

## Самопредъявление подростков в межличностном общении

Шкуратова И.П., Гоцева Ю.А.

Опубликовано в сборнике: Прикладная психология: достижения и перспективы. Ростов-на-Дону, изд-во Фолиант, 2004, с.267-283.

Каждый человек, вступая в общение с другими людьми, транслирует большое количество информации о своей личности. Даже, если человек молча присутствует в помещении, в котором находятся другие люди, они, обращая на него внимание, считывают необходимую для себя информацию о его социально-демографических и личностных особенностях. 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» (2, с.33). При этом, произвольное самовыражение может быть искренним и правдивым, как это бывает в случае самораскрытия, или тенденциозным, направленным на создание определенного (чаще всего приукрашенного) впечатления о себе, которое называется самопредъявлением.

Всеми этими способами подачи информации о себе каждый человек начинает овладевать в раннем детстве. Социальные институты (семья, воспитательные учреждения, каналы массовой коммуникации и пр.) снабжают ребенка руководством относительно того, что можно и что нельзя сообщать о себе, кому и в какой степени детально следует сообщать личностно окрашенную информацию, какие вербальные и невербальные средства надо использовать для передачи своих чувств и мыслей. Разумеется, специальных курсов по обучению всей этой премудрости не существует, и каждый человек усваивает эти знания по большей части неосознанно через подражание взрослым, через соблюдение правил этикета, опираясь на модели поведения литературных и киногероев. Совершенно очевидно, что успешность взаимодействия че-

ловека с окружающими в любой сфере общения (семейной, деловой, дружеской, официальной и пр.) основывается на его способности создавать адекватный образ себя для окружающих людей и умении правильно прочитывать информацию, посылаемую ему другими людьми. Большая часть обращений людей к психологу связана с жалобами на непонимание со стороны близких людей, на невозможность установить с ними гармоничные доверительные отношения. В связи с этим диагностика индивидуальных особенностей самопредъявления может быть ключом к пониманию причин нарушения межличностных отношений клиента.

Проблема самопредъявления в межличностном общении в зарубежной психологии имеет давнюю традицию, восходящую к работам Дж. Мида, Ч.Кули и И.Гофмана (2). Зарубежными авторами описаны стратегии и тактики самопредъявления, личностные и ситуативные факторы их обуславливающие, последствия, к которым они приводят (8,9). Отечественные психологи только начинают разворачивать исследовательские программы в этом направлении (4,5,6,7). Одна из проблем, возникающих на этом пути, связана с отсутствием надежных отечественных методов диагностики индивидуальных различий в самопредъявлении личности в процессе общения.

В связи с этим основной целью данной работы была проверка диагностических возможностей теста СМО (самопредъявление в межличностном общении), разработанный И.П.Шкуратовой на основе техники репертуарных решеток Дж. Келли. Этот тест был апробирован на студенческих выборках в дипломных работах Н.В.Белоконовой (1) и О.В.Кавардаковой (3) и показал большие диагностические возможности для выявления индивидуальных стратегий самопредъявления студентов. После этих работ была усовершенствована техника обработки данных, которая позволила расширить спектр анализируемых показателей самопредъявления. Кроме того, в данной работе в качестве объекта исследования были взяты подростки, представляющие особый интерес, поскольку они уже достаточно овладели основными механизмами

самопредъявления себя в межличностном общении, но имеют противоречивую Я-концепцию в связи с переходом от детства к взрослости (5).

Наряду с методической задачей, нами ставились следующие исследовательские задачи.

- Изучить различия в объеме самопредъявления подростков в зависимости от характера их отношений с партнерами по общению.
- Провести анализ влияния пола подростка на особенности его самопредъявление в общении с разными партнерами по общению.
- Провести анализ содержания образов себя, предъявляемых юношами и девушками в общении с разными людьми.
- Исследовать соотношение стратегий приукрашивания и приуменьшения своих качеств в самопредъявлении подростков.

