

# Предпочитаемые тактики самопрезентации и статус в группе у студентов

С. В. Васильева<sup>1</sup>, А. А. Цветова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена  
191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, д. 48

## Сведения об авторах:

**Светлана Викторовна Васильева**

e-mail: vivatvsv@mail.ru

SPIN-код РИНЦ: 9387-8525

Scopus AuthorID: 57221043888

ResearcherID: N-3380-2019

ORCID: 0000-0002-6052-3431

**Анастасия Александровна Цветова**

e-mail: sunny.buffy@mail.ru

© Авторы (2021).

Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена.

**Аннотация.** Самопрезентация часто является предметом исследований психологов и социологов и рассматривается как форма активности личности, реализуемая в процессе социального взаимодействия, направленная на достижение целей личности. Выделяются различные виды, механизмы, стили и тактики самопрезентации. Успешная самопрезентация позволяет интегрироваться в группу, формировать и поддерживать межличностные отношения. В юношеском возрасте общение со сверстниками является значимым для личности, обучение в вузе предполагает взаимодействие с одноклассниками и преподавателями, обратная связь дает важную информацию о том, как человека воспринимают другие, исходя из его внешности, манеры держаться и говорить, других аспектов поведения.

Цель нашего исследования – изучение представлений студентов об успешной самопрезентации в группе

и соотнесение объективной оценки самопрезентации с субъективными представлениями о её успешности, а также с используемыми ими тактиками самопрезентации.

Выборку составили 135 студентов. На первом этапе была собрана фокус-группа (51 студент вузов Санкт-Петербурга) для изучения представлений об успешно самопрезентующихся студентах, на втором этапе участвовали 84 студента РГПУ им. А. И. Герцена (средний возраст 19,2 года). В работе использовались: анкетирование, метод социометрии, авторский вариант методики полярных профилей, а также «Шкала измерения тактик самопрезентации» С.-Ж. Ли, Б. Куигли и др. в адаптации О. А. Пиккулевой.

Результаты исследования показали, что портрет успешно самопрезентующегося студента в сознании респондентов состоит из набора качеств, способствующих поддержанию социальных контактов, созданию положительного впечатления о себе у окружающих: это деятельный человек, обладающий определённым влиянием, отзывчивый и доброжелательный, а также весёлый, с хорошим чувством юмора. Объективная оценка успешности самопрезентации члена студенческой группы (на основе социометрии) и его собственная оценка имеют прямую взаимосвязь. «Успешно» самопрезентующиеся, имеющие высокий статус в группе студенты, чаще используют такую ассертивную тактику самопрезентации, как «негативная оценка окружающих». Высокий статус в группе по показателям референтометрии имеет обратную взаимосвязь с тактикой самопрезентации «запугивание».

В качестве перспектив исследования можно рассматривать углублённое изучение взаимосвязи самоотношения и используемых тактик самопрезентации, а также взаимосвязи успешной самопрезентации в группе с предпочитаемыми студентами стилями юмора.

**Ключевые слова:** самопрезентация, тактики самопрезентации, представления студентов об успешной самопрезентации, объективная оценка успешности самопрезентации в студенческой группе, субъективная оценка успешности самопрезентации в студенческой группе.

# Preferred self-presentation tactics and status in a student group

S. V. Vasileva<sup>1</sup>, A. A. Tsvetova<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Herzen State Pedagogical University of Russia  
48 Moika Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

## Authors:

**Svetlana V. Vasileva**

e-mail: vivatvsv@mail.ru

SPIN: 9387-8525

Scopus AuthorID: 57221043888

ResearcherID: N-3380-2019

ORCID: 0000-0002-6052-3431

**Anastasia A. Tsvetova**

e-mail: sunny.buffy@mail.ru

Copyright:

© The Authors (2021).

Published by Herzen State

Pedagogical University of Russia.

