исполнения; заключительным – после выполнения работы [6, с. 16-17; 10, с. 6-7].

В заключении необходимо отметить, что изучение процессов и функций управления очень важно в таких науках как психология, экономика, менеджмент, в комплексном значении данный вопрос рассматривается с точки зрения организации производства и находит свое практическое применение при осуществлении управления персоналом организации или предприятия. При реализации принципов обеспечения благоприятного социально-психологического климата в коллективе, соблюдения принципов организации и нормирования труда, гарантировании и соблюдении прав, в частности трудовых и социальных прав человека.

1. Алтунина И.Р. Социальная психология: учебник для академического бакалавриата / И.Р. Алтунина, Р.С. Немов; под ред. Р.С. Немова. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 409 с.
2. Аскевис-Леерпе Ф. Психология: краткий курс / Ф. Аскевис-Леерпе, К. Барух, А. Картрон; пер. с франц. М.Л. Карачун. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – 155 с.
3. Генкин Б.М. Управление человеческими ресурсами: учебник / Б.М. Генкин, И.А. Никитина. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2017. – 464 с.
4. Гобозов И.А. Социальная философия: Учебный словарь. – М.: Академический Проект, 2008. – 367 с.
5. Ковтун Е.А., Удалов Д.Э. К вопросу о предмете психологии управления // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 72-5. С. 132-136.
6. Королев Л.М. Психология управления: Учебное пособие / Л.М. Королев. – 9-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2021. – 184 с.
7. Лебедев С.А. Философия науки: краткая энциклопедия (основные направления, концепции, категории). Научное издание / С.А. Лебедев. – М.: Академический Проект, 2008. – 692 с.
8. Немов Р.С. Психология. В 3 кн. Кн. 1.: Общие основы психологии: учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений / Р.С. Немов. – 5-е изд. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2006. – 687 с.
9. Рапохин Н.П. Прикладная психология: учеб. пособие / Н.П. Рапохин. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 430 с.
10. Самыгин С.И. Психология управления / С.И. Самыгин, А.М. Руденко. – Ростов н/Д: Феникс, 2016. – 188 с.
11. Удалов Д.Э., Ковтун Е.А. Организационно-правовые основы обеспечения профессиональной деятельности психологической службы // Путеводитель предпринимателя. 2018. № 39. С. 178-189.

Лукомец А.А., Зиннатуллина Г.И.

Особенности самопредъявления курсантов в межличностном общении

*Тюменское высшее военно-инженерное командное училище имени маршала инженерных войск А.И. Прошлякова
(Россия, Тюмень)*

doi: 10.18411/trnio-09-2021-70

Аннотация

В статье раскрывается актуальность проблемы самопредъявления курсантов в межличностном общении, особую ценность приобретает способность индивида эффективно подать себя, произвести благоприятное впечатление в процессе взаимодействия с другими. Демонстрируется значимость диагностики индивидуальных особенностей самопредъявления курсантов с помощью методики СПО.

Ключевые слова: самопредъявление, самопрезентация личности в общении, диагностика индивидуальных различий в самопредъявлении.

Abstract

The article reveals the relevance of the problem of self-expression of cadets in interpersonal communication, the ability of an individual to effectively present himself, to make a favorable impression in the process of interaction with others is of particular value. The importance of diagnosing the individual characteristics of cadets' self-expression using the SPO method is demonstrated.

Keywords: self-expression, self-presentation of a person in communication, diagnostics of individual differences in self-expression.

Актуальность проблемы самопредъявления курсантов в межличностном общении состоит в том, что большая часть конфликтных ситуаций связана с недопониманием другого человека в процессе общения, отсутствием доверительных отношений. В связи с этим диагностика индивидуальных особенностей самопредъявления курсантов может быть ключом к пониманию причин нарушения межличностных отношений между ними.

Актуальность этой проблемы также связана с потребностью человека в целостности, внутренней психологической согласованности, на которой основана гармония личности [4].