В качестве методики для диагностики индивидуальных особенностей самопредъявления подростков, как уже было сказано выше, использовался тест СМО. Процедура выполнения этого теста состоит из нескольких этапов. На первом этапе испытуемому предлагается ролевой список, который включает лиц из ближайшего окружения, и испытуемый должен подобрать конкретных людей, выполняющих эти роли. В данном исследовании ролевой список включал следующих партнеров по общению: мать, отец, сестра, брат, друг, подруга, классный руководитель, одноклассник, одноклассница. Если кого-то из указанных лиц в семье не было (например, сестры), испытуемый должен был указывать другого значимого родственника такого же пола и возраста. На втором этапе испытуемому предлагался список из 50 черт личности, и давалась инструкция представить мысленно общение с каждым человеком из ролевого списка и подумать, какое качество он демонстрирует в общении с ним в первую очередь. Затем испытуемый должен был оценить, насколько он стремится выглядеть таким же в общении с другими людьми, пользуясь оценками: 2 балла – очень стрем-

люсь, 1 балл – стремлюсь иногда, 0 – совсем не стремлюсь. Таким способом испытуемый заполнял таблицу оценок, в которой строками были предъявляемые качества, а столбцами люди, в адрес которых они предъявляются. Наконец, в последнем столбце таблицы испытуемый оценивал, насколько эти качества у него реально выражены, пользуясь оценками: 2 балла – качество сильно выражено, 1 балл – средне выражено, 0 – слабо выражено. Этот столбец с самооценкой позволял оценить величину расхождения, между самооценкой и предъявляемым образом в общении с разными людьми. Объектом исследования выступили школьники 10-х классов: 50 девушек и 50 юношей.

### **Обсуждение полученных результатов**

Анализ интенсивности самопредъявления по сферам общения показал, что наиболее высокие показатели наблюдаются и у юношей и у девушек в общении с друзьями, второе место занимает семья и третье - школа. Это вполне объяснимо, если учесть, что наибольшее самопредъявление адресовано в адрес значимых людей, каковыми являются самые близкие друзья и члены семьи.

Для исследования влияния социальной роли партнера на особенности самопредъявления старшеклассников нами вычислялась интенсивность самопредъявления подростков в общении с разными лицами. Для этого суммировались баллы величины самопредъявления отдельно для каждой роли, включенной в методику СМО. Поскольку нами ставилась задача выявления половых различий в самопредъявлении подростков, мы вычисляли суммарные значения интенсивности самопредъявления у юношей и девушек отдельно (см. табл.1).

Таблица 1.

### ***Интенсивность самопредъявления подростков в общении с разными партнерами***

Пол	Юноши	Ранг	Девушки	Ранг	Общая	Ранг
-----	-------	------	---------	------	-------	------

<b>Партнеры по общению</b>	(баллы)		(баллы)		сумма	
Мать	889	1	1030	1	1919	1
Отец	868	2	670	6	1538	4
Сестра	412	9	683	5	1095	8
Брат	425	8	588	9	1013	9
Друг	760	4	788	3	1548	3
Подруга	774	3	939	2	1713	2
Классный руководитель	637	7	636	8	1273	7
Одноклассник	737	5	654	7	1391	6
Одноклассница	700	6	717	4	1417	5

Как показывает таблица 1, подростки стремятся выглядеть наиболее привлекательно в глазах своих родителей и друзей. У девушек первые места занимают мать, подруга, друг, а у юношей - мать, отец, друг и подруга. При этом мать стоит у девушек на первом месте с большим отрывом от других ролей, а отец вообще занимает только шестое место, в то время как у юношей родители рассматриваются равными по авторитетности. В зарубежной литературе, посвященной факторам, влияющим на самопредъявление (8), отмечается, что наибольшее самопредъявление адресуется уважаемым людям или тем, от кого зависит распределение каких-то благ (моральных или материальных). В свете этого утверждения можно сказать, что для девушек главным авторитетом является только мать, а для юношей - оба родителя. Такое небольшое стремление девушек к самопредъявлению по отношению к отцу можно объяснить недостаточной близостью отношений между отцом и дочерью и меньшей интенсивностью контактов с ним. Для юношей, наоборот, отец является желательной «мишенью» для самопредъявления, так как именно его оценки имеют большое значение для обретения своей мужской идентичности. Интересно, что у девушек наибольшее стремление выглядеть лучше в глазах представительницы своего пола проявляется и в дружеской сфере, в то время как у юношей это стремление одинаково и в отношении друга, и в отношении подруги.

