

DOI 10.31483/r-115789

Ахмадеева Елена Владимировна

САМОПРЕДЪЯВЛЕНИЕ ПОДРОСТКОВ С РАЗНОЙ НАПРАВЛЕННОСТЬЮ В ОБЩЕНИИ

Аннотация: исследование призвано выявить взаимосвязи между стратегиями самопредъявления и направленностью личности в общении в подростковом возрасте. Под самопредъявлением будем понимать совокупность всех действий человека с целью создания определенного образа в глазах аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так и группа людей. Стили общения, которые встречаются в равной мере в различных ситуациях межличностного взаимодействия, определяют направленность личности в общении. Установлено, что самопредъявление подростков направлено на демонстрацию личных достижений и желание произвести благоприятное впечатление на друга (подругу), классного руководителя (педагога), одноклассников. При самопредъявлении подростки с авторитарным стилем общения используют стратегию «Стремление понравиться»; стратегией «Отслеживание производимого впечатления» обладают мальчики и девочки с диалогической направленностью в общении; школьники, ориентированные преимущественно на манипулятивный стиль общения, применяют стратегию «Запугивание», практически игнорируя «Примерность поведения». Выявленные в работе образы самопредъявления могут служить основой для составления обучающих курсов и образовательных программ по эффективной самоподаче в значимых ситуациях взаимодействия в исследуемой возрастной группе.

Ключевые слова: личность, подростковый возраст, самопредъявление, самоподача, самопрезентация, направленность в общении.

Abstract: the study is designed to identify the relationship between self-presentation strategies and personality orientation in communication in adolescence. Self-presentation is understood as the totality of all human actions aimed at creating a certain image in the eyes of the audience, which can be either an individual or a group

of people. Communication styles that are equally common in various situations of interpersonal interaction determine the personality orientation in communication. It has been established that self-presentation of adolescents is aimed at demonstrating personal achievements and the desire to make a favorable impression on a friend, class teacher (teacher), and classmates. When presenting themselves, adolescents with an authoritarian communication style use the «Desire to please» strategy; students with a manipulative communication style do not use the «Exemplary behavior» strategy; boys and girls with a dialogical orientation in communication have the «Tracking the impression made» strategy; schoolchildren who prefer the «Intimidation» strategy are focused primarily on the manipulative style of communication. The images of self-presentation identified in the work can serve as a basis for compiling training courses and educational programs on effective self-presentation in significant situations of interaction in the age group under study.

Keywords: *personality, adolescence, self-presentation, self-delivery, self-presentation, communication orientation.*

Реалии современного мира предъявляют новые требования к личности подрастающего поколения, среди которых ведущие позиции занимают способность к самостоятельному реагированию на вызовы современности, информационная мобильность, коммуникативная компетентность, спонтанность, активная рефлексивность, креативное мышление и самопредъявление. Среди перечисленных личностных качеств особое место, на наш взгляд, занимают умения и навыки эффективного преподнесения себя в значимых ситуациях взаимодействия (обучения, общения, совместной деятельности, знакомства и других), поскольку данная способность дает возможность субъектам самопрезентации быть более продуктивными в межличностном взаимодействии, позволяя регулировать как собственные действия, так и управлять поведением партнеров по коммуникации в межличностных отношениях с целью получения желаемой реакции.

На сегодняшний день в отечественной психологической литературе существует множество определений термина «самопредъявление». Однозначного понимания этой категории не существует, в связи с чем вполне корректным является употребление понятия самопрезентация / самоподача / самовыражение как идентичных [1]. Между тем, психологи интерпретируют этот феномен как процесс предъявления окружающим Я-информации (И.В. Абакумова, О.А. Пикулева, Р.В. Овчарова), определенных аспектов собственной самости (В.А. Янчук), средство самовыражения (В.А. Лабунская, И.П. Шкуратова), самораскрытия (О.В. Каратеев), механизм манипулятивного поведения (Е.Л. Доценко, В.Н. Кунницына, Н.Е. Харламенкова), способ управления впечатлением (А.Н. Копанев). Это явление может осуществляться целенаправленно или стихийно, вербально или невербально, осознанно или интуитивно [3–7; 9–14].

Самопредъявление реализуется благодаря владению и эффективному использованию различных стратегий и тактик, выбор которых обусловлен целями самоподачи и индивидуально-психологическими особенностями личности.

На наш взгляд, важным свойством, определяющим результативность самопредъявления, является направленность личности в общении, под которой понимается «...совокупность осознанных личностных смысловых установок и ценностных ориентаций, включающая представления о смысле общения, его целях, средствах, желательных и допустимых способах поведения» [2, с. 5].