«Под самопрезентацией или самопредъявлением понимается процесс осознаваемого или неосознаваемого, целенаправленного или стихийного предъявления определенных аспектов собственной самости окружающим, осуществляемый при взаимодействии людей» [7]. По мнению В.А. Янчука, люди вовлекаются в процесс управления впечатлением, так как он выполняет инструментальную функцию, позволяя достигать необходимых социальных целей и добиваться материальных результатов, включая одобрение, уважение, заработки, продвижение по службе и т.д. Успехи в социальной и профессиональной самоактуализации во многом связаны со способностями к управлению впечатлением. Управление впечатлением является также средством удовлетворения потребности во власти и контроле над окружением [7].

По мнению И.П. Шкуратовой, «самопредъявление имеет много форм, начиная от презентации черт действительно присущих субъекту, до предъявления абсолютно неверной информации о себе. Каждый человек пользуется всей палитрой возможностей самораскрытия и самопредъявления в зависимости от требований ситуации и собственных мотивов, однако, соотношение правдивой и искаженной информации, а также границы допустимой лжи у каждой личности свои» [6].

Каждый человек, вступая в общение с другими людьми, транслирует большое количество информации о своей личности. Как справедливо подметил И. Гофман, у человека существует два способа сообщить что-то о себе: «произвольное самовыражение, которым он дает информацию о себе, и непроизвольное самовыражение, которым он выдает себя» [3].

Диагностика индивидуальных различий в самопредъявлении личности в процессе общения, позволяет выявить специфические особенности самопрезентации личности по отношению к разным партнерам по общению. Этому способствует разработанный И.П. Шкуратовой на основе техники репертуарных решеток Дж. Келли тест самопредъявления в межличностном общении СПО, который и использовался в нашем эмпирическом исследовании [6]. Он позволяет рассмотреть содержание образов, которые предъявляет человек в общении с разными людьми. Для этого требуется подсчитывать интенсивность самопредъявления разных качеств, представленных в тесте, в адрес разных партнеров по общению: отца, матери, друга, подруги, однокурсника и командира.

Все представленные качества были классифицированы и разделены И.П. Шкуратовой на шесть категорий: 1. Деловые характеристики; 2. Интеллектуальные характеристики; 3. Альтруистические характеристики; 4. Характеристики, указывающие на близость в отношениях человека с другими людьми; 5. Аппетитивные характеристики или привлекательности; 6. Социально-неодобряемые.

Сравнение образов, предъявляемых разным партнерам по общению, позволяет судить об их реалистичности и правдивости, а также о тенденции либо к приукрашиванию себя, либо к приуменьшению своих достоинств.

Целью нашего исследования было изучение содержательных характеристик самопредъявления курсантов в межличностном общении.

Объект исследования: выборка из 50 курсантов второго курса Тюменского Высшего Военно-Инженерного Командного Училища (в возрасте 19 -20 лет).

Для реализации цели и задач исследования в нашей работе использовалась методика для диагностики самопредъявления личности (СПО) Шкуратовой И.П.

Для того чтобы проанализировать интенсивность самопредъявления курсантов по ролям, мы посчитали суммы по столбцам и затем нашли средние значения по всей группе курсантов. Полученные данные отображены в Таблице 1.

Таблица 1

Интенсивность самопредъявления курсантов в адрес разных партнеров по общению

<i>Партнеры по общению</i>	<i>X-средн. знач.</i>	<i>ранг</i>
<i>1.Отец</i>	<i>23.3</i>	<i>3</i>
<i>2.Мать</i>	<i>23.9</i>	<i>2</i>
<i>3.Друг</i>	<i>20.8</i>	<i>4</i>
<i>4.Подруга</i>	<i>24.9</i>	<i>1</i>
<i>5.Командир</i>	<i>19.2</i>	<i>5</i>
<i>6.Однокурсник</i>	<i>19</i>	<i>6</i>
<i>7.Однокурсник</i>	<i>16.9</i>	<i>7</i>

Как показывает таблица, юноши стремятся произвести благоприятное впечатление, прежде всего на подругу и на мать. Отец и лучший друг занимают вторую позицию. Еще меньше стремление привлекательно выглядеть в глазах однокурсников и командира, т.е. им предъявляется меньше качеств, чем близким людям. Очевидно, это связано с отсутствием дружеских связей, формальными и деловыми отношениями с ними.