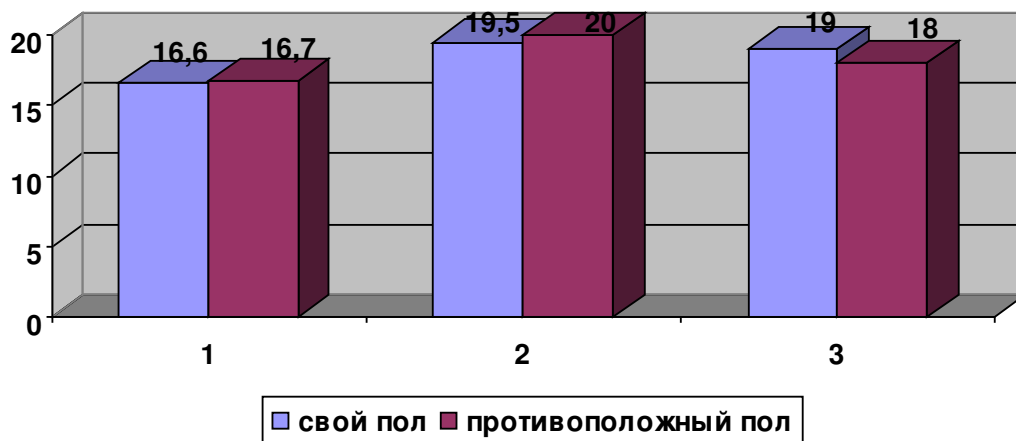
Низкие значения самопредъявления себя сестре или брату (которые были иногда младше респондентов) можно объяснить близкими и доверительными отношениями

старшеклассников с ними, а также их низкой авторитетностью. В общении с ними подростки чаще, чем с другими, пытаются быть самими собой.

Одноклассники также мало побуждают подростков к самопредъявлению. Эти данные совпадают с результатами исследования, проведенного Н.В. Соколовой-Бауш, которая указывает на то, что и у юношей, и у девушек наблюдается более низкий уровень самопредъявления по отношению к одноклассникам, чем к родителям и друзьям (7).

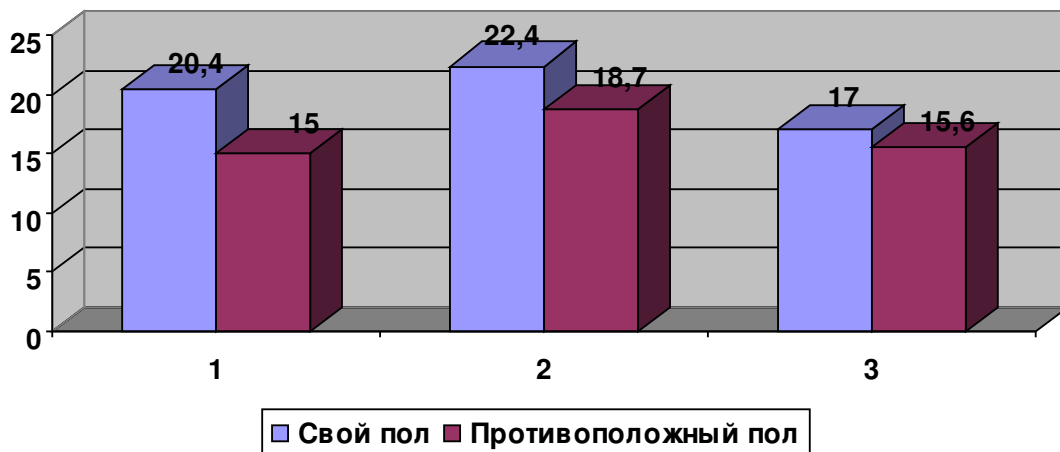
Классный руководитель как объект самопредъявления у юношей занимает седьмое, а у девушек восьмое места, что можно объяснить недостаточной авторитетностью данной роли в глазах подростков и деловым характером общения с ним.

Для того чтобы оценить влияние характера отношений подростка с партнером по общению, а также пола партнера на величину самопредъявления, данные были объединены в группы: близкий родственник, близкий друг и одноклассник (см. рис.1 и рис.2).



