтелектуальна, емоційна, вольова єдність. Відповідно, соціальна зрілість групи визначається здатністю знаходити спільну мову, судження і висновки, загальною атмосферою стосунків, дружелюбністю, взаємною толерантністю до недоліків, здатністю членів групи долати перешкоди, наполегливо

просуватися до мети, мобілізувати сили у важкі моменти, стримуватися в інтересах групи [87].

У разі невдалого перебігу етапу адаптації студента як члена групи у його поведінці взагалі, та під час самопрезентації зокрема, може спостерігатися конформність, безініціативність, зниження самооцінки [50]. Якщо академічна група не приймає індивідуальні особливості студента, виникає негативізм, агресивність, підозрілість, неадекватно завищена самооцінка. В ситуації відсутності інтеграції-студента в академічну групу є можливість альтернативного самовизначення в асоціальній групі, а відтак відторгнення академічною групою [36].

Ще однією характеристикою соціально-психологічної умови формування ефективної самопрезентації студентів-психологів є міжособистісне спілкування з одногрупниками. На ефективність комунікації між студентами впливають: соціально-психологічний клімат у студентській групі, рівень потреби у спілкуванні, притаманний групі стиль спілкування, можливість задоволення пізнавальних і комунікативних потреб студентів, ступінь залежності особистості від групи. Існує декілька установок студента на спілкування – позитивне, негативне та амбівалентне [215]. Позитивна установка характеризується відкритістю і доброзичливістю, негативна – насторогою, байдужістю, егоїзмом, відстороненістю. При чому установки студента на спілкування, як правило, залежать від інтегрованості в академічну групу [134]. На шляху становлення майбутнього психолога як професіонала, тобто процесу поетапного розвитку і реалізації, важливими аспектами окрім соціальних умов є активність суб'єкта, його індивідуально-психологічні й біологічні властивості [133].

Переходячи до **індивідуально-психологічної умови** формування ефективної самопрезентації майбутнього психолога, слід зазначити, що це психологічні особливості, які обумовлюють вибір певних стратегій і тактик самопрезентації, завдяки яким створюється бажаний образ Я у сприйнятті соціального середовища. Основою для створення репертуару

самопрезентаційної поведінки, який, як і загалом поведінковий репертуар, є унікальна психологічна структура особистості з індивідуальними темпераментальними та характерологічними властивостями, а також мотивацією і мотивами. Тобто, людина презентує себе відповідно до власних переконань, цінностей, мотивації, спрямованості. На власне самопрезентацію впливає Я-концепція особистості, зокрема співвідношення Я-реального, Я-дзеркального і Я-ідеального, що виражається глобальним самоставленням особистості. Зміст Я-концепції студента складає система уявлень студента про себе як особистість і суб'єкта навчально-професійної діяльності [192].

Юнацький вік та молодість характеризується як час пошуків себе, вироблення індивідуальності, усвідомлення себе як дорослої людини з відповідними правами та обов’язками, формування планів на майбутнє життя, вибором місця роботи і, можливо, подружньої пари [155]. Власне самопрезентація студента визначається його внутрішнім світом, який активно взаємодіє із зовнішнім середовищем, що впливає на мотиваційно-ціннісну систему його особистості, самопізнання, емоційно-ціннісне ставлення до себе тощо.

У взаємодії з соціальним середовищем студент повинен виступати в різноманітних ролях [167]. З кожної конкретної взаємодії молода людина формує певний образ Я у всій складності й суперечливості. У процесі самоаналізу і самопізнання окремих образів Я відбувається формування узагальненого образу Я. Переживання, пов’язані з усвідомленням своїх особливостей, своєї цінності, місця в колективні, ставлення інших людей, є активним внутрішнім чинником процесу інтеграції емоційно ціннісного ставлення до себе, в результаті чого людина певним чином обирає ті чи інші інструменти самопрезентації, які є адекватними ситуації або ні [146].

Знання про себе та емоційно-ціннісне ставлення до себе включається до регуляції і контролю поведінки, що безумовно пов’язано із загальним розвитком вольової сфери особистості. Так само як самопізнання

особистості залежить від розвитку розумової діяльності, а емоційно-ціннісне ставлення пов'язане з розвитком усієї емоційної сфери особистості студента. Провідним механізмом саморегуляції і самоконтролю є самооцінка особистості. Самооцінка включається до структури мотивації, визначає спрямованість саморегулювання, впливає на результат поведінки, а тому й самопрезентації. Тобто, регуляція поведінки залежить від адекватності, стійкості й глибини самооцінки [187].

Третьою умовою формування ефективної самопрезентації студентів-психологів є **психобіологічні показники** як то вік, стать, морфологічні і фізіологічні ознаки, тип нервової системи, динаміка психічних процесів, психомоторика, фізичний стан, стан здоров'я тощо.

Психобіологічна умова ефективної самопрезентації щонайліпше проявляється у контексті подачі студентом фізичного образу Я соціальному оточенню [220]. Існує декілька підходів до вивчення Я як фізичного образу. Наприклад, один з них описує фізичний образ Я як своєрідне сховище, яке має певним чином визначені межі і пов'язується з виникненням почуття цілісності власного тіла, чіткості і конкретності його кордонів. Інший підхід відносить фізичний образ Я до зовнішності людини, який має емоційний, що виражається у ставленні до свого тіла, і когнітивний, себто наскільки точно людина сприймає своє тіло в цілому чи окремі його частини, компоненти. Ще один підхід розглядає фізичний образ Я як носія певних символічних значень, наприклад, людина наділяє окремі частини тіла певним змістом, як то надлишкова вага нібито свідчить про доброзичливість і добру вдачу [228]. Як бачимо, ці підходи ґрунтуються на функціях тіла і засвідчують суб'єктивність людини у ставленні і представленні власного тіла. Причому ряд досліджень (С. Журард, Р. Секорд) показали високу кореляцію між задоволеністю тілом і задоволеністю власною особистістю [222, 223]. Певно, що мова йде скоріш про самоприйняття взагалі і прийняття власного тіла зокрема, проте біологічні особливості людини обумовлюють морфо-

фізіологічні особливості, що у свою чергу має вплив на фізичний образ Я і візуальну самоподачу [159].

Набутий особистістю досвід самопрезентації включає володіння видами, стратегіями і тактиками самопрезентації, а також гнучкість використання різноманітних видів, стратегій і тактик відповідно до ситуації взаємодії, спілкування. Розширення поведінкового репертуару здійснюється завдяки механізмам ідентифікації, рефлексії та емпатії в ситуації взаємодії та спілкуваннях з найближчим соціальним оточенням, зокрема з академічною групою[207]. Важливого значення у набутті досвіду самопрезентації є прагнення студента до саморозвитку [99]. У процесі засвоєння необхідних для майбутньої професійної діяльності знань і навичок, студенти починають презентувати себе як фахівців психологічної галузі. Завдяки практичним та індивідуальним дослідницьким завданням у студентів-психологів формується професійний образ Я, що безпосередньо впливає на подачу себе [64].

Отже, ми виділили ключові умови формування ефективної самопрезентації майбутнього психолога – *соціально-психологічну, індивідуально-психологічну, біопсихологічну та набутий особистістю досвід самопрезентації.*

Висновки до розділу 1

На основі теоретичного аналізу літературних джерел визначено поняття самопрезентації, ефективної самопрезентації, виділено рівні ефективності самопрезентації та обгрунтовано чотири психологічні умови ефективної самопрезентації майбутніх психологів, які спрямовують емпіричне вивчення й аналіз досліджуваної проблеми. Сутність поняття самопрезентації була визначена у контексті феноменів «особистість», «самоставлення», «Я-концепція», «Я-образ» «взаємодія», «спілкування», «соціальна перцепція». Під самопрезентацією ми розуміємо 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.

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. При чому у кожної людини існує певний репертуар самопрезентаційної поведінки з різноманітними стратегіями і тактиками, які вона використовує відповідно до ситуації і власних психологічних особливостей. Оскільки самопрезентація не може реалізуватись поза соціальним контекстом, необхідною умовою самопрезентації є наявність об’єкта самопрезентації. Достатньою умовою ефективної самопрезентації є зворотній зв'язок об’єкта, який полягає у кількості і якості виборів суб’єкта самопрезентації у соціальній групі щодо типової і ситуативної самопрезентації. Таким чином, ми виділили три рівня самопрезентації – ефективна, з достатнім рівнем ефективності і неефективна самопрезентація.

Виділено чотири психологічні умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів – *соціально-психологічні, індивідуально-психологічні, психобіологічні* та *набутий особистістю досвід самопрезентації.* До соціально-психологічної групи віднесено: уніфіковані правила і норми взаємодії та спілкування у вищому навчальному закладі, соціальну роль студента, статус у групі, входження студента в групу (адаптація, індивідуалізація, інтеграція), рівень соціальної зрілості групи (організаційна та психологічна єдність), міжособистісне спілкування (неформальні правила і традиції, групові цінності, психологічний клімат). До індивідуально-психологічних умов віднесено: переконання, цінності, мотивацію та спрямованість особистості; самоставлення (систему уявлень студента про себе як особистість і суб’єкт навчально-професійної діяльності); самоконтроль особистості у співвідношенні до вимог ситуації

соціальної взаємодії і спілкування; темпераментальні і характерологічні властивості особистості. До біопсихологічних умов формування ефективної самопрезентації особистості студента ми віднесли: стать і вік особистості; морфологічні і фізіологічні ознаки; тип нервової системи і динаміку психічних процесів; фізичний стан і стан здоров'я. Володіння видами, стратегіями і техніками самопрезентації, а також гнучкість їх використання відповідно до ситуації взаємодії та спілкування визначає четверту умову – набутий особистістю досвід самопрезентації.

Зміст першого розділу відображено у наступних публікаціях:

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. 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.

3. 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.

4. 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.

РОЗДІЛ 2
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕФЕКТИВНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МАЙБУТНІХ ПСИХЛОГІВ

У розділі 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.

2.1 Методичні засади емпіричного дослідження

Теоретичне обґрунтування проблеми ефективності самопрезентації дозволило побудувати програму емпіричного дослідження ефективності самопрезентації майбутніх психологів; особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію; а також стратегій і тактик самопрезентації особистості. Подальша систематизація та класифікація одержаних даних виступає джерелом отримання принципово нового знання та обумовлює постановку перспективних дослідницьких завдань.

В межах дисертаційного дослідження варто зосередитись на ретельному дослідженні сукупності внутрішніх умов ефективної самопрезентації майбутніх психологів, адже ґрунтовний аналіз концепції самопрезентації дозволив з’ясувати глибинну суть цього поняття і те, що формальним і поверховим заучуванням та підбором необхідних технік неможливо ефективно презентувати свою особистість під час взаємодії і спілкування.

Оскільки в межах одного дослідження неможливо вивчити повний спектр всіх складових, ми обрали окремі показники, які на нашу думку, змістовно відображають психологічні умови ефективності самопрезентації

майбутніх психологів. На основі аналізу літературних джерел нами було виділено декілька складових, від яких може залежати ефективність самопрезентації: мотивація, цінності, спрямованість особистості, емоційна спрямованість, самоставлення, самоконтроль, стратегії і техніки самопрезентації.

Емпіричним дослідженням, яке проводилось упродовж 2010-2015 років, було охоплено 254 студенти спеціальностей «Практична психологія» та «Психологія» першого – четвертого років навчання на базі Інституту людини Київського університету імені Бориса Грінченка. 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).

В пакет психодіагностичних методик увійшли:

- Методика «Мотивація до успіху» Т. Елерса [51],
- Методика «Мотивація уникнення невдач» Т. Елерса [51].
- Методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча [14].
- Методика визначення структури емоційної спрямованості на основі кваліфікації Б. І. Додонова за В.А. Семиченко [46].
- Методика «Орієнтаційна анкета» Б. Басса [14].
- Опитувальник «Самоставлення» В. В. Століна, С. Р. Пантилеєва [167].
- Методика «Рівень суб'єктивного контролю (РСК)» (модифікація шкали Дж. Роттера Е. Ф. Бажіна, С. А. Голикіної, А. М. Еткінда [51]).
- Методика «Самомоніторинг» М. Снайдера [199].
- Методика «Шкала тактик самопрезентації» С. Дж. Лі та Б. М. Квінглі в адаптації О. А. Пікульової [199].
- Опитувальник типової самопрезентаційної поведінки в соціальній групі;
- Опитувальник ефективності публічного виступу або ситуативної самопрезентації.

Стимульний матеріал методик та опитувальники подаються у додатку А «Вивчення особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію особистості»; додатку Б «Вивчення тактик самопрезентації особистості»; додатку В «Вивчення ефективності самопрезентації особистості». Оскільки всі досліджувані вільно володіють українською і російською мовами, текст методик пропонувався мовою джерела. Орієнтовна тривалість опитування 1,5 – 2 години. Інструкції до стимульного матеріалу пропонувались таким чином, щоб уникнути зайвої інформації про методику, ключ або мету опитування.

2.1.1 Опис методик вивчення особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію особистості

До методик, спрямованих на вивчення особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію особистості увійшли:

1. Методика «Мотивація до успіху» Т. Елерса;
2. Методика «Мотивація уникнення невдач» Т. Елерса;
3. Методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча;
4. Методика визначення структури емоційної спрямованості на основі кваліфікації Б. І. Додонова за В.А. Семиченко;
5. Методика «Орієнтаційна анкета» Б. Басса;
6. Опитувальник «Самоставлення» В. В. Століна, С. Р. Пантилеєва.
7. Методика «Рівень суб'єктивного контролю (РСК)» (модифікація шкали Дж. Роттера Е. Ф. Бажіна, С. А. Голикіної, А. М. Еткінда).

Методика Т. Елерса «Мотивація до успіху» спрямована на визначення рівня мотивації до успіху особистості. Цей особистісний опитувальник містить 41 питання, з яких 32 робочих і 9 маскувальних питань. Питання в опитувальнику закриті, потрібно обрати один з двох варіантів – «так» або «ні». В методиці «Мотивація до успіху» виділяється чотири рівні мотивації: низький, середній, помірно високий і дуже високий. Стимульний матеріал

дослідження міститься у додатку А (Методика 1). Текст опитування за цією методикою пропонувався українською мовою.

Методика «Мотивація уникнення невдач» Т. Елерса навпаки спрямована на визначення сили мотивації до уникнення невдач та схильності до захистів. Методика містить 30 описів якостей особистості, кожен з яких містить 3 якості. За кожне співпадіння з ключем зараховується 1 бал. Також виділяється чотири рівні від найнижчого до найвищого. Стимульний матеріал дослідження міститься у додатку А (Методика 2). Текст опитування за цією методикою пропонувався українською мовою.

Методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокича спрямована на виявлення змісту спрямованості особистості. Ціннісні орієнтації складають ядро її мотивації, життєвої концепції і відображають ставлення людини до себе, навколишнього світу та інших людей [212]. Запропонована методика заснована на прямому ранжуванні списку цінностей. М. Рокич розрізняє два класи цінностей: перший включає цінності, важливі для життя людини в цілому, кінцеві цілі індивідуального існування особистості, другий клас становлять цінності, що обираються людиною в будь-якій життєвій ситуації. Цей поділ відповідає традиційному поділу на цінності-цілі і цінності-засоби. Тобто для самостійного аналізу пропонується два списки цінностей: А (перший клас – цінності-цілі) і Б (другий клас – цінності-засоби). На основі заповнення анкети можна зробити висновок про ціннісно-смислову сферу особистості і співставити її зі списками інших цінностей досліджуваних. Отже, М. Рокич виділяє термінальні й інструментальні цінності. В кожній групі по 18 тверджень-цінностей. Досліджуваний повинен проранжувати цінності від найважливішої до найменш важливої в кожній групі. Для співставлення результатів цієї методики з іншими методиками ми перевели отримані ранги цінностей в бали. Таким чином, перший ранг отримав 17 балів, другий – 16 балів, третій – 15 балів і т. д. Останній, 18-й ранг отримав 0 балів, а передостанній 17-й – 1 бал. Саме шкала від 0 до 17 балів є правильною з точки зору зручності обробки даних і подальшої якісної

інтерпретації та презентації даних, де 0 – це завжди точка перетину осей координат. Стимульний матеріал дослідження міститься у додатку А (Методика 3). Текст опитування за цією методикою пропонувався російською мовою.

Методика визначення структури емоційної спрямованості на основі класифікації Б. І. Додонова за В. А. Семиченко була використана для визначення особливостей емоційної спрямованості досліджуваних студентів. За допомогою цієї методики можна визначити наступні емоції: 1) альтруїстичні (виникають на основі потреби допомагати), 2) комунікативні (виникають на основі потреби у спілкуванні), 3) глоричні (пов'язані з потребами у самоствердженні), 4) праксичні (викликаються успішною або неуспішною діяльністю), 5) пугнічні (виникають від потреби у подоланні небезпеки, на основі чого пізніше виникає інтерес до боротьби), 6) романтичні (прагнення до всього незвичайного, потаємного), 7) акізитивні (пов'язані з інтересом до накопичення), 8) гедоністичні (пов'язані із задоволенням потреби у тілесному і душевному комфорті), 9) гностичні (інтелектуальні почуття), 10) естетичні (відображаються у потребі людини бути в гармонії з оточуючим світом).

Досліджуваним пропонувалося 10 текстів, які описують позитивні емоційні переживання, тобто кожному тексту відповідає певний вид емоцій. Суть методики полягає в ранжуванні текстів. Так, на перше місце необхідно поставити найбільш приємний текст, який відображає ті емоції, які досліджуваний частіше за все бажає переживати, а на останнє, навпаки, ті емоції, які найменше із запропонованих досліджуваний прагне переживати. Стимульний матеріал методики міститься у додатку А (методика 4). Текст опитування за цією методикою пропонувався російською мовою. Для співставлення з результатами інших методик, ми, як і у випадку з методикою дослідження ціннісних орієнтацій, перевели ранги в бали. Отже, першому рангу ми присвоїли 9 балів, другому – 8 балів, третьому – 7 балів,

четвертому – 6 балів, п’ятому – 5 балів, шостому – 4 бали, сьомому – 3 бали, восьмому – 2 бали, дев’ятому – 1 бал і десятому – 0 балів.

Для визначення особистісної спрямованості було використано методику «Орієнтаційна анкета» Б. Басса. Методика складається з 27 пунктів-суджень, на кожне з яких можливі три варіанти відповідей, що відповідають трьом видам спрямованості особистості. Досліджуваному пропонується обрати одну відповідь, яка найбільшою мірою виражає його думку або відповідає реальності, і ще одну, яка, навпаки, найбільш далека від його думки або ж найменш відповідає реальності. Відповідь "найбільше" отримує 2 бали, "найменше" – 0, залишається невибраною – 1бал. Бали, набрані за всіма 27 пунктами, додаються для кожного виду спрямованості окремо. Таким чином, 45 – 57 балів – високий рівень вираженості спрямованості, 35-44 балів – помірно високий рівень вираженості, 25-35 – середній рівень вираженості, нижче 24 балів – спрямованість не виражена.

За допомогою методики виявляються наступні спрямованості:

1. Спрямованість на себе (Я) – орієнтація на пряму винагороду і задоволення, агресивність у досягненні статусу, владність, схильність до суперництва, дратівливість, тривожність, інтравертованість.

2. Спрямованість на спілкування (С) – прагнення за будь-яких умов підтримувати відносини з людьми, орієнтація на спільну діяльність, але часто на шкоду виконанню конкретних завдань або наданню щирої допомоги людям, орієнтація на соціальне схвалення, залежність від групи, потреба в прихильності і емоційних стосунках з людьми.

3. Спрямованість на справу (Сп) – зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконання роботи якнайкраще, орієнтація на ділову співпрацю, здатність відстоювати в інтересах справи власну думку, яка корисна для досягнення спільної мети.

Стимульний матеріал методики міститься у додатку А (методика 5). Текст опитування за цією методикою пропонувався російською мовою.

Опитувальник «Самоставлення» В. В. Століна, С. Р. Пантилеєва, який

складається з 57 тверджень і має за мету дослідити структуру самоставлення майбутніх психологів. Дослідниками виділяється 12 шкал: інтегральне позитивне самоставлення або глобальне почуття «за» чи «проти» власного «Я»; самоповага, аутосимпатія, очікуване ставлення інших; самоінтерес; самовпевненість; ставлення інших; самоприйняття; самокерівництво; самозвинувачення; саморозуміння. Самоставлення – специфічне ставлення особистості до власного «Я», яке виникає на основі знань про себе, може бути позитивним або негативним, адекватним або неадекватним і має афективний, поведінковий і регулятивний компоненти. Глобальне самоставлення розуміється В. В. Століним як сума емоційних компонентів. При чому всі компоненти позитивного інтегрального самоставлення впливають на глобальне самоставлення незалежно один від одного, а отже, зменшення одного з компонентів самоставлення не впливає на загальне самоставлення людини. Базові виміри самоставлення (самоповага, аутосимпатія, ставлення інших і самоінтерес) виражають позитивне або негативне інтегральне самоставлення. За шкалою самоповаги фіксується оцінний компонент самоставлення, де порівнюються власні дії та вчинки з оцінками інших людей. Аутосимпатія пов’язана з привабливістю та непривабливістю самого себе. Шкала ставлення інших або самопринижения виявляє незадоволеність та неузгодженість власного Я. Самоінтерес визначає близькість людини до себе, зацікавленість власним внутрішнім світом. Допоміжні шкали дають можливість з’ясувати особливості таких структурних компонентів самоставлення як: очікування позитивного схвалення інших; ставлення до власних недоліків, зокрема самоприйняття; здатність до самокерівництва і самопослідовності, а отже до раціональної організації власної поведінки; інтапунітивність, тобто схильність до самозвинувачення; саморозуміння – здатність знаходити причини своїх вчинків і психічних станів.

Таким чином, опитувальник включає наступні шкали: S – вимірює інтегральне позитивне самоставлення; шкала I – самоповага; шкала II –

аутосимпатія; шкала III – очікуване ставлення від інших; шкала IV – самоінтерес.

Опитувальник містить також сім шкал спрямованих на вимірювання вираженості установки на ті чи інші внутрішні дії стосовно «Я» досліджуваного: шкала 1 – самовпевненість; шкала 2 – ставлення інших; шкала 3 – самоприйняття; шкала 4 – самокерівництво; шкала 5 – самозвинувачення; шкала 6 – самоінтерес; шкала 7 – саморозуміння.

Інтегральне позитивне самоставлення – внутрішньо недиференційоване почуття «за» і «проти» самого себе. Самоповага – шкала з 15 пунктів, де об'єднано твердження, що стосуються «внутрішньої послідовності», «саморозуміння», «самовпевненості». Мова йде про той аспект самоставлення, який емоційно й змістовно об'єднує віру в свої сили, здібності, енергію, самостійність, оцінку своїх можливостей, розуміння самого себе. Аутосимпатія – шкала з 16 пунктів, що об'єднує пункти, в яких відображається дружність-ворожість стосовно власного «Я». У шкалу увійшли пункти, що стосуються «самоприйняття», «самозвинувачення». У змістовному плані шкала на позитивному полюсі об'єднує схвалення себе в цілому та в істотних деталях, довіру до себе і позитивну самооцінку, на негативному полюсі, – бачення в собі переважно недоліків, низьку самооцінку, готовність до самозвинувачення. Це виявляється у таких емоційних реакціях стосовно себе, як роздратування, презирство, глузування, винесення самовироку. Самоінтерес – шкала з 8 пунктів, відображає міру близькості до самого себе, зокрема інтерес до власних думок і почуттів, готовність спілкуватися з собою «на рівних», впевненість, що є цікавим для інших. Очікуване ставлення від інших – шкала з 13 пунктів, що відображають очікування позитивного чи негативного ставлення до себе оточуючих. За кожною шкалою виділяється три рівні – низький, середній і високий. Показник за кожною шкалою підраховується підсумовуванням збігів відповідей з ключем, при цьому кожен збіг оцінюється в один бал. Сирі бали виражаються в одиницях накопичених

частот і переводяться у відсоткові значення за спеціальними таблицями [122].

Для співставлення результатів за різними методиками ми перевели відсоткові значення в бали для зручності обробки, аналізу і презентації даних. Таким чином, більше 74 балів – ознака яскраво виражена, 50 балів – 73 балів – ознака виражена і менше 50 балів – ознака не виражена. Стимульний матеріал, ключ і таблиці відсоткових значень міститься у додатку А (методика 6). Текст опитування за цією методикою пропонувався російською мовою.

Методика «Рівень суб'єктивного контролю (РСК)» (модифікація шкали Дж. Роттера, Е. Ф. Бажина, С. А. Голикіної, А. М. Еткінда) виявляє екстернальний або інтернальний тип поведінки. Інакше кажучи, мета даної методики – виділення особистісної характеристики, що описує, в якій мірі досліджуваний відчуває себе активним суб'єктом власної діяльності, а в якій – пасивним об'єктом дії інших людей і зовнішніх обставин. В основі методики лежить концепція локусу контролю Дж. Роттера. Однак у Дж. Роттера локус контроль вважається універсальним по відношенню до будь-яких типів ситуацій: локус контроль однаковий і в сфері досягнень, і в сфері невдач. При розробці методики РСК автори виходили з того, що іноді можливі не тільки односпрямовані поєднання локусу контролю в різних за типом ситуаціях. У зв'язку з цим розробники тесту запропонували виділити в методиці діагностики локусу контролю субшкали: контроль в ситуаціях досягнення, в ситуаціях невдачі, в області виробничих і сімейних відносин, у сфері збереження здоров'я. Отже, з метою підвищення достовірності результатів методика збалансована за наступними параметрами: за інтернальністю-екстернальністю; по емоційному знаку; у напрямку атрибуцій. Опитувальник сконструйований у двох варіантах з метою збільшення спектру застосування. Перший варіант спрямований на дослідницькі цілі, другий – на клінічну психодіагностику. Ми використали перший варіант методики, яка вимагає відповіді за 6-бальною шкалою «-3,

-2, -1, +1, +2, +3», де відповідь «+3» означає «повністю згоден», «-3» – «абсолютно не згоден» з цим пунктом. Методика «Рівень суб'єктивного контролю» складається з декількох шкал, але у відповідності з завданнями нашого дослідження, на наш погляд, доцільно взяти до обробки і аналізу шкалу загальної інтернальності. Стимульний матеріал, ключ і таблиці відсоткових значень міститься у додатку А (методика 7).

2.1.2 Характеристика методик вивчення стратегій і тактик самопрезентації особистості

У пакет методик, спрямованих на вивчення статегій і тактик самопрезентації особистості увійшли:

1. Методика «Самомоніторинг» М. Снайдера.
2. Методика «Шкала тактик самопрезентації» С. Дж. Лі та Б. М. Квінглі в адаптації О. А. Пікульової.

Методика вивчення самомоніторингу за М. Снайдером створена для емпіричного дослідження вимірювання процесу самопрезентації М. Снайдером в адаптації В. В. Хороших (Чикер, 2004). Опитувальник складається з 18 висловів, які стосуються поведінки і сконструйовані за принципом «правда – неправда». Метою методики є діагностика індивідуальних особливостей управління враженням про себе, виявлення лабільності поведінки у взаємодії з соціальним оточенням. Гнучкість (лабільність) поведінки досягається шляхом адекватного сприйняття стану і поведінки партнера по спілкуванню, постійний контроль і зміна поведінка з урахуванням отриманої про людину інформації й потреб комунікативної ситуації. Відповідно до визначення стратегії самопрезентації, методика вивчення самомоніторингу використовувалась для дослідження загальної системи поведінки особистості та її гнучкості, що реалізується у взаємодії й спілкуванні. Досліджувані з високим рівнем самомоніторингу здатні набагато краще свідомо проявляти широкий спектр емоцій вербальними і

невербальними засобами у порівнянні з досліджуваними, які мають низький рівень самомоніторингу. Досліджувані з високим рівнем самомоніторингу (14-18 балів) чутливі до поведінки інших людей, добре оцінюють специфіку будь-якої соціальної ситуації і здійснюють контроль над власною вербальною і невербальною поведінкою, вони готові модифікувати свою поведінку, адаптивні, гнучкі і прагматичні. Досліджувані з низьким рівнем самомоніторингу (до 7 балів) не експресивні в поведінці, недостатньо уважні до соціальної інформації різного роду, в поведінці можуть проявляти прямолінійність, мало схильні до впливу соціальної ситуації. Стимульний матеріал у додатку Б (методика 1). Текст опитування за цією методикою пропонувався російською мовою.

Методика «Шкала тактик самопрезентації» С. Дж. Лі та Б. М. Квінглі використовувалась з метою визначення застосовуваних тактик в залежності від рівня ефективності самопрезентації. Так, дослідники виділили два типи та дванадцять тактик самопрезентації на основі класифікації стратегій самопрезентації Т. Пітмана і І. Джонса.

Захисний тип: dиправдання з запереченням відповідальності (excuse); зречення (disclaimer); виправдання з прийняттям відповідальності (justification); перешкоджання самому собі (self-handicapping); вибачення (apologies).

Асертивний тип: бажання сподобатися (ingratiation); залякування (intimidation); прохання / благання (supplication); приписування собі досягнень (entitlement); перебільшення власних досягнень (enhancement); негативна оцінка інших (blasting); приклад для наслідування (exemplification).

Автори класифікації вважають, що захисний тип самопрезентації має місце, коли подія є загрозливою для бажаної ідентичності досліджуваного. В таких випадках самопрезентація буде спрямована на відновлення і збереження ідентичності або на скорочення негативних наслідків загрозливої ситуації. Асертивна самопрезентація відноситься до

проактивної поведінки, націленої на створення певної ідентичності. Дослідники вважають, що і для управління враженням, і для самопрезентації використовуються однакові тактики. Однак в ситуації управління враженням вибір самопрезентаційних тактик здійснюється людиною більш усвідомлено.

Опитувальник складається з 64 тверджень-характеристик. Досліджуваному пропонується 9–бальна шкала, де 9 – дуже часте застосування характеристики в поведінці, а 0 – відсутність характеристики у поведінці.

Всі питання розподіляються на 12 груп за типами самопрезентації, де 1 – 5 групи питання для виявлення захисного типу самопрезентації, а з 6 – 12 – на виявлення асертивного типу самопрезентації. Кожна тактика самопрезентації включає в себе певні номери і кількість питань (тактика 6 – «бажання сподобатись» включає 8 питань, решта – по 5). Отже, підрахунок кількості балів здійснюється наступним чином: 8 – 9 балів – висока вираженість тактики; 6 – 7 балів – вища середнього; 4–5 балів – середня; 2 – 3 бали – низька; 0 – 1 бал – відсутня. Стимульний матеріал у додатку Б (методика 2). Текст опитування за цією методикою пропонувався російською мовою.

2.1.3 Обґрунтування методик вивчення ефективної самопрезентації особистості

Вивчення ефективної самопрезентації досліджуваних побудоване на соціометричному методі – опитуванні щодо сприйняття кожним членом групи його одногрупників. Під соціометрією розуміють методи дослідження структури міжособистісних відносин в малій соціальній групі шляхом вивчення виборів, зроблених членами групи по тих чи інших критеріях. Термін «соціометрія» в перекладі з латини означає вимірювання міжособистісних взаємин у групі. Я. Морено ввів у психологію соціометричний метод дослідження, стратегічним завданням якого вчений

вважав забезпечення таких умов на виробництві і в житловому приміщенні, за яких люди працювали і жили б в оточенні симпатичних і симпатизуючих їм людей [113].

З метою виявити досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації, тобто для формування трьох груп досліджуваних, нами було розроблено два опитувальники, які умовно можна назвати:

1. Опитувальник типової самопрезентаційної поведінки в соціальній групі;

2. Опитувальник ефективності публічного виступу або ситуативної самопрезентації.

Перший опитувальник спрямований на виявлення типової для досліджуваних самопрезентації в академічних групах за критеріями: «впевнений», «зовнішньо привабливий», «референтний», «приємний», «успішний», «надійний», «активний», «лідер», «товариський» і «люб'язний». Опитувальник типової самопрезентаційної поведінки в соціальній групі складається з двох частин. Перша частина, спрямована на виявлення суб'єктивної оцінки власної самопрезентації, містить десять блоків та дванадцять запитань. Друга частина спрямована на виявлення об'єктивної оцінки самопрезентації кожного студента в академічній групі і також містить десять аналогічних першій частині блоків та дванадцять запитань, де дванадцяте запитання є уточнюючим. Тобто, для кількісної обробки було використано одинадцять відповідей, а для якісного аналізу отриманих кількісних даних – дванадцять відповідей. [Додаток В, методика 1]. Перший опитувальник умовно можна назвати «Опитувальник на виявлення типової самопрезентації в соціальній групі».

Суть опитувальника полягає у виявлені кількості виборів членами академічної групи за всіма критеріям стосовно кожного досліджуваного, тобто у дослідженні об'єктивної самопрезентації у повсякденному спілкуванні. Результатом опитування типової самопрезентації є кількісне вираження, певний бал по кожному типу, який є об'єктивною оцінкою

самопрезентації досліджуваних. А також, опитувальник типової самопрезентаційної поведінки містить шкалу самооцінки за кожним типом, яку можна визначити як суб'єктивну оцінку власної самопрезентації.

За допомогою складеного опитувальника можна отримати дані не лише щодо загальної суб'єктивної та об'єктивної оцінки самопрезентації осіб, які знаходяться у студентській групі, а і диференційовану оцінку за різними критеріями – «впевнений», «зовнішньо привабливий», «референтний», «приємний», «успішний», «надійний», «активний», «лідер», «товариський» і «люб'язний». Перше опитування дозволяє визначити природну самопрезентацію особистості, яка частіше за все є неусвідомлюваною і виявляє типову поведінку досліджуваних у соціальній групі. Таким чином, ми маємо змогу отримати реальну картину того, як саме презентує себе кожен студент в академічній групі – рівень його типової суб'єктивної та об'єктивної оцінки за кожним типом.

Для виявлення суб'єктивної оцінки самопрезентації досліджуваному пропонувалось відповісти на запитання щодо власної самопрезентації за шкалою від одного до п'яти, де один відповідає мінімальному, а п'ять максимальному прояву, стосовно особливостей власної поведінки. Таким чином, ми бачимо як загальне ставлення особистості до себе, так і ставлення за різними критеріями.

Об'єктивну оцінку самопрезентації досліджуваних за першим опитувальником можна отримати шляхом підрахунку кількості виборів кожного студента академічної групи членами цієї ж групи. Так, кожний з досліджуваних обирає одногрупника, який найкраще проявляє себе відповідно до критеріїв: «впевнений», «зовнішньо привабливий», «референтний», «приємний», «успішний», «надійний», «активний», «лідер», «товариський» і «люб'язний». Отже, ми, по-перше, виявляємо досліджуваних осіб з найефективнішою самопрезентацією за критеріями, а також найбільш ефективного, тобто того студента, який найчастіше обирався за різними критеріями. А по-друге, ми виявляємо досліджуваних,

які мають найменшу кількість виборів, або не мають виборів взагалі, тобто визначаємо аутсайдерів.

За доцільне вважаємо далі подати характеристику виділених нами критеріїв для визначення відповідних типів самопрезентації студентів у досліджуваних академічних групах.

1) *Впевненість у собі* (англ. self-reliance) – переживання людиною своїх можливостей, адекватних тим задачам, що стоять перед нею у житті, так і задачам, які вона ставить перед собою сама [35]. Критерій впевненості у собі у нашому опитуванні представлений питанням: «Хто з ваших одногрупників, на вашу думку, виглядає найвпевненішим у повсякденному спілкуванні?». Мета питання – з'ясувати кого в досліджуваній академічній групі більшість вважає найбільш впевненим. За шкалою самооцінки критерій представлений питанням: «Чи відчуваєте ви себе впевнено під час спілкування з одногрупниками».

2) *Привабливість особистості* – це узагальнююча характеристика переваг і недоліків людини у її характері, особливостях діяльності, поведінки і спілкування, а також зовнішності [35]. Поняття привабливості особистості досить об'ємне. Воно включає в себе широке коло складових елементів, як-то: фізична привабливість, компетентність, ерудованість, уміння одягатись та ряд інших характеристик. Критерій привабливості застосовувався нами з метою з'ясувати у кого, на думку більшості досліджуваної групи, найкращий зовнішній вигляд. Критерій привабливості представлений питанням: «Хто з вашої групи має найкращий зовнішній вигляд?». По шкалі самооцінки критерій представлений питанням: «Чи вважаєте ви себе зовнішньо привабливою людиною?».

3) *Приємна особистість* – це людина, яка у соціального оточення викликає позитивні емоції. Категорія «приємності» мало досліджена у психології. «Приємність», як власне і «привабливість», пов'язується з поняттям аттракції – (лаг. attractio — притягнення, привернення) – виникнення при сприйманні людини людиною розуміння і прийняття один

одного у взаємодії, коли не тільки узгоджуються дії, а й встановлюються позитивні взаємини [35]. Привабливість особистості можна розглядати як особливий феномен емоційних відносин, який включає в себе симпатію, прихильність та інші елементи. У нашому дослідженні критерій «приємна особистість» має за мету з'ясувати, кого в досліджуваних академічних групах більшість вважає приємною людиною, і представлений питанням: «Кого з вашої групи ви можете назвати найприємнішою людиною?». За шкалою самооцінки критерій представлений питанням: «Чи вважаєте ви себе приємною людиною?».

4) Поняття *референтність* ввів в науку американський психолог Г. Хаймен, який стверджував, що судження людей про себе багато в чому залежать від того, з якою групою вони себе співвідносять [206]. Референтність розуміється як особлива якість особистості, що визначається мірою її значущості для іншої людини чи групи людей. Хоча референтність як ознака людини чи групи завжди існує лише в суб'єктивній уяві, в ній зафіксована міра значущості даної людини чи групи в очах тієї чи іншої особи [95]. Специфіка референтності полягає в тому, що спрямованість людини на значущий об'єкт реалізується з урахуванням того, як на цей же об'єкт зреагують авторитетні для нього члени групи. Наприклад, якщо пропозицію прогуляти лекцію висуває студент, який має середній статус у групі, то він завжди намагається врахувати позицію референтної особи чи навіть референтної групи осіб [27]. Таким чином, в нашому дослідженні критерій референтності представлений запитанням: «Хто найбільше з ваших одногрупників впливає на думку групи?». Мета цього питання – виявити, на думку більшості, значимих в цілому для групи досліджуваних. Шкала самооцінки за критерієм референтності представлена питанням: «Чи можете ви вплинути на думку більшості у вашій академічній групі?».