**Abstract.** Self-presentation is widely studied by psychologists and sociologists. It is normally defined as a purposeful personal activity, a part of social interaction. There are different types, mechanisms, styles and tactics of self-presentation. Successful self-presentation allows one to integrate into the group and to form and maintain interpersonal relationships. This is important in part because, in adolescence, communication with peers is highly significant for the individual. Moreover, higher education necessarily involves interaction with classmates and professors, while feedback received from others provides important information about how the person is perceived based on his/her appearance, demeanour, speech and other aspects of behaviour.

The purpose of our study was to examine students' ideas regarding successful self-presentation as well as to compare students' subjective perceptions of self-presentation success and the self-presentation tactics they use with an objective

assessment of their self-presentation.

The sample consisted of 135 students. In the first stage, a focus group (51 students of Saint Petersburg universities) was formed to study students' perceptions of successful self-presentation; the second stage involved 84 students of Herzen State Pedagogical University (average age 19.2 years). The following methods were used: questionnaire survey, sociometric test, original version of the Polar Profiles Method and the Self-Presentation Tactics Scale by S. J. Lee, B. Quigley, et al. adapted by O. A. Pikuleva.

The results of the study showed that—in the minds of respondents—the portrait of a student who is successful at self-presentation consists of a set of qualities that contribute to maintaining social contacts, creating a positive impression of themselves in others. It is an active person who has a certain influence, they responsive, friendly and cheerful, with a good sense of humour. Objective assessment of a student group members' successful self-presentation (based on sociometry) and his or her own assessment are directly related. Students who are successful at self-presentation and have a high status in the group, use such an assertive tactics of self-presentation as “negative evaluation of others” more often. High status in the group—according to the reference metrics—has an inverse relationship with the intimidation self-presentation tactic.

Potential topics for additional study include an in-depth study of the relationship between self-relation and the self-presentation tactics used, as well as the relationship between successful self-presentation in the group and students' preferred styles of humour.

**Keywords:** self-presentation, self-presentation tactics, students' ideas about successful self-presentation, objective assessment of the success of self-presentation in a student group, subjective assessment of the success of self-presentation in a student group.

## Введение

Человек ежедневно вовлекается во взаимодействие с другими людьми. Потребность человека в социальном взаимодействии, в принятии обществом, в формировании устойчивых контактов приводит к необходимости уметь себя подать. Отсюда возникает закономерный интерес общества к вопросам успешной самопрезентации.

Формирование образа другого начинается обычно с оценки внешних параметров – как человек одет, опрятен или нет, как говорит, ведёт себя и др. Соответственно, от того, какими способами и насколько успешно человек представляет себя, зависит, как будет складываться процесс коммуникации, как в профессиональных отношениях, так и в личных.

Термин «самопрезентация» ввел в науку представитель интеракционизма социолог И. Гоффман. Из предложенной им концепции социальной драматургии следует, что в процессе общения человек может представить себя глазами другого, при этом адаптируясь под возложенные на него ожидания и показывая лишь определённую сторону своей личности (Гоффман 2000).

Среди российских психологов самопрезентацию изучали Г. В. Бороздина, Ю. Н. Емельянов, В. Н. Куницына, В. В. Хороших и др. Так, В. Н. Куницына определяет самопрезентацию как «кратковременный, специфически мотивированный и организованный процесс предъявления информации о себе в вербальном и невербальном поведении» (Куницына, Казаринова, Погольша 2001, 215). Г. В. Бороздина рассматривает самопрезентацию как способность влиять на формирование своего образа у собеседника. К механизмам самопрезентации она относит самоподачу превосходства, самоподачу привлекательности и отношения, самоподачу актуального состояния и причин поведения (Бороздина 2019).

Основания для классификации видов самопрезентации довольно разнообразны. По форме можно выделить вербальную

(манера, поставленность и богатство речи, наличие риторических приёмов) и невербальную самопрезентацию (внешний вид, мимика, жесты, поведение). Согласно представлению о самопрезентации как о технике манипуляции, выделяют соответственно манипулятивный и неманипулятивный типы. О прямых техниках самопрезентации говорят, когда человек открыто предъявляет информацию о себе, и о непрямах, когда рассказывается о других людях или явлениях.