1. Близкий родственник; 2. Близкий друг; 3. Одноклассник

**Рис. 1. Средние значения величин самопредъявления юношей лицам разного пола.**



1. Близкий родственник; 2. Близкий друг; 3. Одноклассник

**Рис. 2. Средние значения величин самопредъявления девушек лицам разного пола.**

Сравнение рисунков показывает, что у юношей пол партнера по общению практически не влияет на стремление к самопредъявлению, и решающей является сфера общения. У девушек наблюдаются явные различия в поведении по отношению к лицам женского и мужского пола, причем свой пол вызывает большее стремление к самопредъявлению, чем чужой. Наиболее предпочитаемым партнером самопредъявления девушек является подруга, следующее место занимает близкий родственник (мать и сестра), однокласснице девушки предъявляют свои характеристики реже. В самопредъявлении девушкам лицам противоположного пола первое место занимает друг, затем следует одноклассник и последнее место занимает отец. Таким образом, можно сделать вывод о том, что величина самопредъявления у девушек по отношению к разным людям больше варьирует, чем у юношей.

Однако анализ интенсивности самопредъявления ничего не говорит о качественном своеобразии самопредъявления отдельным людям. Поэтому необходимо перейти

к рассмотрению содержания тех образов, которые подростки предъявляют в общении с разными людьми. Для решения этой задачи нам потребовалось подсчитать интенсивность самопредъявления разных качеств отдельно для юношей и для девушек, а также частоту названия каждого из указанных качеств.

Наиболее часто избираемыми качествами у юношей оказались следующие характеристики: взрослый (82% респондентов указали его в ответах), сильный (80%), умный (66%), уверенный (62%), способный (56%), ответственный (48%), дружелюбный (42), воспитанный и независимый (по 36 %), современный (34%).

В сумме на эти качества приходится 60% всех выборов, поэтому можно считать, что они являются основой обобщенного образа, предъявляемого юношами в общении.

Для более точного анализа мы использовали классификацию, предложенную И.П. Шкуратовой и Н.В. Белоконевой (1), и все перечисленные характеристики разделили на семь групп:

1. Деловые характеристики: ответственный, успешный, сильный, уверенный, серьезный, самостоятельный, энергичный, надежный, независимый.

2. Интеллектуальные характеристики: умный, способный.

3.Альтруистические характеристики: заботливый, дружелюбный, понимающий, сочувствующий, внимательный, щедрый, готовый помочь.

4. Характеристики, указывающие на близость в отношениях респондента с другими людьми: любящий, откровенный, открытый, доверчивый, ласковый.

5. Характеристики, являющиеся социально одобряемыми: аккуратный, воспитанный, послушный, взрослый, вежливый, скромный.

6. Характеристики привлекательности: обаятельный, остроумный, оптимистичный, веселый, современный, привлекательный, модный, смешной.

7. Социально неодобряемые качества: равнодушный, пассивный, слабый, ранимый, скрытный.



Степень представленности категорий определялась числом подростков, назвавших ту или иную характеристику.

Как показал анализ данных, юноши чаще всего демонстрируют в процессе общения деловые, социально одобряемые и альтруистические качества. Вторую позицию занимают характеристики привлекательности и интеллектуальные качества. Демонстрация близости отношений и социально неодобряемых качеств осуществляется наиболее редко, например, по сравнению с деловыми качествами реже в пять раз. Рассмотрение демонстрации этих групп качеств разным партнерам показал, что они по-разному представлены в деловом, дружеском и семейном общении. На этом основании можно сделать вывод о том, что подростки отдают себе отчет в характере впечатлений, производимых на окружающих, и способны сознательно управлять этими впечатлениями.

Девушки в общении с окружающими наиболее часто предъявляют следующие качества: дружелюбная (отметило 66% респонденток), понимающая (56%), надежная (54%), способная (48%), эмоциональная (40%), внимательная (40%), общительная (36%), откровенная (35%), ответственная (34%), современная (33%).

Именно эти качества можно считать базовыми в образе, предъявляемом девушками в отношении разных лиц из ближайшего окружения.

