

Стратегии самопрезентации и коммуникативный контроль у представителей различных профессий

Е.В. Зинченко, А.А Ивахненко

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

Аннотация: Рассматривается распределение выбора стратегий самопрезентации среди представителей артономических, сигнономических и социономических профессий, а так же оценка выраженности уровня коммуникативного контроля у представителей данных профессий в интересах эффективного отбора персонала в организациях.

Ключевые слова: самопрезентация, стратегии самопрезентации, коммуникативный контроль выбор, артономический тип профессий, сигнономический тип профессий, социономический тип профессий.

Тема самопрезентации особенно актуальна в современных социальных условиях, в которых человеку приходится проявлять и предъявлять себя в большом количестве ролей, реализуемых им в разных областях жизни: в семье, на работе, в дружеской компании, на политической арене и др. Согласно А. Шутцу, люди, занимающие подчиненную позицию по роду своих профессиональных занятий, часто вынуждены использовать защитную стратегию самопрезентации на работе, тогда как дома они чаще используют агрессивный стиль самопрезентации [1]. Развитие навыка реализации самопрезентации, корректировка её стратегий и тактик, ориентированных на создание желаемого впечатления у партнёра по общению, имеет большое значение для решения задач в сфере структуры управления персоналом организаций, а так же в рамках межпрофессионального взаимодействия специалистов [2].

Профессиональное самоопределение и самореализация профессиональных функций являются неотъемлемой частью социализации человека. Согласно Д. Сьюперу, уровень профессиональной зрелости определяется тем, в какой степени человек, выбирающий профессию, учитывает конкретные особенности своей ситуации выбора, соотносит свое поведение с задачами профессионального развития, характерными для

данного возраста [3]. Схожий вопрос рассматривается и в работе Л.В.Тарасенко, Г.А.Угольницкий, В.К.Дьяченко [4]. Профессиональная деятельность имеет непосредственное влияние на особенности социального поведения личности. Для представителей любой профессии и в любом возрасте стремление к достижению социального успеха и получению социального одобрения является значимым мотивом [5, 6]. Для реализации данного мотива каждой личности необходимо эффективно использовать навыки самопрезентации. Исследуя феномен самопредъявления, мы затрагиваем многие сферы человеческого проявления: поведение, эмоционально-мотивационную, ценностей и установок и, особенно, с точки зрения межличностного, межгруппового общения [7].

В проведенном нами эмпирическом исследовании было опрошено 75 респондентов, представителей трех типов профессий: 1) артономического типа – профессий типа «человек - художественный образ» (актеры театра, художники-бутафоры, художники-реквизиторы); 2) сигнономического типа – профессий типа «человек – знак» (программисты, веб-разработчики, инженеры, QA (quality assurance engineers— специалисты по обеспечению качества, профессиональная деятельность которых направлена на улучшение процесса разработки ПО, предотвращение возникающих дефектов и выявление ошибок в работе продукта)); 3) социономического типа – профессий типа «человек – человек» (психологи, управленцы персоналом, менеджеры, государственные служащие). В каждую группу вошло по 25 человек: в первую- 9 мужчин, 16 женщин; во вторую - 22 мужчины, 3 женщины; в третью - 8 мужчин, 17 женщин. Все исследуемые лица имеют стаж профессиональной деятельности в профессии определенного типа от 2 до 10 лет. Возрастные рамки выборки – 19-47 лет.

Методический инструментарий: Методика С.-Ж. Ли и Б. Куигли измерение тактик самопрезентации (Self-presentation tactics scale, S.-J. Lee et

al.); Шкала самомониторинга М. Снайдера (Self-monitoring scale, M.Snyder). Достоверность полученных результатов обеспечивалась использованием в исследовании методов математической статистики: критерий U-Манна-Уитни, критерий Н-Краскала-Уоллиса [8]. Использовалась программа компьютерной обработки данных Statistica 6.0.

Было установлено, что распределение стратегий самопрезентации различается у участников исследования. Во всех представленных группах респондентов преобладает выбор стратегии извинения (от 48% до 60%). Данная стратегия связана с признанием ответственности за любого рода обиды, вред, негативные поступки, проявляется в выражении раскаяния за собственные действия. В группах социномических профессий сигномических профессий в выборе доминирует стратегия примероносительства, представляющая собой поведение, предъявляемое как морально-ценностное и имеющее привлекательность. Данная стратегия используется для вызова уважения и подражания со стороны окружающих. В группе артономических профессий максимально выражена такая стратегия, как приписывание себе достижений, которая направлена на приписывание себе ответственности и доверия за позитивные достижения, которых прежде не совершалось. С помощью критерия Манна-Уитни были выявлены значимые различия в выборе стратегий самопрезентации представителями трех групп профессий. Так, значимые различия обнаружены между диагностируемыми показателями в группах социномических и сигномических профессий ($p < 0,043$): выявлены различия в выборе защитной стратегии самопрезентации – отречение. Представители сигномических профессий чаще выбирают эту стратегию. Иными словами, субъекты сигномического типа профессий (программисты) чаще предлагают объяснения причин своего поведения прежде, чем само затруднительное или неприятное событие произойдет. Так же, статистически