В работе Шкуратовой И.П. и Гоцевой Ю.А., посвященной факторам, влияющим на самопредъявление, отмечается, что наибольшее самопредъявление адресуется значимым людям или тем, от кого зависит распределение каких-то моральных или материальных благ [5]. Следовательно, можно сделать вывод о том, что для курсантов наиболее важно произвести хорошее впечатление на своих родителей и подругу.

Помимо количественного анализа самопредъявления в адрес разных партнеров по общению, нами был осуществлен содержательный анализ предъявляемых образов курсантов. Для этого нами была составлена сводная таблица, предъявляемых качеств каждым испытуемым. Нами были вычислены суммарные значения самопредъявления и средние значения самопредъявления по каждому качеству, а также общая величина и средние значения самооценки по этим качествам.

Для наглядности была построена диаграмма, отображающая средние значения величин самопредъявления по категориям качеств (см. Рисунок 1).

1. Деловые характеристики; 2. Интеллектуальные характеристики; 3. Альтруистические характеристики; 4. Характеристики близости в отношениях; 5. Аттрактивные характеристики

Рисунок 1. Средние значения величины самопредъявления по категориям качеств

Диаграмма наглядно демонстрирует, что по данным средних значений величин самопредъявления по категориям качеств в первую очередь испытуемыми курсантами демонстрировались качества, имеющие интеллектуальные и деловые характеристики, затем альтруистические и аттрактивные характеристики. Полученные данные, в целом, соответствуют результатам, полученным И.П. Шкуратовой и Ю.А. Гоцевой о том, что юноши склонны предъявлять в общении традиционный мужской образ с преобладанием маскулинных черт, включающий деловые, интеллектуальные черты и характеристики, одобряемые социумом, позволяющие добиться успеха [5].

Анализ самопредъявления по качествам внутри каждой категории позволил нам выявить дополнительную информацию (см. Таблицу 2).

Таблица 2

Величины самопредъявления и самооценки деловых качеств

Деловые характеристики	Кол-во Испыт.	Сп Σ	Сп X	Самооц. Σ	Самооц. X
1. Уверенный в себе	15	187	12.5	27	1.8
2. Сильный	14	174	12.4	27	1.9
3. Смелый	23	284	12.3	43	1.9
4. Успешный	15	182	12.1	25	1.7
5. Ответственный	29	348	12	55	1.9
6. Решительный	21	244	11.6	36	1.7
7. Самостоятельный	44	506	11.5	78	1.8
8. Целеустремленный	28	320	11.4	51	1.8
9. Активный	19	201	10.6	33	1.7
10. Имеющий способности лидера	9	95	10.5	15	1.7
11. Деловой	18	189	10.5	28	1.5
12. Напористый	11	115	10.4	18	1.6
13. Независимый	13	135	10.4	20	1.5
14. Практичный	13	135	10.4	22	1.7
15. Честолобивый	2	20	10	4	2
16. Увлеченный делом	8	79	9.9	11	1.4
17. Принципиальный	7	69	9.8	10	1.4
18. Любящий риск	4	38	9.5	6	1.5
19. Покладистый	3	21	7	5	1.7
<i>X-среднее значение по категории</i>			10.8		1.7

Из деловых характеристик наиболее часто курсантами упоминались такие качества, как самостоятельный (44 человека), ответственный (29), целеустремленный (28), смелый (23), решительный (21), активный (19), деловой (18). Для юношей значимыми оказались данные качества, так как они ценны и очень важны в военной среде. Выделенные качества имели достаточно высокий уровень самооценки по сравнению с теми качествами, которые выбирались юношами в меньшей степени. Совсем незначительно демонстрировались качества принципиальности, честолобия, увлеченности делом, покладистости и любовь к риску.