Если сравнить эти качества с теми, которые наиболее часто назывались юношами, то видно, что совпадают только четыре качества: способный, ответственный, дружелюбный и современный, но и они имеют разную частоту встречаемости. Нетрудно заметить, что обобщенные образы, которые демонстрируют подростки, вполне соответствуют фемининному типу у девушек и маскулинному у юношей. Анализ образов по категориям у девушек доказывает это. Наиболее часто демонстрируемыми у девушек оказались деловые, альтруистические качества и характеристики привлекательности. Среднюю позицию заняли социально одобряемые качества и характеристики

близости отношений. Интеллектуальные качества занимают шестое место по частоте предъявления в общении, и совсем редко девушки умышленно демонстрируются социально неодобряемые качества.

Нами также был проведен анализ влияния пола партнера по общению на степень предъявления фемининных и маскулинных качеств, который показал неожиданную тенденцию (см. рис.3).

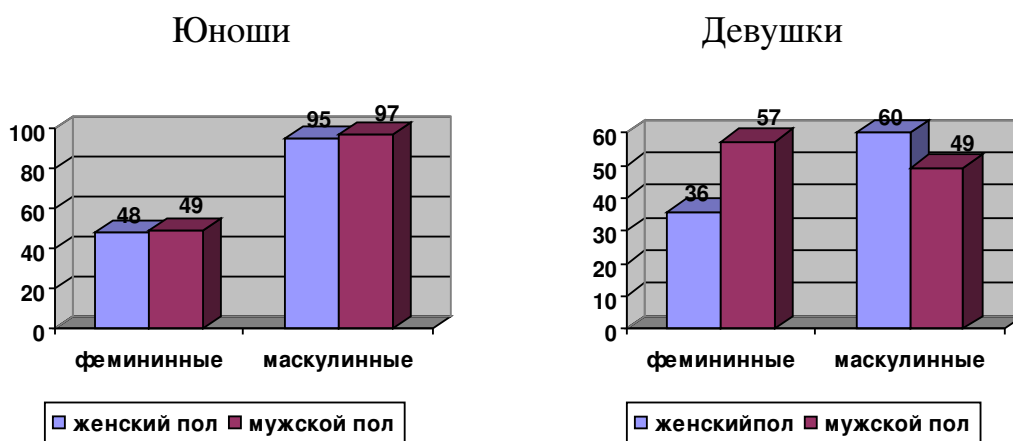


Рис. 3. Средние значения предъявления подростками фемининных и маскулинных характеристик в общении с лицами мужского и женского пола.

Как видно из диаграмм, юноши стремятся в общении с представителями обоих полов предъявлять маскулинные черты, причем различий в степени предъявления этих характеристик мужчинам и женщинам не наблюдается. Фемининные черты предъявляются ими в два раза меньше и независимо от пола партнера.

У девушек стратегия самопредъявления более сложная. В общении с лицами своего пола девушки предъявляют больше маскулинные черты, а в общении с противоположным полом – фемининные. Иначе говоря, представительницам своего пола они склонны предъявлять образ уверенных в себе, способных, ответственных, самостоятельных и умных девушек, а мужчинам образ привлекательных, обаятельных, веселых, понимающих, дружелюбных, нежных и эмоциональных. Причем диапазон различий в представленности фемининных и маскулинных характеристик лицам разного

пола у них значительно больший, чем у юношей. Т.е девушки более дифференцированно предъявляют маскулинные и фемининные черты в общении с партнерами разного пола.

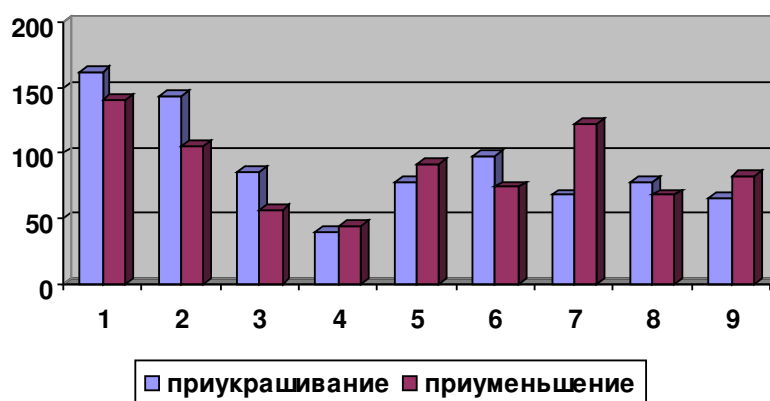
Подводя итоги, необходимо отметить следующее:

- Девушки более чем юноши склонны к самопредъявлению.
- Величина и содержание самопредъявления у девушек по отношению к разным людям больше различается, чем у юношей.
- Пол партнера по общению и характер отношений с ним существенно влияет на величину и содержание самопредъявления подростков.
- Юноши, и девушки отдают себе отчет в том, что они создают определенный образ в глазах партнеров. Образы, предъявляемые юношами и девушками, различны и соответствуют социальным ожиданиям партнеров, которым предъявляются.

Юноши склонны предъявлять в общении традиционный мужской образ с преобладанием маскулинных черт, включающий деловые, интеллектуальные черты и характеристики, одобряемые социумом, позволяющие добиться успеха. Девушки склонны предъявлять более многогранный образ, включающий как традиционно женские качества (альтруистические, социально одобряемые, характеристики привлекательности и черты, указывающие на близость отношений), так и маскулинные деловые и интеллектуальные характеристики (способная, уверенная, ответственная, умная). Наиболее интенсивно самопредъявление по отношению к матери как у юношей, так и у девушек, затем следуют друзья одного и противоположного пола. Наименее интенсивно – брату и сестре, а также тем людям, с которыми установлены неоднозначные или формальные отношения (классный руководитель и одноклассник). Из всех характеристик юноши наиболее интенсивно предъявляют качество «взрослый», а девушки – характеристику «дружелюбная».

Еще одна задача исследования состояла в изучении соотношения стратегий приукрашивания и приуменьшения своих качеств в самопредъявлении подростков. В дипломных работах Н.В.Белоконевой (1) и О.В.Кавардаковой (3) было обнаружено, что при построении образа для партнера по общению коммуникатор не только преувеличивает свои достоинства, но иногда их и затушевывает, исходя из своих целей. Например, человек может прикинуться слабым или неспособным, чтобы ему не поручили какое-нибудь дело. Тест СМО позволяет определять соотношение этих тенденций применительно к каждому партнеру по общению и по каждой характеристике. Для этого осуществляется сравнение самооценки с образом, предъявляемым определенному лицу. Если этот образ позитивнее самооценки, значит, имеет место тенденция приукрашивания, если менее позитивен, значит, преобладает тенденция приуменьшения своих качеств.

Исходя из этих позиций, был проведен анализ расхождений между самооценкой и образами, предъявляемыми подростками в общении с разными людьми. Он показал следующую картину.

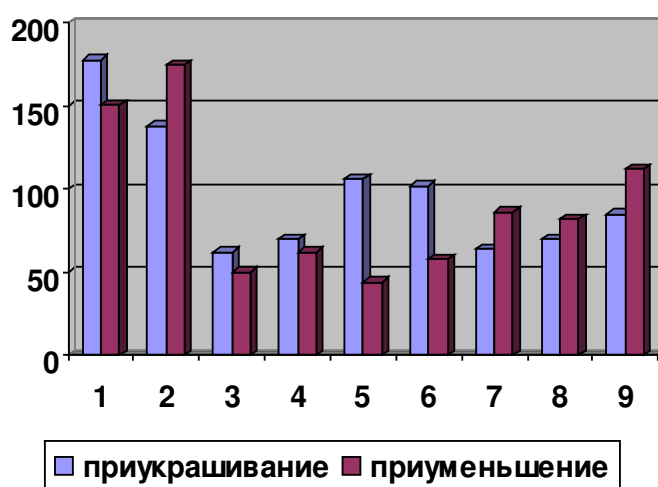


1- мать, 2 - отец, 3 - сестра, 4 - брат, 5 - друг, 6- подруга,  
7- классный руководитель, 8 – одноклассница, 9 – одноклассник.