5) *Успішна особистість* – людина, яка досягла поставлених цілей, у результаті чого має кращі умови життєдіяльності у порівнянні з іншими члени її соціальної групи [35]. Поняття успішності пов'язане з соціальними

стереотипами і установками щодо того, кого вважати успішним, а кого ні. У нашому опитувальнику критерій успішності преставлений двома питаннями за шкалою самооцінки: «Чи вважаєте ви себе успішною людиною», «Чи демонструєте ви іншим те, що ви успішна людина?». За шкалою оцінки академічної групи критерій представлений питанням: «Хто з ваших одногрупників є найбільш успішною людиною?». Метою цього питання є виявлення досліджуваних, яких більшість в академічній групі вважає успішними.

6) Тип самопрезентації *«надійний»* вказує на ставлення групи до людини, на яку можна покластися, якій можна довіритися у складній ситуації без ризику розповсюдження деталей спілкування і конфіденційної інформації [35]. Критерій надійності у нашому дослідженні представлений запитанням: «Кому з ваших одногрупників ви могли б довірити таємницю?». Метою цього питання є виявлення досліджуваних, яких більшість вважає такими, яким можна довірити таємницю, на підставі чого їх можна назвати надійними. За шкалою самооцінки цей критерій представлений питанням: «Чи довіряють вам одногрупники свої таємниці частіше ніж іншим у вашій академічній групі?».

7) *Активність особистості* — прагнення розширювати сферу своєї діяльності, здатність нести в собі потенціал енергії, сили, творчості. Активність є формою вираження потреб особистості, її характеристикою як суб'єкта життєдіяльності [145]. Активність особистості є багатовимірною категорією, яка реалізується в системі цільових установок, ціннісних відносин та орієнтацій, що визначають мотиваційну сферу особистості, спрямованість її інтересів, нахилів, вибір способів діяльності й спілкування. Розрахувавши свої сили, можливості для досягнення мети, людина за допомогою активності мобілізує свої здібності, активізує бажання, долає інерцію [52]. У нашому дослідженні самопрезентації під активністю розуміється уміння людини розширювати свою діяльність, здатність нести у собі потенціал енергії, сили, творчості у науково-професійній і культурно-

розважальній сферах навчання у ВНЗ. Відтак критерій активності представлений у нашому опитувальнику двома питаннями: «Хто з ваших одногрупників є найактивнішим студентом під час семінарів, лекцій, практичних занять? «Хто з ваших одногрупників є найактивнішим у житті університету – приймає участь і різноманітних заходах, які проводяться університетом?». Шкала самооцінки за цим критерієм представлена питаннями: «Чи вважаєте ви себе активним студентом на заняттях?», «Чи вважаєте ви себе активним у житті університету».

8) *Лідер* – це особистість, за якою всі члени групи визнають право брати на себе найбільш відповідальні рішення, що стосуються їхніх інтересів і визначають напрямок і характер діяльності всієї групи [145]. Лідер групи може бути офіційним, коли його призначають відповідно до регламенту групи, наприклад, староста академічної групи студентів. Офіційний лідер виконує покладені на нього функції керівника. Також лідер може бути неформальним, визнаним групою стихійно за високі якості та значущість тих ролей, які він реалізує в інтересах колективу або соціальної спільності. Для колективу оптимальним вважається той варіант, коли формальний лідер-керівник водночас є неформальним лідером. За цих умов його діяльність відбувається максимально ефективно і найповніше виявляє психологічний потенціал груп. Таким чином у нашому опитувальнику два питання розкривають зміст критерію лідерства: «Кого з ваших одногрупників ви вважаєте лідером, який може повести за собою групу». Метою цього питання є виявлення за думкою більшості того, хто з членів досліджуваної академічної групи є лідером, який може повести за собою групу. За шкалою самооцінки цей критерій переставлений питаннями: «Чи вважаєте ви себе лідером, який може повести за собою групу?».

9) В академічному тлумачному словнику української мови *товариськість* визначається як властивість незамкненої, привітної людини, яка любить і уміє спілкуватися [35]. Товариськими є міжособистісні стосунки, які базуються на єдності інтересів у спільній діяльності і

передбачають духовну, культурну, моральну єдність та відповідний ступінь рівності. Духовна, культурна і моральна єдність виникає внаслідок особистісної симпатії й спільності інтересів. У товариськості як формі моральної культури реалізується потреба людини у спілкуванні, а єдність цілей, схожість життєвих поглядів як основа товариськості надають емоційного забарвлення стосункам. Для товариських стосунків найхарактернішою є спільна діяльність. Саме слово «товариш» походить від слів «майно», «товар» і означає рівний в усьому, помічник, співпрацівник, співучасник. Розрив чи порушення єдності інтересів може зруйнувати товариські стосунки. У нашому дослідженні критерій товариськості представлений питанням: «Кого ви вважаєте найбільш товариським?». Метою питання є виявлення досліджуваних, яких більшість академічної групи вважає товариськими. За шкалою самооцінки критерій представлений питанням: «Чи вважаєте ви себе товариською людиною?.

10) *Люб'язність* – властивість особистості, яка виражається в уважності, привітності, чемності, шанобливості до іншої людини, дотриманні правил етикету, пристойності [35]. Люб'язними у побуті називають людей, які часто роблять компліменти і ґречно спілкуються. У нашому дослідженні критерій люб'язності представлений запитаннями: «Хто з вашої групи частіше за все робить компліменти», «Які саме компліменти?». Метою цих питань є виявлення досліджуваних, яких більшість академічної групи вважає люб'язними, тобто людьми, які роблять компліменти частіше за інших, а також з'ясувати, які це компліменти, на що вони спрямовані – на зовнішність, на успіхи у навчанні, на особистісні якості і т. д. За шкалою самооцінки цей критерій представлений питанням: «Чи можете ви назвати себе людиною, яка часто робить компліменти?». Отже, теоретичний аналіз проблеми самопрезентації, дозволив констатувати, що репертуар самопрезентаційної поведінки особистості у повсякденному житті, як то під час навчання у ВНЗ, складається із низки властивостей і інструментів, які включають в себе впевненість, зовнішню привабливість,

референтність, приємність, успішність, надійність, активність, лідерство, товариськість і люб’язність.

Кількісна обробка даних для визначення рівня ефективності типової самопрезентації здійснювалась за допомогою підрахунку відсоткових співвідношень з подальшим переведенням отриманих відсотків у бали. Наприклад, у групі є 30 студентів, які прийняли участь у нашому досліджені. Кожен досліджуваний може обрати максимально 11 разів одну і ту саму людину, що відповідає одинадцятьом запитанням щодо об’єктивного визначення типової самопрезентації у другій частині опитувальника. Отже, максимальна кількість балів, яку може отримати досліджуваний дорівнює 330 балів. Для порівняння отриманих результатів у інших академічних або інших соціальних групах отримані бали переводимо у відсотки. Так, 330 балів приймаємо за 100% і рахуємо відсотки, які набрав кожний досліджуваний. З метою подальшої кількісної і статистичної обробки даних переводимо відсотки у бали. Так, якщо досліджуваний набрав 257 балів, які дорівнюють 78%, то при переведенні відсотків у бали ми отримаємо 78 балів, які є загальним кількісним вираження ефективної самопрезентації досліджуваного.

Другий опитувальник спрямований на визначення успішності виступу студента під час семінарського заняття, тобто під час публічного виступу. Друге опитування досліджує штучну, тобто усвідомлювану та керовану самопрезентацію і має декілька вимог. Так, студенти завчасно мали підготувати виступ тривалістю не більше 10 хвилин, тобто доповіді, з якими студенти мали виступати були завчасно підготовлені. Досліджувані заслуховували доповіді один одного і на бланку опитувальника давали відповіді на декілька запитань щодо того, чи зміг доповідач привернути увагу до свого виступу, чи зміг доповідач утримати увагу слухачів під час виступу, чи сподобалась поведінка (постава, міміка, жести, виразність мовлення тощо) доповідача, яка загальна оцінка виступу, чи зрозуміла суть доповіді, а також яка саме була форма поведінки доповідача (ділова або

неформальна, закрита або відкрита) [додаток В, методика 2]. Другий опитувальник умовно можна назвати «Опитувальник ефективності публічного виступу або ситуативної самопрезентації».

Другий опитувальник містить 5 основних питань і чотири додаткових, які описують поведінку доповідача під час виступу – ділову або формальну, закриту і скуту або відкриту і вільну. Опитувальник також включає два блоки – оцінка доповідачів і самооцінка власної доповіді. На кожне питання потрібно дати стверджувальну (так або «+») або негативну відповідь (ні або «-»). Таким чином, підрахунок позитивних відповідей на 5 основних питань дозволив нам виділити досліджуваних з різним рівнем успішності виступу – ефективний, достатній рівень ефективності виступу і неефективний.

Кількісна обробка результатів, як і в першому опитуванні, здійснювалась за допомогою розрахунку відсоткових співвідношень з подальшим переведенням отриманих відсотків у бали. Наприклад, в одній з академічних груп, які прийняли участь у нашому дослідженні, 25 студентів. За кожну доповідь від одного одногрупника можна отримати 5 балів максимум. Отже, найбільша кількість балів, що можна отримати за виступ – 125 балів, які ми приймаємо за 100%. Якщо досліджуваний отримує 95 балів, це означає що рівень ефективності його ситуативної самопрезентації дорівнює 76%. Для подальшої кількісної обробки результатів дослідження ефективності самопрезентації переводимо отримані відсотки в бали, відповідно отримуємо 76 балів.

Наступним та найважливішим для нашого дослідження етапом виділення груп з різним рівнем ефективності самопрезентації було *співставлення результатів дослідження типової самопрезентації студента-психолога в академічній групі з дослідженням особливостей його самопрезентації під час виступу з доповіддю на семінарському занятті*. Мета обох опитувальників полягає у виявленні досліджуваних з ефективною, достатнім рівнем ефективності і неефективною самопрезентацією з тією різницею, що перший опитувальник спрямований

на дослідження типової самопрезентації, а другий – ситуативної, під час публічного виступу. Співставлення результатів опитування типової і ситуативної самопрезентації дозволяє отримати повну картину того, як кожна конкретна людина, по-перше, пред'являє себе оточенню щодня, а, по-друге, може управляти враженням про себе під час публічного виступу, що дозволяє якісно сформувати три групи досліджуваних з різними рівнями ефективності самопрезентації. Кількісне співставлення результатів обох опитувань полягає у додаванні отриманих балів. Найбільша кількість балів, яку може отримати кожен досліджуваний дорівнює 200 балів, оскільки за результатами першого і другого опитування досліджуваний може набрати по 100 балів максимум. Так, якщо досліджуваний отримав 78 балів за першим опитуванням і 74 бали за другим, то сума цих балів буде дорівнювати 152 бали з 200 можливих. Завдяки нормальному розподілу отриманих даних можемо запропонувати наступну градацію балів [211]: від 130 балів і вище – ефективний рівень самопрезентації, від 90 до 129 балів – достатній рівень ефективності і менше 89 балів – неефективний рівень самопрезентаці. Таким чином було виділено три рівні ефективності самопрезентації, які представлено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Кількісне вираження рівнів ефективності самопрезентації

Бали	**Рівень ефективності самопрезентації**
Від 130 балів і вище	Ефективний рівень
90 – 129 балів	Достатній рівень ефективності
Менше 89 балів	Неефективний рівень

Таким чином, завдяки опитувальнику типової самопрезентаційної поведінки в соціальній групі й опитувальнику ефективності публічного виступу або ситуативної самопрезентації ми можемо виділи три групи

досліджуваних з ефективним, достатнім і неефективним рівнем самопрезентації.

Для вивчення власне ситуації самопрезентації було застосовано систематичне спостереження за досліджуваними студентами-психологами і академічними групами майбутніх психологів, а також інтерв'ю (структуровані бесіди) з представниками досліджуваних груп і їхніми викладачами. Інтерв'ю – метод якісного дослідження, суть якого полягає у проведенні структурованої бесіди з респондентами, яким відомі специфічні сторони досліджуваної проблеми. Метою проведення інтерв'ю у нашому дослідженні було з'ясувати наскільки отримані дані, шляхом кількісної обробки даних опитувань, будуть відповідними до думки викладачів, одногрупників, адміністрації університету щодо самопрезентації досліджуваних студентів, а також з'ясувати співпадіння дослідження ситуативної та типової самопрезентації. Тобто встановити наскільки типова самопрезентація впливатиме на оцінку доповіді під час семінарського заняття.

2.2 Аналіз результатів емпіричного дослідження особливостей самопрезентації майбутніх психологів

У підрозділі подано результати емпіричного дослідження ефективної самопрезентації за результатами опитувань типової самопрезентаційної поведінки в соціальній групі (академічній студентській групі) і ефективності публічного виступу (під час виступу на семінарському занятті); психологічних властивостей, які обумовлюють самопрезентацію; стратегій і тактик самопрезентації майбутніх психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації.

2.2.1 Особливості ефективності самопрезентації студентів-психологів

Результати опитування типової і ситуативної самопрезентації показали, що максимальну кількість балів не набрав жоден досліджуваний. Найбільша кількість досліджуваних опинилися в діапазоні від 90 до 129 балів. Жодного балу не набрали 8 досліджуваних з 254. Отже, співставлення результатів обох опитувань стосовно ефективності самопрезентації студентів в академічних групах дало можливість з'ясувати, що 83 досліджувані особи ефективно подають себе навколишньому середовищу, 99 – мають достатній рівень ефективності самопрезентації, а у 72 досліджуваних було виявлено неефективну самопрезентацію. Для подальшого аналізу, порівняння й інтерпретації результатів дослідження групу досліджуваних з ефективною самопрезентацією назвемо першою групою; досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації – другою; з неефективною – третьою групою досліджуваних.

Підрахунок балів для диференційованого дослідження типової самопрезентаційної поведінки, а також самопрезентації під час виступу на семінарському занятті також здійснювався шляхом розрахунку відсоткового співвідношення з подальшим переведенням відсотків у бали. Наприклад, у нашому дослідженні прийняли участь 30 студентів в одній академічній групі. Нам потрібно розрахувати скільки балів набрав кожен досліджуваний за критерієм успішності. Максимально студента за цим критерієм, як і за будь-яким іншим в даній академічній групі, могли обрати 30 разів, отже за 100% ми приймаємо число 30. Певного досліджуваного за критерієм успішності обрали 8 разів, що відповідає 26%. Далі приймаємо 26% за 26 балів. Аналогічний принцип розрахунку мають дані другого опитувальника, спрямованого на визначення ефективності виступу на семінарському занятті.

Отже, перейдемо до результатів диференційованого дослідження типової і ситуативної самопрезентації (під час виступу на семінарському занятті) в академічних групах майбутніх психологів.

Результати дослідження типової самопрезентаційної поведінки студентів-психологів в досліджуваних академічних групах з різним рівнем ефективності представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Результати дослідження типової самопрезентації майбутніх психологів з різним рівнем ефективності

Критерій самопрезентації	Перша група (середній бал)	Друга група (середній бал)	Третя група (середній бал)
Впевнений	40,70	28,82	25,08
Зовнішньо привабливий	46,11	31,21	20,14
Референтний	33,05	43,89	31,50
Приємний	26,03	25,31	27,20
Успішний	27,03	25,33	21,05
Надійний	33,27	46,78	20,24
Активний	35,57	35,51	39,17
Лідер	55,08	32,08	28,91
Товариський	50,97	58,39	28,55
Люб’язний	57,78	47,62	28,61

У всіх наступних таблицях перша група досліджуваних має ефективний рівень самопрезентації, друга група – достатній рівень ефективності, третя група – неефективний рівень самопрезентації. Як бачимо, найвищий середній бал у групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією має «люб’язний» тип самопрезентаційної поведінки (57,78

балів). Тобто студенти з ефективним рівнем самопрезентації часто роблять компліменти. Наступний тип самопрезентаційної поведінки в групі з ефективною самопрезентацією – «лідер» (55,08 балів), при чому лідер, який може повести за собою групу. У середньому 50,97 балів досліджувані з ефективним типом самопрезентації набрали за типом «товариський», що логічно пов'язується з типом «люб'язний». «Зовнішня привабливість» як критерій самопрезентації має у середньому 46,11 балів в групі з ефективною самопрезентацією. Далі в групі досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації мають наступні середні показники за типами самопрезентаційної поведінки: «впевнений» – 40,70 балів, «активний» – 35,57 балів, «надійний» – 33,27 балів, «референтний» –33,05 балів, «успішний» – 27,03 бали і «приємний» – 26,03 бали.

У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності найвищий середній бал за «товариським» типом самопрезентаційної поведінки – 58,39 балів. Наступним за середнім балом констатовано «люб'язний» тип самопрезентаційної поведінки досліджуваних студентів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації у повсякденному житті академічної групи. Причому такі результати є дуже цікавими, оскільки вони схожі на отримані дані в першій групі. Так, середній бал «люб'язних» у першій групі 57,78 балів, а в другій – 47,62 бали, що майже на 10 балів нижче. А середній бал «товариських» у першій групі 50,97 балів, а в другій групі 58,39 балів, що на 7,42 бали вище ніж у першій групі.

Отже, можна констатувати, що студентів з достатнім рівнем ефективності одногрупники вважають більш відкритими, привітними людьми, які вміють спілкуватися, аніж студентів з ефективним рівнем самопрезентації. Тобто можемо зауважити, що студенти і першої, і другої групи мають хороші комунікативні здібності, проте студенти з ефективним рівнем самопрезентації роблять більшу кількість компліментів у порівнянні зі студентами з достатнім рівнем ефективності самопрезентації, тоді як студентів з достатнім рівнем самопрезентації академічна група вважає

відкритими і привітними у спілкуванні. Цікавим також є наступний загальний середній бал за критерієм «надійний», який становить 46,78 балів, що у порівнянні зі студентами першої групи є вищим на 13,51 бала. Відтак можемо відзначити, що досліджуваних студентів з достатнім рівнем самопрезентації вважають надійними людьми, яким можна довіритись без страху розповсюдження конфіденційної інформації, що підсилює наступний за величиною середній показник – «референтність» самопрезентаційної поведінки (43,89 бали). Цей показник також є вищим у порівнянні з групою на 10,84 бала, що свідчить про те, що студенти з достатнім рівнем ефективності самопрезентації частіше за інших впливають на загальну думку групи і є для групи значимими членами. Далі середні показники у групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності розподілились наступним чином: «активні» – 35,51 бали, «лідер» – 32,08, «зовнішньо привабливий» – 31,21 бали, «впевнений» – 28,82 бали, «успішний» – 25,33 бали, «приємний» – 25,31 бали. У групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації в цілому середні показники нижчі за дві попередні групи. Найвищий середній бал за типовою самопрезентаційною поведінкою у третій групі належить «активним» – 39,17 балів. У групі досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації середній бал за «активним» типом самопрезентаційної поведінки має 35,57 балів, а у групі студентів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації – 35,51 балів. Тобто, «активність» у групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації переважає у порівнянні з першою і другою групою. Загалом середній бал за цим типом самопрезентаційної поведінки розраховувався за двома питаннями, які стосувались активності у навчальній діяльності і активності у позанавчальній діяльності.

Наступним за загальним середнім показником у групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією є «референтний» тип самопрезентаційної поведінки, який становить 31,50 бал, що менше ніж у першій та другій групах. Далі середні показники в третій групі досліджуваних розподілились

наступним чином: «лідер» – 28,91 бали; «люб'язний» – 28,61 бали, «товариський» – 28,55 бали, «приємний» – 27,20 балів, «впевнений» – 25,08 балів, «успішний» – 21,05 бали, «надійний» – 20,24 бали,«зовнішньо привабливий» – 20,14 бали.

Результати дослідження самооцінки типової самопрезентаційної поведінки студентів-психологів в досліджуваних академічних групах з різним рівнем ефективності представлено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Результати дослідження самооцінки типової самопрезентації майбутніх психологів з різним рівнем ефективності

Тип самопрезентації	Перша група (середній бал)	Друга група (середній бал)	Третя група (середній бал)
Впевнений	3,48	3,42	3,06
Зовнішньо привабливий	3,14	3,24	3,12
Референтний	3,43	3,34	2,71
Приємний	3,81	3,74	3,56
Успішний	3,12	4,02	2,79
Надійний	3,01	4,28	4,01
Активний	4,04	3,65	3,14
Лідер	3,38	2,83	2,08
Товариський	3,12	3,23	3,11
Люб'язний	3,94	3,41	3,22

Для кількісної обробки даних самооцінки ми вираховували середні показники. Так, 0 – відповідає відсутності характеристики, 1 – характеристика майже відсутня, 2 – характеристика є рідкісною; 3 – інколи присутня; 4 – часто присутня; 5 – характеристика присутня завжди. Найвищу

загальну самооцінку мають досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації (загальний середній бал – 3,52), найнижчу – з неефективним рівнем (загальний середній бал – 3,08). Загальний середній бал самооцінки типової самопрезентаційної поведінки в першій групі – 3,45 бали. Тобто, студенти з ефективною самопрезентацією найліпше себе оцінюють за типами «активний», «люб'язний» і «приємний», а нижчий бал мають за типом «надійний». Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації найліпше себе оцінюють за типами «надійний», «успішний» та «приємний», а найгірше – за типом «лідер». Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації найкраще себе оцінюють за «надійним» типом самопрезентаційної поведінки, а найгірше – «лідер», «референтний» і «успішний». Таким чином, в цілому, оцінка власного типу самопрезентаційної поведінки є відносно адекватною і переважно співпадає з оцінкою академічної групи. Найпомітніші неспівпадіння самооцінки і оцінки групи у досліджуваних з ефективною самопрезентацією за типом «активний». Так, досліджувані в першій групі вважають себе активними, проте академічна група на перші місця ставить інші типи поведінки. Досліджувані третьої групи, навпаки, краще відзначають свою «надійність», проте група вважає їх більш «активними», аніж «надійними». Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації високо оцінюють власну «успішність» як тип самопрезентаційної поведінки, проте група поставила досить низькі бали за цим критерієм. Також досліджувані третьої групи вважають себе «зовнішньо привабливими» більше ніж представники першої і третьої групи. Хоча група самими «зовнішньо привабливими» вважає представників першої групи, тобто досліджуваних з ефективною самопрезентацією. Отже, досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації одногрупники вважають люб'язними, товариськими, зовнішньо привабливими, впевненими і лідерами, які можуть повести за собою групу. Досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації одногрупники вважають товариськими, люб'язними,

надійними і референтними, тобто тими, хто впливає на думку більшості в досліджуваних академічних групах. Студентів з неефективним рівнем самопрезентації академічні групи, в яких вони навчаються, вважають активними, проте за всіма іншими показниками представників третьої групи оцінили досить низько.

Перейдемо до аналізу результатів дослідження самопрезентації під час доповіді на семінарському занятті. Ці дані представлено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Результати дослідження самопрезентації майбутніх психологів з різним рівнем ефективності під час доповіді на семінарському занятті

Показник	Перша група (середній бал)	Друга група (середній бал)	Третя група (середній бал)
Зрозумілість суті доповіді	64,80	61,92	20,18
Привернення уваги до доповіді	64,86	62,79	19,32
Утримання уваги під час доповіді	69,32	69,79	20,75
Привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача	73,54	68,16	36,38
Досягнення мети доповіді	65,09	63,43	18,76
Поведінка доповідача під час виступу (середній бал)			
Ділова	63,42	59,52	51,34
Закрита і скута	38,80	35,41	49,42
Неформальна	48,55	51,54	48,47
Відкрита і вільна	64,50	64,92	45,12

По-перше, кількісна обробка даних, отриманих в результаті дослідження особливостей самопрезентації студентів під час доповіді на семінарському занятті, показала високі середні показники за всіма критеріями у групах досліджуваних з ефективним і достатнім рівнем ефективності самопрезентації. У групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації за всіма критеріям виступу під час доповіді на семінарському занятті низькі середні бали.

По-друге, поведінка доповідача під час виступу у всіх групах переважно була діловою, проте у перших двох групах загальні середні значення вищі за параметром відкритості і вільності поведінки, ніж у третій, де переважає закрита і скута поведінка доповідача.

По-третє, найвищий середній бал серед усіх груп має критерій привабливості мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації. Ці дані підтверджують результати першого опитувальника за типом «зовнішньо привабливі» у першій групі досліджуваних, який також має найвищі показники серед усіх трьох груп досліджуваних.

Загалом у першій групі середні бали за показниками «зрозумілість суті доповіді», «привернення уваги до доповіді» і «досягнення мети доповіді» бали вищі, ніж у другій та третій групах. Але в групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації трохи вищий середній бал за показником утримання уваги під час доповіді.

Отже, група досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації має високі середні бали за всіма показниками успішності доповіді під час семінарського заняття. Найвищий середній бал в першій групі має показник привабливості мовлення, зовнішності і поведінки. Загалом поведінку доповідачів з ефективним рівнем самопрезентації визначають як ділову, відкриту і вільну.

Група досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації також має високі середні бали за всіма показниками успішності виступу на

семінарському занятті. Найвищий середній бал у другій групі має показник «утримання уваги під час виступу». Загалом поведінку доповідачів з достатнім рівнем ефективності також переважно оцінюють як ділову, відкриту і вільну.

Група досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації за всіма показниками успішності публічного виступу має низькі середні бали. Поведінку доповідачів з неефективним рівнем самопрезентації академічна група оцінює як ділову, закриту і скуту.

Результати дослідження самооцінки самопрезентації під час доповіді на семінарському занятті представлено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Результати дослідження самооцінки самопрезентації майбутніх психологів з різним рівнем ефективності під час доповіді на семінарському занятті

Показник	Перша група (середні бали)	Друга група (середні бали)	Третя група (середні бали)
Зрозумілість суті доповіді	65,43	41,43	38,44
Привернення уваги до доповіді	66,41	58,34	51,24
Утримання уваги під час доповіді	58,35	48,03	56,48
Привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача	53,74	38,21	40,72
Досягнення мети доповіді	62,18	58,46	52,16
Поведінка доповідача під час виступу (середні бали)			
Ділова	61,35	57,37	48,36
Закрита і скута	26,14	21,25	42,68
Неформальна	51,87	53,78	49,02
Відкрита і вільна	72,48	68,13	51,46

Кількісний розрахунок самооцінки виступу на семінарському занятті має наступний принцип. За 100% ми прийняли кількість досліджуваних з певним рівнем ефективності самопрезентації. Так, 83 досліджувані особи ефективно подають себе навколишньому середовищу, 99 – мають достатній рівень ефективності самопрезентації, а у 72 досліджуваних було виявлено неефективну самопрезентацію. Далі ми розрахували кількість позитивних та негативних ствердженьщодо кожного окремого показника і отримані відсотки перевели у бали. Для подальшого аналізу і порівняння отриманих даних самооцінки доповідачів з різним рівнем ефективності самопрезентації ми розрахували середні бали по кожному показнику. Тобто у таблиці 2.6 представлено середні бали по кожному питанню.

Результати дослідження самооцінки доповідачів стосовно власних виступів під час семінарських занять свідчать про суттєві розбіжності з об'єктивною оцінкою академічної групи у досліджуваних з неефективною самопрезентацією і відносні розбіжності у досліджуваних групах з ефективним і достатнім рівнем ефективності самопрезентації. Так, досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації оцінювали власний виступ значно краще ніж академічна група, перед якою вони виступали. Цікаво, що академічна група доповідачів з неефективним рівнем самопрезентації найкраще оцінила за показником «привабливість мовлення, зовнішності і поведінки», проте доповідачі третьої групи найгірше оцінили свій виступ саме за цим показником.

Досліджувана група з ефективною самопрезентацією має вищий суб'єктивний середній бал за показником «зрозумілість доповіді», за іншими показниками «привернення уваги до доповіді», «утримання уваги під час доповіді», «привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача» та «досягнення мети доповіді» суб'єктивні середні бали нижчі за об'єктивні. Тобто виявилось, що доповідачі з ефективним рівнем самопрезентації переважно оцінюють власну доповідь гірше, ніж академічна

група. Особливо помітною є розбіжність між груповим і суб'єктивним показником «привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача» – досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації оцінюють свій зовнішній вигляд, мовлення і поведінку під час доповіді гірше за академічну студентську групу. Досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації оцінюють власну поведінку під час доповіді як відкриту й вільну, а також ділову, що збігається з оцінкою академічної групи.

Досліджувана група з достатнім рівнем ефективності самопрезентації оцінює власну самопрезентацію під час доповіді на семінарському занятті гірше, ніж академічна група за всіма показниками – «зрозумілість доповіді», «привернення уваги до доповіді», «утримання уваги під час доповіді», «привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача» і «досягнення мети доповіді». Цікаво, що за показником «привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача» досліджувані з різним рівнем ефективності оцінюють себе гірше, ніж соціальне оточення. Найнижчу самооцінку за цим показником мають саме досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації. Більшість дослідників фізичного образу Я зазначають, що в юнацькому віці відбувається процес прийняття свого дорослого тіла, а тому незадоволеність власною зовнішністю є характерною ознакою для цього вікового періоду. Досліджувані з достатнім рівнем ефективної самопрезентації переважно оцінюють свою поведінку під час доповіді на семінарському занятті як ділову, відкриту і неформальну.

Доповідачі з неефективним рівнем самопрезентації, навпаки, за всіма показниками оцінюють власний виступ краще, ніж академічна група, а власну поведінку характеризують як неформальну, відкриту і вільну, що кардинально різниться з оцінками академічної групи. Отримані результати свідчать про недостатній розвиток рефлексії та ідентифікації з академічною групою досліджуваних, що мають неефективний рівень самопрезентації. Це

призводить до неадекватної оцінки власної поведінки у певній соціальній групі.

У результаті аналізу інтерв'ю зі студентами і викладачами, а також систематичного спостереження за досліджуваними академічними групами було виявлено декілька важливих для нашого дослідження фактів.

По-перше, лідери опитування типової самопрезентаційної поведінки частіше отримували позитивну оцінку доповіді на семінарському занятті. Проте під час інтерв'ю і систематичного спостереження було з'ясовано, що найкращими були доповіді студенів, яких в результаті кількісної обробки даних, віднесено до другої групи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації. Таким чином, виявлено, що досліджувані студенти, які мають ширший репертуар самопрезентаційної поведінки у повсякденному житті частіше позитивно оцінюються під час публічних виступів, як, наприклад, виступ під час доповіді на семінарському занятті.

По-друге, в цілому систематичне спостереження й інтерв'ю з представниками досліджуваних академічних груп і викладачами показало, що результати кількісної обробки даних і подальше виділення досліджуваних у три групи за рівнем ефективності самопрезентації відповідають припущенням студентів і викладачів щодо складу груп з ефективною, достатнім рівнем ефективності і неефективною самопрезентацією. Такого висновку респонденти дійшли після формулювання визначень ефективної, з достатнім рівнем ефективності і неефективної самопрезентації, обґрунтування яких наведено у першому розділі.

Суть виділення трьох рівнів ефективності самопрезентації полягало у тому, що на рівні ефективної самопрезентації людина використовує всі інструменти, якими можна скористатися для створення бажаного образу Я у сприйнятті соціального оточення. На достатньому рівні самопрезентації людина використовує ті інструменти, яких вистачає, щоб створити бажаний образ Я у сприйнятті соціального оточення. А на рівні неефективної

самопрезентації людина або недостатньо використовує, або взагалі не використовує інструменти, якими потрібно було б скористатися для створення бажаного образу Я у сприйнятті конкретного соціального оточення.

Таким чином, досліджувані, які потрапили в першу групу використовують всі інструменти, які можна використати для створення бажаного образу Я у сприйманні академічної групи – роблять компліменти, товаришують, гарно виглядають, мають гарне мовлення, витончену поведінку, впевнені у собі, вміють виступати перед публікою і , як наслідок, визначаються групою як лідери, які можуть повести за собою групу. Досліджувані студенти з достатнім рівнем ефективності самопрезентації використовують ті інструменти, яких вистачає, щоб створити бажаний образ Я у сприйманні академічної групи – також товаришують, вміють робити компліменти, виступати перед публікою, при чому добре управляють увагою аудиторії впродовж доповіді, але при цьому вони можуть зберігати таємниці і є надійними людьми, думка досліджуваних з достатнім рівнем ефективності є значимою для студентської групи. А досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації або недостатньо використовують, або взагалі не використовують інструменти, якими потрібно було б скористатися для створення бажаного образу Я у сприйманні академічної групи. Відтак досліджувані третьої групи є типовими аутсайдерами. Певно, що вони не ідентифікують себе з групою і не є носіями групових норм, цінностей, правил взаємодії і спілкування. Академічні групи досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації переважно вважають скутими і закритими.

Таким чином, по-перше, було виявлено лідерів обох опитувань. Встановлено, що досліджувані, яких найчастіше обирали під час першого опитування, а саме за типом самопрезентації в академічній групі, також набрали найбільшу або середню кількість балів під час другого опитування, тобто за результатами їхнього виступу на семінарському занятті.

Досліджувані, які набрали найменшу кількість балів або ж взагалі не набрали жодного балу під час першого опитування, найгірше виступили на семінарському занятті, їхні доповіді слухачі вважали нецікавими, а поведінку під час доповіді скутою. По-друге, найбільш високу оцінку в одногрупників здобули доповіді на семінарських заняттях студентів з «впевненим», «успішним» та «активним (за обома питаннями)» типом самопрезентаційної поведінки у студентській групі. У «впевнених» найбільш позитивна загальна оцінка доповіді. «Успішні», на думку слухачів, найкраще передали суть доповіді, а їхній зовнішній вигляд, мовлення та поведінка були найпривабливішими. «Активні» краще за все управляли увагою аудиторії та поводили себе відкрито і вільно. Тоді як найнижче були оцінені доповіді тих студентів, яких взагалі не обирали під час опитування типової самопрезентації.

По-третє, як правило, самооцінка самопрезентації під час доповіді співпадала із загальними оцінками доповіді, тоді як самооцінка за типом самопрезентації в академічній групі з оцінками одногрупників були розбіжними. Тобто, досліджувані студенти-психологи адекватніше оцінюють власний виступ на семінарському занятті, аніж свою типову поведінку у процесі взаємодії і спілкування в студентській групі. Важливо зазначити, що розвиток адекватної самооцінки самопрезентації під час публічного виступу, а також типової самопрезентації у певному середовищі є важливим компонентом ефективного спілкування та взаємодії між людьми. На основі чого можна припустити, що розвиток рефлексії має бути актуальним елементом психологічної освіти майбутніх психологів.

Отже, було досліджено 10 типів самопрезентаційної поведінки, як-то «впевнений», «зовнішньо привабливий», «референтний», «приємний», «успішний», «надійний», «активний», «лідер», «товариський» і «люб’язний». А також вивчили поведінку досліджуваних під час публічного виступу. У результаті співставлення типової самопрезентації з самопрезентацією під час публічного виступу і кількісної обробки

отриманих даних було виділено три групи досліджуваних – з ефективним рівнем самопрезентації, з достатнім рівнем ефективності самопрезентації і з неефективним рівнем самопрезентації.

Наступним кроком нашого дослідження є вивчення індивідуально-психологічних особливостей досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації, які обумовлюють формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів.

2.2.2 Характеристика індивідуально-психологічних особливостей майбутніх психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації

До індивідуально-психологічних особливостей особистості з різним рівнем ефективності самопрезентації, які обумовлюють самопрезентацію відносяться мотивація, цінності, спрямованість особистості, емоційна спрямованість, самоставлення, самоконтроль. У підпунктах цього параграфу співставлено індивідуально-психологічні особливості з трьома рівнями ефективності самопрезентації на основі кореляційного аналізу з використанням коефіцієнту рангової кореляції r Спірмена.

Кореляція (від лат. correlatio – співвідношення) – це статистична залежність між випадковими величинами, що носить імовірнісний характер [211]. Кореляційний зв'язок є відображенням того, що мінливість однієї ознаки знаходиться в певній відповідності з мінливістю іншої ознаки. Кореляційна залежність – це зміни, які вносять значення однієї ознаки у вірогідність появи різноманітних значень іншої ознаки. Важливо зазначити, що зміни однієї ознаки супроводжують певні зміни іншої ознаки, але залишається невідомою причино-наслідкова інформація, зокрема, де знаходиться причина змін – в одній із ознак чи за межами досліджуваної пари. Сила зв’язку не залежить від направленості (+ або –) і визначається за абсолютним значенням коефіцієнта кореляції. Максимально можливе значення коефіцієнту кореляції r=1,00, а мінімальне r=0.

За силою зв’язку О. В. Сидоренко описує дві системи класифікації кореляційних зв’язків – загальну, яка сформована на базі величини коефіцієнта кореляції, і часткову, яка у свою чергу сформована на базі об’єму вибірки. Так, якщо об’єм вибірки великий, то і статистичний зв'язок, навіть при r=0,15, є значущим і несе в собі корисну інформацію. Тому у нашому дослідженні рекомендується звертати увагу не на рівень значущості, а на абсолютне значення коефіцієнта [163].

Загальноприйнята систематизація сили кореляційного зв’язку [163]:

$r \geq 0,6$ – сильна кореляція;

$0,3 \leq r \leq 0,59$ – помірна кореляція;

$0,2 \leq r \leq 0,29$ – слабка кореляція;

$r \leq 0,19$ – зв’язок практично відступній.