В диссертации, посвященной стратегиям самопрезентации, В. В. Хороших выделяет следующие виды самопрезентации (Хороших 2001): самопрезентацию «восприимчивого» стиля и защитного; осознаваемую (контролируемую) и неосознаваемую («автоматическую»); непосредственную самопрезентацию и опосредованную; прямую и косвенную.

О. А. Пикулёва в своих работах добавляет к предложенной систематике ещё три классификации: проактивную (активную направленность деятельности субъекта в рамках представления себя) и реактивную (пассивную); ассертивную, агрессивную, защитную, оправдывающуюся; тактическую и стратегическую (Пикулёва 2013).

Зарубежные психологи часто рассматривают самопрезентацию в терминах «управление впечатлением» и «управление атрибуцией». Так, Дж. Тедеш и М. Риес выделяют пять стратегий, ориентированных на получение разного рода власти: стараться понравиться с целью достичь власти обаяния; самореклама или самопродвижение; запугивание; пояснение примером; мольба (Корягина 2021).

С.-Ж. Ли и Б. Куигли вместе с соавторами предложили другую классификацию (Lee, Quigley, Nesler et al. 1999), которая легла в основу разработанной ими методики, использовавшуюся в нашем исследовании. Авторы предположили, что существует два типа самопрезентации, которые служат разным целям. Ассертивный тип относится к проактивному поведению субъекта, целью которого является созда-

ние и разработка конкретной идентичности. Вторым типом, защитным, является, когда человек чувствует угрозу для своей уже сложившейся желаемой идентичности в рамках определённой ситуации. Тогда целью выступает уже её сохранение или восстановление после взаимодействия, нанесшего ей вред.

Всего они выделили двенадцать тактик самопрезентации. К защитным тактикам относятся оправдание с отрицанием ответственности, отречение, оправдание с принятием ответственности, препятствование самому себе, извинение. Ассертивными тактиками самопрезентации являются желание понравиться, запугивание, просьба или мольба, приписывание себе достижений, преувеличение собственных достижений, негативная оценка других, пример для подражания.

Говоря о качестве самопрезентации, можно упомянуть личностные характеристики, которые, согласно некоторым исследованиям, способствуют её успешности. Среди них – способность к переключению, социальный интеллект, эго-компетентность, обаяние, манипулятивные навыки и умения. Среди личностных особенностей, приводящих к неуспешности самопрезентации, присутствует застенчивость, сложность с самораскрытием, недостаток коммуникативных умений (Копанев 2020).

В юношеском возрасте значительно расширяется круг доступных молодому человеку социальных ролей, а интересы и стремления становятся более сложно организованными по сравнению с предыдущими возрастными этапами. Поиск себя и дела, которое поможет реализовать себя как личность, сопряжено с осознанием себя как «взрослого» члена общества. Межличностное взаимодействие видоизменяется, при этом обнаруживая противоречивый характер. С одной стороны, молодой человек сознательно расширяет круг своего общения, он открыт к построению новых связей, которые начинают носить и профессионально-значимый характер. Потребность в совместном взаимодействии и

творчестве подталкивает его к поиску новых групп, отвечающих его интересам и ценностям. Он стремится к возможности идентифицировать себя с членами определённых сообществ, принятию, чувству защищённости. Формируемые связи могут быть более эмоционально-глубокими, чем в подростковом возрасте: для дружеских отношений повышаются требования, появляются и романтические привязанности, всё это обусловлено возрастающим чувством интимности в общении и заканчивающимся физическим и гормональным созреванием. С другой же стороны, молодые люди стремятся к индивидуализации. Повышается избирательность во взаимодействии, человек «оберегает» свою идентичность, учится выстраивать психологические границы. При сохранении желания идентифицировать себя с группой, возникает и стремление отличаться от окружения (Донцов, Донцова 2013).

Социум в свою очередь предоставляет молодому человеку новые условия, но и предъявляет новые требования, доступные теперь социальные роли сопровождаются соответствующими ожиданиями, иным уровнем ответственности. Согласно исследованию, проведенному М. В. Кубышкиной (Кубышкина 2016), юноши в процессе самопрезентации опираются на свои представления о себе, стремятся показать себя зрелой личностью, решая возрастную задачу самоопределения.