**Рис.4. Соотношение стратегий самопредъявления юношей.**

Как видно из диаграммы, тенденция к приукрашиванию предъявляемых качеств у юношей преобладает в отношении матери, отца, сестры, подруги и однокласс-

ницы. Наиболее высок показатель величины позитивного самопредъявления в общении с отцом, что свидетельствует о значимости для них самоутверждения в глазах отца. С отцом юноши склонны приукрашивать собственные черты более чем в общении с другими людьми. Тенденция к приуменьшению своих качеств наблюдается более всего в общении с классным руководителем и одноклассником, что можно интерпретировать таким образом, что какие-то черты в общении с этими людьми юноши не раскрывают в полной мере.



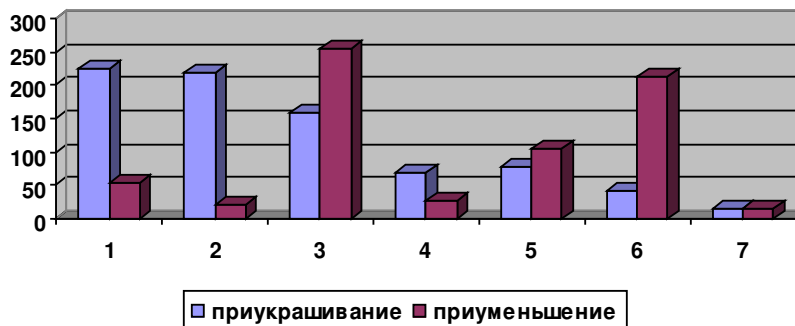
1- мать, 2 - отец, 3 - сестра, 4 - брат, 5 - подруга, 6- друг,

7- классный руководитель, 8 – одноклассница, 9 – одноклассник.

**Рис.5. Соотношение стратегий самопредъявления девушек.**

Тенденция к приукрашиванию собственных черт отмечается у девушек в наибольшей степени в общении с матерью, сестрой, подругой и другом, т.е. именно с этими людьми девушки стремятся быть лучше, чем они есть на самом деле. В общении с отцом, одноклассниками и классным руководителем у девушек преобладает тенденция приуменьшения своих качеств или их сокрытия, особенно это выражено в общении с отцом. Эти данные могут свидетельствовать либо о формализованном характере общения девушек с этими людьми, как, например, в классе, либо о наличии барьеров в плане самораскрытия.

Для более глубокого анализа данных нами были проведены вычисления соотношения стратегий приуменьшения и приукрашивания предъявляемых качеств подростками по разным категориям качеств.

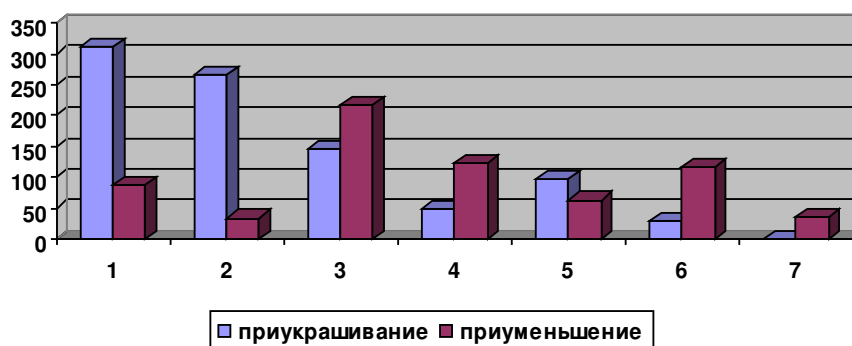


1- деловые качества, 2 – интеллектуальные, 3 - альтруистические, 4 - характеристики близости отношений, 5- социально одобряемые, 6 – привлекательность, 7- социально неодобряемые качества.

Рис. 6. Соотношение стратегий самопредъявления разных качеств у юношей.

На диаграмме видно, что юноши склонны больше всего приукрашивать свои деловые и интеллектуальные качества и приуменьшать альтруистические качества, а также характеристики привлекательности, что соответствует построению типичного мужского образа. Юноши иногда приуменьшают свои социально одобряемые и преувеличивают социально неодобряемые качества, что служит проявлением своей независимости от социума, что они, как правило, демонстрируют в компании сверстников. Для девушек такое поведение нехарактерно, они более стремятся соответствовать нормам поведения.