Коефіцієнт кореляції від 0,2 до 0,59 несе в собі цінну інформацію, наприклад, для формулювання гіпотез і планування подальших досліджень. Але насправді важливими є показники, де $r \geq 0,6$.

Кореляційним аналізом оброблялись дані, отримані в результаті дослідження основної вибірки досліджуваних (n=254) у статистичній програмі SPSS версія 13.0. Оскільки психодіагностичний інструментарій, який ми обрали для нашого дослідження, містив у собі як кількісно виміряні, так і проранжовані дані, то для кореляційного аналізу було доцільно обрати метод рангової кореляції r Спірмена. Загальна таблиця з результатами кореляційного аналізу подана у Додатку Г (електронний носій).

Розглянемо результати кореляційного аналізу індивідуально-психологічної умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів. Так, найбільший кореляційний зв’язок констатовано між рівнем ефективності самопрезентації і мотивацією до успіху **(r=0,75)**. Разом з цим кореляційний зв'язок між рівнем ефективності самопрезентації і мотивацією уникнення невдач практично відсутній **(r=0,12)**.

Таблиця 2.6

Середні показники мотивації до успіху у групах досліджуваних з ефективною, з достатнім рівнем ефективності і неефективною самопрезентацією (n-254)

Мотивація	Середні показники мотивації до успіху за рівнями ефективності самопрезентації (бали)		
	Ефективна самопрезентація (перша група) n-83	Достатній рівень ефективності самопрезентація (друга група) n-99	Неефективна самопрезентація (третя група) n-72
До успіху	18,04	15,41	12,64
Уникнення невдач	12,31	14,10	15,58

Середні показники мотивації до успіху у групах досліджуваних з ефективним, достатнім і неефективним рівнем самопрезентації майбутніх психологів представлено у таблиці 2.6. Як бачимо, середній показник мотивації до успіху в групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією – 18,04 бали. Середній показник мотивації до успіху в групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації – 15,41 бали. Середній показник мотивації до успіху в групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією становить 12,64 бали. Таким чином, великий кореляційний зв'язок між рівнем ефективності самопрезентації і середніми показниками у трьох групах досліджуваних вказує нам на взаємозв’язок рівня ефективності самопрезентації і мотивації до успіху.

Середній показник мотивації уникнення невдач в групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією – 12,31 бали, з достатнім рівнем ефективності – 14,10 балів і з неефективною – 15,58 балів. Тобто у досліджуваних першої групи середній показник мотивації невдач нижчий, ніж у досліджуваних у другій і третій групах. Більше того досліджувані з неефективним рівне самопрезентації мають досить високі показники

мотивації уникнення невдач, що підсилює отримані результати щодо сильної кореляції між мотивацією до успіху та ефективністю самопрезентації. Важливо відмітити, що у досліджуваних з достатнім рівнем ефективності більш виражена мотивація до успіху, проте мотивація уникнення невдач знаходиться на середньому рівні. Тобто поведінка досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації мотивована як успіхом, так і уникненням невдач орієнтовно в однаковій мірі.

В. Аркін і А. Шутц розглядали самопрезентацію як поведінкову реалізацію мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач [213]. На основі тривалого вивчення проблеми дослідники виділили два типи самопрезентації – здобуваючу і захисну. Здобуваюча самопрезентація виражає мотивацію досягнення. Для такої самопрезентації характерним є вибір адекватних ситуації самопрезентації ролей і задач, а також соціального середовища, який відповідає ідентифікації суб'єкта. Захисна самопрезентація є поведінковою реалізацією мотивації уникнення невдач і переважно не усвідомлюється суб'єктом. Так, на думку дослідників, людина обирає неадекватні ситуації ролі і задачі, а також неадекватне для реалізації задачі середовище – або з заниженими вимогами, або з непомірно високими.

І. Гоффман також пов'язує мотивацію досягнення і уникнення невдач з самопрезентацією. На думку дослідника, людина може здійснювати самопрезентацію або реалізовуючи потребу в схвалені, або реалізовуючи потребу в уникненні несхвалення. Тобто суб'єкт здійснює самопрезентацією з бажанням або отримати позитивний відгук і для цього застосовує необхідні інструменти, або, навпаки, уникає несхвалення, тобто діє так, щоб краще взагалі не отримати зворотній зв'язок і залишитись непоміченим, аніж отримати негативний відгук.

Результати нашого дослідження підтверджують поведінкову реалізацію у самопрезентації мотивації до успіху. Так, досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації обирають адекватні інструменти і соціальне середовище або малі соціальні групи, тобто об'єкти

самопрезентації, з адекватними вимогами до самопрезентації відповідно до поставлених задач. Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації також обирають адекватні інструменти і соціальне середовище, з адекватними вимогами до самопрезентації відповідно до поставлених задач, але, разом з цим, часто реалізують у самопрезентації мотивацію уникнення невдач. Тобто представники другої групи часто уникають несхвалення і прагнуть залишатись непоміченими під час самопрезентації або діяти так, щоб не отримати негативний відгук про самопрезентацію. Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації переважно реалізовують мотивацію уникнення невдач, про що свідчать також результати опитування ситуативної самопрезентації, а також ефективності виступу під час семінарського заняття. Так, саме досліджуваних з неефективною самопрезентацією академічні групи обирали найменшу кількість разів, або взагалі не обирали у першому опитуванні, а під час семінарського заняття їхні доповіді оцінювали найгірше у другому опитуванні. Поведінку студентів з неефективною самопрезентацією часто розцінювали як закриту і скуту. Результати діагностики спрямованості особистості представлено у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Середні показники спрямованості особистості у групах досліджуваних з ефективною, з достатнім рівнем ефективності і неефективною самопрезентацією (n-254)

Спрямованість особистості	Середні показники спрямованості особистості за рівнями ефективності самопрезентації (бали)		
	Ефективна самопрезентація (перша група) n-83	Достатній рівень ефективності самопрезентація (друга група) n-99	Неефективна самопрезентація (третя група) n-72
На себе	46,28	36,36	33,63
На справу	36,01	45,39	37,40
На спілкування	33,48	32,68	46,72

Наступним по величині сили кореляції діагностовано кореляційний зв'язок між рівнем ефективності самопрезентації і спрямованістю особистості на себе (**r=0,51),** а також на справу **(r=0,40).** Цікаво, що кореляційний зв'язок між ефективністю самопрезентації і спрямованістю особистості на спілкуванні є досить слабким **(r=0,08).** Отримані дані спрямованості особистості показали досить високий кореляційний зв’язок за показниками, які домінують у першій та другій групі досліджуваних. Це свідчить про те, що спрямованість на себе і спрямованість на справу взаємопов’язані з рівнем ефективності самопрезентації майбутніх психологів і, можливо, навіть визначають рівень ефективності самопрезентації.

Досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації спрямовані на себе, про що свідчить середній бал за цим показником – 46,28. Тобто переважно студенти-психологи з ефективною самопрезентацією орієнтовані на пряму винагороду і задоволення, агресивність у досягненні статусу, владність, схильність до суперництва, дратівливість. Нагадаємо, що досліджуваних з ефективною самопрезентацією одногрупники часто обирали лідерами, які можуть повести за собою групу. Нижчі середні бали має спрямованість особистості на справу (36,01 балів) і на спілкування (33,48 бали).

Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації найчастіше спрямовані на справу, про що свідчить середній бал – 45,39. Відтак, 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. Ці висновки підтверджують отримані дані щодо типової самопрезентації у повсякденному житті групи. Так, студентів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації академічна група вважає товариськими, проте надійними і референтними, тобто значимими для

групи. Нижчі середній бали у другій досліджуваній групі має спрямованість на себе (36,36 балів) і спрямованість на спілкування (32,68 бали).

Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації найчастіше спрямовані на спілкування, про що свідчить середній бал – 46,72. Отже, студентів з неефективною самопрезентацією можна охарактеризувати як бажаючих за будь-яких умов підтримувати відносини з людьми, тобто варто відзначити орієнтацію на спільну діяльність, але часто на шкоду виконанню конкретних завдань або наданню щирої допомоги людям, а також вони орієнтовані на соціальне схвалення, залежні від групи, відчувають потребу в прихильності й емоційних відносинах з людьми. Нижчі середні бали у третій досліджуваній групі має спрямованість на справу (37,40 балів) і спрямованість на себе (33,63бали).

Низький кореляційний зв'язок між спрямованістю на спілкування і ефективністю самопрезентації вказує на те, що спрямованість на спілкування певною мірою притаманна досліджуваним з абсолютно різною ефективністю самопрезентації на відміну від спрямованості на справу і на себе.

Цікавими є результати психодіагностики у групах досліджуваних з різним рівнем самопрезентації, які представлено у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Глобальне самоставлення особистості у майбутніх психологів з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією (n-254)

Вираженість глобального самоставлення (шкала S – опитувальник В.В. Століна і С.Р. Пантелєєва)	Рівні ефективності самопрезентації (%)		
	Ефективна самопрезентація (перша група) n-83	Достатній рівень ефективності самопрезентація (друга група) n-99	Неефективна самопрезентація (третя група) n-72
Яскрава вираженість позитивного самоставлення	91,57	84,85	48,61
Середня вираженість позитивного самоставлення	8,43	15,15	51,39

Суттєвий кореляційний зв'язок констатовано між рівнем ефективності самопрезентації і глобальним самоставленням **(r=0,37)**. Найсуттєвіша відмінність між глобальним самоставленням і рівнем ефективності самопрезентації полягає у ступені вираженості самоставлення у групах досліджуваних з ефективною (у 91,57% - висока вираженість самоставлення, а у 8,43% – середня) і неефективною (у 48,61% – висока вираженість самоставлення, а у 51,39% – середня) самопрезентацією. На досліджуваній вибірці не було виявлено осіб з невираженим позитивним глобальним самоставленням.

Тобто, у досліджуваній групі майбутніх психологів відсутні особи з низькою вираженістю позитивного самоставлення. Всього у 75,99% (n-254) опитуваних майбутніх психологів виявлено яскраво виражене позитивне самоставлення, і лише у 24,01% (n-254) діагностовано середній рівень вираженості позитивного самоставлення. Таким чином, у студентів-психологів з ефективною самопрезентацією переважає яскрава вираженість позитивного самоставлення, у студентів-психологів з неефективною самопрезентацією домінує середній рівень вираженості позитивного самоставлення.

Таблиця 2.9

Показники самоставлення особистості у майбутніх психологів з ефективною самопрезентацією (n-83)

Показник	Яскрава вираженість %	Середня вираженість %	Низька вираженість %
Інтегральне позитивне самоставлення	91,57	8,43	0,00
Самоповага	44,58	18,08	37,34
Аутосимпатія	80,73	16,87	2,40
Очікуване ставлення інших	27,71	63,85	8,44
Самоінтерес	77,11	22,89	0
Самовпевненість	33,74	55,43	10,83
Ставлення інших	54,22	25,31	20,47

Продовження Таблиці 2.9

Самоприйняття	72,29	25,31	2,40
Самокерівництво	62,65	27,71	9,64
Самозвинувачення	12,05	26,51	61,44
Самоінтерес (доп. шкала)	75,90	24,10	0
Саморозуміння	60,24	20,48	19,28

У таблиці 2.9 представлено показники самоставлення особистості у майбутніх психологів з ефективною самопрезентацією (n-83). У групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією (n-83) найбільш виражений показник глобального самоставлення (91,57%). Також в цій групі яскраво виражені показники за шкалами: аутосимпатія (80,73%), самоінтерес (77,11% за основною шкалою і 75,90% за допоміжною шкалою), і самоприйняття (72,29%). Отримані дані свідчать про привабливість власної особистості, близькість до себе і прийняття власних недоліків. Цікаво, що очікування позитивного ставлення інших у переважній більшості досліджуваних з ефективною самопрезентацією на середньому рівні.

У таблиці 2.10 представлено показники самоставлення особистості у майбутніх психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації (n-99).

Таблиця 2.10

Показники самоставлення особистості у майбутніх психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації (n-99)

Показник	Яскрава вираженість %	Середня вираженість %	Низька вираженість %
Інтегральне позитивне самоставлення	84,85	15,15	0,00
Самоповага	43,42	20,21	36,37
Аутосимпатія	79,8	16,16	4,04
Очікуване ставлення інших	18,19	64,65	17,16
Самоінтерес	76,77	23,23	0,00
Самовпевненість	34,35	55,56	10,09
Ставлення інших	50,51	19,18	30,31
Самоприйняття	72,73	21,22	6,05
Самокерівництво	55,56	27,28	17,16
Самозвинувачення	25,26	23,24	51,5

Продовження Таблиці 2.10

Самоінтерес (доп. шкала)	73,74	21,22	5,04
Саморозуміння	57,58	26,27	16,15

У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації (n-99) найбільш вираженим показником також констатовано яскраву вираженість інтегрального позитивного самоставлення – 84,85%. Як і в першій групі, яскраву вираженість мають показники за шкалами аутосимпатія (79,8%), самоінтерес (76,77% за основною шкалою і 73,74 % за допоміжною) і самоприйняття (72,73%).

За результатами діагностики самоставлення у досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації можна зробити висновок, що результати за різними шкалами схожі, хоча в другій групі більше досліджуваних мають середню вираженість за усіма показниками.

У таблиці 2.11 представлено показники самоставлення особистості у майбутніх психологів з неефективною самопрезентацією (n-72).

Таблиця 2.11

Показники самоставлення особистості у майбутніх психологів з неефективною самопрезентацією (n-72)

Показник	Яскрава вираженість %	Середня вираженість %	Низька вираженість %
Інтегральне позитивне самоставлення	48,61	51,39	0,00
Самоповага	45,83	15,28	38,89
Аутосимпатія	77,78	16,67	5,56
Очікуване ставлення інших	18,06	61,11	20,83
Самоінтерес	55,56	44,44	0,00
Самовпевненість	34,72	54,17	11,11
Ставлення інших	34,72	33,33	31,94
Самоприйняття	48,61	31,94	19,44
Самокерівництво	47,22	34,72	18,06
Самозвинувачення	16,67	31,94	51,39
Самоінтерес (до. шкала)	52,78	47,22	0,00
Саморозуміння	44,44	26,39	29,17

У групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією діагностовано дещо інші результати структури самоставлення особистості порівняно з двома попередніми групами. Так, на відміну від першої і другої групи у переважній більшості досліджуваних з неефективною самопрезентацією діагностовано середній рівень вираженості інтегрального позитивного самоставлення, при чому за шкалами аутосимпатії та самоінтересу виявлено високий рівень, але за шкалою самоприйняття, а також за основною та допоміжною шкалою самоінтересу діагностовано нижчі показники, ніж у перших двох групах.

Аналіз результатів діагностики самоставлення особистості у групах майбутніх психологів з ефективною, достатньою і неефективною самопрезентацією дозволив припустити, що позитивне глобальне самоставлення, а отже, усвідомленість власної значимості, є одним із ключових чинників успішної самопрезентації майбутніх психологів. Отже, у студентів-психологів з ефективним і достатнім рівнем ефективності самопрезентації переважає яскрава вираженість самоставлення, а у студентів-психологів з неефективним рівнем самопрезентації домінує середній рівень вираженості самоставлення.

Було виявлено значущу кореляцію між рівнем ефективності самопрезентації і рівнем суб'єктивного контролю **(r=0,30).** Середній показник за шкалою загальної інтернальності у першій групі досліджуваних становить 6,29 бали. Середній показник за шкалою загальної інтернальності у другій групі досліджуваних – 5,74 бали. Середній показник за шкалою загальної інтернальності у третій групі – 5,08 бали.

Таблиця 2.12

Рівень суб'єктивного контролю у майбутніх психологів з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією (n-254)

Рівень суб'єктивного контролю	Рівні ефективності самопрезентації (%)		
	Ефективна самопрезентація (перша група) n-83	Достатній рівень ефективності самопрезентація (друга група) n-99	Неефективна самопрезентація (третя група) n-72
Інтернальний	67,46	58,58	48,61
Амбівалентний	25,30	24,24	22,23
Екстернальний	7,24	17,17	29,19

У таблиці 2.12 представлено результати діагностики рівня суб'єктивного контролю у майбутніх психологів з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією (n-254). Як бачимо, переважна більшість досліджуваних, а саме 68,99%, має інтернальний локус контролю. Досліджувані студенти-психологи схильні вважати, що більшість подій у їхньому житті є результатом власних дій, якими вони можуть керувати. Досліджуваним з амбівалентним суб'єктивним контролем, а саме 23,62%, притаманно змінювати свою поведінку в залежності від суб'єктивного ставлення до актуальної ситуації. Досліджувані з екстернальним суб'єктивним контролем, а саме 13,38%, схильні не бачити зв'язок між власними діями і ситуаціями, які виникають.

Хоча у всіх трьох групах досліджуваних переважає інтернальність суб'єктивного контролю, але помітна різниця у показниках екстернального локус-контролю. Так, в групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією збільшується відсоток екстерналів, а середній показник менший ніж у групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності та ефективною самопрезентацією.

Значущих кореляцій між рівнем ефективності самопрезентації і структурою емоційної спрямованості майже не виявлено. Найбільш значущі кореляції серед структури емоційної спрямованості і рівнем ефективності самопрезентації – практична і глорична емоційна спрямованість, де **r=0,20**.

Загалом структура емоційної спрямованості має наступні кореляції з рівнем ефективності самопрезентації майбутніх психологів: «альтруїстичні» **(r=0,03)**, «комунікативні» **(r=0,10)**, «пугнічні» **(r=0,12)**, «романтичні» **(r=0,10)**, «акізитивні» **(r=0,01)**, «гедоністичні» **(r=0,02)**, «гностичні» **(r=0,06)**, «естетичні **(r=0,03)».** Слабкі кореляції емоційної спрямованості особистості і рівнем самопрезентації пояснюються тим, що досліджувані присвоювали кардинально різні ранги однаковим емоційним переживанням.

Структура емоційної спрямованості студентів-психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації представлена у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Структура емоційної спрямованості студентів-психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації

Емоційна спрямованість	Рівні ефективності самопрезентації (середні бали)		
	Ефективна самопрезентація (перша група) n-83	Достатній рівень ефективності самопрезентація (друга група) n-99	Неефективна самопрезентація (третя група) n-72
Альтруїстичні	5,67	5,86	5,63
Комунікативні	6,30	5,67	5,47
Глорічні	3,84	4,41	5,17
Праксичні	4,28	4,48	5,74
Пугнічні	3,39	3,17	2,61
Романтичні	4,28	4,15	3,36
Акізитивні	3,96	3,93	4,24
Гедоністичні	5,35	5,12	5,36
Гностичні	3,70	4,07	4,00

У групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією переважають наступні емоційні переживання: «комунікативні» (середній бал – 6,30), «альтруїстичні» (середній бал – 5,67) і «гедоністичні» (середній бал – 5,35). Найнижчі показники мають «гностичні» (середній бал – 3,70), «пугнічні» (середній бал – 3,39) й «акізитивні» (середній бал – 3,96) переживання.

У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації переважають такі емоційні переживання, як «альтруїстичні» (середній бал – 5,86), «комунікативні» (середній бал – 5,67) і «гедоністичні» (середній бал – 5,12). На останніх місцях знаходяться «акізитивні» (середній бал – 3,93) і «пугнічні» (середній бал –3,17) емоційні переживання.

У групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації на перших місцях знаходяться «праксичні» (середній бал 5,74), «альтруїстичні» (середній бал 5,63) і «комунікативні» (середній бал 5,47) емоції, а на останніх – «романтичні» (середній бал 3,36) і «пугнічні» (середній бал 2,61) емоційні переживання.

Отже, у досліджуваних з ефективним і достатнім рівнем ефективності самопрезентації розвинені потреби допомагати і спілкуватися, а також у тілесному і душевному комфорті. Проте у групі з ефективною самопрезентацією потреба у спілкуванні більш вагома, аніж потреба допомагати людям, а у групі з достатнім рівнем ефективності потреба допомагати людям, навпаки, важливіша за потребу спілкуватися. І в першій, і в другій групі досліджуваних низьку значимість мають потреби, пов’язані з інтересом до накопичення і потреби у подоланні небезпеки. Важливо також відзначити, що незначимою для досліджуваних з ефективною самопрезентацією є потреба у пізнанні, водночас у досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації потреба у пізнанні має середню значимість.

Дещо відрізняються середні показники емоційної спрямованості у групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією. Так, для них

важливими є емоції, які виникають завдяки успішній або неуспішній діяльності. Для досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації також значимими є потреба спілкуватися і допомагати людям. Незначимими для досліджуваних студентів-психологів з неефективною самопрезентацією є емоційні переживання, пов'язані з прагненням до всього незвичайного і потаємного, а також з потребами у подоланні небезпеки.

Також не виявлено значущої кореляції між системою цінностей особистості і рівнем ефективності самопрезентації, окрім термінальної цінності «щасливе сімейне життя», де **r=0,15.** Загалом кореляційні зв'язки між системою цінностей і ефективністю самопрезентації представлено у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

Кореляційні зв'язки між термінальними та інструментальними цінностями і рівнем ефективності самопрезентації

№	Термінальні цінності	Кореляція	№	Інструментальні цінності	Кореляція
1	«Активне діяльне життя»	-0,09	1	«Акуратність»	0,04
2	«Життєва мудрість»	-0,09	2	«Вихованість»	-0,01
3	«Здоров'я»	0,07	3	«Високі запити»	0,04
4	«Цікава робота»	0,04	4	«Життєрадісність»	0,01
5	«Краса природи і мистецтва»	-0,01	5	«Дисциплінованість»	0,05
6	«Любов»	0,02	6	«Незалежність»	-0,10
7	«Матеріально забезпечене життя»	-0,01	7	«Непримиримість до недоліків у собі та інших людях»	-0,02
8	«Наявність хороших і вірних друзів»	-0,01	8	«Освіченість»	-0,09
9	«Суспільне визнання»	0,02	9	«Відповідальність»	-0,08
10	«Пізнання»	-0,05	10	«Раціоналізм»	-0,01
11	«Продуктивне життя»	-0,05	11	«Самоконтроль»	0,00
12	«Розвиток»	0,07	12	«Сміливість у відстоюванні своєї думки, своїх поглядів»	0,07

Продовження Таблиці 2.14

13	«Розваги»	-0,10	13	«Тверда воля»	0,01
14	«Свобода»	-0,01	14	«Терпимість»	0,04
15	«Щасливе сімейне життя»	0,16	15	«Широта поглядів»	-0,01
16	«Щастя інших»	-0,01	16	«Чесність»	0,06
17	«Творчість»	0,00	17	«Ефективність у справах»	0,04
18	«Впевненість у собі»	-0,11	18	«Чуйність»	-0,03

У таблиці 2.15 представлено результати середніх показників, завдяки яким нам вдалося побудувати середньостатистичну ієрархію системи цінностей у групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією.

Таблиця 2.15

Середньостатистичні показники системи термінальних та інструментальних цінностей у групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією

Ранг	Термінальні цінності	Середнє	Ранг	Інструментальні цінності	Середнє
1	«Здоров'я»	11,01	1	«Чесність»	10,48
2	«Любов»	10,64	2	«Життєрадісність»	10,42
3	«Цікава робота»	10,26	3	«Незалежність»	10,19
4	«Активне діяльне життя»	10,18	4	«Вихованість»	10,03
5	«Щасливе сімейне життя»	9,74	5	«Освіченість»	9,97
6	«Наявність хороших і вірних друзів»	9,01	6	«Чуйність»	9,76
7	«Матеріально забезпечене життя»	8,56	7	«Акуратність»	9,60
8	«Впевненість у собі»	8,44	8	«Відповідальність»	9,42
9	«Життєва мудрість»	8,30	9	«Широта поглядів»	9,38
10	«Свобода»	8,17	10	«Сміливість у відстоюванні своєї думки, своїх поглядів»	9,05
11	«Краса природи і мистецтва»	8,11	11	«Самоконтроль»	8,84
12	«Розвиток»	8,09	12	«Раціоналізм»	8,53
13	«Продуктивне життя»	7,94	13	«Дисциплінованість»	8,04
14	«Розваги»	7,75	14	«Тверда воля»	7,92

Продовження Таблиці 2.15

15	«Суспільне визнання»	7,49	15	«Високі запити»	7,69
16	«Творчість»	7,18	16	«Ефективність у справах»	7,41
17	«Пізнання»	7,02	17	«Непримиримість до недоліків у собі та інших людях»	7,10
18	«Щастя інших»	6,97	18	«Терпимість»	6,85

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» і «щастя інших»; інструментальні – «чесність», «життєрадісність» і «вихованість», на останніх – «ефективність у справах», «непримиримість до недоліків», «терпимість». Таким чином, група досліджуваних студентів-психологів з ефективною самопрезентацією вважає найбільшими цінностями здоров'я і чесність, тоді як цінності щастя інших і терпимість стоять на останніх місцях. Що досить несподівано, оскільки, для психолога у його професійній діяльності творчість, пізнання і, особливо, щастя інших мають бути вагомими.

Таблиця 2.16

Середньостатистичні показники системи термінальних та інструментальних цінностей у групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації

Ранг	Термінальні цінності	Середнє	Ранг	Інструментальні цінності	Середнє
1	«Здоров'я»	10,61	1	«Життєрадісність»	10,39
2	«Любов»	10,32	2	«Незалежність»	10,25
3	«Активне діяльне життя»	9,84	3	«Вихованість»	10,13
4	«Наявність гарних і вірних друзів»	9,48	4	«Чесність»	9,97
5	«Впевненість у собі»	9,42	5	«Чуйність»	9,76
6	«Цікава робота»	9,08	6	«Освіченість»	9,60
7	«Щасливе сімейне життя»	8,87	7	«Акуратність»	9,29
8	«Матеріально забезпечене життя»	8,73	8	«Широта поглядів»	8,99
9	«Життєва мудрість»	8,71	9	«Відповідальність»	8,83
10	«Свобода»	8,59	10	«Раціоналізм»	8,68

Продовження Таблиці 2.16

11	«Розвиток»	8,34	11	«Сміливість у відстоюванні своєї думки, своїх поглядів»	8,33
12	«Розваги»	8,15	12	«Тверда воля»	8,17
13	«Продуктивне життя»	7,92	13	«Самоконтроль»	7,88
14	«Краса природи і мистецтва»	7,54	14	«Дисциплінованість»	7,23
15	«Пізнання»	7,39	15	«Високі запити»	7,10
16	«Суспільне визнання»	7,21	16	«Ефективність у справах»	7,00
17	«Творчість»	7,08	17	«Терпимість»	6,94
18	«Щастя інших»	6,71	18	«Непримиримість до недоліків у собі та інших людях»	6,79

У таблиці 2.16 представлено результати середньостатистичної ієрархії системи цінностей у групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації. У групі майбутніх психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації діагностовано, що на перших місцях стоять наступні термінальні цінності – «здоров'я», «любов», «активне діяльне життя», а на останніх «суспільне визнання», «творчість», «щастя інших»; інструментальні – «життєрадісність», «незалежність» і «вихованість», а на останніх «ефективність у справах», «терпимість» і «непримиримість до недоліків у собі та інших людях».

Можемо констатувати, що середні показники системи цінностей у групі досліджуваних студентів-психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації відрізняються від середніх показників системи цінностей у групі з ефективною самопрезентацією. Так, термінальна цінність «цікава робота» в другій групі має середньостатистичний шостий ранг, перед яким знаходяться такі термінальні цінності як «активне діяльне життя», «наявність гарних і вірних друзів» і «впевненість у собі». Перше місце серед термінальних цінностей має «життєрадісність», а цінність, яка стоїть на першому місці в групі з ефективною самопрезентацією – «чесність», в групі

досліджуваних з достатнім рівнем самопрезентації має лише четверте місце, перед яким знаходяться цінності «незалежність» і «вихованість».

В таблиці 2.17 представлено результати середніх показників, завдяки яким нам вдалося побудувати середньостатистичну ієрархію системи цінностей у групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією.

Таблиця 2.17

Середньостатистичні показники системи термінальних та інструментальних цінностей у групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією

Ранг	Термінальні цінності	Середнє	Ранг	Інструментальні цінності	Середнє
1	«Активне діяльне життя»	10,42	1	«Вихованість»	10,26
2	«Любов»	10,15	2	«Життєрадісність»	10,24
3	«Наявність гарних і вірних друзів»	10,03	3	«Незалежність»	10,17
4	«Здоров'я»	9,84	4	«Освіченість»	10,04
5	«Впевненість у собі»	9,61	5	«Чесність»	9,86
6	Цікава робота»	9,38	6	«Відповідальність»	9,57
7	«Життєва мудрість»	9,25	7	«Чуйність»	9,23
8	«Матеріально забезпечене життя»	9,04	8	«Широта поглядів»	8,86
9	«Розваги»	8,79	9	«Раціоналізм»	8,74
10	«Краса природи і мистецтва»	8,63	10	«Тверда воля»	8,45
11	«Свобода»	8,42	11	«Акуратність»	8,01
12	«Продуктивне життя»	8,11	12	«Самоконтроль»	7,72
13	«Розвиток»	7,92	13	«Сміливість у відстоюванні своєї думки, своїх поглядів»	7,59
14	«Пізнання»	7,64	14	«Дисциплінованість»	7,37
15	«Творчість»	7,39	15	«Високі запити»	7,14
16	«Суспільне визнання»	7,16	16	«Терпимість»	6,98
17	«Щастя інших»	6,87	17	«Непримиримість до недоліків у собі та інших людях»	6,81
18	«Пізнання»	6,63	18	«Ефективність у справах»	6,72

За результатом опитування студентів-психологів з неефективною самопрезентацією на перших місцях знаходяться наступні термінальні

цінності – «активне діяльне життя», «любов», «наявність гарних і вірних друзів», а на останніх – «суспільне визнання», «щастя інших», «пізнання»; інструментальні – «вихованість», «життєрадісність» і «незалежність» на перших місцях, а на останніх – «терпимість», «непримиримість до недоліків» і «ефективність у справах». У порівнянні з першими двома групами найбільшою відмінністю досліджуваних з неефективною самопрезентацією є «активне діяльне життя» на першому місці серед термінальних цінностей і «вихованість» як найзначиміша інструментальна цінність. При чому у групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією «активне діяльне життя», яке поступається цінностям «здоров'я», «любов» і «цікава робота», має лише четверте місце. Іншими словами, для досліджуваних студентів-психологів з ефективною самопрезентацією важливо турбуватись про здоров'я, любити і мати цікаву роботу, більш значимі за активну діяльність і, навпаки, для групи досліджуваних студентів-психологів з неефективною самопрезентацією важливіше мати активне діяльне життя, любов, мати гарних і вірних друзів, аніж дбати про здоров'я. «Чесність», яка у групі з ефективною самопрезентацією має перше місце серед інструментальних цінностей, у третій групі має лише п'яте місце. Тобто, можна припустити, що досліджувані майбутні психологи з ефективною самопрезентацією під час взаємодії з навколишнім соціальним середовищем керуються цінністю чесності, а досліджувані з неефективною самопрезентацією – вихованості.

Спостерігаються також певні відмінності в останніх позиціях термінальних і інструментальних цінностей у трьох групах досліджуваних студентів-психологів з ефективним, неефективним і достатнім рівнем ефективності самопрезентації. Так, у групі з ефективною самопрезентацією на останньому місці серед термінальних цінностей – «щастя інших», серед інструментальних – «терпимість»; у групі з неефективною самопрезентацією останнє місце мають такі цінності, як «пізнання» серед термінальних і «ефективність у справах» серед інструментальних; у групі з достатнім

рівнем самопрезентації на останньому місці «щастя інших» як термінальна цінність і «непримиримість до недоліків у собі та інших людях» як інструментальна.

Таким чином, було досліджено індивідуально-психологічні особливості особистості, які обумовлюють самопрезентаційну поведінку майбутніх психологів: мотивацію досягнення, самоставлення, спрямованість особистості, локус-контроль, емоційну спрямованість, ціннісні орієнтації. 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).

2.2.3 Аналіз використання стратегій і тактик самопрезентації майбутніми психологами

Психодіагностичне дослідження стратегій і тактик самопрезентації здійснювалось за допомогою двох методик:

1. Методика «Самомоніторинг» М. Снайдера.
2. Методика «Шкала тактик самопрезентації» С. Дж. Лі та Б. М. Квінглі в адаптації О. А. Пікульової.

За результатами дослідження самомоніторингу як поведінкової реалізації стратегії самопрезентації можемо констатувати значну кореляцію між рівнем ефективності самопрезентації і самомоніторингом **(r=0,29).** Середній показник самомоніторингу у групі досліджуваних з ефективною самопрезентації становить 10,51 бали. Середній показник самомоніторингу у групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності – 10,38 бали. Середній показник самомоніторингу у групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією – 9,31 бали.

Таблиця 2.18

Рівень самомоніторингу у майбутніх психологів з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією (n-254)

Самомоніторинг	Рівні ефективності самопрезентації (%)		
	Ефективна самопрезентація (перша група) n-83	Достатній рівень ефективності самопрезентація (друга група) n-99	Неефективна самопрезентація (третя група) n-72
Високий рівень	36,14	33,33	25,00
Середній рівень	38,55	40,40	51,16
Низький рівень	25,30	26,26	20,83

У таблиці 2.18 представлено результати діагностики рівня самомоніторингу у майбутніх психологів з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією (n-254).

У групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією 36,14% досліджуваних мають високий рівень самомоніторингу, 38,55% – середній, і 25,30% – низький. Такі результати є досить неочікуваними, адже дана методика спрямована на дослідження рівня регуляції самопрезентації, тобто можна припустити, що у групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією переважній більшості притаманний високий рівень самомоніторингу. Розбіжність отриманих результатів з очікуваними пояснюється цілеспрямованим контролем власної поведінки під час соціальної взаємодії, тобто «штучністю» самопрезентації. На основі отриманих даних, ми можемо припустити, що свідомий контроль за процесом взаємодії особистості з соціумом, результатом якого є прагнення створити бажаний образ власного «Я» у сприйнятті інших людей не завжди призводить до створення потрібного образу власного «Я». Так, у групі з достатнім рівнем ефективності самопрезентації 33,33% мають високий

рівень самомоніторингу, 40,40% – середній і 26,26% – низький. А у групі з неефективною самопрезентацією 25,00% досліджуваних мають високий рівень самомоніторингу, 51,16% – середній і 20,83% – низький. Тобто, переважна більшість досліджуваних студентів-психологів (47,63%; n-254) мають середній рівень самомоніторингу, високий рівень самомоніторингу спостерігається у 28,97% досліджуваних (n-254), а низький рівень самомоніторингу мають 24,40% досліджуваних із загальної вибірки (n-254).

За результатами дослідження застосування тактик самопрезентації майбутніми психологами було виявлено значущі кореляції між рівнем ефективності самопрезентації і застосуванням тих чи інших тактик самопрезентації.

Захисний тип:

1. Виправдання з запереченням відповідальності – **r=0,13**;
2. Зречення – **r=0,29**;
3. Виправдання з прийняттям відповідальності – **r=0,23**;
4. Перешкоджання самому собі – **r=0,50**;
5. Вибачення **r=0,21.**

Асертивний тип:

1. Бажання сподобатися **r=0,19**;
2. Залякування **r=0,38**;
3. Прохання / благання **r=0,14**;
4. Приписування собі досягнень **r=0,38**;
5. Перебільшення власних досягнень **r=0,35**;
6. Негативна оцінка інших **r=0,14**;
7. Приклад для наслідування **r=0,30**.

Тобто, найбільш значуща кореляція серед технік самопрезентації з рівнем її ефективності є перешкоджання самому собі **r=0,50**, залякування **r=0,38**, а також приписування собі досягнень **r=0,38**, перебільшення власних досягнень **r=0,35** і приклад для наслідування **r=0,30**.

Таблиця 2.19

Середні показники використання технік самопрезентації у майбутніх психологів з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією (n-254)

Техніка	Рівні ефективності самопрезентації (бали)		
	Ефективна самопрезентація (перша група) n-83	Достатній рівень ефективності самопрезентація (друга група) n-99	Неефективна самопрезентація (третя група) n-72
Виправдання з запереченням відповідальності	36,72	40,95	40,18
Зречення	31,93	33,92	40,61
Виправдання з прийняттям відповідальності	38,58	40,18	41,31
Перешкоджання самому собі	26,08	34,43	40,68
Вибачення	51,78	57,68	58,82
Бажання сподобатися	59,08	56,41	63,08
Залякування	49,83	40,69	40,06
Прохання / благання	50,88	45,42	60,69
Приписування собі досягнень	48,10	38,30	39,19
Перебільшення власних досягнень	44,93	34,79	36,03
Негативна оцінка інших	44,22	37,89	41,00
Приклад для наслідування	49,43	42,18	43,04

У наступній таблиці 2.19 представлено середні бали використання захисних і асертивних технік самопрезентації в групах досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації. У групі досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації переважають наступні тактики: бажання сподобатися – 59,08 б., вибачення – 51,78 б., прохання / благання – 50,88 б., приклад для наслідування – 49,43 б. У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації переважають такі тактики, як:

вибачення – 57,68 б., бажання сподобатися – 56,41 б., прохання / благання – 45,42 б. У групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації переважають наступні тактики: бажання сподобатися – 63,08 б., прохання / благання – 60,69 б., вибачення – 58,82 б. Як бачимо, найвищі середні бали за рівнем використання технік саме у групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації, а найнижчі – у групі з достатнім рівнем ефективної самопрезентації. Такі дані підкріплюються спрямованістю досліджуваних студентів з неефективною самопрезентацією на спілкування, їхньою активністю, а також вищими показниками самомоніторингу у порівнянні з досліджуваними першої і другої групи. Відтак за результатами нашого дослідження студенти з неефективною самопрезентацією частіше за інших використовують штучну самопрезентацію, вони усвідомлено намагаються сподобатись навколишньому середовищу і ймовірно нещиро поводять себе під час самопрезентації. Водночас досліджувані студенти з достатнім рівнем ефективності самопрезентації спрямовані на справу, їхня поведінка переважно відкрита й вільна, а інструменти самопрезентації вони застосовують у відповідності до власних внутрішніх переживань, вподобань, до соціального середовища і контексту самої ситуації самопрезентації. Досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації спрямовані на себе, однак вони визначаються соціальним середовищем люб’язними, товариськими, привабливими лідерами, також мають відкриту й вільну поведінку і використовують всі адекватні інструменти, які можна використати для створення бажаного образу Я у сприйнятті академічної групи.