Таким образом, целью нашего исследования было изучение представлений студентов об успешной самопрезентации в группе и соотнесение объективной оценки самопрезентации с субъективными представлениями о её успешности, а также с используемыми ими тактиками самопрезентации.

### Материалы и методы

Исследование проходило в два этапа. На первом, подготовительном этапе в октябре 2020 года была собрана фокус-группа из 51 человека (средний возраст по выборке составил 19,5 лет) для изучения

представления у целевой аудитории об «успешно» и «неуспешно» самопрезентующихся студентах, характеристиках, которые им присущи, и их проявлении. На следующем этапе (ноябрь-декабрь 2020 года) проводилось основное исследование методом опроса, в котором принимали участие студенты первого и второго курсов РГПУ им. А. И. Герцена. Всего на основном этапе исследования было опрошено 84 человека из четырёх групп (34,5% – юноши, 65,5% – девушки, средний возраст респондентов – 19,2 года).

На подготовительном этапе для фокус-группы была разработана анкета, состоявшая из неоконченного предложения и двух вопросов. Респондентам предлагалось продолжить фразу «успешно презентующий себя в группе студент – это...», а также ответить на следующие вопросы: «Как бы Вы описали человека с неуспешной самопрезентацией» и «Если бы Вам понравилось, как студент преподносит себя в группе, то какой вид совместной деятельности с ним Вам был бы интересен». На основе полученных ответов нам удалось выделить основные характеристики, которые легли в основу разработанного нами варианта методики полярных профилей, и сформулировать актуальные вопросы для социометрии.

На основном этапе исследования применялись: метод социометрии (респондентам внутри каждой студенческой группы предлагалось ответить на шесть вопросов, которые были объединены по два в три смысловые группы и касались ситуации неформального общения, делового взаимодействия в рамках обучения, а также были направлены на выявление «успешно» и «неуспешно» самопрезентующихся студентов в группе); методика полярных профилей (авторский вариант); Шкала измерения тактик самопрезентации (С.-Ж. Ли, Б. Куигли и др.) в адаптации О. А. Пикулевой.

### Результаты и их обсуждение

При помощи частотного анализа было выявлено, что в представлении молодых

людей «успешно презентующий себя студент» обладает 30 характеристиками, среди которых чаще встречались следующие: уверенный в себе (10,31%), активный и инициативный (10,31%), общительный (8,25%), открытый (7,22%). Портрет «неуспешно презентующего себя студента» был представлен 61 характеристикой, среди которых преобладали: неуверенный в себе (12,95%), с непонятной и нечленораздельной речью (9,35%), пассивный, безынициативный (5,76%), замкнутый (5,04%), стеснительный (5,04%).

Таким образом, портрет успешно самопрезентующегося студента в понимании респондентов состоит из качеств, способствующих поддержанию социальных контактов, созданию положительного впечатления о себе у окружающих. Это деятельный человек, обладающим определённым влиянием, отзывчивый и доброжелательный, а также весёлый, с хорошим чувством юмора. Противоположным ему выступает образ скромного, грубого, скованного и безынициативного студента. Такие качества дистанцируют его от группы, с ним реже хотят взаимодействовать.

Эти результаты подтверждаются наличием достоверной корреляции ( $r=0,31$  при  $p\leq 0,01$ ) между субъективной оценкой успешности самопрезентации и объективной оценкой человека группой. Таким образом, результаты исследования указывают на прямую взаимосвязь между тем, как человек сам оценивает свою успешность, и тем, как часто другие приписывают ему качества «уверенный в себе, общительный, открытый» или же «неуверенный, замкнутый, пассивный».