На наш взгляд, один из интересных подходов к определению преобладающей направленности личности в общении предложил отечественный психолог С.Л. Братченко. В своей концепции ученый выделил следующие основные стили: альтероцентристская направленность концентрируется на потребностях, целях, состояниях собеседника и добровольном отказе от своих намерений; авторитарная направленность выражается в стремлении подавить и подчинить себе партнера по общению; манипулятивная направленность проявляется в скрытности и неискренности, а именно в использовании собеседника для своих целей; конформная направленность реализуется в готовности к компромиссам, изменении собственной точки зрения под воздействием собеседника; индифферентная

направленность отражает формальное общение; диалогическая направленность проявляется во взаимопонимании, доверии и сотрудничестве [2].

Стоит отметить, что большинство психологов полагают, что направленность личности проявляется в стиле общения. К примеру, С.К. Нартова-Бочавер считает, что: «стиль общения является результатом образования устойчивых связей между доминирующими потребностями, целями, ценностями и способами общения, психологическое образование, формирующееся в результате взаимодействия с другими людьми. То есть стиль – это определенный способ реализации определенных мотивов» [8, с. 98].

Иными словами, направленность определяет психологический образ личности и отражается в разнообразных интересах, преобладающих потребностях, ведущих мотивах и мотивационных образованиях, а в общении выражается в определенном стиле.

Таким образом можно утверждать, что направленность личности в общении отражается на самопредъявлении человека, оказывая воздействие на восприятие и понимание ситуации взаимодействия для достижения запланированного результата.

На наш взгляд, способность к грамотному самопредъявлению особенно актуальна в подростковый период, который сам по себе является наиболее сложным возрастом в процессе физиологического и психологического взросления человека. Приоритетным для подростков является формирование собственного авторитета в глазах окружающих, в частности сверстников и одноклассников. И то, каким образом подросток сформирует коммуникацию и установит диалог, во многом будет влиять на степень его реализации в дальнейшем. Взаимоотношения подростка со сверстниками могут быть как положительными, так и отрицательными, что в большинстве случаев определяет стиль общения в группе сверстников.

Актуальность исследования связана с получением более полного представления о сущности самопредъявления через изучение его стратегий и направленности личности в общении. При этом следует отметить, насколько подросток

способен раскрыть собственный потенциал в процессе самоподачи, наилучшим образом продемонстрировать свои сильные стороны, выбирая соответствующий стиль общения с окружающими людьми, настолько в дальнейшем это будет способствовать развитию у него легкости в межличностном взаимодействии, осознанию им собственной силы, уверенности в себе, социальной смелости. Данная проблема и задает цель исследования, которая состоит в выявлении специфики стратегий самопредъявления подростков с разными стилями общения.

В соответствии с поставленной целью исследования использовались следующие методики: тест «Самопредъявление в межличностном общении» (И.П. Шкуратова); опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова); опросник «Направленность личности в общении» (С.Л. Братченко).

Обработка данных проводилась при помощи метода сравнения средних значений, методов количественной и качественной обработки, коэффициента ранговой корреляции Спирмена с использованием пакета статистических программ SPSS для Windows.

Выборку исследования составили 80 человек, среди которых 38 мальчиков и 42 девочки в возрасте 7–8 лет, обучающихся в МБОУ Гимназия №64 г. Уфа.

Проанализируем результаты теста «Самопредъявление в межличностном общении» (СМО) (И.П. Шкуратова). На первом этапе выявлялась интенсивность самопредъявления подростков в общении с разными лицами в зависимости от значимости их социальной роли. Для решения этой задачи подростку предлагалось проранжировать круг лиц из ближайшего окружения: мать/отец, брат/сестра, друг/подруга, одноклассник/одноклассница, классный руководитель/педагог. Затем отдельно для каждой роли суммировались баллы величины самопредъявления.

Анализ средних значений теста «Самопредъявление в межличностном общении» (СМО) (И.П. Шкуратова) показал, что подростки стремятся выглядеть наиболее привлекательно в глазах друзей, классного руководителя (педагога) и одноклассников. В отношении родителей и бабушек с дедушками девочки не

стремились максимально проявить и показать себя со всех сторон. Это обуславливается тем, что в этом возрасте подростки стремятся к сепарации с родителями, хотят ощущать себя взрослыми и принимать самостоятельные решения. Поэтому мнение родителей отодвигается на второй план, а мнение друзей и сверстников становится приоритетным. Практически аналогичная картина наблюдалась и у мальчиков. При этом степень самопредъявления по всем качествам была гораздо выше именно в отношении друзей и одноклассников.