Отже, досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації переважно мають високий рівень мотивації до успіху, високий рівень глобального самоставлення, спрямовані на себе, мають інтернальний локус-контроль, переважно використовують такі тактики самопрезентації, як «бажання сподобатись», «вибачення», «прохання/благання», «приклад для наслідування», найчастіше переживають «комунікативні», «альтруїстичні» і

«гедоністичні» емоції, а також ставлять на перші місця «здоров'я», як термінальну і «чесність», як інструментальну цінності.

Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації переважно мають високий рівень мотивації до успіху і середній рівень мотивації уникнення невдач, високий рівень глобального самоставлення, спрямовані на справу, мають інтернальний локус-контроль, переважно використовують такі тактики самопрезентації, як «вибачення», «бажання сподобатись», «прохання/благання», найчастіше переживають «комунікативні», «альтруїстичні» і «гедоністичні» емоції, а також ставлять на перші місця «здоров'я», як термінальну і «життєрадісність», як інструментальну цінності.

Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації переважно мають середній рівень мотивації до успіху і середній рівень мотивації уникнення невдач, середній рівень глобального самоставлення, спрямовані на спілкування, мають інтернальний локус-контроль, переважно використовують такі тактики самопрезентації, як «вибачення», «бажання сподобатись», «прохання/благання», найчастіше переживають «праксичні», «альтруїстичні» і «комунікативні» емоції, а також ставлять на перші місця «активне діяльне життя», як термінальну і «вихованість», як інструментальну цінності.

2.3 Порівняльний аналіз міжгрупових відмінностей у студентів-психологів за критерієм ефективності самопрезентації особистості

З метою оцінки суттєвих відмінностей між групами з різним рівнем ефективності самопрезентації як найбільш відповідний було використано однофакторний дисперсійний аналіз. Основною метою однофакторного дисперсійного аналізу є дослідження значущої відмінності між середніми декількох груп, даних або змінних [163]. Суть цього методу полягає в аналізі середніх квадратичних значень за результатами методик. Тобто чим

більше відхилення від середнього у досліджуваних групах, тим достовірнішими є відмінності між групами, що в цілому може довести ефективність методу формування досліджуваних груп з різним рівнем ефективності самопрезентації.

Наступний етап емпіричного дослідження психологічних особливостей ефективної самопрезентації майбутніх психологів – виявлення статистичних відмінностей між групами досліджуваних з ефективною, достатнім рівнем ефективності і неефективною самопрезентацією за допомогою однофакторного дисперсійного аналізу. Повна таблиця результатів дисперсійного аналізу подана у Додатку Г (електронний носій).

За результатами однофакторного дисперсійного аналізу виявилось, що психологічні характеристики досліджуваних студентів-психологів дійсно є відмінними у групах з ефективною, достатнім рівнем ефективності і неефективною самопрезентацією. Найсуттєвіші статистично значущі відмінності спостерігаються між наступними індивідуально-псхологічними властивостями особистості:

- мотивацією до успіху (F=63,039, 0***),
- мотивацією уникнення невдач (F=18,029, 0***),
- самоставленням (F=21,893, 0***),
- спрямованістю особистості на себе (F=57,678,0***),
- спрямованістю особистості на справу (F=39,053, 0***),
- спрямованістю особистості на спілкування (F=68,158, 0***).

Найсуттєвіші статистично значущі відмінності спостерігаються між наступними тактиками самопрезентації досліджуваними з різним рівнем ефективності:

- 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***),
- приклад для наслідування (F=12,885, 0***).

Дещо меншу статистично значущу відмінність між групами досліджуваних з різною ефективністю самопрезентації мають такі техніки самопрезентації як:

1) бажання сподобатись (F=5,698, 0,004**)

2) вибачення (F=4,873, 0,008**)

3) виправдання з запереченням відповідальності (F=3,402, 0,035*).

Цікаво, що значну відмінність між групами досліджуваних з різною ефективністю самопрезентації має практична емоційна спрямованість (F=6,539, 0,002**).

Глорична емоційна спрямованість (F=4,229, 0,016*), а також «сімейне життя» як ціннісна орієнтація (F=3,837, 0,023*) мають значну відмінність між групами досліджуваних з різною ефективністю самопрезентації.

Відсутня статистично значуща відмінність між групами досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації у застосуванні техніки «виправдання з прийняттям відповідальності». Серед емоційної спрямованості найбільш значима статистична відмінність за «глоричними» і «праксичними» емоціями. Серед цінностей було виявлено лише одну значиму відмінність у групах з різним рівнем ефективності самопрезентації – рангом термінальної цінності «сімейне життя». Статистично значущих відмінностей у групах досліджуваних з різним рівнем ефективності не виявлено за наступними показниками: самомоніторинг, локус-контроль, майже вся структура емоційної спрямованості, переважна більшість термінальних та інструментальних цінностей. Найсуттєвіші відмінності за результатами однофакторного дисперсійного аналізу між змінними і рівнем ефективності самопрезентації представлені у таблиці 2.20.

Таблиця 2.20

Найсуттєвіші відмінності за результатами однофакторного дисперсійного аналізу між змінними і рівнем ефективності самопрезентації.

Змінні	Сума квадратів	Середній квадрат	F	Знач.
Мотивація до успіху	1 123,91	561,957	63,039	0***
Мотивація уникнення невдач	416,647	208,323	18,029	0***
Самоставлення	1 672,10	836,048	21,893	0***
Виправдання з запереченням відповідальності	875,788	437,894	3,402	0,035*
Зречення	3 164,03	1 582,02	10,963	0***
Перешкоджання самому собі	8 361,06	4 180,53	36,303	0***
Вибачення	2 328,38	1 164,19	4,873	0,008**
Бажання сподобатися	1 855,10	927,549	5,698	0,004**
Залякування	4 964,79	2 482,39	16,34	0***
Прохання / благання	9 785,16	4 892,58	24,562	0***
Приписування собі досягнень	4 996,36	2 498,18	13,368	0***
Перебільшення власних досягнень	5 232,88	2 616,44	23,984	0***
Негативна оцінка інших	1 810,51	905,254	7,56	0,001***
Приклад для наслідування	2 683,37	1 341,68	12,885	0***
Спрямованість на себе	7 155,97	3 577,98	57,678	0***
Спрямованість на спілкування	4 685,05	2 342,52	39,053	0***
Спрямованість на справу	9 681,60	4 840,80	68,158	0***
Глоричні	67,63	33,815	4,229	0,016*
Праксичні	95,416	47,708	6,539	0,002**
Сімейне життя	228,43	114,215	3,837	0,023*

2.4. Динаміка змін показників самопрезентації у майбутніх психологів

Динаміка індивідуально-психологічних особливостей майбутніх психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації оцінювалась за

допомогою L-критерію тенденцій Пейджа [221]. На відміну від критерію χ^2_r Фрідмана, який констатує наявність відмінностей, L-критерій тенденцій Пейджа вимірює наявні відмінності, вказуючи напрям змін [135]. Необхідною умовою для застосування L-критерію є вимірювання досліджуваних показників в трьох чи більше умовах на одній вибірці. L-критерій не запрограмований в пакеті статистичних програм SPSS Statistics, тому нам довелося запрограмувати розрахунок L-критерію в програму MS Excel згідно алгоритму розрахунку L-критерію тенденцій Пейджа [136].

1. Проранжувати індивідуальні значення першого досліджуваного, отримані в 1, 2, 3, та 4 замірах.

2. Зробити те ж саме для усіх інших досліджуваних.

3. Просумувати ранги за умовами, в яких здійснювались заміри. Перевірити співпадіння загальної суми рангів із теоретично заданою для даної кількості досліджуваних (m) та замірів (n) за формулою:

$R_i = m \times n(n+1)/2$

(наприклад, для кількості осіб m = 18 та кількості замірів n = 3 ця сума дорівнює 108).

4. Розташувати всі умови за порядком зростання їх рангових сум у таблиці.

5. Визначити емпіричне значення L за формулою:

$L_{емп} = \sum(T_j \times j)$,

де T_j – сума рангів за даною умовою,

j – порядковий номер, приписаний даній умові в упорядкованій послідовності умов.

6. Порівняти $L_{емп}$ з $L_{крит}$. Якщо емпіричне значення дорівнює або перевищує критичне, до можна зробити висновок, що тенденція достовірна. Із таблиці критичних значень [11], розрахованих Е. Б. Пейджем методом апроксимації, $L_{крит}$ для m = 18 та n = 3 дорівнює (як у нашому дослідженні) [221]:

при p = 0,001 (***) $L_{крит}$ = 235;

при p = 0,01 (**) $L_{крит}$ = 231;

при p = 0,05 (*) $L_{крит}$ = 227.

Для лонгітюдного дослідження ми обрали одну академічну групу психологів, з якою три роки поспіль проводили психодіагностичне дослідження із застосуванням однакових методик, а також проводили опитування щодо ефективності самопрезентації. Вибірка лонгітюдного дослідження склала 18 осіб.

За результати розрахунків L-критерію Пейджа для визначення рівня ефективності самопрезентації значущих змін не виявлено, L – 218,5 (III> I >II). Тобто досліджувані студенти-психологи відносно однаково проявляли себе протягом трьох років навчання. Такі результати мають декілька пояснень. По-перше, перший зріз у цій досліджуваній групі ми зробили під час другого року навчання, тобто студенти вже пройшли етап адаптації до академічної групи і зайняли в ній певні ролі. По-друге, зібрати дані за всі три роки навчання ми змогли лише у тих студентів, які майже не мали проблем з пропусками занять і були включеними у навчальний процес, а значить їхня поведінка тяжіє до сталості і орієнтації на навчання. По-третє, більшість досліджуваних, які склали вибірку для лонгітюдного дослідження мають достатній рівень ефективності самопрезентації, що лише підтверджує попередній висновок. Результати розрахунку L-критерію тенденцій Пейджа для мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач майбутніх психологів представлені у таблиці 2.21. Слід зазначити, що цифрами I, II і III – позначено порядковість зрізів, а так як лонгітюдне дослідження розпочато з другого курсу, то відповідно I – перший зріз – відповідає другому курсу, II – другий зріз – третій курс, III – третій зріз – четвертий курс.

Таблиця 2.21

Динаміка змін мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач майбутніх психологів

Показник	L	Динаміка
Мотивація до успіху	223	I>III>II
Мотивація уникнення невдач	226	II>I> III

Як бачимо, статистичні відмінності у динаміці мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач за L-критерієм тенденцій Пейджа виявивлено на рівні близького до критичного значення $L_{критичне}$.= 227 при p=0,05.

Динаміку мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач представлена на рисунку 2.1.

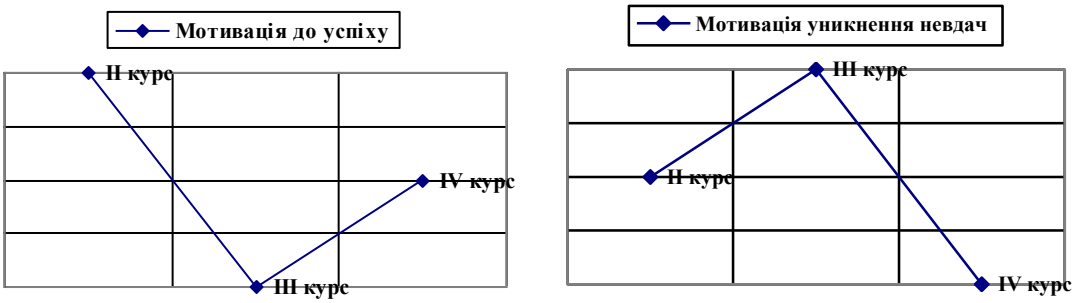

Рис. 2.1. Динаміка мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач майбутніх психологів.

Мотивація до успіху у досліджуваних майбутніх психологів переважає на другому курсі, далі знижується на третьому курсі і підвищується на четвертому. Можемо припустити, що така динаміка пов’язана зі зниженням рівня ефективності самопрезентації у досліджуваних з ефективною самопрезентацією. У результаті кореляційного аналізу була виявлена висока кореляція між мотивацією до успіху з ефективністю самопрезентації досліджуваних студентів, де r=0,75***, а також висока статистично значуща дисперсія, де F=63,039***.

За результатами розрахунків L-критерію Пейджа було виявлено статистично значущі відмінності динаміки глобального самоставлення у майбутніх психологів, де L – 232,5** (I>II> III). Рівень глобального самоставлення до четвертого курсу понижується. Такі результати підтверджуються зниженням ефективності самопрезентації у досліджуваних з ефективною самопрезентацією. Динаміка глобального самоставлення представлена на рисунку 2.2.

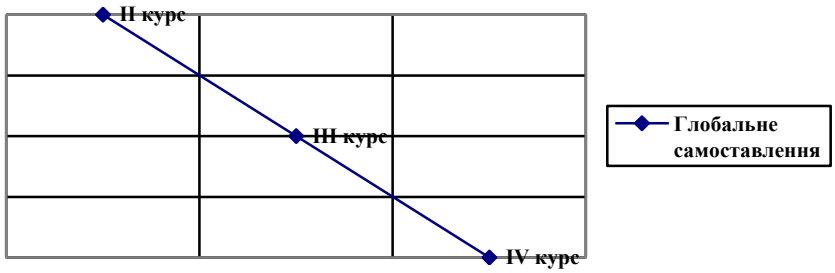

Рисунок 2.2. Динаміка позитивного самоставлення майбутніх психологів.

Таблиця 2.22

Динаміка змін застосування технік самопрезентації майбутніх психологів

Показник	**L**	**Динаміка**
Виправдання з запереченням відповідальності	228*	I>II>III
Зречення	224	I>III>II
Виправдання з прийняттям відповідальності	221	III>II>I
Перешкоджання самому собі	240***	I>II>III
Вибачення	232**	I>II>III
Бажання сподобатися	237***	I>II>III
Залякування	222	III>I>II
Прохання / благання	226	III>II>I
Приписування собі досягнень	228*	III>I>II
Перебільшення власних досягнень	219	I, III>II
Негативна оцінка інших	241***	I>II>III
Приклад для наслідування	230**	I>II>III

Результати розрахунку L-критерію Пейджа для кожної з технік самопрезентації майбутніх психологів представлено у таблиці 2.22. Найбільш значущі зміни відбуваються у застосуванні таких тактик самопрезентації як перешкоджання самому собі, бажання сподобатися і негативна оцінка інших. Важливо зазначити, що для цих тактик характерним є зниження частоти їх застосування у процесі навчання, себто до четвертого курсу майбутні психологи рідше застосовують такі тактики, як перешкоджання самому собі, бажання сподобатися і негативна оцінка інших. На рисунку 2.3 представлено динаміку технік самопрезентації бажання сподобатися і негативна оцінка інших.

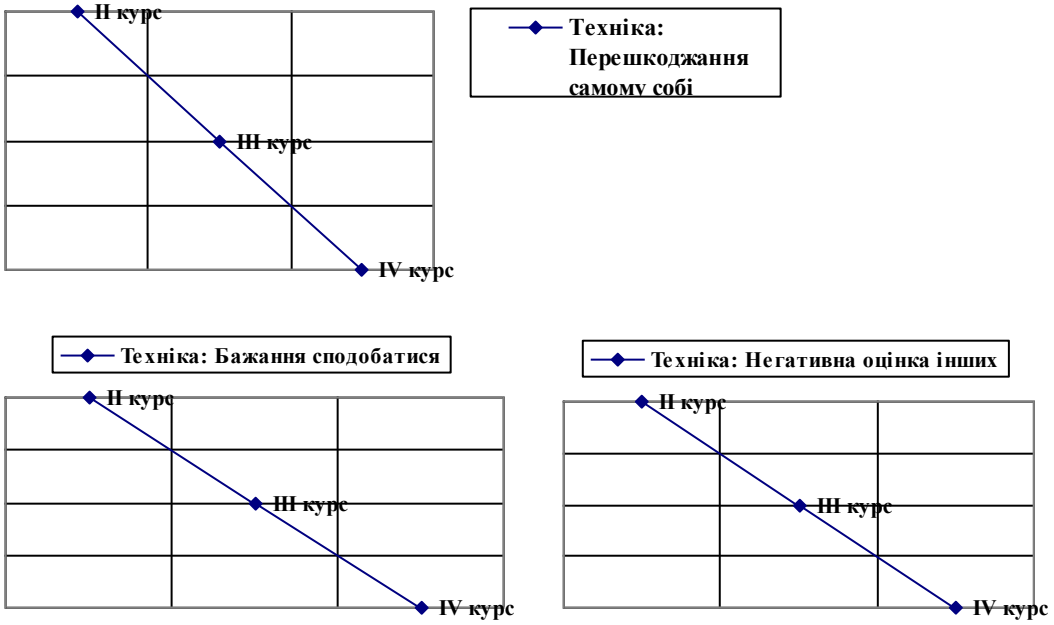

Рис. 2.3. Динаміка технік самопрезентації перешкоджання самому собі, бажання сподобатись і негативна оцінка інших у майбутніх психологів.

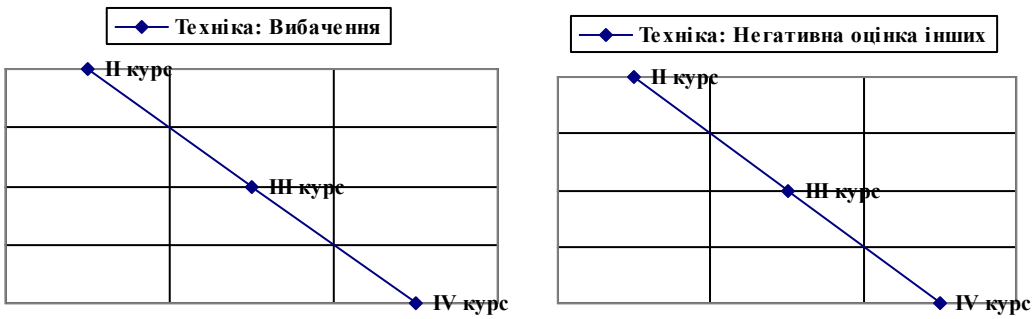

Рис. 2.4. Динаміка технік самопрезентації вибачення і негативна оцінка інших у майбутніх психологів.

На рисунку 2.4 представлено динаміку технік самопрезентації вибачення і приклад для наслідування.Також значущими є зміни застосування таких тактик самопрезентації як вибачення і приклад для наслідування. Цікаво, що досліджувані студенти-психологи також частіше використовують ці тактики на другому курсі, а найрідше – на четвертому.

Статистично значущу відмінність у застосуванні мають також такі тактики самопрезентації, як виправдання з запереченням відповідальності і приписування собі досягнень. Причому застосування тактики виправдання з запереченням відповідальності також частіше зустрічається на другому курсі, у порівняння з четвертим, тобто на четвертому курсі студенти-психологи рідше використовують виправдання з запереченням відповідальності під час самопрезентації. Техніку приписування собі досягнень майбутні психологи значно частіше застосовують на четвертому курсі, а найрідше – на третьому. Можливо, частота застосування тактики самопрезентації приписування собі досягнень пов’язана із закінченням навчання в бакалавраті і майбутніми екзаменами, адже суть застосування цієї техніки полягає в отриманні винагород у «променях слави» іншої людини, наприклад, студентів, які навчаються на «відмінно» і дружба з якими може хоч якось допомогти успішно закінчити навчання й отримати диплом з кращими оцінками. Такі результати також підкріплюються кризовою ситуацією в навчально-професійній діяльності студентів останніх курсів, тобто необхідністю виконувати складні завдання в обмежений термін, іспитами, контрольними роботами і підвищенням впливу отриманих оцінок на загальний результат навчання [119, 144].

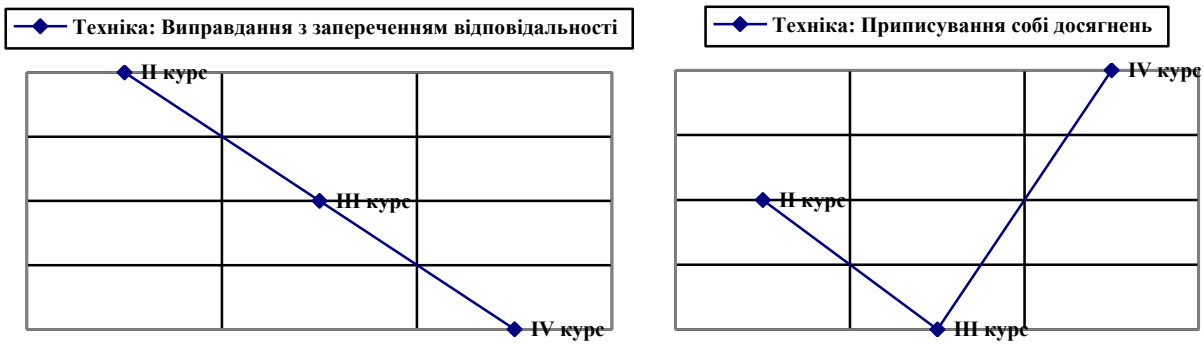

Рисунок 2.5. Динаміка технік самопрезентації виправдання з запереченням відповідальності і приписування собі досягнень у студентів-психологів.

На рисунку 2.5. відображено динаміку таких технік самопрезентації, як виправдання з запереченням відповідальності і приписування собі досягнень. Статистично значуща динаміка застосування відсутня у майбутніх психологів для таких технік самопрезентації, як зречення, виправдання з прийняттям відповідальності, залякування, прохання / благання, перебільшення власних досягнень.

За результатами розрахунків L-критерію Пейджа статистично значущі відмінності динаміки самомоніторингу, де L – 222 (III>II>I), і локус-контролю, де L – 226 (I>III>II) у майбутніх психологів відсутні.

Результати розрахунку L-критерію тенденцій Пейджа для спрямованості особистості майбутніх психологів представлено у таблиці 2.23.

Таблиця 2.23

Динаміка змін спрямованості особистості майбутніх психологів

Показник	L	Динаміка
Спрямованість на себе	222,5	III>II>I
Спрямованість на справу	223	II> I> III
Спрямованість на спілкування	231**	I>II>III

За результати розрахунків L-критерію Пейджа статистично значущі відмінності динаміки виявлено лише за спрямованістю майбутніх психологів на спілкування. Безперечно, такі дані підтверджують результати

психодіагностичного дослідження індивідуально-психологічних особливостей студентів-психологів з різним рівнем ефективності самопрезентації, адже тенденції змін спрямованості на спілкування наступні: на другому курсі студенти-психологи значимо частіше спрямовані на спілкування, ніж на третьому і тим більше на четвертому. Нагадаємо, що на четвертому курсі досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації підвищили свій рівень самопрезентації і в деяких випадках навіть до достатнього рівня ефективності самопрезентації. Спрямованість на спілкування частіше спостерігається у досліджуваних з неефективною самопрезентацією, що підтверджують результати статистичного аналізу. Кореляційний зв'язок між ефективністю самопрезентації і спрямованістю особистості на спілкування є досить слабким (r=0,08), а дисперсія між групами досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентацією статистично значуща (F=39,053***).

Динаміка спрямованості особистості на спілкування представлена на рисунку 2.6, де спостерігається зниження цієї спрямованості з другого до четвертого курсу.

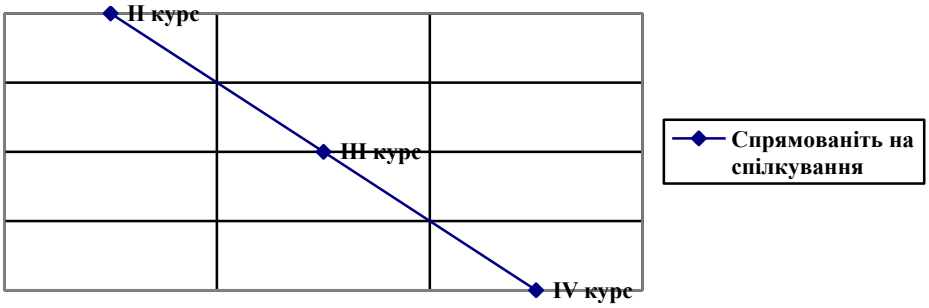

Рис. 2.6. Динаміка спрямованості особистості на спілкування

Спрямованість на себе і на справу за результати розрахунків L-критерію тенденцій Пейджа не має статистично значущих відмінностей.

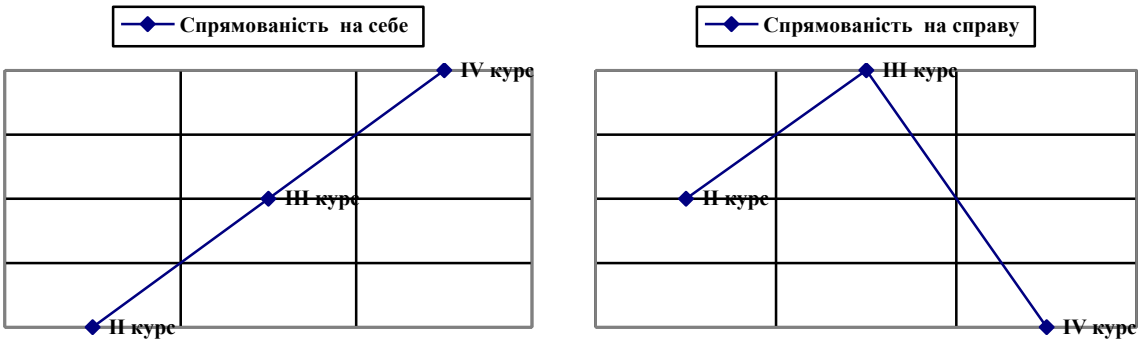

Рис. 2. 7. Динаміка спрямованості особистості на себе і на справу майбутніх психологів

Динаміка спрямованості особистості на себе і на справу представлена на рисунку 2.7. Спрямованість досліджуваних студентів-психологів на себе зростає від другого до третього і від третього до четвертого курсу. Спрямованість досліджуваних майбутніх психологів на справу зростає від другого до третього курсу, і значно понижується від третього до четвертого курсу. На нашу думку, такі результати також пов’язані із закінченням навчання на бакалавраті і вступом до магістратури,а тому вони орієнтовані на пряму винагороду і задоволення, агресивність у досягненні статусу, владність, схильність до суперництва. Отже, результати розрахунку L-критерію тенденцій Пейджа для індивідуально-психологічних особливостей досліджуваних майбутніх психологів показав значущу динаміку за показниками: спрямованістю майбутніх психологів на спілкування; тактиками – перешкоджання самому собі, бажання сподобатися, негативна оцінка інших, вибачення, приклад для наслідування, виправдання з запереченням відповідальності і приписування собі досягнень. Стабільними виявились наступні показники: рівень ефективності самопрезентації, мотивація до успіху і мотивація уникнення невдач, самомоніторинг, локус-контроль, спрямованість особистості на себе і на справу.

Висновки до розділу 2

У другому розділі визначено організаційно-методичні засади діагностичного дослідження психологічних умов формування ефективної

самопрезентації майбутніх психологів, виділено три групи досліджуваних з ефективним, достатнім і неефективним рівнем самопрезентації, проаналізовані індивідуально-психологічні особливості досліджуваних з різним рівнем ефективності, а також проведений аналіз статистично значущих відмінностей між групами досліджуваних з ефективною, достатнім рівнем ефективності і неефективною самопрезентацією.

Виявлено статистично значущі кореляції між рівнем ефективності самопрезентації і досліджуваними індивідуально-психологічними особливостями за такими показниками, як: мотивація до успіху, глобальне самоставлення, спрямованість на себе і справу, а також такі техніки самопрезентації, як є перешкоджання самому собі, залякування, а також приписування собі досягнень, перебільшення власних досягнень і приклад для наслідування. Досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації переважно мають високий рівень мотивації до успіху, високий рівень глобального самоставлення, спрямовані на себе, мають інтернальний локус-контроль, здебільшого використовують такі тактики самопрезентації як «бажання сподобатись», «вибачення», «прохання/благання», «приклад для наслідування», у переважній більшості переживають «комунікативні», «альтруїстичні» і «гедоністичні» емоції, а також ставлять на перші місця «здоров'я» як термінальну і «чесність» як інструментальну цінності.

Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації в основному мають високий рівень мотивації до успіху і середній рівень мотивації уникнення невдач, високий рівень глобального самоставлення, спрямовані на справу, мають інтернальний локус-контроль, переважно використовують такі тактики самопрезентації як «вибачення», «бажання сподобатись», «прохання/благання», найчастіше переживають «комунікативні», «альтруїстичні» і «гедоністичні» емоції, а також ставлять на перші місця «здоров'я» як термінальну і «життєрадісність» як інструментальну цінності.

Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації в основному мають середній рівень мотивації до успіху і середній рівень мотивації уникнення невдач, середній рівень глобального самоставлення, спрямовані на спілкування, мають інтернальний локус-контроль, переважно використовують такі тактики самопрезентації як «вибачення», «бажання сподобатись», «прохання/благання», найчастіше переживають «праксичні», «альтруїстичні» і «комунікативні» емоції, а також ставлять на перші місця «активне діяльне життя», як термінальну і «вихованість», як інструментальну цінності

Виявлено статистично значущі відмінності між групами досліджуваних з ефективним, достатнім рівнем ефективності і неефективним рівнем самопрезентації за показниками мотивація до успіху, мотивація уникнення невдач, самоставлення, 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». Виявлені статистично значущі відмінності дозволяють зробити висновок, що досліджувані групи з різним рівнем ефективності самопрезентації є відмінними.

Виявлено значущу динаміку індивідуально-психологічних особливостей досліджуваних майбутніх психологів за показниками: спрямованість майбутніх психологів на спілкування; тактиками – перешкоджання самому собі, бажання сподобатися, негативна оцінка інших, вибачення, приклад для наслідування, виправдання з запереченням відповідальності і приписування собі досягнень. Стабільними виявились показники: рівень ефективності самопрезентації, мотивація до успіху і мотивація уникнення невдач, самомоніторинг, локус-контроль, спрямованість особистості на себе і на справу.

Зміст другого розділу відображено у наступних публікаціях:

1. 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. І: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Випуск 37-38. – С. 426-430.

2. 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.

3. 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.

РОЗДІЛ 3
ПСИХОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ

У третьому розділі 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.

3.1 Психологічні портрети досліджуваних студентів-психологів з різним рівнем самопрезентації

Психологічний портрет особистості – це комплексна психологічна характеристика людини, яка містить якісний опис її внутрішньої структури, можливих вчинків у важливих і значущих ситуаціях і обставинах [145]. Психологічний профіль – це кількісний опис отриманих у ході психодіагностичного дослідження індивідуально-психологічних характеристик тестових даних. Психологічний профіль – це певний графік, який демонструє співвідношення отриманих балів за різними показниками, а психологічний портрет – текстова інтерпретація такого співвіднесення балів [32]. Базуючись на вище означеному, ми вважаємо за доцільне розглянути типову структуру індивідуально-психологічних особливостей досліджуваних з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією використовуючи якісний і кількісний аналіз отриманих даних під час психодіагностичного етапу дослідження психологічних умов формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів.

У першому розділі на основі теоретичного аналізу було виділено чотири ключові умови ефективності самопрезентації майбутній психологів –

соціально-психологічні, психобілогочні, індивідуально-психологічні та набутий особистістю досвід самопрезернації. Освітнє середовище вищого-навчального закладу зі специфічними правилами, нормами, цінностями взаємодії між студентами, навчально-педагогічним колективом та адміністрацією складають зміст соціально-психологічних умов формування ефективної самопрезентації студентів-психологів. Сучасна соціально-економічна й політична нестабільність у суспільстві, обумовлює соціально-психологічний портрет сучасного студента в умовах становлення ринкової економіки, трансформації всіх сфер суспільного життя в Україні. Л. Г. Подоляк і В. І. Юрченко вділяють два чинники, які визначають соціально-психологічний портрет сучасного студента [134]:

1. Рівень підготовки, система цінностей, ставлення до навчання, поінформованість про вузівські реалії, уявлення про професійне майбутнє та інше, тобто те, з чим студент приходить до вищої школи і впливати на що можна лише опосередковано.

2. Організація навчального процесу у вищій школі, рівень викладання, тип взаємин викладача зі студентами та інші чинники, які проявляються в процесі навчання та якими можна управляти. Викладачі характеризують ідеального студента як такого, який вміє вчитися, є розсудливим, самостійним, з розвиненим самоконтролем і самоорганізацією, а також творчо мислить. Проте ідеальний образ студента в очах викладачів розходиться з реальністю, що також обумовлюється необхідністю студента суміщати навчання з професійною діяльністю і, щонайгірше, не з діяльністю за спеціальністю, а для заробітку. Можна зробити висновок, що соціально-психологічні умови, в яких навчаються студенти, не є абсолютно сприятливими і можуть перешкоджати опануванню майбутньою професії. Однак разом із цим сучасні студенти мають відкритий доступ до різних джерел інформації, у т. ч. до сучасних інформаційних технологій, зокрема мережі Internet і доступу до світової онлайн-освіти, що безсумнівно сприяє професійному розвитку майбутніх психологів України.

Стать, морфологічні, фізіологічні та антропологічні ознаки, тип нервової системи, динаміка психічних процесів, психомоторика, фізичний стан відносяться до психобіологічних умов формування ефективної самопрезентації особистості майбутнього психолога. Вираження студентом фізичного образу Я соціальному оточенню є найкращим проявом психобіологічної умови ефективної самопрезентації. Соціальна-економічна і політична ситуація призводить до погіршення загального стану здоров'я студентів та фізичного розвитку студентської молоді, а за період навчання стан здоров'я студентів погіршується. Постійно збільшується кількість студентів, що відносяться до спеціальної медичної групи. Погіршення здоров'я і фізичного стану студентів відображається на послабленні сили нервової системи, погіршенні уваги і пам'яті, і на загальній активності у навчальному і особистому житті студентів, що безсумнівно необхідно враховувати, розглядаючи умови формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів [47].

У результаті теоретичного аналізу і емпіричного дослідження проблеми самопрезентації та її ефективності ми дійшли до висновку, що самопрезентація є глибинним процесом взаємодії особистості з соціумом, результатом якого є прагнення створити бажаний та адекватний соціальній ситуації образ власного «Я» у сприйманні інших людей. Все це у сукупності дозволяє дійти висновку, що саме складові індивідуально-психологічної умови потребують посиленого вивчення та порівняння за критерієм ефективності самопрезентації.

Складовою індивідуально-психологічної умови формування ефективної самопрезентації особистості є унікальна психологічна структура особистості. Тобто людина презентує себе відповідно до власних переконань, цінностей, мотивації, спрямованості. На самопрезентацію впливає Я-концепція особистості, а саме співвідношення Я-реального, Я-дзеркального і Я-ідеального, що виражається глобальним самоставленням

особистості. Зміст Я-концепції студента складає система уявлень студента про себе як особистість і суб'єкт навчально-професійної діяльності.

Перейдемо до порівняння показників, отриманих в результаті психодіагностичного дослідження студентів з різним рівнем ефективності самопрезентації.

На рисунку 3.1. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за опитувальником типової самопрезентації.

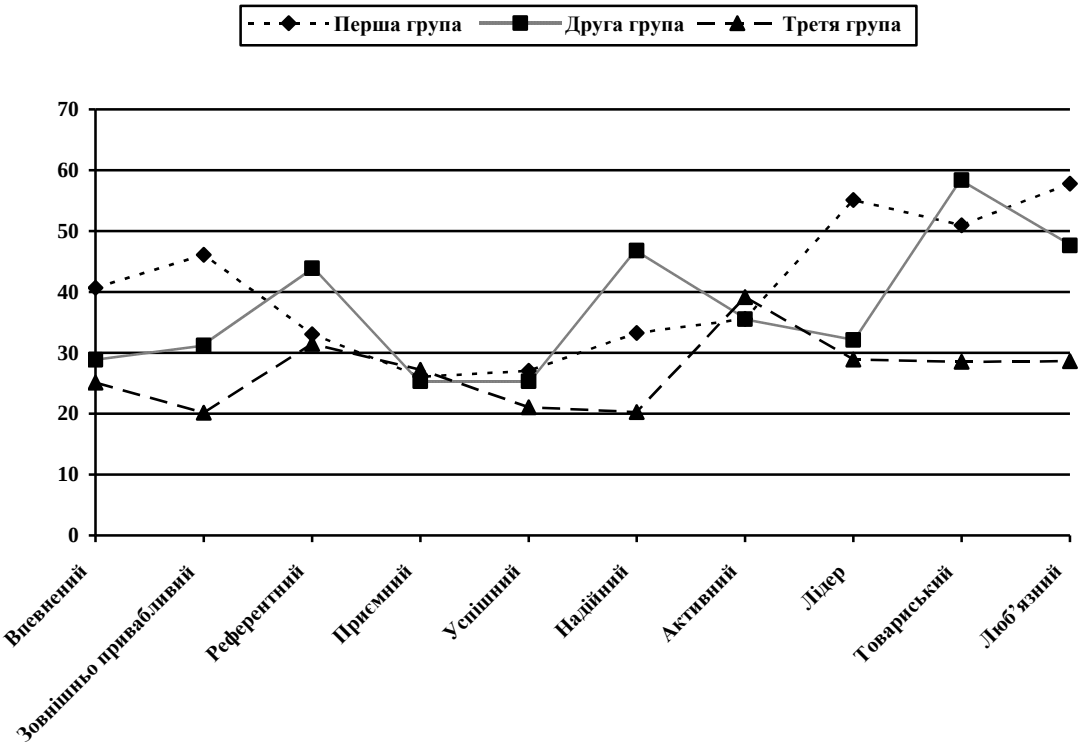

Рис. 3.1. Співставлення результатів діагностики типової самопрезентації досліджуваних з ефективним (перша група), достатнім (друга група) і неефективним (третя група) рівнями ефективності самопрезентації

Досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації оцінюються групою як впевнені, зовнішньо привабливі, лідери і люб’язні. Досліджувані з достатнім рівнем ефективності оцінюються академічною групою як референтні, надійні, товариські одногрупники. Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації оцінюються одногрупниками як активні, за іншими показниками в цій групі досліджуваних домінуючі характеристики відсутні.