Теперь осуществим анализ Таблицы 3, в которую входят интеллектуальные характеристики.

Таблица 3

Величины самопредъявления и самооценки интеллектуальных качеств

Интеллектуальные характеристики	Кол-во Испыт.	Сп Σ	Сп X	Самооц. Σ	Самооц. X
1. Умный	15	179	12	26	1.7
2. Рассудительный	19	224	11.8	32	1.7
3. Способный	18	199	11	30	1.7
<i>X-среднее значение по категории</i>			11.6		1.7

Данные Таблицы 3 свидетельствуют, что юноши практически в равнозначной степени демонстрировали интеллектуальные качества: рассудительный (19 человек), способный (18) и умный (15), имеющие одинаковые средние значения по самооценке. Обращает на себя внимание тот факт, что интеллектуальные характеристики, так же, как и деловые характеристики предъявлялись в общении с лицами из разных сфер в большей степени, исходя из суммарного показателя среднего значения по самопредъявлению.

Таблица 4

<i>Величины самопредъявления и самооценки альтруистических качеств</i>					
<i>Альтруистические характеристики</i>	<i>Кол-во Испыт.</i>	<i>Сп Σ</i>	<i>Сп X</i>	<i>Самооц. Σ</i>	<i>Самооц. X</i>
1. Внимательный	16	189	11.8	30	1.9
2. Помогающий	25	289	11.6	49	2
3. Отзывчивый	31	351	11.3	57	1.8
4. Понимающий	23	255	11	38	1.6
5. Дружелюбный	9	98	10.8	18	2
6. Заботливый	22	192	8.7	36	1.6
7. Сочувствующий	2	17	8.5	3	1.5
8. Добрый	12	99	8.2	22	1.8
<i>X-среднее значение по категории</i>			10.2		1.8

Из альтруистических качеств курсантами предъявлялись в первую очередь качества: отзывчивый (31 человек), помогающий (25), понимающий (23), заботливый (22) и внимательный (16). Средние значения по самооценке этих качеств оказались несколько выше других альтруистических качеств. Во вторую очередь демонстрировались остальные альтруистические качества: добрый, дружелюбный и сочувствующий.

Таблица 5

<i>Величины самопредъявления и самооценки качеств близости в отношениях</i>					
<i>Характеристики близости в отношениях</i>	<i>Кол-во Испыт.</i>	<i>Сп Σ</i>	<i>Сп X</i>	<i>Самооц. Σ</i>	<i>Самооц. X</i>
1. Искренний	11	114	10.4	15	1.4
2. Верный	16	166	10.3	28	1.7
3. Открытый	20	191	9.5	29	1.5
4. Любящий	20	142	7.1	37	1.8
5. Нежный	9	58	6.7	11	1.2
6. Ласковый	15	83	5.5	19	1.3
7. Чувственный	1	5	5	2	2
<i>X-среднее значение по категории</i>			7.7		1.5

Таблица 5 включает в себя качества близости в отношениях. Из предъявляемых качеств данной категории, курсантами демонстрировались в первую очередь следующие характеристики: открытый (20 человек), любящий (20), верный (16), ласковый (15). Средние значения самооценки по этим качествам выше, чем тех качеств, которые были выбраны курсантами во вторую очередь: искренний и нежный. Качество «чувственный» было выбрано всего одним испытуемым, соответственно имеет низкое среднее значение по самопредъявлению. Из таблицы видно, что нами был получен низкий показатель среднего значения по этой категории качеств. Отмеченные факты соответствуют данным предшествующих исследователей о том, что юноши скрывали свои качества близости в отношениях в процессе самопредъявления. За этим может стоять избирательность проявления этих черт только в адрес близких людей, так и стремление юношей выглядеть независимыми от окружающих [5].