значимые различия по критерию Манна-Уитни выявлены между группами артономических и социономических профессий ($p < 0,044$): различия в выборе стратегии ассертивного типа – запугивание. Представители артономических профессий чаще выбирают данную стратегию. Иными словами, они чаще прибегают к поведению, целью которого является проектирование тождественности с кем-то, кто влиятельнее и сильнее, транслирование собственного влияния на окружающих, для усиления эффективности которой могут быть использованы условные угрозы и выражение агрессии. Кроме того, во всех профессиональных группах, представленных в данной работе, преобладают стратегии защитного типа [9].

Для выявления различий в выраженности стратегий самопрезентации у мужчин и женщин, представителей трех групп профессии, было использовано сравнение двух групп по критерию Манна-Уитни. В группах артономических и социономических профессий значимых различий в выраженности стратегий самопрезентации у мужчин и женщин не установлено. В группе социономических профессий такие различия были выявлены. Различия касаются предпочтения таких стратегий самопрезентации, как оправдание с отрицанием ответственности ($Z = -1,981$, $p = 0,048$), оправдание с принятием ответственности ($Z = -3,117$, $p = 0,002$), запугивание ($Z = -2,505$, $p = 0,012$), негативная оценка других ($Z = -2,709$, $p = 0,007$). Сумма рангов в группе 1 (женщины) по выделенным стратегиям выше суммы рангов по этим же стратегиям в группе 2 (мужчины). Из чего можно заключить, что стратегии самопрезентации - оправдание с отрицанием ответственности, оправдание с принятием ответственности, запугивание и негативная оценка других, чаще используются женщинами, являющимися представителями социономических профессий.

Для диагностики индивидуальных различий респондентов в управлении впечатлением нами была использована шкала самомониторинга М. Снайдера [10].

При анализе процентного распределения показателей коммуникативного контроля в трех группах профессий было обнаружено, что в группе артономических профессий преобладает высокий уровень коммуникативного контроля (60%), что может быть связано с особенностями профессиональной деятельности, в рамках которой профессионалу необходимо постоянно контролировать соответствие собственного поведения как во время взаимодействия с сослуживцами, так и во время профессиональной деятельности на сцене. Профессия предъявляет требования к контролю эмоций и выражений чувств. У представителей профессий социономического типа коммуникативный контроль имеет средний уровень выраженности (56%), профессиональная среда требует непосредственного общения с окружением, но при этом необходимо соотнесение собственного поведения с поведением других. В группе сигнономических профессий распределение показателя коммуникативного контроля оказалось более равномерным, чем в группах артономических и социономических профессий. В рамках профессионального взаимодействия к представителям данной профессии не предъявляются высокие требования к самоконтролю поведения, но соотнесение собственного поведения с поведением окружающих имеет место. Оценка выраженности коммуникативного контроля в различных группах профессий выявила, что в рамках представленной выборки наиболее выражен коммуникативный контроль в группе артономических профессий. Для представителей данного типа профессий характерна высокая лабильность поведения, они способны осуществлять управление собственной самопрезентацией с учетом социального и ситуационного контекста. Самый низкий уровень

коммуникативного контроля характерен для представителей сигнономического типа профессий, это профессии, где из-за специфики профессиональной деятельности вынужденное межличностное взаимодействие сведено к минимуму, и, как следствие, формирование навыка коммуникативного контроля не происходит вовсе, или не подкрепляется во время профессионального взаимодействия. Данные свидетельствуют о том, что уровень коммуникативного контроля различен у представителей разных профессий. Этот вывод подтверждается с помощью критерия Н-Краскала-Уоллиса.

Исследование позволило сделать следующие практически значимые выводы: 1. Стратегии самопрезентации по-разному распределены в группах профессий, относящихся к разным типам, так, только в группе представителей артономических профессий встречается стратегия стремления понравиться, и только в группе социономических профессий мы наблюдаем выраженность стратегии препятствования самому себе. 2. Стратегия извинения является наиболее часто встречаемой у представителей всех исследуемых групп профессий. Это можно связать со стремлением человека подстраиваться, давать социально желательные ответы. 3. Среди стратегий самопрезентации всеми респондентами в целом чаще выбираются стратегии защитного типа, связанные с восстановлением положительной идентичности или коррекцией уже сложившейся негативной идентичности. 4. Не во всех группах профессий наблюдаются значимые различия в выборе стратегий самопрезентации у мужчин и женщин. Только в группе социономических профессий обнаружены значимые или близкие к значимым различия. 5. Уровень коммуникативного контроля имеет разную выраженность в представленных в рамках данного исследования группах профессий. Разница в выраженности и распределении данного показателя связана со спецификой профессиональной деятельности различных



профессий. Так, у представителей творческих профессий, связанных с публичным проигрыванием ролей, обнаружен более высокий показатель коммуникативного контроля, чем у представителей профессий сигнономического типа. 6. Установлены различия в уровне коммуникативного контроля в трех группах профессий. Так, в группе артономических профессий уровень коммуникативного контроля выше, чем в других двух группах.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в процессе психодиагностики и консультирования в рамках профориентационной работы и отбора персонала организаций; для оптимизации профессионального и межпрофессионального общения; в целях психологического сопровождения профессиональной деятельности работающих специалистов разного профиля.