На рисунку 3.2. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за опитувальником виступу під час семінарського заняття.

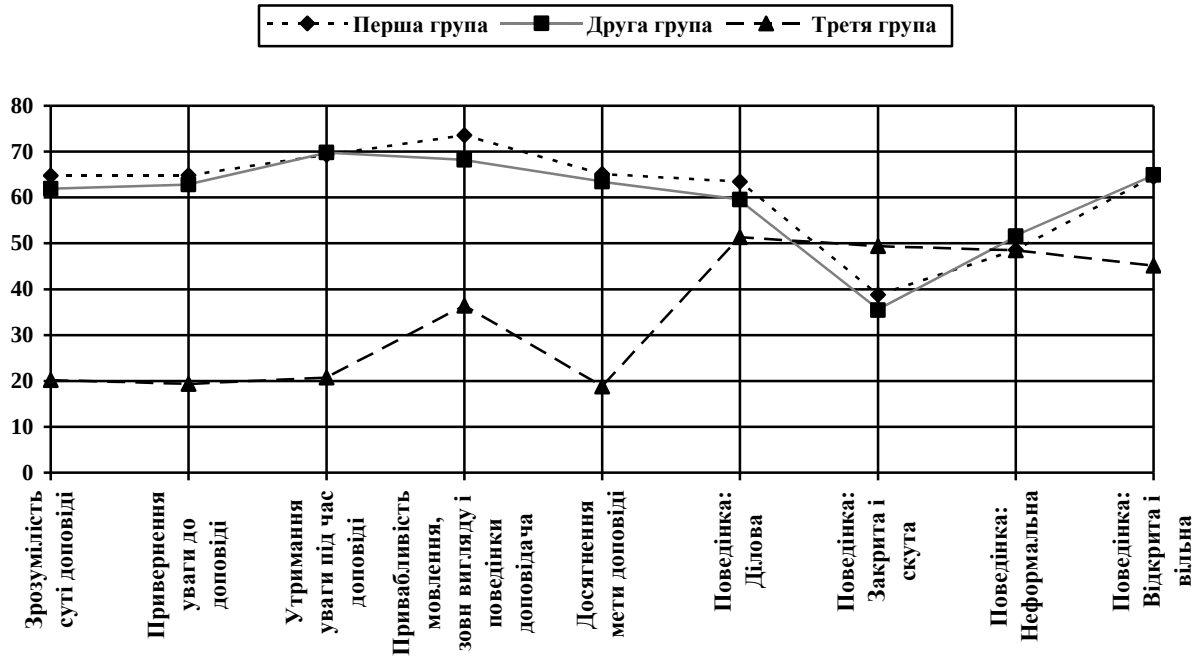

Рис. 3.2. Співставлення результатів діагностики виступу під час семінарського заняття досліджуваних з ефективним (перша група), достатнім (друга група) і неефективним (третя група) рівнями ефективності самопрезентації

Однаково добре оцінили виступи на семінарському занятті досліджуваних з ефективним і достатнім рівнем ефективності самопрезентації, а поведінку виступаючих відмітили як ділову, відкриту і вільну. Доповіді досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації оцінили досить низько за майже усіма критеріями, а поведінку більшість охарактеризувала як ділову, закриту і скуту. Цікаво, що критерій «привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача» у досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації оцінений вище у порівнянні з іншими критеріями. У цілому доповіді досліджуваних третьої групи оцінені одногрупниками найгірше. Доповіді досліджуваних з ефективним і достатнім рівнем ефективності самопрезентації оцінені

однаково добре з певними відмінностями за деякими критеріями. Суттєво вищі бали отримали досліджувані першої групи за такими критеріями як: «привабливість мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки доповідача», «зрозумілість доповіді», «привернення уваги до доповіді». Досліджувані другої групи переважають за такими критеріями як: «відкрита і вільна поведінка», «утримання уваги під час доповіді» і «неформальна поведінка».

На рисунку 3.3. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач.

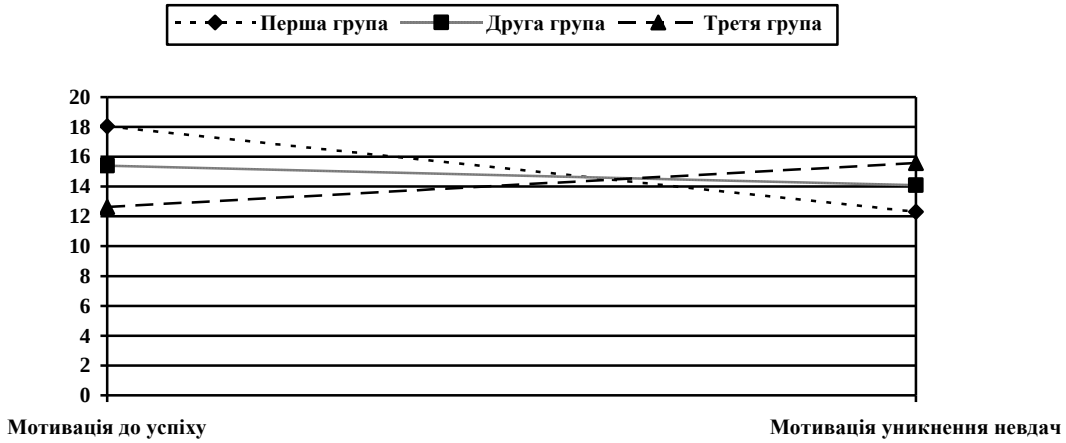

Рис. 3.3. Співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками мотивації до успіху і мотивації уникнення невдач.

У групі досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації значно переважає мотивація до успіху, а мотивація уникнення невдач має суттєво нижчі показники ніж у другій та третій групі досліджуваних. У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності мотивація до успіху і мотивація уникнення невдач представлена практично рівнозначно. У групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації переважає мотивація уникнення невдач, а мотивація до успіху, навпаки, спонукає діяльність представників третьої групи рідше.

На рисунку 3.4. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками спрямованості особистості.

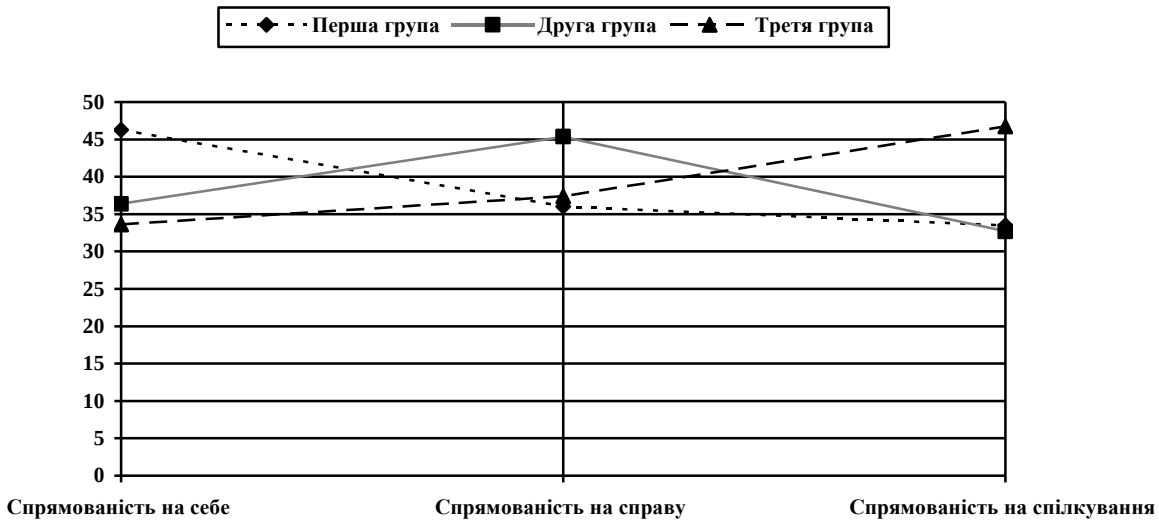

Рис. 3.4. Співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками спрямованості особистості.

У досліджуваних з ефективною самопрезентацією переважає спрямованість на себе, а спрямованість на справу і на спілкування має суттєво менші показники. Тобто досліджувані першої групи переважно зосереджені на собі, свої потребах, своєму розвитку і таке інше. У досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації переважає спрямованість на справу, водночас спрямованість на себе і на спілкування значно рідше зустрічаються серед представників другої групи. Таким чином досліджувані другої групи зосереджені на справі, співробітництві, вирішенні питань, які пов’язані з професійною діяльністю. У досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації переважає спрямованість на спілкування, відповідно спрямованість на себе і на справу має значно менші показники. Тобто досліджувані третьої групи переважно прагнуть підтримувати стосунки з людьми, орієнтовані на соціальне схвалення і спільну діяльність проте на шкоду справі.

На рисунку 3.5. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками глобального самоставлення.

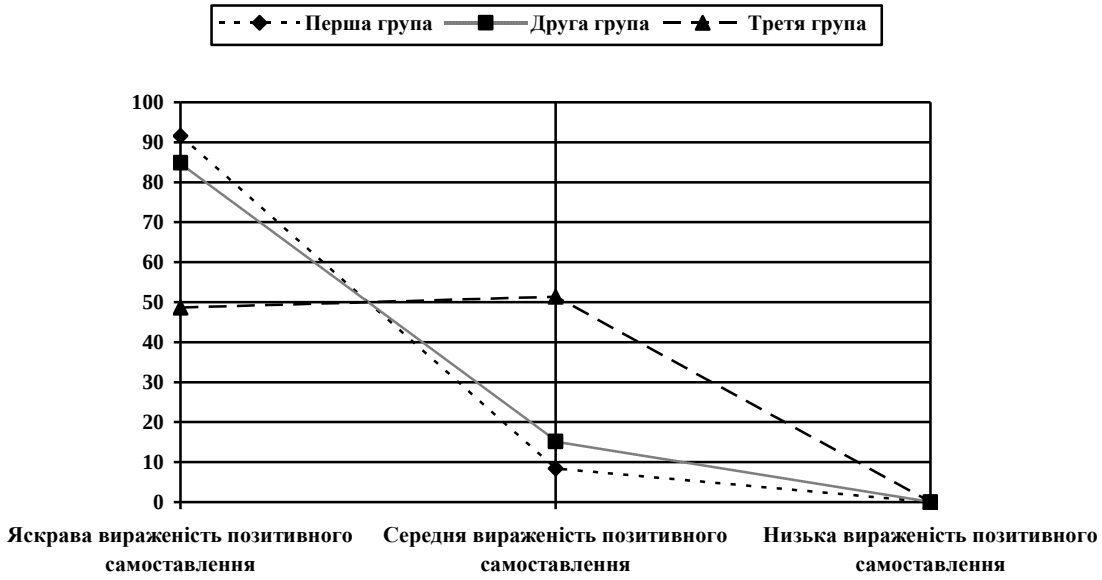

Рис. 3.5. Співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками глобального самоставлення.

У досліджуваних з ефективним і достатнім рівнем ефективності домінує яскрава вираженість позитивного самоставлення, водночас у досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації – середня вираженість позитивного самоставлення. Загалом досліджувана вибірка має виражене почуття «за» власне Я, що свідчить про позитивне глобальне самоставлення досліджуваних майбутніх психологів.

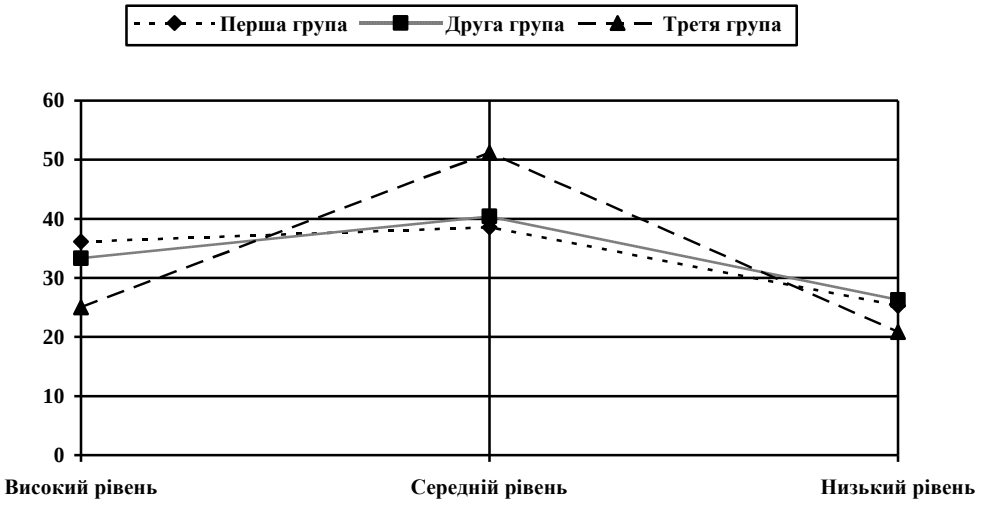

Рис. 3.6. Співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками самомоніторингу.

На рисунку 3.6. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за показниками самомоніторингу. За показниками самомоніторингу всі три групи досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації мають середній рівень самомоніторингу. Оскільки методика оцінки самомоніторингу спрямована на оцінку свідомого, цілеспрямованого контролю власної поведінки під час соціальної взаємодії і самопрезентації, тобто досліджує «штучну» самопрезентацію, то значно вищі показники самомоніторингу виявились в групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією. Досліджувані з ефективним та достатнім рівнем ефективності самопрезентації також переважно мають середній рівень самомоніторингу.

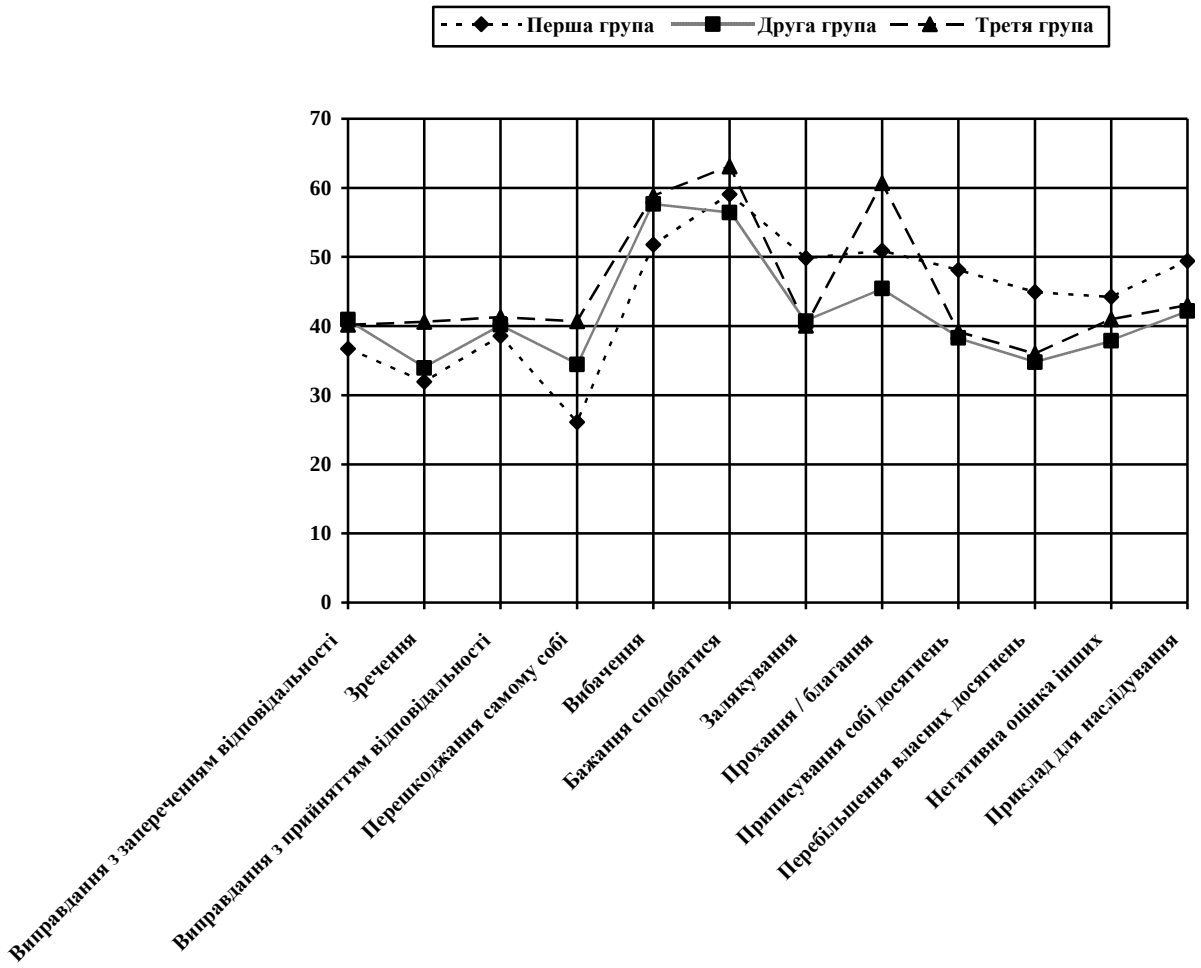

Рис. 3.7. Співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за техніками самопрезентації.

На рисунку 3.7. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за техніками самопрезентації. Досліджувані з ефективною самопрезентацією частіше за дві інші досліджувані групи використовують наступні техніки самопрезентації: залякування, приписування собі досягнень, перебільшення власних досягнень, негативна оцінка інших, приклад для наслідування. Цікаво, що частіше за досліджуваних студентів з ефективною і неефективною самопрезентацію досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації жодні тактики не застосовують. Проте такі тактики самопрезентації як вибачення і прохання/благання досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації застосовують частіше за інші тактики. Досліджувані з неефективною самопрезентацією більшою мірою ніж досліджувані першої і другої групи використовують наступні тактики самопрезентації: зречення, перешкоджання самому собі, бажання сподобатись, а також прохання/благання.

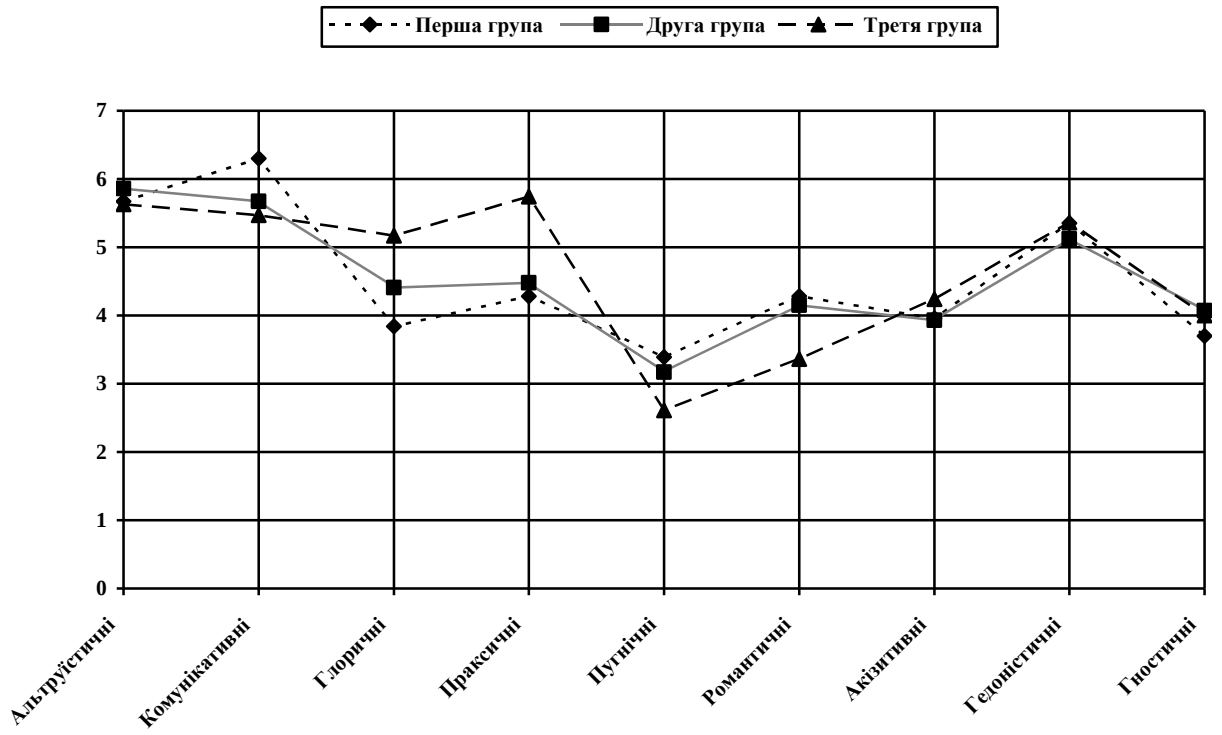

Рис. 3.8. Співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за емоційною спрямованістю.

На рисунку 3.8. представлено співставлення результатів діагностики досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації за емоційною спрямованістю. У групі досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації у порівнянні з другою і третьою групою більший прояв мають такі емоції як «комунікативні» і «романтичні», а найменший прояв у таких емоцій як «глоричні», «гностичні» і «праксичні». У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективної самопрезентації у порівнянні з першою і третьою групою переважають «альтруїстичні» і «гностичні» емоції, а найменший прояв мають «акізитивні» емоції. У групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації найчастіше проявляються «глоричні», «праксичні», «акізитивні» і «гедоністичні» емоції, а найрідше – «альтруїстичні», «комунікативні», «пугнічні» і «романтичні» емоції.

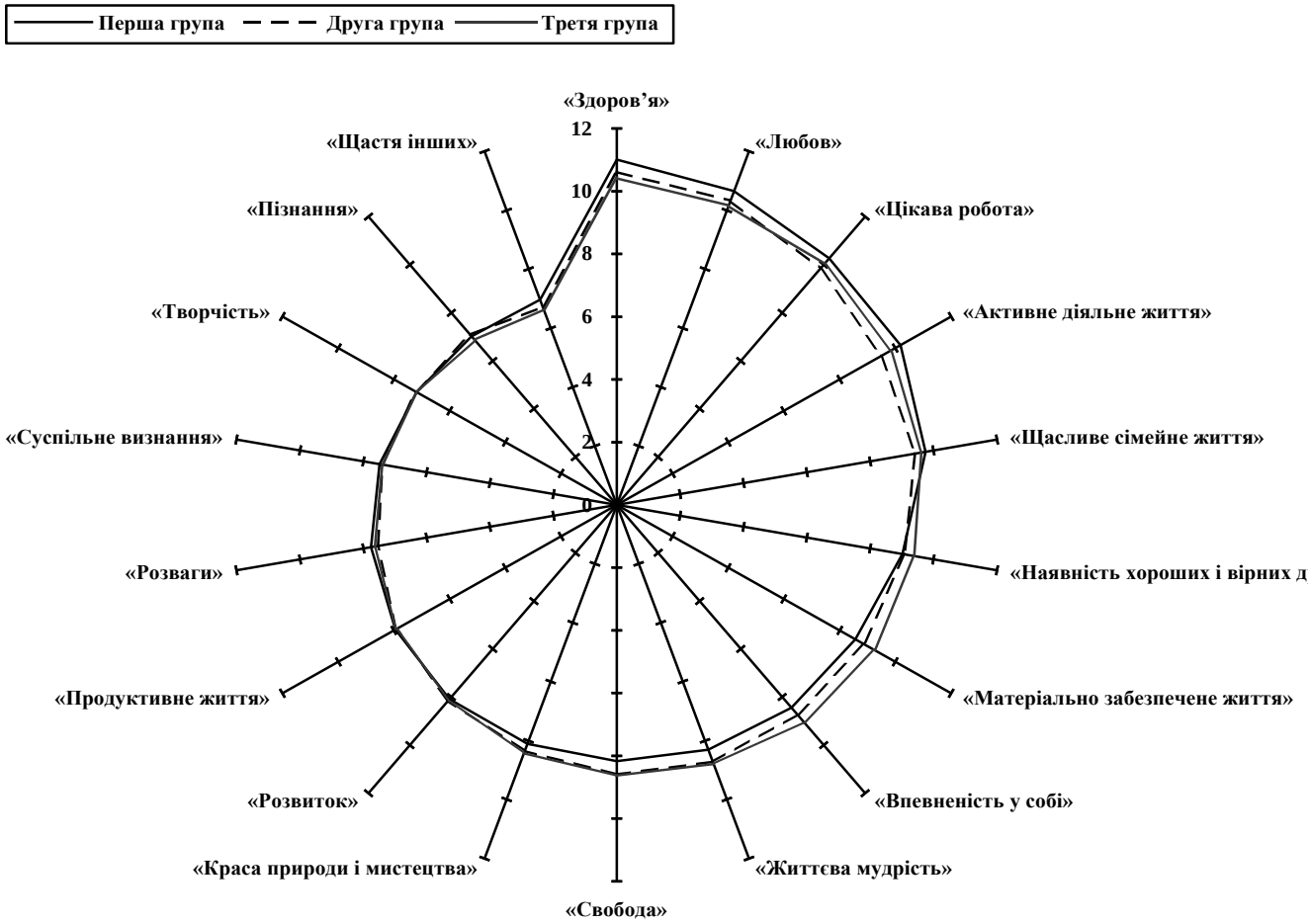

Рис. 3.9. Співставлення результатів діагностики термінальних цінностей у досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації.

На рисунку 3.9. представлено співставлення результатів діагностики термінальних цінностей у досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації. У всіх трьох групах досліджуваних система термінальних цінностей не має значних відмінностей, проте середньогруповий ранг термінальних цінностей у трьох групах відрізніться. У групі досліджуваних на перших місцях знаходяться такі цінності як «здоров'я», «любов», «цікава робота», а на останніх – «творчість», «пізнання» і «щастя інших». У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності на перших місцях серед термінальних знаходяться такі цінності як «здоров'я», «любов», «активне діяльне життя», а на останніх «суспільне визнання», «творчість», «щастя інших». У групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації на перших місцях фігурують наступні термінальні цінності – «активне діяльне життя», «любов», «наявність гарних і вірних друзів», а на останніх «суспільне визнання», «щастя інших» і «пізнання».

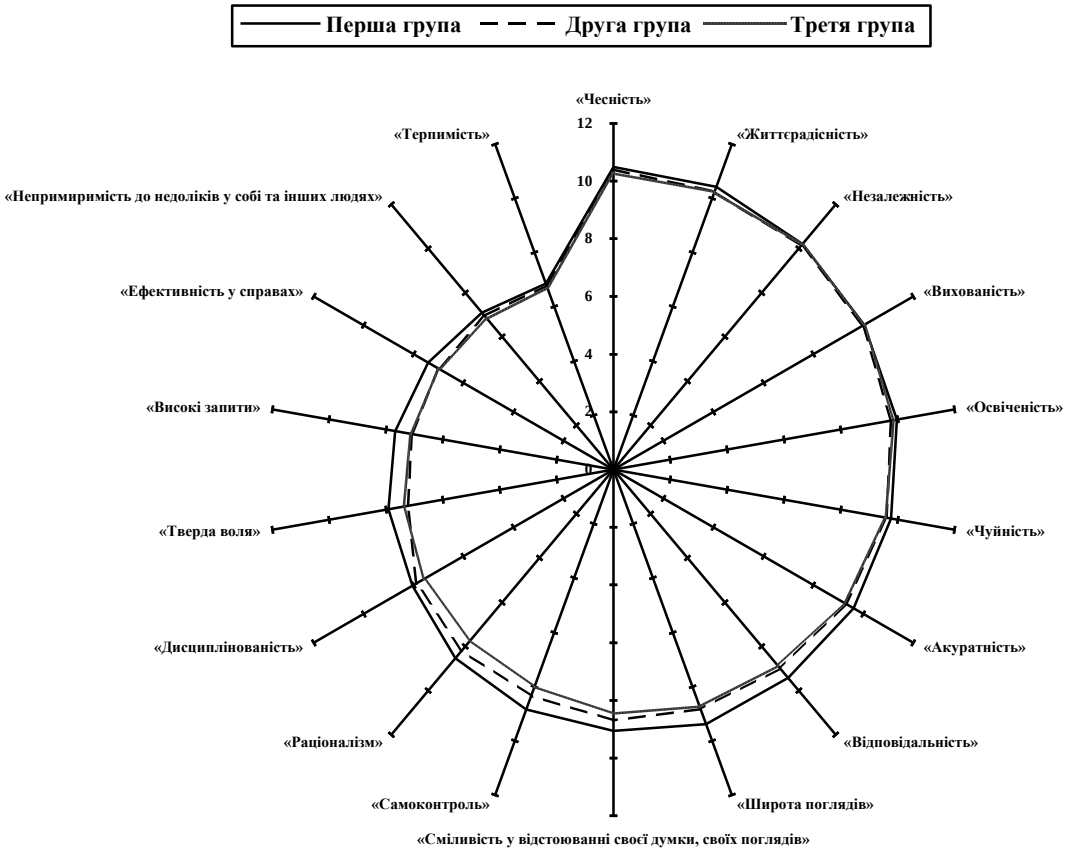

Рис. 3.10. Співставлення результатів діагностики інструментальних цінностей у досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації.

На рисунку 3.10. представлено співставлення результатів діагностики інструментальних цінностей у досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації. У всіх трьох групах досліджуваних система інструментальних цінностей також не має значних відмінностей, проте середньогруповий ранг інструментальних цінностей так само як і середньогруповий ранг термінальних цінностей у трьох групах з різним рівнем ефективності самопрезентації відрізніться. У групі досліджуваних з ефективною самопрезентацією в середньогруповому рангу термінальних цінностей на перших місцях – «чесність», «життєрадісність» і «вихованість», на останніх – «ефективність у справах», «непримиримість до недоліків», «терпимість». Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації керуються такими цінностями «життєрадісність», «незалежність» і «вихованість», а на останніх «ефективність у справах», «терпимість» і «непримиримість до недоліків у собі та інших людях». Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації на перших місцях стоять такі інструментальні цінності як «вихованість», «життєрадісність» і «незалежність», а на останніх «терпимість», «непримиримість до недоліків» і «ефективність у справах».

Означені результати психодіагностичного дослідження, на основі яких ми співставили показники різноманітних індивідуально-психологічних особливостей досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації, дозволили нам створити психологічні портрети типових досліджуваних з ефективною, достатнім рівнем ефективності та неефективною самопрезентацією за середньогруповими показниками.

Досліджувані з ефективним рівнем самопрезентації найчастіше обиралися академічними студентськими групами за різноманітними показниками типової самопрезентаційної поведінки. Тобто досліджувані студенти-психологи з ефективною самопрезентацією мають широкий репертуар самопрезентаційної поведінки. Академічні групи саме досліджуваним з ефективною самопрезентацією присвоювали такі

характеристики поведінки у повсякденному житті групи як «люб'язність», «впевненість», «товариськість», і по суті обирали їх «лідерами, які можуть повести за собою групу». Важливо відзначити, що одногрупників з ефективною самопрезентацією вважають зовнішньо привабливими, а під час виступу представників першої групи досліджуваних високо оцінюють привабливість їхнього мовлення, зовнішнього вигляду і поведінки.

Хоча під час інтерв'ю викладачі і одногрупники позитивно відмічають доповіді студентів переважно з достатнім рівнем самопрезентації, проте загальні оцінки доповідей студентів, які набрали найвищу кількість балів за опитуванням типової самопрезентаційної поведінки, значно вищі. Поведінку під час доповіді студентів з ефективною самопрезентацією одногрупники характеризують як ділову, відкриту і вільну.

У досліджуваних з ефективною самопрезентацією значно переважає мотивація до успіху. У переважній більшості досліджуваних першої групи мотивація до успіху на високому рівні, водночас мотивація уникнення невдач – на середньому.

Переважна кількість досліджуваних з ефективною самопрезентацією має інтернальний локус-контроль і середній рівень самомоніторингу. Тобто майбутні психологи з ефективною самопрезентацією вміють контролювати свою поведінку, а під час взаємодії, спілкування і співпраці з людьми керуються власними переконаннями, поглядами і бажаннями.

Досліджувані студенти-психологи з ефективною самопрезентацією здебільшого спрямовані на себе, себто 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 самоставлення як аутосимпатія, самоінтерес, самоприйняття і самокерівництва. Іншими словами майбутні психологи з ефективною самопрезентацією схвалюють себе в цілому 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.

Досліджувані студенти з ефективним рівнем самопрезентації віддають перевагу таким тактикам як «бажання сподобатися», «вибачення», «прохання / благання», «приклад для наслідування». Звідси слідує, що досліджувані студенти з ефективною самопрезентацією здебільшого використовують асертивні тактики самопрезентації, тобто поводять себе проактивно. Слово «проактивний» було вперше введено В. Франклом у його книзі «Людина в пошуках сенсу» для позначення людини, яка бере відповідальність за себе й своє життя, а не шукає причин для подій, що відбуваються з нею, в довколишніх людях та обставинах.

У групі досліджуваних з ефективної самопрезентацією переважають такі емоції як «комунікативні», «альтруїстичні» і «гедоністичні». Найвищий середньогруповий ранг мають наступні цінності: термінальні цінності – «здоров'я», «любов», «цікава робота»; інструментальні – «чесність», «життєрадісність» і «вихованість».

Досліджувані з достатнім рівнем ефективності самопрезентації обирались академічною групою значно рідше за опитуванням типової самопрезентаційної поведінки у повсякденному житті групи аніж досліджувані з ефективною самопрезентацією. Проте достатньо, щоб одногрупники найчастіше обирали їх за такими поведінковими характеристиками як «референтність», «надійність», «товариськість», а також «люб'язність». Досліджувані студенти з достатнім рівнем ефективності самопрезентації добре оцінювались під час доповідей на семінарських заняттях, особливо за характеристикою «утримання уваги під час доповіді». Суть доповідей досліджуваних майбутніх психологів як правило була зрозумілою, а поведінка оцінювалась одногрупниками як ділова, відкрита і вільна.

Студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації керуються як мотивацією до успіху, так і мотивацією невдач. Проте у

представників другої досліджуваної групи частіше домінує мотивація до успіху. Як правило, вони мають інтернальний локус-контроль і середній рівень самомоніторингу. Подібно до досліджуваних майбутніх психологів з ефективною самопрезентацією, студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації можуть контролювати та підлаштовувати свою поведінку під час взаємодії та спілкування і водночас керуватися власними переконаннями, поглядами і бажаннями.

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 самоставлення, а також вираженість таких показників самоставлення як аутосимпатія, самоінтерес і самоприйняття. Студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності схвалюють і приймають себе в цілому і 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», вони впевнені, що є цікавим для інших.

Досліджувані студенти з достатнім рівнем ефективності самопрезентації віддають перевагу таким тактикам як «вибачення», «бажання сподобатися», «прохання / благання». Тобто їхня поведінка також здебільшого асертивна і проактивна. Досліджувані другої групи в цілому рідше використовують тактики самопрезентації у порівнянні з першою і третьою групою, що свідчить про більшу щирість і природність поведінки студентів-психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації.

У групі досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації переважають такі емоції як «альтруїстичні», «комунікативні», і «гедоністичні». Найвищий середньогруповий ранг мають

наступні цінності: термінальні цінності – «здоров'я», «любов», «активне діяльне життя», інструментальні – «життєрадісність», «незалежність» і «вихованість».

Досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації обирались одногрупниками найрідше, або не обирались взагалі. По суті представники цієї досліджуваної групи є аутсайдерами, які не змогли адаптуватись до групи, прийняти її правила, норми, групові цінності, і як наслідок, не ідентифікувались з академічною студентською групою. Певно, що у досліджуваних з неефективною самопрезентацією мало товаришів і друзів серед одногрупників. Їхня поведінка у повсякденному житті скута та інтровертована, що підтверджують отримані дані психодіагностичного дослідження. У порівнянні з першою і другою групою досліджуваних домінуючі поведінкові характеристики у третій групі відсутні, окрім одного показника «активність», тобто досліджувані з неефективним рівнем самопрезентації оцінюються одногрупниками як активні. Власне панівна середньогрупова термінальна цінність «активне діяльне життя» третьої групи лише підтверджує ці дані.

Майбутні психологи з неефективною самопрезентацією переважно керуються мотивацією уникнення невдач, яка часто знаходиться на високому рівні. Мотивація до успіху у представників третьої групи переважно на середньому рівні.

Здебільшого на середньому рівні у досліджуваних студентів-психологів з неефективною самопрезентацією заходиться глобальне самоставлення. У структурі самоставлення 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 і позитивну самооцінку. Проте у цій групі досліджуваних також спостерігаються підвищені показники самозвинувачення, що вказує на інтапунітивність, тобто схильність звинувачувати себе у будь-яких невдачах.

Досліджувані студенти з достатнім рівнем ефективності самопрезентації віддають перевагу таким тактикам як «бажання сподобатися», «прохання / благання», «вибачення». Найвищі середні бали за рівнем використання технік саме у групі досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації, що разом з найвищими показниками самомоніторингу вказує на штучність самопрезентації, підвищений контроль процесу самопрезентації під час взаємодії, спілкування і співпраці.

У досліджуваних майбутніх психологів підвищені у порівнянні з першою і другою групами показники амбівалентного і екстернального локус-контролю, однак в цілому представники цієї досліджуваної групи мають інтернальний суб'єктивний контроль.