Анализ взаимосвязей успешности самопрезентации и используемых тактик самопрезентации на основе корреляционного анализа показал, что статус в группе по вопросу референтометрии «С кем бы из группы Вы бы хотели (не хотели) прогуляться по городу или сходить в кафе или кино» имеет обратную взаимосвязь с тактикой самопрезентации «запугивание» ( $r=-0,25$  при  $p\leq 0,05$ ). Это говорит о том, что студентов, использующих в общении

угрозы, демонстрирующих свою власть, достоверно не выбирают для подобного времяпрепровождения. Статус по вопросу социометрии, связанному с выполнением совместно проекта, не показал значимых взаимосвязей. Статус по вопросу «Кто из группы кажется Вам наиболее уверенным в себе, активным, общительным и открытым» обнаружил несколько значимых корреляций, а именно: с общей субъективной оценкой успешности самопрезентации ( $r=0,31$  при  $p \leq 0,01$ ), характеристиками «Я считаю, что произвожу впечатление уверенного в себе человека» ( $r=0,3$  при  $p \leq 0,01$ ) и «Я считаю, что люди видят меня, как активного и инициативного члена группы» ( $r=0,33$  при  $p \leq 0,01$ ), а также с оценкой себя по утверждению «Окружающие легко понимают меня, потому что я четко говорю и интересно рассказываю» ( $r=0,26$  при  $p \leq 0,05$ ) и тактикой самопрезентации «негативная оценка окружающих» ( $r=0,25$  при  $p \leq 0,05$ ).

Таким образом, можно предположить, что объективная оценка успешности самопрезентации студента и его собственная оценка имеют прямую взаимосвязь: чем выше себя оценивает личность по этому параметру, тем чаще его воспринимают как человека, с которым хотели бы провести вместе время. Вероятно, здесь можно говорить об успешности и уверенности действий личности в связи с согласованностью его собственных представлений о себе с тем образом, который формиру-

ется у окружающих. Можно также предположить, что высокий статус в группе позволяет личности безопасно для себя реализовывать ассертивную стратегию «негативная оценка окружающих» (Цветова 2021).

Полученные результаты указывают на необходимость более глубокого изучения взаимосвязи самоотношения и используемых тактик самопрезентации, а также взаимосвязи успешной самопрезентации в студенческой группе с предпочитаемыми стилями юмора.

### Выводы

По результатам проведённого нами исследования можно сделать следующие выводы.

1. Портрет «успешно» самопрезентующегося студента в сознании респондентов включает в себя качества, позволяющие человеку успешно адаптироваться в группе. Портрет «неуспешно» презентующего себя студента содержит качества, дистанцирующие человека от группы.

2. Существует прямая взаимосвязь между объективной оценкой успешности самопрезентации студента членами его группы и его собственной самооценкой успешности самопрезентации.

3. Выявлены достоверные взаимосвязи между статусом студента в группе и использованием таких тактик самопрезентации, как запугивание и негативная оценка окружающих.

### Литература

- Бороздина, Г. В. (ред.), (2019) *Психология и этика делового общения*. М.: Юрайт, 463 с.
- Гофман, И. (2000) *Представление себя другим в повседневной жизни*. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково Поле», 304 с.
- Донцов, Д. А., Донцова, М. В. (2013) Психологические особенности юношеского (студенческого) возраста. *Образовательные технологии*, № 2, с. 34–42.
- Копанев, А. Н. (2020) Анализ особенностей личностных качеств студенток колледжа и института, обуславливающих эффективность самопрезентации. В кн.: *Миссия университетского педагогического образования в XXI веке: Сборник материалов II Международного научно-образовательного форума*. Ростов-на-Дону - Таганрог: Южный федеральный университет, с. 267–274.
- Корягина, Н. А. (2021) *Самопрезентация и убеждающая коммуникация*. М.: Юрайт, 225 с.
- Кубышкина, М. В. (2016) Психологические аспекты самопрезентации в юношеском возрасте. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*, №1-4. с. 134–139.