На втором этапе каждому подростку из 50 качеств предстояло выбрать 10 наиболее характеризующих их самопредъявление с указанным кругом лиц (табл. 1).

Таблица 1

Самопредъявление в общении мальчиков и девочек по отношению к целевой аудитории

Мальчики	Проценты	Девочки	Проценты
взрослый	92	дружелюбная	86
сильный	90	понимающая	66
умный	86	надежная	64
уверенный	82	способная	58
ответственный	76	эмоциональная	54
способный	74	внимательная	50
дружелюбный	62	общительная	46
воспитанный	56	откровенная	45
независимый	55	ответственная	44
современный	54	современная	43

Как видно из таблицы 1 мальчики чаще выбирали такие качества, как взрослый (92%), сильный (90%), умный (86%), уверенный (82%), ответственный и способный (76%), дружелюбный (62%), воспитанный и независимый (56%) и современный (54%). Эти качества можно считать основой предъявляемого мальчиками образа. Наиболее часто избираемыми качествами у девочек оказались такие, как дружелюбная (86%), понимающая (66%), надежная (64%), способная (58%), эмоциональная и внимательная (50%), общительная (46%), откровенная (45%), ответственная (44%) и современная (43%). Соответственно, эти качества

можно считать основой предъявляемого девочками образа, что соответствует, в принципе, фемининному типу у девочек.

Далее мы изучали содержательный анализ образа предъявляемых качеств мальчиками и девочками. По каждому из качеств мы подсчитали средний балл по всей выборке опрошенных лиц. Данные девочек представлены в таблице 2.

Таблица 2

Самооценка степени выраженности личностных характеристик девочек и их суммарное самопредъявление по отношению к окружающим

№	Качества	Средняя самооценка	Средняя сумма
1	Дружелюбная	1,78	10,52±0,56
2	Понимающая	1,46	9,46±0,48
3	Надежная	1,98	11,02±0,67
4	Способная	1,42	8,49±0,43
5	Эмоциональная	0,98	7,89±0,38
6	Внимательная	1,15	9,63±0,76
7	Общительная	1,85	11,24±0,73
8	Откровенная	1,20	9,52±0,61
9	Ответственная	1,79	11,41±0,42
10	Современная	1,81	10,58±0,68

В соответствии с данными, представленными в таблице 2, у девочек такие качества, как надежная и ответственная, относились к шкале деловых характеристик. Дружелюбная, понимающая, внимательная указывали на альтруистические характеристики девочек. Иными словами, своим партнерам по общению испытуемые старались предъявить более женственный и мягкий образ. При этом они стремились быть общительными и откровенными, что указывало на желаемую близость по отношению к другим людям. Из интеллектуальных характеристик девочки предпочли способность. Эмоциональность и современность были выбраны ими в качестве характеристик их привлекательности.

Если анализировать средние баллы, полученные по каждой из шкал в отношении всех изучаемых лиц вокруг каждого респондента, то наиболее высокий

балл наблюдается по шкалам, характеризующим деловые качества девочек, такие как надежная и ответственная. По каждой из этих шкал средний балл составил практически максимальное значение (12 баллов). Наименьший средний балл у девочек был отмечен по шкале эмоциональная ($7,89 \pm 0,38$). Также невысокий средний балл наблюдался нами по шкале способная ($8,49 \pm 0,43$). По остальным выбранным качествам средний балл колебался примерно на одном уровне, также, как и средний балл самооценки. Самый низкий балл самооценки наблюдается по шкале эмоциональная, он был меньше единицы и равен $0,98$. Следовательно девочки, в первую очередь, хотят выглядеть надежными и ответственными, что подчеркивает их деловые характеристики. И менее всего они желают проявлять свою эмоциональность.

Аналогичный анализ мы провели и по степени выраженности личностных характеристик среди опрошенных мальчиков. В таблице 3 отображены данные, полученные по результатам ответов мальчиков.