У групі досліджуваних з неефективною самопрезентацією переважають такі емоції як «праксичні», «альтруїстичні» і «комунікативні». Найвищий середньогруповий ранг мають наступні цінності: термінальні – «активне діяльне життя», «любов», «наявність гарних і вірних друзів»; інструментальні – «вихованість», «життєрадісність» і «незалежність».

Отже, у результаті аналізу психологічних портретів типових досліджуваних з ефективним, достатнім і неефективним рівнями ефективності самопрезентації, ми поставили під сумнів доцільність і, навіть, етичність формування у майбутніх психологів індивідуально-психологічних якостей, які обумовлюють ефективність самопрезентації. У результаті об'єктивного аналізу теоретичних джерел, отриманих психодіагностичних і статистичних даних, можемо висловити припущення про відповідність вимогам до професії психолога досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації. Для підтвердження або спростування висловленого припущення зупинимося детальніше на вимогах до професії психолога.

3.2 Співставлення груп з різним рівнем ефективності самопрезентації з вимогами до професії психолога

Джерелом інформації щодо вимог до професії психолога є Положення про психологічний кабінет дошкільних, загальноосвітніх та інших навчальних закладів (від 19 жовтня 2001 року, наказ № 691), Положення про психологічну службу системи освіти України (від 3 травня 1999 року, наказ № 127) із змінами і доповненнями, затвердженими наказом Міністерства освіти і науки України від (07.06.2001 р. № 439), Етичний кодекс практичного психолога [138; 141]. Аналіз нормативних документів, які регулюють діяльність психологів дозволив зробити певні висновки щодо необхідних психологу загальнонаукових і психологічних знань, умінь та навичок, і, що найважливіше, особистісних якостей і властивостей.

Психологічна професія, перш за все пов'язана з високими вимоги до рівня моральності, особистої відповідальності за наслідки професійної діяльності, а тому професія психолога вимагає від людини таких особистісних якостей як надійність, вміння зберігати конфіденційну інформацію, отриману у ході професійної діяльності, а також порядність, тобто нездатність до аморальних, злочинних вчинків. До важливих особистісних якостей психолога відносяться: високий рівень особистої відповідальності, терпимість і толерантність, тактовність, ініціативність, прагнення до самопізнання і саморозвитку, оригінальність, кмітливість, різнобічність інтересів, цілеспрямованість, наполегливість, інтуїція, вміння прогнозувати події, ерудованість. Одними з найважливіших індивідуально-психологічних якостей психолога є його емпатійність, рефлективність, вміння знаходити спільну мову і взаємодіяти, вміння висловлювати свою думку без шкоди для себе і для клієнта, відкритість. Унеможливлюють роботу психолога психічна і емоційна неврівноваженість, агресивність, замкнутість, нерішучість, відсутність схильності до роботи з людьми, невміння зрозуміти позицію іншої людини,ригідність мислення, низький

інтелектуальний рівень розвитку, низький рівень психологічної культури [33].

Особистість психолога-професіонала повинна відзначатись двома параметрами: досконалим володінням теоретичними знаннями і способами роботи; здатністю до швидкої адаптації.

Українськими вченими була розроблена модель особистості практикуючого психолога. Складові моделі особистості практикуючого психолога (Н. В. Чепелєва та Н. І. Пов'якель) [196]:

1) Мотиваційно-цільова підструктура особистості передбачає сформовану позитивну мотивацію до професійної діяльності, до надання психологічної допомоги, прийняття себе та інших. Базовою особистісною якістю на цьому рівні виступає діалогізм, що включає діалогічну готовність, безумовне прийняття іншого, особистісну рефлексію, розвинену систему особистісних смислів, орієнтованість на досягнення взаємопорозуміння.

2) Когнітивна підструктура, до якої відноситься сфера знань особистості: Я-концепція фахівця (адекватність і сталість самооцінки, емпатійність, асертивність, відсутність хронічних внутрішньо особистісних конфліктів, які зумовлюють проекції та психологічні захисти тощо); професійно важливі якості пізнавальних процесів (уважність, спостережливість, уміння помічати деталі тощо). Базовими особистісними якостями когнітивної підструктури є професійна рефлексія та професійний інтелект.

3) Операційно-технологічна підструктура передбачає розвинену компетентність особистості фахівця-психолога. Найважливішим компонентом цієї підструктури є практичний інтелект.

4) Комунікативно-рольова підструктура передбачає розвинену комунікативну компетентність психолога. Базовою особистісною якістю є професійна ідентифікація та соціальний інтелект.

5) Регулятивна підструктура забезпечує толерантність до фрустрацій, високу працездатність і саморегуляцію особистості, відсутність схильності

до збудження та швидкого виснаження. Провідним компонентом виступає професійна саморегуляція. Таким чином, ефективність діяльності психолога залежить від його спеціальних здібностей.

Останнім часом в Україні, як і в багатьох інших країнах, сформувалася концепція компетентнісного підходу до системи освіти, коли відбувається переорієнтація з процесу на результат освіти. Поняття «компетентність» та «компетенція» знаходяться на стадії наукової розробки, єдиного загальновизнаного підходу до їх розуміння ще не склалося. Компетентність розуміють як суму здатностей, знань і вмінь, достатніх для виконання певних виробничих функцій, та сукупність певних психічних якостей, що дають можливість діяти самостійно і відповідально у будь-яких життєвих ситуаціях. Науковці виділяють професійно компетентність, соціальну і особистісну.

Як приклад інтеграції здатностей, умінь та особистісних якостей психолога можна розглянути компетентності психолога-практика у процесі спілкування з клієнтом (за Р. С. Немовим) [118]:

1. Здатність до емпатії, співпереживання, співчуття. Головними в емпатії є готовність, бажання і здатність людини психологічно відчути і розуміти іншу людину. Завдяки емпатії психолог здатен краще і глибше зрозуміти клієнта і допомогти йому.

2. Відкритість. По-перше, готовність психолога бути відкритим як особистість для клієнта. По-друге, прагнення психолога в особистому спілкуванні з клієнтом залишатися самим собою, виявляючи при цьому свої переваги і недоліки. По-третє, демонстрація психологом клієнтові готовності обговорювати з ним будь-які питання. Емпатія супроводжує відкритість, одна без іншої існувати не можуть.

3. Вияв особистої турботи про клієнта за допомогою співчуття до нього, а також міміки і жестів. Тобто такої зовнішньої поведінки психолога, яка демонструє щиру зацікавленість , турботу психолога про клієнта. Однак,

психологу не рекомендується у спілкуванні з клієнтом буди занадто емоційним.

4. Доброзичливість – емоційно позитивне ставлення до клієнта, особиста зацікавленість і участь у розв'язанні його проблем – вміння в будь-яких ситуаціях, за будь-якої поведінки клієнта зберігати рівний, доброзичливий стиль спілкування.

5. Безоцінююче ставлення до клієнта, до його моральних і етичних норм, які він демонструє своєю поведінкою, навіть якщо ця поведінка консультантові не подобається.

6. Відмова від повчань, від нав'язування клієнтові своїх порад.

7. Довіра до клієнта, віра в його здібності і можливості самостійно подолати проблеми.

8. Готовність і прагнення консультанта не стільки позбавляти клієнта його переживань, скільки спрямовувати його переживання у конструктивне русло.

9. Вміння обирати і зберігати оптимальну психологічну дистанцію у спілкуванні з клієнтом. Психолог повинен уміти так спілкуватися з клієнтом, щоб зберігати відкритість і довіру. Разом з тим стосунки психолога і клієнта не повинні буди надмірно близькими.

10. Уміння вселити у клієнта впевненість і рішучість змінити себе на краще.

Таким чином, теоретичний аналіз нормативних вимог до професії психолога дозволяє зробити висновок, що досліджувані майбутні психологи з достатнім рівнем самопрезентації значно більше відповідають індивідуально-психологічним якостям аніж досліджувані з ефективним і неефективним рівнем самопрезентації. Досліджувані з достатнім рівнем самопрезентацією є надійними, референтними для своїх академічних груп, вони проявляють себе товариськими і люб'язними людьми, спрямовані на співпрацю, переважно мають інтернальний локус-контроль, позитивне глобальне самоставлення, керуються власними переконаннями, поглядами і

бажаннями, проте у них значно менший рівень застосування різноманітних тактик самопрезентації і нижчий рівень спеціального управління власною поведінкою під час взаємодії і спілкування. Тобто на достатньому рівні самопрезентації досліджувані студенти-психологи використовують ті інструменти, яких вистачає, щоб створити бажаний образ Я у сприйманні соціального оточення. Відтак формування індивідуально-психологічних якостей, які притаманні досліджуваним з ефективною самопрезентацією є недоцільним і йде в розріз з етичним кодексом психолога.

Досліджувані студенти з ефективним рівнем самопрезентації якнайкраще відповідають вимогам публічних професій, оскільки, отримані знання на психологічному факультеті разом з особистісними характеристиками і умінням управляти враженням навколишнього соціального оточення допоможуть оволодіти наприклад акторською професією. Результати нашого емпіричного дослідження, результати дослідження Ю. М. Жукова [56], а також теоретичний аналіз концепції акторської майстерності К. С. Станіславського [172] дозволили нам створити порівняльну таблицю 3.1. необхідних та достатніх умов успішної професійної діяльності психолога та актора.

Таблиця 3.1.

Порівняння необхідних та достатніх умов успішної професійної діяльності психолога та актора

Умова	Психологи	Актори
Необхідна	Моральність	Акторська майстерність
	Надійність	Ораторська майстерність
	Рефлексивність	Гарний зовнішній вигляд
	Порядність	Високий рівень самомоніторингу
	Емпатійність	Емпатійність
Достатня	Акторська майстерність	Моральність
	Ораторська майстерність	Надійність
	Гарний зовнішній вигляд	Рефлексивність
	Високий рівень самомоніторингу	Порядність

Необхідними для психолога є такі якості як: моральність (внутрішня установка діяти відповідно до своєї совісті [180]); надійність (вміння тримати таємницю [181]); рефлексивність (здатність до аналізу, розуміння, усвідомлення себе: власних дій, поведінки, мови, досвіду, почуттів, станів, здібностей, характеру, відносин з і до ін., своїх завдань, призначення і т. д. [32]); порядність (нездатність до аморальних, злочинних вчинків [30]). Для акторів ці якості не є необхідними, проте їх наявність дозволяє зберегти стійку структуру власної особистості і, як наслідок, стосунки з родиною і друзями.

Необхідними для актора є такі якості як: акторська майстерність (вміння втілюватися в різних ролях [30]); ораторська майстерність (поставлений голос, чітке мовлення, уміння змінювати мову в залежності від ролі [30]); гарний зовнішній вигляд; високий рівень самомоніторингу (уміння управляти власною поведінкою для управління враженням оточення [226]). Для психологів ці якості не є необхідними, проте їх наявність дозволяє розвивати свою кар'єру, розширювати коло клієнтів і, як наслідок, бути фінансово успішною людиною.

Загальною необхідною умовою успішної діяльності як психолога, так і актора є розвинена здатність до емпатії – співпереживання емоційних станів іншої людини без втрати власного Я. Власне багатьма дослідники визначається величезна роль емпатії для взагалі для людей абсолютно різних професій [24].

3.3 Методичні рекомендації щодо оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів

Виходячи з результатів співставлення груп за рівнем ефективності самопрезентації постає питання оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів. Тому виникла необхідність розробки методичних рекомендацій щодо оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів. Методичні рекомендації можуть бути корисними студентам

психологічних спеціальностей, для викладачів вищих навчальних закладів та співробітників психологічної служби.

Оптимізація (від латини optimus – найкращий) – це процес надання видам людської діяльності найкращих із можливих, найдоцільніших, найвигідніших параметрів, співвідношень тощо [35]. Оптимізація полягає у приведенні у найповнішу за даних умов відповідність мети і засобів її досягнення. За результатами нашого дослідження ми намагаємось сфокусувати увагу студенів і викладачів на проблемі самопрезентації, розширенні репертуару самопрезентаційної поведінки завдяки набуттю відповідного досвіду застосовування різноманітних видів, стратегій і тактик самопрезентації відповідно до ситуації та індивідуально-психологічних особливостей особистості. За результатами нашого дослідження доцільним для психологів є достатній рівень ефективності самопрезентації, а отже, методичні рекомендації спрямовані на оптимізацію ефективності самопрезентації студентів психологічних спеціальностей.

Методичні рекомендації розроблено у формі програми, що 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 та 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.

А відтак, пропонуємо трьохступеневу програму оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів. На першій стадії метою програми оптимізації є входження в проблему самопрезентації, тобто інформаційно-пізнавальний блок. На другій стадії – навчання вибору адекватної ситуації взаємодії і спілкування самопрезентації, а саме

тренувально-розвивальний блок. На третій стадії програми оптимізації ефективності самопрезентації – підготовка самопрезентації студента до захисту індивідуального дослідницького завдання, а в перспективі – дипломної роботи (завершальний блок).

Програму оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів у процесі професійної підготовки у вищому навчальному закладі було розроблено на основі положення О. П. Сергєєнкової про необхідність створення розвивальних умов проектно-дослідницької діяльності студентів через розвиток стратегії професійного самопізнання для раціоналізації використання власного особистісного [161].

Розроблена програма оптимізації ефективності самопрезентації органічно вписується у навчально-професійну діяльність студентів-психологів і не потребує організації додаткових спеціальних занять у вигляді класичного формувального експерименту. Програма оптимізації самопрезентації майбутніх психологів включає наступні теми: ефективна самопрезентація у житті студента-психолога; інструменти ефективної самопрезентації; самопрезентація під час публічного виступу.

Тема «Ефективна самопрезентація у житті студента-психолога».

Мета: інформування студентів щодо особливостей ефективної самопрезентації; самопізнання біологічних, індивідуально-психологічних та соціальних особливостей.

Інформаційний блок «Загальне уявлення про ефективну самопрезентацію та її місце у професійному й особистому житті майбутнього психолога».

Самопрезентація – важливий інструмент у роботі психолога. Суть ефективної самопрезентації полягає у створенні бажаного образу «Я» у сприйманні інших людей завдяки використанню адекватних ситуації взаємодії видів, стратегій і тактик самопрезентації. Психологу необхідно створити такий образ Я у спийманні оточення, який позитивно впливатиме

на результат професійної діяльності. Для досягення такого уміння варто розвивати власну особистість у всій багатогранності.

Для формування ефективності самопрезентації необхідно пізнати власну індивідуальність на біологічному, соціальному і психологічному рівнях. Пізнання своїх морфо-фізіологічних, вікових, психомоторних особливостей сприяє формуванню адекватного фізичного образу Я. Пізнання якості власних стосунків з соціальним оточенням (родиною, друзями, одногрупниками) актуалізує значимість добрих стосунків з людьми для почуття счастя і власної самоефективності. Пізнання індивідуальних психологічних особливостей сприяє зрозумінню власних потягів, прагнень, бажань, а відтак цілей, цінностей, талантів і здібностей. Самопізнання на біологічному, соціальному і психологічному рівнях дозволяє стати успішною людиною – психологом для себе і людей.

Способами самопізнання є самоспостереження, самоаналіз і самооцінка. Самоспостереження – метод поглибленого дослідження і пізнання людиною моментів власної активності: окремих думок, образів, почуттів, переживань, актів мислення тощо. Самоаналіз – пізнання себе через виділення окремих індивідуально-психологічних, біологічних і соціальних особливостей власної особистості. І власне самооцінка – це емоційно забарвлена оцінка себе і своїх окремих особливостей.

Вправи на самопізнання.

Вправа «Моя індивідуальність під час навчання в університеті».

Мета: самопізнання індивідуально-психологічних, біологічних і соціальних особливостей під час навчання.

Відповіді на наступні запитання дозволять краще пізнати свою індивідуальність під час навчання:

1. Чому я навчаюсь?

2. Які у мене стосунки з одногрупниками?

3. Які у мене стосунки з викладачами?

4. Які начальні предмети подобаються мені найбільше? Чому?

5. Як швидко я стомлююсь під час навчання в університеті?

6. Скільки у середньому я витрячаю часу на домашні завдання?

7. Чим я займаюсь у вільний від навчальної діяльності час?

8. Які предмети мене надихать?Чому?

9. Які предмети здаються мені найскладнішими? Чому?

10. Які предмети є найнуднішими для мене? Чому?

11. Чого я очікую після закінчення навчання?

Вправа «Моя самопрезентація під час навчання в університеті».

Мета: пізнання самопезентації під час навчання в університеті.

Відповіді на наступні запитання дозволять краще пізнати самопрезентацію під час навчання:

1. Як я розумію самопрезентацію?
2. Чи відчуваєте ви себе впевнено під час спілкування з одногрупниками?
3. Чи залежить ваша впевненість у собі від того, як ви виглядаєте?
4. Чи вважаєте ви себе зовнішньо привабливою людиною?
5. Чи вважаєте ви себе приємною людиною?
6. Чи можете ви вплинути на думку більшості у вашій академічній групі?
7. Чи вважаєте ви себе успішною людиною?
8. Чи демонструєте ви іншим те, що ви успішна людина?
9. Чи довіряють вам одногрупники свої таємниці частіше ніж іншим?
10. Чи вважаєте ви себе активним студентом на заняттях?
11. Чи вважаєте ви себе активним студентом у житті університету?
12. Чи вважаєте ви себе лідером, який може повести за собою групу?
13. Чи вважаєте ви себе товариською людиною?
14. Чи можете ви назвати себе людиною, яка часто робить компліменти?

Вправа «Мій еталон ефективної самопрезентації».

Мета: створити образ ефективної самопрезентації.

Відповіді на наступні запитання допоможуть створити образ ефективної самопрезентації:

Чи є у вашому оточенні людина, яка, на вашу думку, має ефективну (успішну) самопрезентацію?

Якщо ні, то хто з персонажів художньої літератури, фільмів, коміксів тощо, на вашу думку, має ефективну самопрезентацію?

Які сильні стронони поведінки цієї людини/персонажу ви можете описати?

Чи має ця людина/персонаж слабкі сторони поведінки? Якщо так, то які?

Які якості цієї людини/персонажу визначають успішність її самопрезентації?

Чи є у вашому оточенні людина, яка, на вашу думку, має неефективну (неуспішну) самопрезентацію?

Якщо ні, то хто з персонажів художньої літератури, фільмів, коміксів тощо, на вашу думку, має неефективну самопрезентацію?

Які якості цієї людини/персонажу заважають ефективній (успішній) самопрезентації?

Розвиток яких якостей особистості, на вашу думку, забезпечує підвищенню рівня ефективності самопрезентації?

Окрім вправ доцільно використовувати психологічні тести і опитувальники.

Тест: «Що для вас успіх у житті»

Мета: визначити рівень мотивації до успіху, як важливого чинника ефективної самопрезентації. Застосувати методику «Мотивація досягнення успіху» (за Елерсом, додаток 1, методика 1).

Успіх – емоційне переживання бажаного результату. Схильність до досягення успіху визначає цілепокладання, а тому і самоефективність особистості у навчанні, роботі, особистому житті. Мотивація досягнення – спроба збільшити або зменшити максимально високу здатність людини до всіх видів діяльності, до яких можуть бути застосовані критерій успішності і

де виконання відповідної діяльності може призвести до успіху або невдачі [191]. Проте занад-то висока схильність до переживання успіху виснажує людину у фізичному і психологічному плані [101]. Люди, орієнтовані на успіх прагнуть оволодіти новими способами досягнення успіху, виконують помірні завдання, прагнуть отримати зворотній зв'язок стосовно своєї успішності. При помірній орієнтації на успіх, яка за результатами дослідження ефективності самопрезентації переважає у студентів-психологів з достатнім рівнем ефективності самопрезентації, людям цікаво виконувати складні завдання, оскільки нівелюється чинник успішності виконаного завдання, вони помірні у своєму прагненні бути успішними у всіх сферах своєї життєдіяльності [4, 41]. Мотивація поведінки спрямовує формування і розвиток особистості [15]. Мотивація досягнення пов’язана з саморозвитком особистості і її професійною мотивацією. Так, у майбутніх психолів з високою професійною мотивацією саморозвиток направлений на оволодіння майбутньою професією і досягненням професійного успіху [13].

Тест «Система ціннісних орієнтацій»

Мета: усвідомлення власної системи ціннісних орієнтацій, що сприяє формуванню ефективної самопрезентації, яка залежить від адекватності поведінки до різноманітних ситуацій, а також власного світогляду і переконань. Застосувати методику «Ціннісні орієнтації» (за Рокічем, додаток 1, методика 3).

Для поглибленого дослідження власної системи ціннісних орієнтацій просимо відповісти на наступні запитання:

У якому порядку й у якому ступені (у відсотках) реалізовані дані цінності у Вашому житті?

Як би Ви розташували ці цінності, якби стали таким, яким мріяли?

Як, на Ваш погляд, це зробила б людина, досконала у всіх відносинах?

Як зробили б це, на Вашу думку, більшість людей?

Як це зробили б Ви 5 або 10 років тому?

Як це зробили б Ви, через 5 або 10 років?

Як ранжували б картки близькі Вам люди?

Система ціннісних орієнтацій є важливим чинником життєдіяльності і розвитку особистості [3]. Взаємодія і спілкування між людьми здійснюється в умовах смислової реальності і системи цінностей особистості. Тому всі явища і процеси, які утворюються під час взаємодії і спілкування також невід'ємно пов'язані з системою цінностей особистості та соціальної групи [93, 94]. Ціннісні орієнтації мають вирішальну роль у структурі професійно-кар'єрного самовизначення особистості, а також визначають психологічну культуру особистості [112, 156]. В Україні вивчення цінностей займає центральне місце у дослідженнях видатних психологів. Так, проблемою аксіогенезу особистості студента у процесі навчання у вищому навчальному закладі займаються З. С. Карпенко і Г. К. Радчук [2; 6]. О. Л. Музика вивчає ціннісну детермінацію становлення та розвитку обдарованої особистості [114], ціннісну підтримку регуляції навчальної діяльності студентів в умовах кредитно-модульної системи [115], ціннісну підтримку обдарованої особистості [116] тощо.

На самоопрацювання студентам пропонуються такі тести як «Емоційна спрямованість» Б. І. Додонова за В.А. Семиченко, тест «Орієнтаційна анкета» Б. Басса (додаток 1, методика 4 і 5).

Друга тема «Інструменти ефективної самопрезентації»

Мета: оптимізація ефективності самопрезентації завдяки розширенню поведінкового репертуару.

Вправа «Прохання»

Мета – розвинути навички спілкування з позиції «знизу»; планування власної мовленнєвої поведінки для досягнення поставлених цілей. Вправа виконується у парі, де кожен повинен попросити про щось у найдоречнішій, на його погляд, формі та отримати позитивну чи негативну відповідь. Обговорення важливих елементів здібності подобатися людям. Ведучий перераховує найвагоміші складові здатності подобатися [181]: уміння

продемонструвати своє шанобливе ставлення; уміння проявляти добрі почуття до людей; здібність змінити налаштованість співрозмовника в кращу сторону; уміння справити гарне перше враження.

Знайомство учасників з техніками сприятливого враження: постійно висловлювати свій інтерес людям; підтримувати моменти спільності – відносини краще будувати на тих інтересах и прив'язаностях, які є спільними; виражати щире схвалення; говорити компліменти; вести розмову в руслі особистих інтересів; відображувати один одного – ситуація рапорту: це відносини, для яких характерна взаємна згода, повага, глибока взаємна прив'язаність.

Способи відображення людей: через мову жестів (поза, жестикуляція, положення голови, хода,вираз обличчя); через мовлення (тембр голосу, темп мовлення, підбір слів, сила голосу, використання особливих слів і виразів); через почуття (терпимість, зацікавленість, вияв поваги).

Прийоми першого враження: пунктуальність, приємне привітання; доброзичливий вираз обличчя, спілкування з не нав'язливою посмішкою; погляд у вічі, впевнена хода, поза, чітка дикція; бездоганний зовнішній вигляд; наявність візитівок; дотримання етикету; вияв ентузіазму під час бесіди; демонстрація інтересу співрозмовниками.

Вправа «Роздвоєння особистості».

Мета: відпрацювання навичок спонтанної роботи з партнером; формування та вдосконалення вміння віддзеркалення (прибудови) до партнера; розвиток комунікативних навичок активного слухання і концентрації на партнері.

Правила: тренер запрошує на середину кола трьох учасників та задає проблемну ситуацію, наприклад, сварка підлітка з матір'ю. Роль матері виконує тренер, а роль підлітка – учасники, причому один учасник починає речення, другий продовжує, а третій закінчує. Можна спробувати програти декілька ситуацій у різних ролях. Завершується вправа обговоренням того, наскільки учасники вгадували думки один одного.

Знайомство з поняттям іміджу та його складовими.

Імідж – це цілеспрямовано сформований образ людини або організації, поданий у концентрованій формі. Він включає у себе особистісні характеристики, соціальні характеристики і символічні характеристики. Технологія створення іміджу: дослідження себе; виділення найкращих особливостей власної особистості; відображення психологічного портрету у зовнішньому вигляді; відповідність тій соціальній ролі, яка була вибрана; створення відповідної зовнішності (одяг, зачіска).

Вправа «Мій імідж»

Мета – відпрацювання поданого матеріалу, самоаналіз. Учасникам пропонується записати на аркуші свої найсильніші особливості, сформувати бажаний образ і продемонструвати його групі.

Мозковий штурм «Ефективне слухання»

Знайомство з техніками активного слухання:

- Перефразування – уточнення інформації.
- Розвиток ідеї – інтерпретація.
- Резюмування – підбиття підсумків сказаного.
- Повідомлення про власне самопочуття.
- Повідомлення про можливе самопочуття співрозмовника.

Вправа «Іноземець і перекладач»

Мета – сформувати і розвинути навички активного слухання. У групі обирається два учасники – «іноземець» і «перекладач». Всі інші учасники уявляють себе «журналістами», які задають питання іноземцю. «Іноземець» спілкується зрозумілою мовою. Задача «перекладача» – коротко і стисло передати те, що говорить «іноземець». Задача «журналістів» - уважно слухати «перекладача» і відслідковувати його помилки. Наприкінці вправа обговорюється.

Вправа «Хвастощі»

Мета: формування та розвиток навичок саморозкриття; розвиток навичок публічного виступу.

Правила: Кожен учасник повинен підготувати виступ та виступити на тему своїх найкращих умінь, здібностей, талантів.

По завершенню вправи група обговорює почуття, які виникали під час виступу, а також під час прослуховування виступаючого.

Вправа «Продавець»

Мета: розвиток навичок переконування.

Правила: Кожен учасник має уявити, що він продавець на базарі, при чому дві-три особи змагаються за покупців, продаючи ласти, вату, підручник з культури ділового спілкування, велику помаранчеву парасольку.

Обговорення вправи.

Вправа «Співбесіда з роботодавцем»

Мета: сформувати навички ефективної самопрезентації; закріпити отримані під час тренінгу знання.

Правила: Учасник, який грає роль кандидата на дуже привабливе місце роботи. Учасник, який виконує роль роботодавця отримує від тренера установку на відмову або демонстрацію жорстких вимог. Учасник, який виконує роль спостерігача дає оцінку ефективності самопрезентації того, хто виконує роль кандидата. Кожен учасник тренінгу повинен себе спробувати у всіх трьох ролях.

Третя тема: «Самопрезентація під час публічного виступу»

Мета: засвоєння навичок публічного виступу під час захисту індивідуального дослідницького завдання, а в перспективі – дипломної роботи.

Вправа: «Самопізнання ефектиності самопрезентації під час публічного виступу».

Мета: самопізнання ефектиності самопрезентації під час публічного виступу.

Відповіді на наступні запитання дозволяють пізнати особливості самопрезентації під час публічного виступу:

1. Чи можете ви донести суть доповіді під час публічного виступу зазвичай?

2. Чи можете ви звернути увагу аудиторії під час публічного виступу?

3. Як правило, ви утримуєте увагу аудиторії під час публічного виступу?

4. Зазвичай, ви задоволені своїм мовленням під час доповіді?

5. Як правило, ви задоволені своїм зовнішнім виглядом, коли виступаєте перед аудиторією?

6. Чи задоволені ви своєю поведінкою під час публічного виступу?

7. Опишіть, будь-ласка, свою поведінку під час публічного виступу.

8. Як правило, ви досягаєте мети виступу перед аудиторією?

Вправа: «Підготовка структури доповіді»

Мета: підготовка структури доповіді як чинника ефективної самопрезентації під час публічного виступу.

Необхідно підготувати три частини доповіді: вступ, розвиток аргументації і закінчення доповіді. Вступ включає: вітання з аудиторією; представлення себе і теми доповіді; постановка мети виступу; озвучування слухачам, коли вони зможуть задавати питання, в ході виступу або після закінчення. Аргументація включає: відразу готовна ідея доповіді;обгрунтування вибору теми доповіді; інформування основних тез доповіді. Закінчення доповіді: висновки; рекомендації; перспективи дослідження.

Вправа: «Дискусійний клуб»

Мета: засвоєння навичок дискусіє і аргументації.

Студентська група об’єднується у дві команди. Командам пропонують тези-антагоністи. Суть вправи – довести істинність запропонованої тези.

Рекомендований список тез:

1. Розвиток особистості визначає соціальна ситуація.

Розвиток особистості визнає її активність.

2. Мотивація до успіху є основою для формування успішної особистості.

Мотивація до успіху і мотивація уникнення невдач мають бути на середньому рівні для формування успішної особистості.

3. Самопрезентація особистості має інструментальний характер.

Самопрезентація особистості є глибинним процесом, а не інструментальним.

4. Щирість визначає ефективність самопрезентації під час взаємодії з іншими людьми.

Технічність самопрезентації визначає її ефективність під час взаємодії з іншими людьми.

5. Спонтанність самопрезентації є запорукою її успішності.

Підготовленість до самопрезентації є запорукою її успішності.

Вправа «Виступ з темою індивідуального дослідницького завдання»

Мета: підготовка до захисту індивідуального дослідницького завдання або дипломної роботи перед академічною групою.

Кожен учасник повинен виступити з доповіддю тривалістю 7-10 хв. Використовуючи опитувальник самопрезентації під час публічного виступу відбувається оцінка з подальшим зворотнім зв’язком.

Запропоновані теми складають програму оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів і можуть бути використаними у довільному порядку. Широко представлені вправи для набуття досвіду самопрезентації у посібнику О. В. Михайлової стосовно навчання самопрезентації [104]. Отже, трьохступенева програма оптимізації ефективності самопрезентації спрямована на пізнання проблеми самопрезентації, самопізнання власних індивідуально-психологічних властивостей, які обумовлюються самопрезентацію і підготовку до захисту індивідуального дослідницького завдання і дипломної роботи, що загалом забезпечує удосконалення самопрезентації майбутніх психологів.

Описаний психологічний портрет типового представника з неефективним рівнем самопрезентації дає змогу зробити наступні рекомендації стосовно заходів, спрямованих на підвищення рівня ефективності самопрезентації:

1. Психологічний супровід, як система психолого-педагогічних заходів у вищому навчальному закладі, досліджуваних з неефективним рівнем самопрезентації, спрямований на покращення адаптації студентів до академічної групи, у наслідок чого вони зможуть ідентифікувати себе з групою, прийняти її правила, норми, групові цінності і вийти з аутсайдерства [18, 123].

2. Тренінг комунікативних навичок в межах соціально-психологічного напрямку дозволить досліджуваним з неефективною самопрезентацією розвинути навички взаємодії та спілкування, засвоїти техніки, необхідні для комунікації, підвищити ступінь комфортності міжособистісних контактів [34, 60, 188].

3. Тренінг асертивної поведінки дозволить підвищити рівень мотивації досягнення, інтернальний локус-контроль, впевненість особистості, і відповідальність за свою поведінку без страху отримати негативний зворотній зв'язок від референтного соціального оточення [19, 189].

Висновки до розділу 3

У третьому розділі проаналізовано психологічні портрети досліджуваних з ефективним, достатнім і неефективним рівнем самопрезентації, на основі чого співставлено психологічні портрети досліджуваних з різним рівнем ефективності самопрезентації відповідно кваліфікаційних вимог до професії психолога, розроблено програму методичних рекомендацій щодо оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів.

Досліджувані студенти-психологи з ефективним рівнем самопрезентації у повсякденному житті академічної групи поводять себе люб’язно, часто роблять компліменти, є товариськими, впевненими і

зовнішньо привабливими студентами. Під час публічного виступу вміють привернути увагу аудиторії, гарно виглядають, говорять і поводять себе, їхня поведінка оцінюється як ділова, відкрита і вільна. Як правило, студенти з ефективною самопрезентацією керуються мотивацією до успіху, мотивація уникнення невдач – на середньому рівні. Вони переважно спрямовані на себе, тобто під час спілкування і взаємодії з людьми майбутні психологи з ефективною самопрезентацією прагнуть до власної вигоди. У них яскраво виражене відчуття за власне Я, тобто глобальне самоставлення досліджуваних з ефективним рівнем самопрезентації знаходиться на яскраво вираженому рівні. Вони частіше застосовують 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, які поводять себе люб’язно і є товариськими під час спілкування. Виступаючи з доповіддю на семінарському занятті вони вміють утримувати увагу аудиторії, доносити суть доповіді і поводять себе відкрито, вільно і по-діловому. Досліджувані студенти-психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації керуються як мотивацією до успіху, так і мотивацією уникнення невдач. Вони спрямовані на справу, тобто взаємодіючи і спілкуючись вони спрямовані на спільну діяльність і комунікацію по суті співпраці. Майбутні психологи з достатнім рівнем ефективності самопрезентації мають високу вираженість позитивного самоставлення і користуються переважно такими техніками самопрезентації як «вибачення», «бажання сподобатись» і «прохання/благання». Важливою особливістю досліджуваних з достатнім рівнем ефективності самопрезентації є найменший рівень використання будь-яких технік самопрезентації, їхня самопрезентація переважно є природною, а не штучною.

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 по усім критеріям виступу під час семінарського заняття. Майбутні психологи з неефективним рівнем самопрезентації керуються мотивацією уникнення невдач і мають середній рівень глобального самоставлення. Вино спрямовані на спілкування і прагнуть позитивного схвалення соціального оточення. Досліджувані студенти-психологи з неефективним рівнем самопрезентації часто намагаються продумати свою самопрезентацію, тобто їхня самопрезентація частіше є штучною, а не природною. Найчастіше вони використовують такі техніки як «бажання сподобатись», «прохання/благання» і «вибачення».

Згідно нормативним документам і етичному кодексу психолога, основними вимогами до роботи психолога, окрім спеціальної освіти, загального рівня ерудованості та розвинених інтелектуальних навичок, 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.

Розроблена програма методичних рекомендації оптимізації ефективності самопрезентації майбутніх психологів включила 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.

Зміст третього розділу відображено у наступних публікаціях:

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

ЗАГАЛЬНІ 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 самоставлення, 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, самоставлення, 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 самоставлення», 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 портреті 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 товариськими, впевненими і зовнішньо привабливими студентами, переважно керуються мотивацією до успіху, у них домінує спрямованість на себе, мають яскраво виражене позитивне самоставлення; 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 самоставлення; 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 самоставлення; 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 ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абельс Х. Интеракция, идентификация, презентация / Х. Абельс. – Пер. с нем. (ред. Головин Н. А., ред. Козловский Б. Б.). – СПб. : Алетейя, 2000. – 265 с.
2. Адлер А. Комплекс неполноценности и комплекс превосходства / А. Адлер // Наука жить. – К. : Port-Royal, 1997. – С. 57–62.
3. Алексеева В. Г. Ценностные ориентации как фактор жизнедеятельности и развития личности / В. Г. Алексеева // Психол. журн. – 1984. – Т. 5. – № 5. – С. 63–70.
4. Альохіна Н. В. Дослідження мотивації навчання у вищому навчальному закладі / Н. В. Альохіна // Проблеми загальної та педагогічної психології: збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. – Т. XII. – Ч.6. – К., 2010. – С. 7 – 14.
5. Амяга Н. В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении / Н. В. Амяга // Личность. Общение. Групповые процессы. Современные направления теоретических и прикладных исследований в зарубежной психологии. Сборник обзоров. – М., 1991. – С. 37–74.
6. Ананьев Б. Г. К психофизиологии студенческого возраста / Б. Г. Ананьев, Н. В. Кузьмина // Современные психолого-педагогические проблемы высшей школы. – Л. : изд-во ЛГУ, 1974. – Вып. 2. – С. 5–8.
7. Ананьев Б. Г. Психология и проблемы человекознания : избр. психол. труды / Б. Г. Ананьев. – М. : Институт практической психологии, Воронеж : НПО «МОДЭК», 1996. – 384 с.
8. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания / Б. Г. Ананьев. – СПб. : Питер, 2002. – 288 с.
9. Андреева Г. М. Атрибутивные процессы в условиях совместной деятельности / Г. М. Андреева // Общение и оптимизация совместной деятельности. – М. : МГУ, 1996. – С. 153–166.
10. Андреева Г. М. Место межличностного восприятия в системе перцептивных процессов и особенности его содержания / Г. М. Андреева, А. И. Донцов // Межличностное восприятие в группе. – М., 1981. – С. 26–44.

11. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 363 с.
12. Андреева Г. М., Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: Учеб. пособие для вузов / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 287 с.
13. Антонова Н. О. Особливості професійної мотивації студентів психологічного факультету / Н. О. Антонова // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. В. О. Моляко. – Т. 12. – Вип. 10. – Ч. ІІ. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. – С. 22 – 23.
14. Ануфриев А. Ф. Психологические методики изучения личности : практикум / А. Ф. Ануфриев, Т. А. Барабанщикова, А. Н. Рыжкова. – М. : Ось-89, 2008. – 304 с.
15. Асеев В. Г. Мотивация поведения и формирование личности / В. Г. Асеев. – М. : Мысль, 1976. – 158 с.
16. Белинская Е. П., Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // Образование и информационная культура: Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Том V. Выпуск VII / Под редакцией Собкина В. С. – М. : Центр социологии образования РАО, 2000. – С. 431–460.
17. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Бернс Роберт, [под ред. В. Я. Пилиповского]. – М. : «Прогресс», 1986. – 420 с.
18. Бех І.Д. Виховання особистості : [у 2 кн.] / І.Д. Бех. – К. : Либідь, 2003. – Кн. 2 : Особистісно-орієнтований підхід : когнітивно-практичні засади. – 2003. – 344 с.
19. Бишоп С. Тренинг ассертивности / С. Бишоп. – СПб : Питер, 2001. – 208 с.
20. Богомолова Н. Н. Массовая коммуникация и общение / Н. Н. Богомолова. – М. : Знание, 1988. –177 с.
21. Бодалев А. А. Личность и общение / А. А. Бодалев. – М. : Междун. Педаг. Акад., 1995. –328 с.
22. Бодалев А. А. Личность и общество / А. А. Бодалев. – М : Наука, 1983. – 157 с.

23. Бодалев А. А. Вершина в развитии взрослого человека: характеристики и условия достижения / А. А. Бодалев. – М. : Флинта; Наука, 1998. – 168 с.
24. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
25. Бодалев А. А. Формирование понятия о другом человеке как личности / А. А. Бодалев. – Л. : Изд-во АПН РСФСР, 1970. – 135 с.
26. Божович Л. И. Проблемы формирования личности: Избр. психол. тр. / Под ред. Д. И. Фельдштейна; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – 3-е изд. – М. : МПСИ; Воронеж : МОДЭК, 2001. – 349 с.
27. Большой психологический словарь / [сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко]. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 672 с.
28. Боришевський М.Й. Особистість у вимірах самосвідомості: Монографія / М.Й.Боришевський. – 2-е вид., пер., доп. – Суми: Видавничий будинок «Еллада», 2012. – 608 с.
29. Бороздина. Г. В. Психология делового общения / Г. В.Бороздина. –М. : ИНФРА-М, 1999. – 224 с.
30. Бос Д., Подход к анализу научной дискуссии (на материале «Грюнбаум-дискуссии») / Д. Бос, Р. Майер // Иностранная психология. – 1993. –Том 1. –№ 2. – С. 64–68.
31. Булах І. С. Викладач-студент: психологія міжособистісних взаємодій : Навч.-метод. посіб. / І. С. Булах, Л. В. Долинська; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2005. – 106 с.
32. Бурлачук Л. Ф. Словарь-справочник по психологической диагностике / Л. Ф. Бурлачук, С. М. Морозов. – К. : Наукова думка, 1989. –198 с.
33. Вачков И. В. Введение в профессию «психолог»: учеб. пособ. / И. В. Вачков, И. Б. Гриншпун, Н. С. Пряжников; под ред. И. Б. Гриншпуна. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж : Издательство НПО «МОДЭК», 2007. – 205 с.
34. Вачков И. В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники : Учебное пособие / И. В. Вачков. – М. : Изд-во «Ось-89», 1999. – 176 с.

35. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
36. Винославська О. В. Психологічні особливості студентської групи. // Практична психологія та соціальна робота. – № 7. – 2005. – С. 65–70.
37. Вікова та педагогічна психологія: навчальний посібник / [О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін.; 2-ге вид.]. – К. : Каравела, 2007. – 400 с.
38. Вірна Ж.П. До проблеми професійної успішності практикуючого психолога / Ж.П. Вірна // Психологічні перспективи. – 2002. – Випуск.2. – С. 132–140.
39. Выготский Л. С. Собрание сочинений : В 6-ти т. Т. 2 Проблемы общей психологии / под ред. В. В. Давыдова. – М. : Педагогика, 1982. – 504 с.
40. Гальперин П. Я. Введение в психологию / П. Я. Гальперин. – М. : Университет, 1999. – 322 с.
41. Герасимова О. А. Социально-психологические характеристики ольфакторной самопрезентации личности : дисс. канд. психол. наук : спец. 19.00.05 – социальная психология / Ольга Александровна Герасимова. – Ростов н/Д., 2003. – 340 с.
42. Гордеева Т. О. Психология мотивации достижения / Т. О. Гордеева. – М. : Смысл, 2006. – 336 с.
43. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – М., 2000. – 302 с.
44. Гоцева Ю. А. Особенности самопредъявления подростков в семейной, учебной и дружеской сферах общения : дисс. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.01 – общая психология, психология личности, история психологии / Гоцева Юлия Александровна. – Ростов-н/Д., 2008. – 221 с.
45. Данейко П. М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении: автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19 – теория языка / Полина Михайловна Данейко. – М., 2011. – 26 с.
46. Диагностика эмоционально-нравственного развития / ред. и сост. И. Б. Дерманова. – СПб : Питер, 2002. – С. 132-134.

47. Долженко Л. П. Захворюваність і рухова активність студентів з різними рівнями соматичного здоров'я / Л. П. Долженко // Теорія та методика фіз. виховання і спорту. – 2004. – № 1. – С. 21–24.
48. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: Феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М., 1996. – 302 с.
49. Дружиніна І. А. Феномен ідентичності та ідентифікації в руслі сучасних психологічних досліджень / І. А. Дружиніна // Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету : зб. наук. праць. – Рівне : РДГУ, 2007. – Вип. 37. – С. 48–52.
50. Дятленко Н. М. Умови адаптації студентів-першокурсників до навчання у ВНЗ / Н. М. Дятленко : Збірник наук. праць [Електронний ресурс] Інститут психології і соціальної педагогіки КМПУ імені Б. Д. Грінченка; Московський гуманітарний педагогічний інститут. – Випуск 1. – К., М., 2009. – Режим доступу до збірника: http://www.psyh.kiev.ua/Збірник_наук._праць._-_Випуск_1.
51. Еникеев М. И. Психологическая диагностика : стандартизированные тесты / М.И. Еникеев. – М. : ПРИОР, 2002. – 288 с.
52. Ермаков П. Н. Психология личности / П. Н. Ермаков, В. А. Лабунская. – М. : Эксмо, 2007. – 656 с.
53. Ершов П. М. Режиссура как практическая психология / П. М. Ершов. – М. : Издательство «Мир искусства», 2010. – 408 с.
54. Ершов П. М. Технология актерского искусства. Очерки. / П. М. Ершов. – М. : Всероссийское театральное общество, 1959. – 390 с.
55. Етика: Навч. посіб. / [В. О. Лозовий, М. І. Панов, О. А. Стасевська та ін.]; за ред. проф. В. О. Лозового. – К. : Юрінком Інтер, 2002. – 224 с.
56. Жуков Ю. М. Диагностика и развитие компетентности в общении / Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская, П. В. Растянников. – М. : Изд-во МГУ, 1990. – 203 с.
57. Жуков Ю. М. Коммуникативный тренинг / Ю. М. Жуков – М. : Гардарика, 2003. – 97 с.
58. Журавлева И. А. Феномен самопрезентации личности в психологии // Вестник университета. – 2012. – № 12. – С. 248–253.

59. Занюк С. С. Психологія мотивації: Навчальний посібник / С. С. Занюк. – К. : Либідь, 2002. – 304 с.
60. Захаров В. П. Социально-психологический тренинг / В. П. Захаров, Н. Ю. Хрящева. – Л. : ЛГУ, 1990. –208 с.
61. Зиглер Д. Теории личности / Д. Зиглер, Л. Хьелл. – СПб. : Питер, 2007. – 607 с.
62. Зимачева Е. М. Способы вербальной презентации образа «Я» и самоотношения субъекта / Е. М. Зимачева, Пантелеев С. Р. // Психол. обозрение. – 1997. – № 2. – С. 34–45.
63. Зинченко Е. В. Самораскрытие личности как социально-психологическое явление / Е. В. Зинченко // Прикладная психология. – 1998. – № 5. – С. 59–69.
64. Идентичность: хрестоматия. / Сост. Л. Б. Шнейдер. – 2-е изд., стер. – М. : МПСИ, 2008. – 272 с.
65. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – Сп-б : Питер, 2000. – 661 с.
66. Капустюк О. М. Дослідження рівня сформованості вмінь та навичок тактичної та стратегічної самопрезентації особистості / О. М. Капустюк // Зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Проблеми загальної та педагогічної психології / За ред. С. Д. Максименка. – К. : Гнозіс, 2004. – Т. 6. – Вип. 3. – С. 151–160.
67. Капустюк О. М. Самопрезентація і саморозкриття та їх мотиваційна основа / О. М. Капустюк // Зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Проблеми загальної та педагогічної психології / За ред. С. Д. Максименка. – К. : Гнозіс, 2003. – Т. 5. – Ч. 7. – С. 95–102.
68. Капустюк О. М. Самопрезентація особистості як соціально-психологічна проблема / О. М. Капустюк // Зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Проблеми загальної та педагогічної психології / За ред. С. Д. Максименка. – К. : Гнозіс, 2003. – Т. 4. – Ч. 2. – С. 179–182.
69. Капустюк О. М. Самопрезентація як засіб створення позитивного іміджу особистості: дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи / Капустюк Олена Миколаївна. – К., 2007. – 252 с.

70. Капустюк О. М. Явище самопрезентації особистості та співвіднесення його із саморозкриттям [Електронний ресурс] / О. М. Капустюк – Режим доступу: http://bdpu.org/scientific_published/2005/psychology_2_2005/4.
71. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить / Д. Карнеги – Самара : Самарский дом печати, 1995. – 528 с.
72. Карпенко З. С. Автентичність як стрижень самопрезентації політичного лідера / З. С. Карпенко // Психологічні перспективи. – 2005. – Вип. 7. – С. 55–62.
73. Карпенко З. С. Аксіологічна психологія особистості / З. С. Карпенко. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2009. – 512 с.
74. Карпенко З. С. Аксіологія психології особистості: Монографія / З. С. Карпенко. – Івано-Франківськ. : Лілея-НВ, 2009. – 512 с.
75. Келли Г. Процесс каузальной атрибуции / Г. Келли // Современная зарубежная социальная психология. – М. : Изд-во МГУ, 1984. – С. 127– 137.
76. Келли Дж. Теория личности: Психология личностных конструктов / Дж. Келли. – СПб. : Питер, 2000. – 249 с.
77. Ковригина Е. А. Коммуникативная стратегия самопрезентации в дискурсе Интернет-интервью : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 – теория языка / Елена Александровна Ковригина. – Кемерово, 2010. – 177 с.
78. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. – М. : Политиздат, 1984. – 413 с.
79. Кон И. С. Открытие «Я» / И. С. Кон. – М. : Политиздат, 1978. – 367 с.
80. Кон И. С. Психология ранней юности: книга для учителя. – М. : Просвещение, 1989. – 255 с.
81. Корчакова Н. В. Вивчення стратегій самопрезентації в зарубіжній психології / Н. В. Корчакова //Актуальні проблеми психології. – Т. 1. : Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія. – К. : Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – Ч. 5. – 2002. – С. 78–85.

82. Корчакова Н. В. Використання самопрезентації у навчально-виховному процесі / Н. В. Корчакова // Наук. записки Національного університету «Острозька академія». – Серія Психологія і педагогіка. – Вип. 3. – Острiг , 2002. – С. 454–462.
83. Корчакова Н. В. Сутність явища самопрезентації та його діагностичний потенціал / Н. В. Корчакова // Проблеми загальної та педагогічної психології: Зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2000. – Т. II. – Ч. 6. – С. 29–37.
84. Костюк Г. С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / Г. С. Костюк / [за ред. Л. М. Проколієнко]. – К. : Рад. шк., 1989. – 508 с.
85. Костюк Г. С. Навчання і розвиток особистості / Г. С. Костюк // Звітно-наукова конференція кафедр КДПІ ім. О. М. Горького за 1960 рік. – К., 1961. – С. 31–33.
86. Крижанская Ю. С. Грамматика общения / Ю. С. Крижанская, В. П. Третьяков. – Л. : Изд-во Ленингр. Ун-та., 1990. – 208 с.
87. Кричевский Р. Л. Социальная психология малой группы: Учебное пособие для вузов. / Е. М. Дубовская, Р. Л. Кричевский. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 318 с.
88. Кубрак Т. А. Самопрезентация субъекта: состояние проблемы и различные подходы к исследованию / Т. А. Кубрак // Методология комплексного человекознания и современная психология: собрание научных статей (спецвыпуск) / [отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова]. – М. : Изд-во «Институт психологи РАН», 2008. – 603 с.
89. Кудіна В. В., Юрченко В. І. Психологія вищої школи: Курс лекцій / В. В. Кудіна, В. І. Юрченко. − К. : КСУ, 2004. – 176 с.
90. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.
91. Леонтьев А. Н. Деятельность и личность / А. Н. Леонтьев // Вопросы философии. – 1974. – № 4. – С. 87–97.
92. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. / А. Н. Леонтьев. – 2-е изд., стер. – М. : Смысл, 2005. – 352 с.
93. Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д. А. Леонтьев. – 2-е, испр. изд. – М. : Смысл, 2003. – 512 с.

94. Леонтьев Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции / Д. А. Леонтьев // Вопросы философии. – 1996. – № 5. – С. 15–26.
95. Ліфарєва Н. В. Психологія особистості : Навчальний посібник /Н. В. Ліфарєва. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 240 с.
96. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. – М. : Наука, 1984. – 446 с.
97. Ломов Б. Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида / Б. Ф. Ломов // Психологические проблемы социальной регуляции поведения. – М. : Наука, 1976. – С. 125–137.
98. Лутошкин А. Н. Как вести за собой. Старшеклассникам об основах организаторской работы / А. Н. Лутошкин. – М. : Просвещение, 1978. – 159 с.
99. М'ясоїд П. А. Загальна психологія: навчальний посібник / П. А. М'ясоїд. – К. : Вища школа, 1998. – 479 с.
100. Магомед-Эминов М. Ш. Мотивация достижения: структура и механизмы : дисс. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.01 – общая психология, психология личности, история психологии / Мадруддин Шамсуддинович Магомед-Эминов. – М., 1987. – 343 с.
101. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб. : Питер, 2007. – 793 с.
102. Максименко С. Д. Загальна психологія: Навч. посібник. / С. Д. Максименко, В. О. Соловієнко. – К. : МАУП, 2000. – 256 с.
103. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.
104. Михайлова Е. В. Обучение самопрезентации: учеб. пособие / Е. В. Михайлова – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 224 с.
105. Михайлова Е. В. Самопрезентация. Теории, исследования, тренинг / Е. В. Михайлова. – СПб. : Речь, 2007. – 216 с.
106. Михайлова Е. В. Составляющие успешности самопрезентации в публичном выступлении / Е. В. Михайлова // Объединенный научный журнал. – 2004. – № 28 (120). – С. 41–47.
107. Михайлова Е. В. Стиль самопрезентации в публичном выступлении. Секреты успешности // Вопросы гуманитарных наук. – 2005. – № 1. – С. 322–331.

108. Михайлова Е. В. Техники самопрезентации в публичном выступлении: автореф. дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.05 – социальная психология / Е. В. Михайлова. – М., 2005. – 26 с.
109. Мід Дж. Г. Дух, самість і суспільство. З точки зору соціального біхевіориста. – К. : Український Центр духовної культури, 2000. – 416 с.
110. Міляєва В.Р. Саморозвиток особистості студента як основа становлення майбутнього професіонала / В.Р. Міляєва // Zbior raportow naukowych. «Aktualne problemy w współczesnej nauki». (28.06.2013 – 30.06.2013). – Warszawa : Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2013. – С. 17–21.
111. Моргун В. Ф., Ткачева Н. Ю. Проблема периодизации развития личности в психологии. – М. : МГУ, 1981. – 84 с.
112. Моргун Я. І. Ціннісні орієнтації в структурі професійно-кар'єрного самовизначення юнаків та юнок / Я. І. Моргун // Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / За ред. С. Д. Максименка. – Т. XII, част. 6. – К., 2010. – С. 233–240.
113. Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Я. Л. Морено; [Пер. с англ. А. Боковикова, В. Корзинкина]. – М. : Акад. проект, 2001. – 383 с.
114. Музика О. Л. Програма ціннісної підтримки розвитку здібностей та обдарованості «Три кроки» /О. Л. Музика. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2008. – 34 с.
115. Музика О. Л. Ціннісна детермінація становлення та розвитку обдарованої особистості / О. Л. Музика // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Т. VI: Психологія обдарованості. – Випуск 11. – Київ–Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – С. 6–19.
116. Музика О. Л. Ціннісна підтримка регуляції навчальної діяльності студентів в умовах кредитно-модульної системи навчання / Т. М. Майстренко, О. Л. Музика // Теоретико-методологічні питання розвитку загальної обдарованості особистості: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції присвяченої 20-річчю

заснування НАПН України, 13 березня 2012 р., м. Київ. – К. : ТОВ «Інформаційні системи», 2012. – С. 75–82.

117. Мясищев В. Н. Психология отношений : избранные психологические труды / В. Н. Мясищев ; под ред. А. А. Бодалева. – 4-е изд. – М. : Изд-во Московского психолого-социального ин-та ; Воронеж : МОДЭК, 2011. – 398 с.
118. Немов Р. С. Психологическое консультирование / Р. С. Немов. – М. : Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, 2000. – 538 с.
119. Особистісні кризи студентського віку : збірник наукових статей / за ред. Т.М. Титаренко. – Луцьк : РВВ Вежа, 2001. – 112 с.
120. Обозов Н. Н. Психология межличностных отношений / Н. Н. Обозов. – К. : Либідь, 1990. – 192 с.
121. Обозов Н. Н. О трехкомпонентной структуре межличностного взаимодействия / Н. Н. Обозов // Психология межличностного познания / под ред. А. А. Бодалева; Акад. пед. наук СССР. – М. : Педагогика, 1981. – С. 80–92.
122. Общая психодиагностика / Бодалев А. А., Столин В. В., Аванесов В. С. – СПб : Изд-во «Речь», 2006. – 440 с.
123. Овчарова Р. В. Практикум по социальной психологии. – Курган. : Изд-во Курганского государственного университета, 2012. – 166 с.
124. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 446 с.
125. Основи практичної психології : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Панок, Т. Титаренко, Н. Чепелєва та ін. – [3-тє вид., стереотип.]. – К. : Либідь, 2006. – С. 534.
126. Пантелеева Г. В. Самопрезентация личности как фактор успешности деятельности тренеров-женщин : дис. ... канд. психол. наук: спец. 13.00.04 – Теория и методика физического воспитания, спортивной тренировки, оздоровительной и адаптивной физической культуры (психологические науки) / Г. В. Пантелеева. – СПб., 2010. – 213 с.
127. Пастушенко О. М. Поняття іміджу і самопрезентації в соціальній психології / О. М. Пастушенко // Зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка

АПН України. Проблеми загальної та педагогічної психології / За ред. С. Д. Максименка. – К. : Гнозіс, 2001. – Т. 3. – Ч. 8. – С. 183–187.

128. Пиаже Ж. Психология интеллекта. Пер. с фр. / Жан Пиаже. – СПб.: Питер 2003. – 192 с.
129. Пикулева О. А. Гендерные, возрастные и профессиональные особенности тактик самопрезентации: дис. … канд. психол. наук: спец. 19.00.05 – социальная психология / О. А. Пикулева. – СПб., 2004. – 248 с.
130. Пикулева О. А. К вопросу о содержании самопрезентации: тактики и стратегии / О. А. Пикулева // Имиджелогия. Материалы третьего международного симпозиума по имиджелогии. – М., 2005. – С. 87–88.
131. Побірченко Н. А. Людина і праця : навчальний посібник для 10-го кл. / Н. А. Побірченко, О. П. Сергєєнкова, І. В. Підтілок. – К. : Наш час, 2006. – 180 с.
132. Побірченко Н. А. Проблема самовизначення особистості юнацького віку в трансформаційному суспільстві / Н. А. Побірченко // Розвиток особистості в умовах трансформаційного суспільства: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції., 13 грудня 2012 р. – К. : ун-т ім. Б. Грінченка, 2012. – С. 19–25.
133. Поваренков Ю. П. Психологическое содержание профессионального становления человека / Ю. П. Поваренков. – М. : Изд-во УРАО, 2002. – 160 с.
134. Подоляк Л. Г. Психологія вищої школи : Практикум: навч. посіб. / Л. Г. Подоляк, В. І. Юрченко. – К. : Каравела, 2008. – 336 с.
135. Подшивайлов Ф. Динаміка ціннісних орієнтацій як складової мотиваційної сфери особистості студента (на матеріалі лонгітюдного дослідження) / Федір Подшивайлов // Проблеми гуманітарних наук : збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Психологія». – Дрогобич : Видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2015. – Випуск 35. – С. 177–190.
136. Подшивайлов Ф. М. Динаміка рівня мотивації уникнення невдач студентами-психологами упродовж навчання (результати лонгітюдного дослідження) / Ф. М. Подшивайлов // Актуальні проблеми практичної психології : матеріали І

Всеукраїнської науково-практичної конференції (6–7 листопада 2014 року) / заг. ред. В. М. Поліщук. – Глухів : РВВ ГНПУ ім. О. Довженка, 2014. – С. 109–112.

137. Подшивайлова Л. І. Аксиоматический принцип преодоления понятийной неопределенности в психологии / Л. І. Подшивайлова // Вісник психології і соціальної педагогіки [Електронний ресурс] : Збірник наук. праць / Інститут психології і соціальної педагогіки КМПУ імені Б. Д. Грінченка; Московський гуманітарний педагогічний інститут. – Випуск 1. – К., М., 2009. – Режим доступу до збірника: http://www.psyh.kiev.ua
138. Подшивайлова Л. І. Вступ до спеціальності: психологія : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Подшивайлова; Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка. – Кам'янець-Подільський : Буйницький О. А., 2011. – 316 с.
139. Подшивайлова Л. І. Вступ до спеціальності: психологія. Модуль 2: Навч. посіб. / Л. І. Подшивайлова. – 2-ге вид., доопрац. – К. : Київськ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2013. – 220 с.
140. Подшивайлова Л. І. Типологія особистісно-колективістського самовизначення студентів в умовах навчального процесу: автореф. дис. … канд. психол. наук: спец. 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія / Л. І. Подшивайлова. – К., 1993. – 18 с.
141. Положення про психологічну службу системи освіти України (від 3 травня 1999 року, наказ № 127) із змінами і доповненнями, затвердженими наказом Міністерства освіти і науки України від 07.06.2001 р. № 439 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0687-09.
142. Пономарева М. А. Психодиагностика личности : пособие для студентов вузов / М. А. Пономарева, Т. И. Юхновец; под общ. ред. М. А. Пономарева. – Минск : Тесей, 2008. – 312 с.
143. Пономаренко И. В. Социально-психологические особенности самопрезентации военнослужащих-женщин : дис. ... канд. псих. наук: спец. 19.00.05 – социальная психология / И. В. Пономаренко. – М., 2008. – 259 с.
144. Психология возрастных кризисов : хрестоматия / [сост. К. В. Сельченок]. – М. : Харвест, 2003. – 560 с.

145. Психология личности: Словарь-справочник / Под ред. П. П. Горностая, Т. М. Титаренко. – К. : Рута, 2001. – 320 с.
146. Психология самосознания : хрестоматия / [ред.-сост. Д. Я. Райгородский]. – Самара : Издательский Дом «БАХРАТ-М», 2007. – 672 с.
147. Психология среднего возраста, старения и смерти / под ред. А. А. Реана. – СПб. : «прайм-ЕВРОЗНАК»; М. : «ОЛМА-ПРЕСС», 2003. – 384 с.
148. Психология человека от рождения до смерти : психологический атлас человека / под ред. А. А. Реана. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. – 651 с.
149. Психологічний словник / За ред. В. І. Войтка. – К. : Вища школа, 1982. – 216 с.
150. Психологія: Підручник / Ю. Л. Трофімов, В. В. Рибалка, П. А. Гончарук та ін.; за ред. Ю. Л. Трофімова. – 2-ге вид. – К. : Либідь, 2000. – 558 с.
151. Радчук Г. Аксіопсихологія вищої школи. Монографія / Галина Радчук. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2014. – Видання друге, розширене і перероблене. – 380 с.
152. Радчук Г. К. Особливості самоактуалізації особистості студентів в освітньому середовищі вищої школи. Психологія і особистість / Науковий журнал. – № 2 (8). – Ч. 2, 2015. – Київ-Полтава. – С. 85–98.
153. Радчук Г. К. Психологія аксіогенезу особистості у контексті вищої професійної освіти : автореф. дис. … докт. психол. наук: спец. 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія / Галина Кіндратівна Радчук. – Івано-Франківськ, 2011. – 42 с.
154. Райгородский Д. Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты : учеб. пособие / Д. Я. Райгородский. – Самара : БАХРАХ-М, 2008. – 627 с.
155. Райс Ф. Психология подросткового и юношеского возраста / Филип Райс; пер. с англ. Н. Мальгиной и др. – СПб. : «Питер», 2000. – 656 с.
156. Рибалка В. В. Аксіологічні основи психологічної культури особистості : навч-метод. посіб. / В. В. Рибалка. – Чернівці : «Технодрук», 2009. – 228 с.
157. Рибалка В. В. Проблеми розвитку психологічної культури майбутнього професіонала / В. В. Рибалка // Теорія і практика управління соціальними системами. – 2002. – № 2. – С. 74-80.

158. Рибалка В. В. Теорії особистості у вітчизняній психології : Навчальний посібник. – К. : ІППО АПН України, 2006. – 530 с.
159. Романова А. В. Влияние визуальной самоподачи образа «Я» на конфликтность субъекта общения / Романова А. В. – автореф. дисс. … канд. психол. наук: спец. 19.00.01 – общая психология, история психологии, психология личности. – М., 2002. – 172 с.
160. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПБ. : Питер, 2002. – 720 с.
161. Сергєєнкова О. П. Психологія індивідуальності фахівця освітньої сфери : монографія / О. П. Сергєєнкова. – Кременчук : ПП Щербатих О. В., 2011. – 276 с.
162. Сергєєнкова О. П. Самопізнання. Навчально-методичний посібник. – Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2011. – 334 с.
163. Сидоренко Е. В. Методы математической обработки в психологии / Е. В. Сидоренко. – СПб. : Речь, 2002. – 350 с.
164. Сингаївська І. В. Аналіз досліджень зарубіжних психологів з проблеми професійної успішності // Актуальні проблеми сучасної наукової думки: матеріали Науково-практичної конференції молодих учених (Київ, 14 листопада 2014 року) / К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2014. – С. 354–355.
165. Сингаївська І. В. Аналіз теоретико-методологічних підходів до вивчення проблеми професійної успішності / І. В. Сингаївська //Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – Т. 1 / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : Інститут психології ім. Г. С. Костюка НАПН України, 2014. – Вип. 41. – С. 168–176.
166. Сингаївська І. В. Психологічні особливості узгодження особистісних і суспільних вимог до професійної успішності викладача / І. В. Сингаївська // Проблеми сучасної психології. – Кам’янець-Подільський : Кам’янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка. – Вип. 30. – 2015. – С. 574–588.
167. Слєпкань З. І. Наукові засади педагогічного процесу у вищій школі / З. І. Слєпкань. – К. : НПУ, 2000. – 210 с.

168. Современный психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. – М. : АСТ; СПб. : ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2007. – 290 с.
169. Соколова-Бауш Е. А. Самопрезентация как фактор формирования впечатления о коммуникаторе и реципиенте: автореф. дис… канд. психол. наук: спец. 19.00.05 – социальная психология / Соколова-Бауш Елена Амаровна. – М.,1999. – 21 с.
170. Соколова-Бауш Е. А. Самопрезентация как фактор формирования впечатления о коммуникаторе / Е. А. Соколова-Бауш / 1-ая Санкт-Петербургская конференция студентов и аспирантов «Психология на пороге XXI века: актуальные проблемы». Тезисы докладов. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 1999. – С. 148–149.
171. Соколова-Бауш Е. А. Самопрезентация как фактор формирования впечатления о коммуникаторе и рецепиенте / Е. А. Соколова-Бауш // Мир психологии. – 1999. – № 3. – с. 132–139.
172. Станиславский К. С. Собрание сочинений: В 9 т. / К. С. Станиславский. – Т. 2. Работа актера над собой. –М. : Искусство, 1989. – 511 с.
173. Столин В. В. Опросник самоотношения / В. В. Столин, С. Р. Пантилеев // Практикум по психодиагностике : Психодиагностические материалы. – М., 1988. – С. 123–130.
174. Теплов Б. М. Избранные труды: В 2-х т. / Б. М. Теплов. – Т. 1. – М. : Педагогика, 1985. – 328 с.
175. Ткаченко О. М. Поняття особистості у науково-категоріальному апараті психології / О. М. Ткаченко // Філософська думка. – 1976. – № 6. – с. 55–65.
176. Ткаченко О. М. Принципи та категорії психології / О. М. Ткаченко. – К. : Вища школа, 1979. – 199 с.
177. Ткачук С. Психологічний аналіз самотворення позитивної «Я-концепції» / С. Ткачук // Психологія і суспільство. −2003. − № 3. − С. 107−113.
178. Токарева Н. М. Комунікативне моделювання креативних сценаріїв самопрезентації підлітками / Н. М. Токарева // Освіта та розвиток обдарованої особистості. – 2013. – № 10. – С. 36–41.
179. Токарєва Н. М. Особливості самопрезентації особистості практичного психолога у професійній підготовці студентів / Н. М. Токарева // Наукові записки Інституту

психології імені Г. С. Костюка АПН України / За ред. академіка С. Д. Максименка. – К. : Міленіум, 2006. – Вип. 28. – С. 343–351.

180. Трифонова Т. А. Особенности взаимосвязи самопрезентации и черт характера / Т. А. Трифонова // Сборник «Психология телесности: теоретические и практические исследования». – Казань, 2005. – С. 142–149.
181. Тутушкина М. К. Психологическая помощь и консультирование в практической психологии / М. К. Тутушкина. – СПб. : Дидактика Плюс, 1999. – 352 с.
182. Уманский Л. И. Психология организаторской деятельности школьников / Л. И. Уманский. – М. : Просвещение, 1980 – 160 с.
183. Федорова Н. А. Проблема самопрезентации в современной социальной психологии: использование понятийного аппарата теории деятельности [Електронний ресурс] / Н. А. Федорова. Режим доступу : http://www.ipras.ru/cntnt/rus/dop_dokume/mezhdunaro/nauchnye_m/razdel_3_a/fedorova_n.html.
184. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер. – СПб. : Речь, 2000. – 317 с.
185. Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. – 4-е изд. – М. : Политиздат, 1981. – 445 с.
186. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред.: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. – М. : «Советская энциклопедия», 1983. – 840 с.
187. Фонарев А. Р. Психологические особенности личностного становления профессионала / А. Р. Фонарев. – М. : Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж : Издательство НПО «МОДЭКС», 2005. – 560 с.
188. Фопель К. Психологические группы: рабочие материалы для ведущего : практ. пособ. / Карл Фопель; пер. с нем. – М. : Генезис, 2008. – 256 с.
189. Фопель К. Технология ведения тренинга: теория и практика / Карл Фопель. – М. : Генезис, 2003. – 272 с.
190. Франклин Б. Путь к богатству. Автобиография. / Бенджамин Франклин. – М. : Эксмо, 2015. – 448 с.

191. Хекхаузен Х. Психология мотивации достижения / Х. Хекхаузен. – СПб. : Речь, 2001. – 256 с.
192. Хомич Г.О. Особливості розвитку самоставлення у ранній юності / Г.О.Хомич, С.І.Каталійчук. // Актуальні проблеми психології. Соціальна психологія. − К., 2013. − Вип. 6 (2). − С. 409–416.
193. Хороших В. В. Виды и основные формы самопрезентации / В. В. Хороших // К десятилетию кафедры методов психологического познания: лица, годы, рубежи. – СПб., 2009. – С. 90–103.
194. Хороших В. В. Психологические факторы успешности самопрезентации: дис. … канд. психол. наук: спец. 19.00.05 – социальная психология / Валерия Викторовна Хороших. – СПб., 2001. – 193 с.
195. Чалдини Р. Социальная психология / Р. Чалдини, Д. Кенрик, С. Нейберг. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 256 с.
196. Чепелєва Н. В. Теоретичне обґрунтування моделі особистості практичного психолога / Н. В. Чепелева, Н. І. Повякель // Психологія; Збірник наукових праць. – Вип. 3. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 1998. – С. 35–41.
197. Чепелєва Н. В. Формування професійної компетентности в процесі вузівської підготовки психолога-практика / Н. В. Чепелєва // Актуальні проблеми психології. – К. : Інститут психології АПН України. –1999. – С. 271–279.
198. Чеснокова И. И. Самосознание, саморегуляция, самодетерминация личности / И. И. Чеснокова // Проблемы психологии личности. – М. : Просвещение, 1982. – С. 120–135.
199. Чикер В. А. Психологическая диагностика организации и персонала / В. А. Чикер. – СПб. : Речь, 2003. – 234 с.
200. Шевердина О. В. Педагогические условия формирования опыта самопрезентации подростка во временном летнем объединении : дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.02 – теория и методика обучения и воспитания (социальное воспитание в общеобразовательной и высшей школе) / О. В. Шевердина. – Кострома, 2006. – 226 с.

201. Шевченко И. С. Вариативность самопрезентации личности в Интернет-общении : дисс. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.01 – общая психология, психология личности, история психологии / И. С. Шевченко. – Казань, 2002. – 170 с.
202. Шкуратова И. П. Самовыражение личности в общении / И. П. Шкуратова // Психология личности: учебн. пособие / под ред. П. Н. Ермакова, В. А. Лабунской. – М. : ЭКСМО, 2007. – С. 241–265.
203. Шленкер Б. Межличностные процессы, включающие регуляцию и контроль впечатления / Б. Шленкер // Реферативный журнал. – 1994. – № 12. – с. 20–23.
204. Шульц фон Тун Ф. Говорить друг с другом: анатомия общения / Ф. Шульц фон Тун. – М. : «FBK-Coaching», 2015. –256 с.
205. Щедрина Е. В. Референтность как характеристика системы межличностных отношений / Е. В. Щедрина // Психологическая теория коллектива / под ред. А. В. Петровского. – М. : Педгогика, 2009. – С. 111–127.
206. Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды / Д. Б. Эльконин. – М. : Просвещение, 1989. –365 с.
207. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. Пер. с англ. / Э. Эриксон. – М. : Флинта, 2006. – 342 с.
208. Юрченко В. І. «Я-концепція» як показник особистісного зростання майбутнього вчителя // Психологія: Зб. наук. праць. − К. : НПУ, 1999. – Вип. 4. − С. 31−35.
209. Юрченко В. І. Вплив взаємин між студентами та викладачами на «Я-концепцію» майбутнього вчителя // Освіта і управління. −1997. − № 1. − С. 119−123.
210. Ядов В. Социальная идентификация в кризисном обществе / В. Ядов // Социологический журнал. – 1994. – № 1. – С. 35–52.
211. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В. А. Ядов. – Самара : Самар. ун-т, 1995. –328 с.
212. Яницкий М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система [Електронний ресурс] / М. С. Яницкий. – Режим доступу: http://hpsy.ru/public/x2754.htm.
213. Arkin R. M. Self-presentation styles / R. M. Arkin // Impression management theory and social psychological research. – N.-Y. : Academic Press, 1981. P. 333–343.

214. Baumeister R. F. Paradoxical effects of supportive audiences on performance under pressure: The home field disadvantage in sports championships / R. F. Baumeister, A. Steinhiber // Journal of Personality and Social Psychology. –1984. – V. 47. – P. 85-93.
215. Carron A. Self-presentation and group influence / A. Carron, H. Prapavessis // Small group research. – Vol. 28. – Issue 4. – 1997. – P. 501–516.
216. Cialdini R. B. Two Indirect Tactics of Image Management / R. B. Cialdini, K. D. Richardson // J. of Personality and Social Psychology. – 1980. – V. 39. – P. 406–415.
217. Cooley C. H. Human nature and the social order / C. H. Cooley. – N.-Y. : Schocken, 1964. – 444 p.
218. Goffman E. Behavior in public places. Notes the social organization of gathering / Erving Goffman. – London : Free Press of Glencoe, 1963. – 248 p.
219. Goffman E. The presentation of self in everyday life / Erving Goffman. – Edinburgh : University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre, 1956. – 259 p.
220. Harré R. Physical being: A theory for a corporeal psychology / Rom Harré. –US : Basil Blackwell Physical being. – 1991. – 265 p.
221. Jones E. E. Toward a general theory of strategic self-presentation / E. E.Jones, T. S. Pittman // Psychological perspectives of the self. –N.Y. : Erlbaum, 1982. – P. 231–263/
222. Jourard S.M. Self-disclosure: An experimental analysis of the transparent self / S. M. Jourard. – N.Y. : John Wiley & Sons Ltd, 1971. – 264 p.
223. Jourard S. M. The transparent self / S. M. Jourard. – N.Y. : Van Nostrand Reinhold Inc., 1971. – 264 p.
224. Leary M. R. Impression management: A literature review and two-component model / Mark R. Leary, Robin M. Kowalski // Psychological Bulletin. – 1990. – Vol. 107 (1). – P. 34–47.
225. Mead G. H. Mind, self and society / George H. Mead. – Chicago : University of Chicago Press, 1934. – 402 p.