Анализ отдельных качеств показал, что у юношей наиболее высок показатель самопредъявления по характеристике «умный», а приуменьшают они больше всего «обаятельность». Наиболее реалистично предъявляются качества «понимающий» и «остроумный», т.е. они не приуменьшаются и не преувеличиваются партнерам в процессе общения.



1- деловые качества, 2 – интеллектуальные, 3 - альтруистические, 4 - характеристики близости отношений, 5- социально одобряемые, 6 – привлекательность, 7- социально неодобряемые качества.

Рис. 7. Соотношение стратегий самопредъявления разных качеств у девушек.

Девушки приукрашивают больше всего деловые, интеллектуальные, социально одобряемые качества и приуменьшают степень выраженности у себя альтруистических качеств, а также характеристик близости отношений и привлекательности. Последние категории качеств рассчитаны на общение с близкими людьми, поэтому проявляются не в каждом акте общения.

Такие качества, как «способная», «умная», «уверенная», «надежная» девушки наиболее часто преувеличивают с разными партнерами. Больше всего девушки склонны приуменьшать собственное дружелюбие, понимание, внимательность, заботливость. Реалистично предъявляют качества «эмоциональная», «естественная», «веселая».

Характерно, что подростки скрывают свои альтруистические черты, такие, как заботливый, дружелюбный, понимающий, сочувствующий, внимательный, щедрый, готовый помочь. За этим может стоять как избирательность проявления этих черт только в адрес близких людей, так и стремление современных подростков выглядеть независимыми от окружающих или даже грубоватыми.

Различия в стратегиях самопредъявления юношей и девушек заключаются в следующих закономерностях.

- Выбор стратегии самопредъявления (приукрашивания или приуменьшения) зависит от характера отношений с партнером по общению.
- Характеристики близости отношений приукрашиваются юношами, а девушками приуменьшаются. Социально одобряемые характеристики приуменьшаются юношами, что весьма характерно для лиц мужского пола этого возраста, а девушками - преувеличиваются, что соответствует социальным ожиданиям.

Проведенное исследование показало большие диагностические возможности теста СМО для выявления индивидуальных особенностей самопредъявления личности. Он дает возможность по величине самопредъявления выявить значимых других для данного испытуемого, в глазах которых он стремится выглядеть наиболее привлекательно. Содержательный анализ предъявляемого образа показывает, насколько он соответствует социальным ожиданиям относительно пола испытуемого (по соотношению фемининности и маскулинности). Сравнение образов, предъявляемых разным партнерам по общению, с самооценкой позволяет судить об их реалистичности и правдивости, а также о тенденции либо к приукрашиванию себя, либо к приуменьшению своих достоинств. Это дает основания рекомендовать данную методику в качестве инструмента для работы психологам, работающим в сфере консультирования.

#### Литература

1. Белоконева Н.В. Особенности самопредъявления студентов в разных сферах общения. Дипломная работа. ЮРГИ. Ростов-на-Дону, 2002.
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000.
3. Кавардакова О.В. Влияние пола и гендера коммуникатора на особенности самопредъявления окружающим людям. Дипломная работа. РГУ. Ростов-на-Дону, 2003.
4. Кошелева Ю.П. Самопредъявление одиноких людей в тексте газетных объявлений // Вопросы психологии, 1998, № 3, с.107-115.



5. Кравченко А.С. Развитие демонстративного поведения в подростковом возрасте // Вестник МГУ, серия «Психология», 2000, № 4, с.42-53.
6. Петрова Е.А. Знаки общения. М., 2001.
7. Соколова-Бауш Е.А. Самопрезентация как фактор формирования впечатления о коммуникаторе и реципиенте // Мир психологии, 1999, № 3, с.132-139.
8. Leary M.R., Kovalsky R.M. Impression management: a literature review and two-component model // Psychological bulletin, 1990, vol.107, No.1, pp.34-47.
9. Schutz A. Assertive, Offensive, Protective and Defencive Styles of Self-presentation: a Taxonomy // J. of psychology interdisciplinary and applied. 1997, vol.132, pp.611-619.