Литература

1. Schutz A. Self-presentational tactics of talk-show guests: a comparison of politicians, experts and entertainers // Journal of Psychology. 1998. P. 621.
2. Лежнева М.С. Технология формирования готовности будущих IT специалистов к межпрофессиональному взаимодействию // Инженерный вестник Дона. 2013. №1. URL:ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2013/1563
3. Михайлов И. В. Проблема профессиональной зрелости в трудах Е. Сьюпера // Вопросы психологии. 1975. № 5. С.110-123.
4. Тарасенко Л.В., Угольницкий Г.А., Дьяченко В.К. Динамическая модель профессиональной специализации студентов. Инженерный вестник Дона. 2013. №2. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2y2013/1653
5. Ивахненко А.А., Зинченко Е.В. Стратегии самопрезентации государственных служащих с различной мотивацией в свете проблемы психолого-педагогического сопровождения образовательного

процесса основных и дополнительных образовательных программ // Всероссийская научно-практическая конференция Личность в культуре и образовании: психологическое сопровождение, развитие, социализация / под общ. ред. А.В. Черной. Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2015. №3. С.224-227.

6. Манухина С.Ю. Самопрезентация и самоэффективность как важнейшие факторы карьерного продвижения // сборник материалов юбилейной конференции в 5 томах От истоков к современности – Москва Издательство Когито-Центр, 2015. С. 364-366.

7. Шкуратова И.П. Самопредъявление личности в общении. Ростов-на-Дону, 2009. Гл. 4. С.57-62.

8. Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация. Учебное пособие. СПб.: Речь, 2004. С. 147-178.

9. Зинченко Е.В., Ивахненко А.А. Стратегии самопрезентации и акцентуации характера у представителей различных профессий / Личность и бытие: человек как субъект социокультурной реальности: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. З.И. Рябикиной и В.В. Знакова. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016. С.173-176.

10. Snyder M. Self-monitoring of expressive behavior // Journal of Personality and Social Psychology. 1974. – V.30. pp.42-53.

References

1. Schutz A. Journal of Psychology. 1998. P. 621.
 2. Lezhneva M.S. Inzhenernyj vestnik Dona (Rus). 2013. №1. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2013/1563
 3. Mihajlov I. V. Voprosy psihologii. 1975. № 5. pp. 110-123.
 4. Tarasenko L.V., Ugol'nickij G.A., D'jachenko V.K. Inzhenernyj vestnik Dona (Rus). 2013. №2. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2y2013/1653
-



5. Ivahnenko A.A., Zinchenko E.V. Vserossijskaja nauchno-prakticheskaja konferencija Lichnost' v kul'ture i obrazovanii: psihologicheskoe soprovozhdenie, razvitie, socializacija. pod obshh. red. A. V. Chernoj. Juzhnyj federal'nyj universitet. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo JuFU, 2015. №3. pp. 224-227.

6. Manuhina S.Ju. Samoprezentacija i samojeffektivnost' kak vazhnejshie faktory kar'ernogo prodvizhenija [Self-presentation and self-efficacy as the most important factors for career advancement]. Sbornik materialov jubilejnoj konferencii v 5 tomah Ot istokov k sovremennosti. Moskva Izdatel'stvo Kogito-Centr, 2015. pp. 364-366.

7. Shkuratova I.P. Samopred#javlenie lichnosti v obshhenii [Self presentation in communication]. Rostov-na-Donu, 2009. Gl. 4. pp. 57-62.

8. Nasledov A.D. Matematicheskie metody psihologicheskogo issledovanija. Analiz i interpretacija. [Mathematical methods of psychological research. Analysis and interpretation] Uchebnoe posobie. SPb. Rech', 2004. pp. 147-178.

9. Zinchenko E.V., Ivahnenko A.A. Strategii samoprezentacii i akcentuacii haraktera u predstavitelej razlichnyh professij. Lichnost' i bytie: chelovek kak sub#ekt sociokul'turnoj real'nosti: materialy Vseros. Nauch.-prakt. konf. [Strategy and accentuation of self-nature in representatives of different professions]. Krasnodar: Kubanskij gos. un-t, 2016. pp. 173-176.

10. Snyder M. Self-monitoring of expressive behavior. Journal of Personality and Social Psychology. 1974. V/30. pp. 42-53.