226. Page E. B. Ordered Hypotheses for Multiple Treatments: A Significance Test for Linear Ranks / E. B. Page // Journal of the American Statistical Association. – 1963. – Vol. 58. – № 301. – P. 216–230.
227. Schlenker B. R. Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations / Barry R. Schlenker. – Monterey, CA : Brooks/Cole, 1980. – 344 p.
228. Schontz F. C. Body image and its disorders / Franklin C. Schontz // International Journal of Psychiatrics in Medicine. –1974. – V. 5(4). – P. 461–472.
229. Schutz A. The phenomenology of the social world / Alfred Schutz. –Evanston, Illinois, USA : Northwestern University Press, 1972. – 255 p.
230. Snyder M. Appeals to image & claims about quality: understanding the psychology of advertising / M. Snyder, K. De Bono // Journal of personality and social. – 1985. – V. 49. – P. 586–597.
231. Snyder M. On the nature of self-monitoring: Matters of assessment, matters of validity / M. Snyder , S. Gangestad // Journal of Personality and Social Psychology. – 1986. – V. 51. – P. 125–139.
232. Snyder M. Self-monitoring of expressive behavior / M. Snyder //Journal of Personality and Social Psychology. – 1974. – V. 30. – P. 526–537.
233. Tedeschi J. T. Impression Management Theory and Social Psychological Research / James T. Tadeschi. – N.Y. : Academic Press, 2013. – 390 p.
234. Wicklund R. A. Opinion change and performance facilitation as a result of objective self-awareness / R. A. Wicklund S. Duval // Journal of Experimental Social Psychology. – 1971. – V. 7. – P. 319–342.
235. Wicklund R. A. Symbolic Self-Completion, Attempted Influence, and Self-Deprecation / R. A. Wicklund, P. M. Gollwitzer // Basic And Applied Social Psychology. – 1981. – V. 2 (2). – P. 89–114.

ДОДАТКИ

Додаток А

Вивчення особистісних властивостей, що обумовлюють самопрезентацію особистості

Методика 1

Вивчення мотивації досягнення успіху (за Т. Елерсом)

Вам будет предложен 41 вопрос, на каждый из которых ответьте «да» или «нет»

1. Когда имеется выбор между двумя вариантами, его лучше сделать быстрее, чем отложить на определенное время.
2. Я легко раздражаюсь, когда замечаю, что не могу на все 100 % выполнить задание.
3. Когда я работаю, это выглядит так, будто я все ставлю на карту.
4. Когда возникает проблемная ситуация, я чаще всего принимаю решение одним из последних.
5. Когда у меня два дня подряд нет дела, я теряю покой.
6. В некоторые дни мои успехи ниже средних.
7. По отношению к себе я более строг, чем по отношению к другим.
8. Я более доброжелателен, чем другие.
9. Когда я отказываюсь от трудного задания, я потом сурово осуждаю себя, так как знаю, что в нем я добился бы успеха.
10. В процессе работы я нуждаюсь в небольших паузах для отдыха.
11. Усердие - это не основная моя черта.
12. Мои достижения в труде не всегда одинаковы.
13. Меня больше привлекает другая работа, чем та, которой я занят.
14. Порицание стимулирует меня сильнее, чем похвала.
15. Я знаю, что мои коллеги считают меня дельным человеком.
16. Препятствия делают мои решения более твердыми.
17. У меня легко вызвать честолюбие.
18. Когда я работаю без вдохновения, это обычно заметно.

19. При выполнении работы я не рассчитываю на помощь других.
20. Иногда я откладываю то, что должен был сделать сейчас.
21. Нужно полагаться только на самого себя.
22. В жизни мало вещей, более важных, чем деньги.
23. Всегда, когда мне предстоит выполнить важное задание, я ни о чем другом не думаю.
24. Я менее честолюбив, чем многие другие.
25. В конце отпуска я обычно радуюсь, что скоро выйду на работу.
26. Когда я расположен к работе, я делаю ее лучше и квалифицированнее, чем другие.
27. Мне проще и легче общаться с людьми, которые могут упорно работать.
28. Когда у меня нет дел, я чувствую, что мне не по себе.
29. Мне приходится выполнять ответственную работу чаще, 'чем другим.
30. Когда мне приходится принимать решение, я стараюсь делать это как можно лучше.
31. Мои друзья иногда считают меня ленивым.
32. Мои успехи в какой-то мере зависят от моих коллег.
33. Бессмысленно противодействовать воле руководителя.
34. Иногда не знаешь, какую работу придется выполнять.
35. Когда что-то не ладится, я нетерпелив.
36. Я обычно обращаю мало внимания на свои достижения.
37. Когда я работаю вместе с другими, моя работа дает большие результаты, чем работы других.
38. Многое, за что я берусь, я не довожу до конца.
39. Я завидую людям, которые не загружены работой.
40. Я не завидую тем, кто стремится к власти и положению.
41. Когда я уверен, что стою на правильном пути, для доказательства своей правоты я иду вплоть до крайних мер.

Методика 2

Вивчення мотивації уникнення невдач (за Т. Елерсом)

Вам предлагается список слов из 30 строк, по 3 слова в каждой строке. В каждой строке выберите только одно из трех слов, которое наиболее точно Вас характеризует, и подчеркните его.

1	**2**	**3**
Смелый	Бдительный	Предприимчивый
Кроткий	Робкий	Упрямый
Осторожный	Решительный	Пессимистичный
Непостоянный	Бесцеремонный	Внимательный
Неумный	Трусливый	Недумающий
Ловкий	Бойкий	Предусмотрительный
Хладнокровный	Колеблющийся	Удалой
Стремительный	Легкомысленный	Боязливый
Незадумывающийся	Жеманный	Непредусмотрительный
Оптимистичный	Добросовестный	Чуткий
Меланхоличный	Сомневающийся	Неустойчивый
Трусливый	Небрежный	Взволнованный
Опрометчивый	Тихий	Боязливый
Внимательный	Неблагоразумный	Смелый
Рассудительный	Быстрый	Мужественный
Предприимчивый	Осторожный	Предусмотрительный
Взволнованный	Рассеянный	Робкий
Малодушный	Неосторожный	Бесцеремонный
Пугливый	Нерешительный	Нервный

Исполнительный	Преданный	Авантюрный
Предусмотрительный	Бойкий	Отчаянный
Укрощенный	Безразличный	Небрежный
Осторожный	Беззаботный	Терпеливый
24. Разумный	Заботливый	Храбрый
25. Предвидящий	Неустрашимый	Добросовестный
26. Поспешный	Пугливый	Беззаботный
27. Рассеянный	Опрометчивый	Пессимистичный
28. Осмотрительный	Рассудительный	Предприимчивый
29. Тихий	Неорганизованный	Боязливый
30. Оптимистичный	Бдительный	Беззаботный

Методика 3

«Ціннісні орієнтації» М. Рокіча

Расставьте, пожалуйста, ценности в порядке их значимости – от самого значимого к самому не значимому.

Список А*:*

— активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни);

— жизненная мудрость (зрелость суждений и здравый смысл, достигаемые жизненным опытом);

— здоровье (физическое и психическое);

— интересная работа;

— красота природы и искусства (переживание прекрасного в природе и в искусстве);

— любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком);

— материально обеспеченная жизнь (отсутствие материальных затруднений);

— наличие хороших и верных друзей;

— общественное призвание (уважение окружающих, коллектива, товарищей по работе);

— познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, интеллектуальное развитие);

— продуктивная жизнь (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей);

— развитие (работа над собой, постоянное физическое и духовное совершенствование);

— развлечения (приятное, необременительное времяпрепровождение, отсутствие обязанностей);

— свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках);

— счастливая семейная жизнь;

— счастье других (благосостояние, развитие и совершенствование других людей, всего народа, человечества в целом);

— творчество (возможность творческой деятельности);

— уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений).

Список Б*:*

— аккуратность (чистоплотность), умение содержать в порядке вещи, порядок в делах;

— воспитанность (хорошие манеры);

- высокие запросы (высокие требования к жизни и высокие притязания);

- жизнерадостность (чувство юмора);

— исполнительность (дисциплинированность);

— независимость (способность действовать самостоятельно, решительно);

— непримиримость к недостаткам в себе и других;

— образованность (широта знаний, высокая общая культура);

— ответственность (чувство долга, умение держать свое слово);

— рационализм (умение здраво и логично мыслить, принимать обдуманные, рациональные решения);

— самоконтроль (сдержанность, самодисциплина);

— смелость в отстаиваниях своего мнения, взглядов;

— твердая воля (умение настоять на своем, не отступать перед трудностями);

— терпимость (к взглядам и мнениям других, умение прощать другим их ошибки и заблуждения);

— широта взглядов (умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, привычки);

— честность (правдивость, искренность);

— эффективность в делах (трудолюбие, продуктивность в работе);

— чуткость (заботливость).

Методика 4

Вивчення структури емоційної спрямованості (за В. А. Семиченко)

Внимательно прочитайте нижеприведенный перечень приятных переживаний и запишите номер того из них, которое вы больше всего любите испытывать. Остальные номера расположите вправо по строчке в порядке предпочтения, которое вы отдаете одной эмоции перед другой. Отделите вертикальной чертой номера тех эмоций, которые вы явно предпочитаете другим.

Например: 2, 8, 3, 5, 1, 6, 2, 4, 7, 10

1. Чувство необычайного, таинственного, неизведанного, появляющегося в незнакомой обстановке, местности.

2. Радостное волнение, нетерпение при приобретении новых вещей, предметов коллекционирования, удовольствие от мысли, что скоро их станет еще больше.

3. Радостное возбуждение, подъем, увлеченность, когда работа идет хорошо, когда видишь, что добиваешься успешных результатов.

4. Удовлетворение, гордость, подъем духа, когда можешь доказать свою ценность как личности или превосходства над соперниками, когда тобой искренне восхищаются.

5. Веселье, беззаботность, хорошее физическое самочувствие, наслаждение вкусной едой, отдыхом, непринужденной обстановкой, безопасностью и безмятежностью жизни.

6. Чувство радости и удовлетворения, когда удается сделать что-либо хорошее для дорогих тебе людей.

7. Горячий интерес, наслаждение при познании нового, при знакомстве с поразительными научными фактами. Радость и глубокое удовлетворение при постижении сути явлений, подтверждении ваших догадок и предположений.

8. Боевое возбуждение, чувство риска, упоение им, азарт, острые ощущения в минуту борьбы, опасности.

9. Радость, хорошее настроение, симпатия, признательность, когда общаешься с людьми, которых уважаешь и любишь, когда видишь дружбу и взаимопонимание, когда сам получаешь помощь и одобрение со стороны других людей.

10. Своеобразное сладкое и красивое чувство, возникающее при восприятии природы или музыки, стихов и других произведений искусства.

Методика 5

Вивчення спрямованості особистості (за Б. Бассом)

Из ответов на каждый из пунктов выберите тот, который лучше всего выражает Вашу точку зрения по данному вопросу.

1. Наибольшее удовлетворение я получаю от:

А. Одобрения моей работы;

Б. Сознания того, что работа сделана хорошо;

В. Сознания того, что меня окружают друзья.

2. Если бы я играл в футбол (волейбол, баскетбол), то я хотел бы быть:

А. Тренером, который разрабатывает тактику игры;

Б. Известным игроком;

В. Выбранным капитаном команды.

3. По-моему, лучшим педагогом является тот, кто:

А. Проявляет интерес к учащимся и к каждому имеет индивидуальный подход;

Б. Вызывает интерес к предмету так, что учащиеся с удовольствием углубляют свои знания в этом предмете;

В. Создает в коллективе такую атмосферу, при которой никто не боится высказать свое мнение.

4. Мне нравится, когда люди:

А. Радуются выполненной работе;

Б. С удовольствием работают в коллективе;

В. Стремятся выполнить свою работу лучше других.

5. Я хотел бы, чтобы мои друзья:

А. Были отзывчивы и помогали людям, когда для этого представляются возможности;

Б. Были верны и преданы мне;

В. Были умными и интересными людьми.

6. Лучшими друзьями я считаю тех:

А. С кем складываются хорошие взаимоотношения;

Б. На кого всегда можно положиться;

В. Кто может многого достичь в жизни.

7. Больше всего я не люблю:

А. Когда у меня что-то не получается;

Б. Когда портятся отношения с товарищами;

В. Когда меня критикуют.

8. По-моему, хуже всего, когда педагог:

А. Не скрывает, что некоторые учащиеся ему несимпатичны, насмехается и подшучивает над ними;

Б. Вызывает дух соперничества в коллективе;

В. Недостаточно хорошо знает свой предмет.

9. В детстве мне больше всего нравилось:

А. Проводить время с друзьями;

Б. Ощущение выполненных дел;

В. Когда меня за что-нибудь хвалили.

10. Я хотел бы быть похожим на тех, кто:

А. Добился успеха в жизни;

Б. По-настоящему увлечен своим делом;

В. Отличается дружелюбием и доброжелательностью.

11. В первую очередь школа должна:

А. Научить решать задачи, которые ставит жизнь;

Б. Развивать прежде всего индивидуальные способности ученика;

В. Воспитывать качества, помогающие взаимодействовать с людьми.

12. Если бы у меня было больше свободного времени, охотнее всего я использовал бы его:

А. Для общения с друзьями;

Б. Для отдыха и развлечений;

В. Для своих любимых дел и самообразования.

13. Наибольших успехов я добиваюсь, когда:

А. Работаю с людьми, которые мне симпатичны;

Б. У меня интересная работа;

В. Мои усилия хорошо вознаграждаются.

14. Я люблю, когда:

А. Другие люди меня ценят;

Б. Испытывать удовлетворение от выполненной работы;

В. Приятно провожу время с друзьями.

15. Если бы обо мне решили написать в газете, мне бы хотелось, чтобы:

А. Рассказали о каком-либо интересном деле, связанным с учебой, работой, спортом и т.п., в котором мне довелось участвовать.

Б. Написали о моей деятельности;

В. Обязательно рассказали о коллективе, в котором я работаю.

16. Лучше всего я учусь, если преподаватель:

А. Имеет ко мне индивидуальный подход;

Б. Сумеет вызвать у меня интерес к предмету;

В. Устраивает коллективные обсуждения изучаемых проблем.

17. Для меня нет ничего хуже, чем:

А. Оскорбление личного достоинства;

Б. Неудача при выполнении важного дела;

В. Потеря друзей.

18. Больше всего я ценю:

А. Успех;

Б. Возможности хорошей совместной работы;

В. Здравый практичный ум и смекалку.

19. Я не люблю людей, которые:

А. Считают себя хуже других;

Б. Часто ссорятся и конфликтуют;

В. Возражают против всего нового.

20. Приятно, когда:

А. Работаешь над важным для всех делом;

Б. Имеешь много друзей;

В. Вызываешь восхищение и всем нравишься.

21. По-моему, в первую очередь руководитель должен быть:

А. Доступным;

Б. Авторитетным;

В. Требовательным.

22. В свободное время я охотно прочитал бы книги:

А. О том, как заводить друзей и поддерживать хорошие отношения с людьми;

Б. О жизни знаменитых и интересных людей;

В. О последних достижениях науки и техники.

23. Если бы у меня были способности к музыке, я предпочел бы быть:

А. Дирижером;

Б. Композитором;

В. Солистом.

24. Мне бы хотелось:

А. Придумать интересный конкурс;

Б. Победить в конкурсе;

В. Организовать конкурс и руководить им.

25. Для меня важнее всего знать:

А. Что я хочу сделать;

Б. Как достичь цели;

В. Как организовать людей для достижения цели.

26. Человек должен стремиться к тому, чтобы:

А. Другие были им довольны;

Б. Прежде всего выполнить свою задачу;

В. Его не нужно было упрекать за выполненную работу.

27. Лучше всего я отдыхаю в свободное время:

А. В общении с друзьями;

Б. Просматривая развлекательные фильмы;

В. Занимаясь своим любимым делом.

Методика 6

Вивчення самоставлення (за В. В. Століним, С. Р. Пантилеєвим)

Вам предлагается ответить на следующие 57 утверждений. Если Вы согласны с данным утверждением ставьте знак "+", если не согласны то знак "–".

1. Думаю, что большинство моих знакомых относится ко мне с симпатией.
2. Мои слова не так уж часто расходятся с делом.
3. Думаю, что многие видят во мне что-то сходное с собой.
4. Когда я пытаюсь себя оценить, я прежде всего вижу свои недостатки.
5. Думаю, что как личность я вполне могу быть притягательным для других.

6. Когда я вижу себя глазами любящего меня человека, меня неприятно поражает то, насколько мой образ далек от действительности.
7. Мое "Я" всегда мне интересно.
8. Я считаю, что иногда не грех пожалеть самого себя.
9. В моей жизни есть или, по крайней мере, были люди скоторыми я был чрезвычайно близок.
10. Собственное уважение мне еще надо заслужить.
11. Бывало, и не раз, что я сам себя остро ненавидел;
12. Я вполне доверяю своим внезапно возникшим желаниям.
13. Я сам хотел во многом себя переделать.
14. Мое собственное "Я" не представляется мне чем-то достойным глубокого внимания.
15. Я искренне хочу, чтобы у меня было все хорошо в жизни.
16. Если я и отношусь к кому-нибудь с укоризной, то прежде всего к самому себе.
17. Случайному знакомому я скорее всего покажусь человеком приятным.
18. Чаще всего я одобряю свои планы и поступки.
19. Собственные слабости вызывают у меня что-то наподобие презрения.
20. Если бы я раздвоился, то мне было бы довольно интересно общаться со своим двойником.
21. Некоторые свои качества я ощущаю как посторонние, чужие мне.
22. Вряд ли кто-либо сможет почувствовать свое сходство со мной.
23. У меня достаточно способностей и энергии воплотить в жизнь задуманное.
24. Часто я не без издевки подшучиваю над собой.
25. Самое разумное, что может сделать человек в своей жизни – это подчиниться собственной судьбе.
26. Посторонний человек, на первый взгляд, найдет во мне много отталкивающего.

27. К сожалению, если я и сказал что-то, это не значит, что именно так и буду поступать.
28. Свое отношение к самому себе можно назвать дружеским;
29. Быть снисходительным к собственным слабостям вполне естественно.
30. У меня не получается быть для любимого человека интересным длительное время.
31. В глубине души я бы хотел, чтобы со мной произошло что-то катастрофическое.
32. Вряд ли я вызываю симпатию у большинства моих знакомых.
33. Мне бывает очень приятно увидеть себя глазами любящего меня человека.
34. Когда у меня возникает какое-либо желание, я прежде всего спрашиваю о себя, разумно ли это.
35. Иногда мне кажется, что если бы какой-то мудрый человек смог увидеть меня насквозь, он бы тут же понял, какое я ничтожество.
36. Временами я сам собой восхищаюсь.
37. Можно сказать, что я ценю себя достаточно высоко.
38. В глубине души я никак не могу поверить, что я действительно взрослый человек.
39. Без посторонней помощи я мало что могу сделать.
40. Иногда я сам себя плохо понимаю.
41. Мне очень мешает недостаток энергии, воли и целеустремленности.
42. Думаю, что другие в целом оценивают меня достаточно высоко.
43. В моей личности есть, наверное, что-то такое, что способно вызывать у других неприязнь.
44. Большинство моих знакомых не принимают меня уж так всерьез.
45. Сам у себя я довольно часто вызываю чувство раздражения.
46. Я вполне могу сказать, что унижаю себя сам.
47. Даже мои негативные черты не кажутся мне чужими.
48. В целом, меня устраивает то, какой я есть.

49. Вряд ли меня можно любить по-настоящему.
50. Моим мечтам и планам не хватает реалистичности.
51. Если бы мое второе "Я" существовало, то для меня это был бы самый скучный партнер по общению.
52. Думаю, что мог бы найти общий язык с любым разумным и знающим человеком.
53. То, что во мне происходит, как правило, мне понятно.
54. Мои достоинства вполне перевешивают мои недостатки.
55. Вряд ли найдется много людей, которые обвинят меня в отсутствии совести.
56. Когда со мной случаются неприятности, как правило, я говорю: "И поделом тебе".
57. Я могу сказать, что в целом я контролирую свою судьбу.

Методика 7

Тест РСК – рівень суб'єктивного контролю (модифікація шкали Дж. Роттера, Е. Ф. Бажина, С. А. Голикіної, А. М. Еткінда)

В случае согласия с утверждением поставьте рядом с порядковым номером предложения знак "+", если вы не поставьте знак "-".

1. Продвижение по службе больше зависит от удачного стечения обстоятельств, чем от способностей и усилий человека.
2. Большинство разводов происходит от того, что люди не захотели приспособиться друг к другу.
3. Болезнь - дело случая: если уж суждено заболеть, то ничего не поделаешь.
4. Люди оказываются одинокими из-за того, что сами не проявляют интереса и дружелюбия к окружающим.
5. Осуществление моих желаний часто зависит от везения.
6. Бесполезно предпринимать усилия для того, чтобы завоевать симпатию других людей.

7. Внешние обстоятельства - родители и благосостояние - влияют на семейное счастье не меньше, чем отношения супругов.
8. Я часто чувствую, что мало влияю на то, что происходит со мной.
9. Как правило, руководство оказывается более эффективным, когда полностью контролирует действия подчиненных, а не полагается на их самостоятельность.
10. Мои отметки в школе зависели от случайных обстоятельств (например, настроения учителя) больше, чем от моих собственных усилий.
11. Когда я строю планы, то я, в общем, верю, что смогу их осуществить.
12. То, что многим людям кажется удачей или везением, на самом деле является результатом долгих целенаправленных усилий.
13. Думаю, что правильный образ жизни может больше помочь здоровью, чем врачи и лекарства.
14. Если люди не подходят друг другу, то как бы они ни старались наладить семейную жизнь, они все равно не смогут это сделать.
15. Тот хорошее, что я делаю, обычно бывает по достоинству оценено другими.
16. Дети вырастают такими, какими их воспитывают родители.
17. Думаю, что случай или судьба не играют важной роли в моей жизни.
18. Я стараюсь не планировать далеко вперед, потому что многое зависит от того, как сложатся обстоятельства.
19. Мои отметки в школе больше всего зависели от моих усилий и степени подготовленности.
20. В семейных конфликтах я чаще чувствую вину за собой, чем за противоположной стороной.
21. Жизнь большинства людей зависит от стечения обстоятельств.
22. Я предпочитаю такое руководство, при котором можно самостоятельно определять, что и как делать.
23. Думаю, что мой образ жизни ни в коей мере не является причиной моих болезней.

24. Как правило, именно неудачное стечение обстоятельств мешает людям добиться успеха в своем деле.
25. В конце концов, за плохое управление организацией ответственны сами люди, которые в ней работают.
26. Я часто чувствую, что ничего не могу изменить в сложившихся отношениях в семье.
27. Если я очень захочу, то смогу расположить к себе почти любого.
28. На подрастающее поколение влияет так много разных обстоятельств, что усилия родителей по их воспитанию часто оказываются бесполезными.
29. То, что со мной случается, это дело моих собственных рук.
30. Человек, который не смог добиться успеха в своей работе, скорее всего не проявил достаточных усилий.
31. Трудно бывает понять, почему руководители поступают именно так, а не иначе.
32. Чаще всего я могу добиться от членов моей семьи того, чего хочу.
33. В неприятностях и неудачах, которые были в моей жизни, чаще всего виноваты другие люди, чем я сам.
34. Ребенка всегда можно уберечь от простуды, если за ним следить и правильно его одевать.
35. В сложных обстоятельствах я предпочитаю подождать, пока проблемы не решатся сами собой.
36. Успех является результатом упорной работы и мало зависит от случая или везения.
37. Я чувствую, что от меня больше, чем от кого бы то ни было, зависит счастье моей семьи.
38. Мне всегда трудно понять, почему я нравлюсь одним людям и не нравлюсь другим.
39. Я всегда предпочитаю принять решение и действовать самостоятельно, а не надеяться на помощь других людей или на судьбу.

40. К сожалению, заслуги человека часто остаются непризнанными, несмотря на все его старания.
41. В семейной жизни бывают такие случаи, когда невозможно разрешить проблемы даже при самом сильном желании.
44. Способные люди, не сумевшие реализовать свои возможности, должны винить в этом только самих себя.
45. Многие мои успехи были возможны только благодаря помощи других людей.
46. Большинство неудач в моей жизни произошло от неумения, незнания или лени и мало зависело от везения или невезения.
47. Я могу сказать, что в целом я контролирую свою судьбу.

Додаток Б

Вивчення тактик самопрезентації особистості

Методика 1

Вивчення самомоніторингу як поведінкової реалізації стратегії самопрезентації (за М. Снайдером)

Инструкция. В тексте приведены высказывания, которые касаются ваших личных поступков в разных ситуациях. Поскольку здесь нет совершенно одинаковых высказываний, то внимательно прочтите каждое из них перед тем, как ответить. Если вы считаете, что утверждение верно или в основном верно, то поставьте на бланке ответов напротив номера данного утверждения знак «+». Если же вам кажется, что высказывание не подходит к описанию вашего поведения или в основном не подходит, поставьте знак «— ».

Мы гарантируем, что ваши высказывания останутся в тайне, и просим вас отвечать на вопросы искренне и честно!

1.Мне трудно подражать поведению других людей.

2.На встречах, вечеринках, в компании я не пытаюсь сделать или сказать то, что должно нравиться другим людям.

3.Я могу защищать только те идеи, в которые верю сам.

4. Я могу импровизировать речь даже по такой теме, в которой я совсем не разбираюсь.

5.Я думаю, что у меня есть способность оказывать впечатление на других людей и развлекать их.

6.Я, вероятно, мог бы стать хорошим актером.

7.В группе я редко являюсь центром внимания.

8.В различных ситуациях и с разными людьми я веду себя совсем по-разному.

9.Вряд ли я достигаю успеха тогда, когда пытаюсь понравиться другим людям.

10.Я не всегда тот человек, каким кажусь другим людям.

11.Я не изменю своего мнения или поведения, чтобы понравиться другим людям.

12.Я согласился бы быть тамадой на вечеринке.

13.Я никогда не был удачен в играх, требующих импровизации.

14.Мне трудно изменить свое поведение, чтобы соответствовать определенной ситуации или подстроиться под определенного человека.

15.На вечеринках и в компании я предоставляю возможность другим людям рассказывать шутки и анекдоты.

16.Я чувствую себя немного скованным в группах и компаниях, и не могу в полной мере выразить себя.

17.Я могу смотреть в глаза другому и невозмутимо лгать, если это надо для дела.

18.Я могу обмануть других людей тем, что кажусь дружелюбным по отношению к ним, когда в действительности они мне вовсе не симпатичны.

19.Я могу сказать, что в целом я контролирую свою судьбу.

Методика 2

Вивчення тактик самопрезентації (за С. Дж. Лі та Б. М. Квінглі в адаптації О. А. Пікульової)

Инструкция. Ниже приводятся утверждения, связанные с тем, как вы себя воспринимаете. Пожалуйста, внимательно прочтите инструкцию и постарайтесь дать как можно более точные и искренние ответы на все утверждения. Не существует верных и неверных ответов. Отвечая на вопросы, пожалуйста, обведите в кружок на приведенной шкале ту цифру, которая в большей степени соответствует вашему поведению.

Очень редко 123456789 Очень часто

1	Я веду себя так, что другие боятся меня	123456789
2	Я использую свою силу для того, чтобы оказывать влияние на людей, когда мне это необходимо	123456789

3	Если я обижаю кого-то, я извиняюсь и обещаю больше этого не делать	123456789
4	Я даю объяснения до того, как делаю то, что может не понравиться окружающим	123456789
5	Я оправдываю свои поступки, чтобы уменьшить отрицательные реакции со стороны окружающих	123456789
6	Я рассказываю людям о своем успехе в тех делах, которые другие находят трудными	123456789
7	Я использую свои слабости, чтобы добиться расположения от окружающих	123456789
8	Я прошу других помочь мне	123456789
9	Я выражаю то же самое мнение, что и другие, для того чтобы они хорошо относились ко мне	123456789
10	Когда мне кажется, что я потерплю неудачу, я заблаговременно оправдываюсь	123456789
11	Я использую лесть, чтобы располагать к себе окружающих	123456789
12	Я заболеваю под грузом ответственности «делать все хорошо»	123456789
13	Я прошу прощения, если сделал что-то не так	123456789
14	Я навожу других на мысль о том, что не могу что-то сделать, для того чтобы получить помощь	123456789
15	Я стараюсь служить образцом того, как должен вести себя человек	123456789
16	После дурного поступка я стараюсь, чтобы окружающие поняли, что, если бы они были на моем месте, им пришлось бы поступить точно также	123456789
17	Я стараюсь заручиться поддержкой окружающих перед тем, как делать что-то, что может быть негативно воспринято	123456789
18	Я стараюсь загладить любую обиду, которую я причинил другим	123456789
19	Рассказывая другим о тех вещах, владельцем которых я являюсь, я также упоминаю об их стоимости	123456789
20	Я обращаю внимание на некорректные положения, заявления оппозиционных политических партий	123456789
21	Я стараюсь вызвать желание подражать мне, являясь для окружающих положительным примером	123456789
22	Когда я рассказываю кому-то о прошлых событиях, я претендую	123456789

	на больший вклад в выполнении положительных дел, чем это было на самом деле	
23	Я рассказываю людям о своих достоинствах	123456789
24	Я стараюсь быть примером для подражания	123456789
25	Я заранее извиняюсь за действия, которые могут не понравиться другим	123456789
26	Я стараюсь убедить других вести себя так же положительно как я	123456789
27	Я подавляю других для того, чтобы самому выглядеть лучше	123456789
28	Я делаю одолжения для людей, чтобы расположить их к себе	123456789
29	Я признаю ответственность за плохой поступок, когда моя вина очевидна	123456789
30	Я преувеличиваю значимость моих достижений	123456789
31	Я нерешителен и надеюсь, что другие возьмут на себя ответственность за общее дело	123456789
32	Я угрожаю другим, когда полагаю, что это поможет мне получить от них то, что я хочу	123456789
33	Я высказываю мнения, которые понравятся окружающим	123456789
34	Я критически высказываюсь о непопулярных группах	123456784
35	Я стараюсь убедить других в том, что не отвечаю за неудачу	123456789
36	Когда дела не ладятся, я объясняю, что в этом нет моей вины	123456789
37	Я веду себя в соответствии с представлением о том, как другим следует себя вести	123456789
38	Я рассказываю другим о своих положительных качествах	1 23456789
39	Когда меня упрекают в чем-то, я извиняюсь	123456789
40	Я обращаю внимание на добрые дела, которые делаю, так как их могут не заметить другие люди	123456789
41	Я поправляю людей, которые недооценивают ценность подаренных мною подарков	123456789
42	Слабое здоровье - причина моих посредственных оценок в школе	123456789
43	Я помогаю другим, зная, что они помогут мне	123456789 8')
44	Я выдвигаю одобряемые другими причины для того, чтобы оправдать такое поведение, которое может не понравиться окружающим	123456789

45	Когда мое поведение кажется окружающим неправильным, я привожу веские причины для его оправдания	123456789
46	Когда я выполняю работу с кем-то, я стараюсь, чтобы мой вклад казался более значительным (чем это есть на самом деле)	123456789
47	Я преувеличиваю негативные качества тех людей, которые конкурируют со мной	123456789
48	Я придумываю извинения за плохое поведение	123456789
49	Я придумываю причины для оправдания за возможную неудачу	123456789
50	Я выражаю раскаяние, когда делаю что-то неправильно	123456789
51	Я запугиваю других	123456789
52	Когда я нуждаюсь в чем-то, я стараюсь хорошо выглядеть	123456789
53	Я недостаточно хорошо подготавливаюсь к экзаменам, потому что слишком вовлечен в общественную работу	123456789
54	Я говорю другим, что они сильнее и компетентнее меня, для того чтобы они сделали что-то для меня	123456789
55	Я претендую на доверие при выполнении дел, которых я прежде не делал	123456789
56	Я отрицательно высказываюсь по поводу людей, принадлежащих к конкурирующим группировкам	123456789
57	Я препятствую собственному успеху	123456789
58	Тревога мешает моим действиям	123456789
59	Я поступаю таким образом, чтобы вызвать страх у других, с целью побудить их делать то, что мне нужно	123456789
60	Когда я успешно справляюсь с заданием, я подчеркиваю его значимость	123456789
61	Я выдвигаю весомые обоснования своего поведения, независимо от того, насколько плохим оно может показаться окружающим	123456789
62	Чтобы избежать упреков, я стремлюсь уверить окружающих в том, что не собирался причинить им какой-то вред	123456789
63	Я говорю людям комплименты, чтобы расположить их к себе	123456789
64	Совершив плохой поступок, я пытаюсь объяснить окружающим, что они на моем месте сделали бы то же самое	123456789

Додаток В

Вивчення ефективності самопрезентації особистості

Методика 1

Авторський опитувальник «Типова самопрезентаційна поведінка в соціальній групі»

ПІБ_____
Група/Університет_____
Вік_____
Дата_____

Будьте ласкаві відповісти на наступні питання.

I. *Вкажіть відповідь у балах від 0 до 5, де 0 – ніколи, 1- дуже рідко, 2- рідко, 3 – інколи, 4 – часто, 5 – завжди.*

1. Чи відчуваєте ви себе впевнено під час спілкування з одногрупниками?_____
2. Чи залежить ваша впевненість у собі від того як ви виглядаєте?_____
Чи вважаєте ви себе зовнішньо привабливою людиною?_____
3. Чи вважаєте ви себе приємною людиною?_____
4. Чи можете ви вплинути на думку більшості у вашій академічній групі?_____
5. Чи вважаєте ви себе успішною людиною?_____
Чи демонструєте ви іншим те, що ви успішна людина?_____
6. Чи довіряють вам одногрупники свої таємниці частіше ніж іншим?_____
7. Чи вважаєте ви себе активним студентом на заняттях?_____
Чи вважаєте ви себе активним студентом у житті університету?_____
8. Чи вважаєте ви себе лідером, який може повести за собою групу?_____
9. Чи вважаєте ви себе товариською людиною?_____
10. Чи можете ви назвати себе людиною, яка часто робить компліменти?_____

II. *Вкажіть ім'я та прізвище вашого одногрупника.*

1. Хто з ваших одногрупників, на вашу думку, виглядає найвпевненішим у повсякденному спілкуванні?_____

2. Хто з вашої групи має найкращий зовнішній вигляд?_____

3. Кого з вашої групи ви можете назвати найприємнішою людиною?_____

4. Хто найбільше з ваших одногрупників впливає на думку групи?_____

5. Хто з ваших одногрупників є найбільш успішною людиною?_____

6. Кому з ваших одногрупників ви б могли довірити таємницю?_____

7. Хто з ваших одногрупників є найактивнішим під час семінарів, лекцій, практичних занять? _____

8. Хто з ваших одногрупників є найактивнішим у житті університету – приймає участь і різноманітних заходах, які проводяться університетом?_____

9. Кого з ваших одногрупників ви вважаєте лідером, який може повести за собою групу?_____

10. Кого ви вважаєте найбільш товариським?_____

11. Хто з вашої групи частіше за все робить компліменти?_____ Які саме компліменти?_____
_____
_____

Дякуємо за вашу увагу!

Методика 2

Авторський опитувальник «Ефективність публічного виступу або ситуативна самопрезентація»

№	ПІБ доповідача	Чи зрозумілою є суть доповіді? так +/ ні -	Ч зміг доповідач привернути увагу аудиторії? +/-	Поведінку доповідача під час виступу можна описати як…				Чи зміг доповідач утримати увагу під час виступу? +/-	Чи сподобалось вам мовлення, зовнішній вигляд і поведінка доповідача? +/-	Чи зміг доповідач досягти мети виступу, на вашу думку? +/-
				Ділова +/-	Закрита і скута +/-	Неформальна +/-	Відкрита і вільна +/-			
Дайте, будь-ласка, відповідь на ті ж запитання лише стосовно себе!										
№	ПІБ	Ви донесли суть доповіді? так +/ ні-	Ви привернули увагу аудиторії? +/-	Ви втримали увагу аудиторії під час виступу? +/-	Чи були ви задоволені власним зовнішнім вглядом, мовленням, поведінкою під час доповіді? +/-	Чи досягли мети свого виступу? +/-	Вашу поведінку під час виступу можна описати як…			
							Ділова +/-	Закрита і скута +/-	Неформальна +/-	Відкрита і вільна +/-

Схема спостереження

Дата_____

Номер групи_____

№	ПІБ доповідача	Чи зрозумілою є суть доповіді? +/ -	Ч зміг доповідач привернути увагу аудиторії? +/-	Поведінку доповідача під час виступу можна описати як…				Чи зміг доповідач утримати увагу під час виступу? +/-	Чи сподобалось вам мовлення, зовнішній вигляд і поведінка доповідача? +/-	Чи зміг доповідач досягти мети виступу, на вашу думку? +/-
				Ділова +/-	Закрита і скута +/-	Неформальна +/-	Відкрита і вільна +/-			

Сценарій інтерв'ю (структурованої бесіди)

Доброго дня! Ми проводимо дослідження ефективної самопрезантеції студентів-психологів і хочемо задати Вам декілька запитань стосовно типової поведінки студентів досліджуваної академічної групи, а також виступу на минулому занятті. Наша розмова триватиме не довше 15 хв.

1) Кого на Вашу думку оберуть за наступними критеріями:

- Впешнений;
- Гарний зовнішній вигляд;
- Приємний;
- Найбільше впливає на думку одногрупників;
- Успішніший;
- Надійний;
- Активний;
- Лідер;
- Товариський;
- Робить найбільшу кількість компліментів.

2) Чий виступ Ви вважаєте найвдалішим?

3) Хто з доповідачів мав найкращий зовнішній вигляд, гарно говорив і поводив себе?

4) Кого з доповідачів Ви можете виділити за наступними поведінковими характеристиками під час виступу:

- Ділова поведінка;
- Закрита і скута поведінка;
- Неформальна поведінка;
- Відкрита і вільна поведінка.

5) Хто з доповідачів, на Вашу думку, найліпше управляв увагою аудиторії під час виступу?

Дякуємо за Ваші відповіді!

Додаток Г (електронний носій)

Зведена таблиця результатів емпіричного дослідження психологічних умов формування ефективної самопрезентації майбутніх психологів.

Зведена таблиця представлена у файлі під назвою **«Результати емпіричного дослідження.xls»** на електронному носії що додається.

У файлі представлено:

- результати первинної обробки матеріалів дослідження за кожною методикою з розрахованими середніми значеннями та відсотковими пропорціями по вибірці за кожним показником;
- результати первинної обробки матеріалів лонгітюдного дослідження з розрахованими середніми значеннями по вибірці за кожним показником.