- Куницына, В. Н., Казаринова, Н. В., Погольша, В. М. (2001) *Межличностное общение*. СПб.: Питер, 544 с.
- Пикулёва, О. А. (2013) Классификации самопрезентации личности: теоретические основания и проблемные аспекты. *Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина*, №1, с. 63–69.
- Хороших, В. В. (2001) *Психологические факторы успешности самопрезентации. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата психологических наук*. СПб., РГПУ им. А. И. Герцена, 18 с.
- Цветова, А. А. (2021) *Юмор как фактор успешной самопрезентации в юношеском возрасте. Выпускная квалификационная работа (бакалавриат)*. СПб., РГПУ им. А. И. Герцена, 43 с.
- Lee, S.-J., Quiqley, B. M., Nesler, M. S., Corbett, A. B., Tedeschi, J. T. (1999) Development of a Self-Presentation Tactitcs Scale. *Personality and Individual Differences*, no. 26, pp. 701–722.

## References

- Borozdina, G. V. (ed.), (2019) *Psikhologiya i etika delovogo obshcheniya [Psychology and ethics of business communication]*. Moscow: Yurajt Publ, 463 p. (In Russian)
- Dontsov, D. A., Dontsova, M. V. (2013) Psikhologicheskie osobennosti yunosheskogo (studentcheskogo) vozrasta [Psychological characteristics of adolescence (student) age.]. *Obrazovatel'nye tekhnologii — Educational technologies*, no. 2, pp. 34–42. (In Russian)
- Gofman, I. (2000) *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoj zhizni [Introducing yourself to others in everyday life]*. Moscow: “KANON-press-Ts” Publ., “Kuchkovo Pole” Publ., 304 p. (In Russian)
- Kopanev, A. N. (2020) Analiz osobennostej lichnostnykh kachestv studentok kolledzha i instituta, obuslovlivayushchikh effektivnost' samoprezentatsii [Analysis of the characteristics of the personal qualities of college and institute students that determine the effectiveness of self-presentation]. In: *Missiya universitetskogo pedagogicheskogo obrazovaniya v XXI veke: Sbornik materialov II Mezhdunarodnogo nauchno-obrazovatel'nogo foruma [Mission of university pedagogical education in the KSHI century: Collection of materials and the II International Scientific and Educational Forum]*. Rostov-on-Don - Taganrog: South Federal University Publ., pp. 267–274. (In Russian)
- Koryagina, N. A. (2021) *Samoprezentatsiya i ubezhdayushchaya kommunikatsiya [Self-presentation and persuasive communication]*. Moscow: Yurajt Publ., 225 p. (In Russian)
- Khoroshikh, V. V. (2001) *Psikhologicheskie faktory uspehnosti samoprezentatsii [Psychological factors of self-presentation success]. Extended abstract of PhD dissertation (Psychology)*. Saint Petersburg, Herzen State Pedagogical University of Russia, 18 p. (In Russian)
- Kubyshkina, M. V. (2016) Psikhologicheskie aspekty samoprezentatsii v yunosheskom vozraste [Psychological aspects of self-presentation in adolescence.]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk — Actual problems of the humanities and natural sciences*, no. 1-4, pp. 134–139. (In Russian)
- Kunitsyna, V. N., Kazarinova, N. V., Pogol'sha, V. M. (2001) *Mezhlichnostnoe obshchenie [Interpersonal communication]*. Saint Petersburg: Piter Publ., 544 p. (In Russian)
- Lee, S.-J., Quiqley, B. M., Nesler, M. S., Corbett, A. B., Tedeschi, J. T. (1999) Development of a Self-Presentation Tactitcs Scale. *Personality and Individual Differences*, no. 26, pp. 701–722. (In English)
- Pikuleva, O. A. (2013) Klassifikatsii samoprezentatsii lichnosti: teoreticheskie osnovaniya i problemnye aspekty [Classifications of personality self-presentation: theoretical foundations and problematic aspects.]. *Vestnik LGU im. A. S. Pushkina — Leningrad State University Bulletin A. S. Pushkin*, no. 1, pp. 64–69. (In Russian)
- Tsvetova, A. A. (2021) *Yumor kak faktor uspehnoj samoprezentatsii v yunosheskom vozraste [Humor as a factor in successful self-presentation in adolescence]. Master's thesis*. Saint Petersburg, Herzen State Pedagogical University of Russia, 43 p. (In Russian)