Таблица 6

<i>Величины самопредъявления и самооценки аттрактивных качеств</i>					
<i>Аттрактивные характеристики</i>	<i>Кол-во Испыт.</i>	<i>Сп Σ</i>	<i>Сп X</i>	<i>Самооц. Σ</i>	<i>Самооц. X</i>
1. Вызывающий доверие	21	268	12.7	37	1.8

2. Жизнерадостный	9	107	11.9	17	1.9
3. Мужественный	22	251	11.4	39	1.8
4. Приятный	10	108	10.8	13	1.3
5. Общительный	22	235	10.7	40	1.8
6. Сдержанный	8	79	9.9	16	2
7. Модный	6	54	9	10	1.7
8. Счастливый	10	88	8.8	15	1.5
9. Обаятельный	6	31	5.2	10	1.7
10. Привлекательный	3	13	4.3	3	1
X-среднее значение по категории			9.5		1.6

Из качеств, имеющих аттрактивные характеристики больше упоминались юношами следующие качества: мужественный (22 человека), общительный (22) и вызывающий доверие (21). Соответственно средние значения по самооценке этих качеств несколько выше других значений. Качества «приятный», «счастливый» и «жизнерадостный» демонстрировались курсантами в следующую очередь. Совсем незначительно юношами предъявлялись качества «сдержанный», «модный», «обаятельный» и «привлекательный».

Последняя категория качеств социально-неодобряемых не была представлена в самопредъявлении курсантов. Юношами совсем не выбирались такие качества как «слабый» и «женственный». Качество «женственный» является социально-неприемлемым для юношей, так как относится скорее к фемининным, которое является привлекательным качеством для девушек. Качество «мягкий» было выбрано всего двумя испытуемыми и соответственно имеет незначительные значения по самопредъявлению и по самооценке.

Как показал анализ данных по совокупности выбора качеств, принадлежащим разным категориям и, учитывая средние значения по категориям выбранных качеств курсантами, юноши чаще всего демонстрировали интеллектуальные характеристики и деловые характеристики, затем качества, имеющие альтруистические характеристики. Вторую позицию заняли характеристики привлекательности и близости в отношениях. Демонстрация социально-неодобряемых качеств осуществлялась всего двумя испытуемыми, которые выбрали качество «мягкий».

Таким образом, можно сделать вывод, что самопредъявление - один из механизмов саморегуляции личности и регуляции межличностных отношений, поэтому его изучение необходимо для более глубокого понимания и осмысления сущности поведения личности в сфере общения [1]. Самопредъявление стимулирует личностный рост, выполняет развивающую функцию, способствует самопознанию, личностной идентификации [2]. В этой связи исследование закономерностей самопредъявления способствует изучению механизмов личностного роста.

1. Агеев В.С. Влияние факторов культуры на восприятие и оценку человека человеком // Вопросы психологии №3, 1985, с. 135.
2. Гинзбург М.Р. Психологическое содержание личностного самоопределения // Вопросы психологии №3, 1994, с. 43.
3. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000, с.304.
4. Орлов А.Б. Личность и сущность: внешнее и внутренне Я человека // Теоретические исследования. М., 1998, с.12.
5. Шкуратова И.П. Гоцева Ю.А. Самопредъявление подростков в межличностном общении // Прикладная психология. Ростов-на-Дону, Изд-во Фолиант, 2004, с. 267.
6. Шкуратова И.П. Индивидуальные особенности самовыражения личности в общении // Сб. Психология общения: социокультурный анализ. Ростов-на-Дону, Изд-во РГУ, 2003, с. 335-337.
7. Янчук В.А. Формирование и управление впечатлением личности другого человека. №4, 1998, с. 45-56.