Таблица 3

Самооценка степени выраженности личностных характеристик мальчиков и их суммарное самопредъявление по отношению к окружающим

№	Качества	Средняя самооценка	Средняя сумма
1	Взрослый	1,46	$10,26 \pm 0,46$
2	Сильный	1,36	$9,55 \pm 0,55$
3	Умный	1,33	$8,97 \pm 0,43$
4	Уверенный	1,52	$9,11 \pm 0,51$
5	Способный	0,95	$8,04 \pm 0,47$
6	Ответственный	1,52	$9,52 \pm 0,61$
7	Дружелюбный	1,69	$10,16 \pm 0,63$
8	Воспитанный	1,15	$8,59 \pm 0,74$
9	Независимый	1,24	$9,52 \pm 0,62$
10	Современный	1,53	$11,15 \pm 0,84$

Как видно из таблицы, личностные качества мальчиков несколько отличались от лидирующих качеств девочек в пользу проявления интеллектуальных

способностей и маскулинности. Здесь присутствовали все интеллектуальные характеристики – умный и способный. Сильный, уверенный, ответственный, независимый характеризовали деловые качества протестированных мальчиков. Присутствовали и социально-одобряемые характеристики, такие как взрослый ($10,26 \pm 0,46$) и воспитанный ($8,59 \pm 0,74$). Из альтруистических характеристик мальчики выделили только дружелюбие ($10,16 \pm 0,63$). А из характеристик привлекательности выделили такое качество как современность ($11,15 \pm 0,84$), которое получило самый высокий балл. Следовательно, выстраивая самопрезентацию, они стремятся показать целевой аудитории образ современной личности, подчеркивающий готовность выйти за рамки гендерных моделей и активно проявлять личностную и социальную идентичность.

Наименьшие средние баллы были отмечены по интеллектуальным характеристикам – умный и способный, впрочем, как и у девочек. Средние баллы по данным шкалам были равны ($8,97 \pm 0,43$) и ($8,04 \pm 0,47$). Относительно низкий средний балл наблюдался по шкале воспитанный ($8,59 \pm 0,74$), это указывает на то, что данное качество среди всех ключевых мальчики проявляли в меньшей степени. Среди средней степени самооценки наименьший балл был по шкале способный и был равен 0,95. Самый высокий балл по самооценки был по шкале дружелюбие 1,69.

Таким образом, мальчики старались проявлять максимальное дружелюбие по отношению к окружающим лицам. Стоит отметить, что образ мужчины обычно ассоциируется с деятельностью и активностью, следовательно, к типично «мужским» чертам, как правило, относят интеллект, властность, ответственность и стремление к лидерству.

Далее мы предъявляли респондентам методику, выявляющую предпочитаемые стратегии самопредъявления в межличностном общении. Для этого мы использовали опросник с 56 вопросами, предложенный И.П. Шкуратовой. В таблице 4 представлены средние баллы по каждой из 7 шкал самопредъявления для мальчиков и девочек.

Таблица 4

Средний балл по стратегиям самопредъявления мальчиков и девочек

№	Стратегия самопредъявления	Девочки	Мальчики
1	Стремление понравиться	12,26±0,89	11,28±1,02
2	Самопродвижение	13,11±1,13	10,95±0,84
3	Примерность	11,54±0,76	8,46±0,69
4	Запугивание	6,28±0,35	8,62±0,73
5	Мольба	6,88±0,46	5,24±0,43
6	Отслеживание впечатления	7,21±0,59	6,13±0,52
7	Вариативность поведения	9,47±0,76	7,45±0,67

Из таблицы 4 заметно, что среди девочек самый высокий балл был представлен по стратегии «самопродвижение» (13,11±1,13), которая выражается в стремлении выглядеть компетентным в различных сферах жизнедеятельности и демонстрации эрудиции. Иными словами, используя данную стратегию, девочки транслируют свои знания, благочестивые поступки, достигнутые успехи в определенной области с целью получения похвалы. Такие испытуемые стараются продемонстрировать исключительно положительный образ о себе и проявлять именно те качества, которые создают наилучшее впечатление о них. При этом они могут негативно отзываться о поступках и действиях своих соперников. Это может быть обусловлено тем, что подростки стараются заработать себе некий авторитет, в первую очередь, среди друзей и одноклассников. А это легче всего сделать, подчеркнув свои самые сильные стороны.

Следующей по частоте выборов у девочек была стратегия «стремление понравиться» (12,26±0,89), в которой подростки в разговоре с окружающими стараются выглядеть обаятельными, демонстрируют воспитанность, дружелюбие, внимание, при этом могут льстить и высказывать комплименты.

Далее девочки выбирали стратегию «примерность» (11,54±0,76), которая выражается в демонстрации моральной безупречности, старательной ученицы и благонадежности. Часто такие девочки становятся примером для подражания в школе среди одноклассников и младших школьников. Средние баллы по остальным шкалам были равны меньше половины от общего количества баллов по каж-

дой из шкал. При этом девочки старались отслеживать производимое на окружающих впечатление, но средний балл в размере ($7,21 \pm 0,59$) говорит о том, что делали они это без фанатизма. Довольно высоким был средний балл по шкале вариативность поведения ($9,47 \pm 0,76$), что говорит о способности предъявлять различные образы в разнообразных ситуациях межличностного взаимодействия.

У мальчиков на первом месте стоит стратегия «стремление понравиться» ($11,28 \pm 1,02$). Это связано с тем, что для подросткового возраста характерны высокая общительность, увеличение дружеских и романтических отношений. На втором месте стратегия самопродвижения ($10,95 \pm 0,84$). Результаты предыдущей методики показали, что чаще всего мальчики показывают себя в общении с окружающими как взрослые, умные, сильные и уверенные. И эта стратегия дает возможность проявить себя именно таким образом. Мальчики стараются путем демонстрации своих талантов и знаний казаться компетентными в разных областях и заработать себе авторитет. На самом низком уровне у мальчиков стратегия «Мольба» ($5,24 \pm 0,43$), которая заключается в демонстрации слабости, беспомощности и зависимости. Чуть выше набрали баллы мальчики по стратегии отслеживание впечатлений ($6,13 \pm 0,52$). Остальные стратегии находятся в пределах среднего уровня.

Опросник «Направленность личности в общении» (С.Л. Братченко) продемонстрировал следующее. У большинства девочек доминирует диалогическая направленность в общении (16 человек), далее следует конформная (11 человек), затем альтероцентристская (10 человек). Остальные 3 стиля общения выбрали в совокупности 5 человек, что достаточно мало для статистической выборки. Общее количество протестированных девочек составило 42 человека. У мальчиков доминирующей также является диалогическая направленность в общении (12 человек из 38 испытуемых), далее следует авторитарная направленность (8 мальчиков), которая предполагает ориентированность на лидерство, подавление личности собеседника, определяет агрессивную коммуникацию, эгоизм, требование полного согласия со своей позицией. Затем конформная (11 мальчиков), подразумевающая готовность принять позицию собеседника, не желая высказывать свою

точку зрения. Собеседник, которому свойственен такой стиль общения, не стремится вести конструктивный диалог, раскрывать свою позицию, равно, как и понять мнение партнера. Скорее всего, это обусловлено неуверенностью в себе, ощущению слабости, возможной причиной этому может стать подавляющее отношение в семье.

Результаты корреляционного анализа по Спирмену выявили следующее. Обнаружена статистически значимая, умеренная, положительная взаимосвязь между стратегией самопредъявления «Стремление понравиться» и авторитарным стилем в общении ($r_s = 0,384$; $p < 0,01$). Это означает, что чем больше испытуемый стремится произвести благоприятное впечатление на окружающих, чем больше хочет понравиться им, тем чаще его общение ориентировано на проявление доминирования, на завоевание в ходе общения главенствующей позиции. Выявлена статистически значимая, умеренная, отрицательная взаимосвязь между стратегией самопредъявления «Примерность» и манипулятивным стилем в общении ($r_s = -0,401$; $p < 0,01$). Это означает, что чем больше испытуемый стремится быть образцом для подражания, соответствовать предъявляемым со стороны общества требованиям, тем реже в ходе общения он использует собеседника в своих целях. Определена статистически значимая, умеренная, положительная взаимосвязь между стратегией самопредъявления «Запугивание» и манипулятивным стилем в общении ($r_s = 0,479$; $p < 0,01$). Это означает, что чем чаще испытуемый ориентирован в общении на демонстрацию силы и психологическое давление, тем чаще он использует для достижения своих целей собеседника. Обнаружена статистически значимая, умеренная, отрицательная взаимосвязь, между стратегией самопредъявления «Запугивание» и авторитарным стилем в общении ($r_s = -0,472$; $p < 0,01$). Это свидетельствует о том, что чем чаще испытуемый использует стратегию запугивания, тем реже он готов оказывать психологическое давление и меньше ориентирован на подчинение каким-либо авторитетам, скорее всего не имеет их. Определена статистически значимая, умеренная, отрицательная взаимосвязь между стратегией самопредъявления

«Мольба» и индифферентным стилем в общении ($r_s = -0,467$; $p < 0,01$). Это говорит о том, что чем чаще испытуемый демонстрирует слабость и зависимость от окружающих людей, тем реже он использует формальное общение с целевой аудиторией. Выявлена статистически значимая, умеренная, положительная взаимосвязь между стратегией самопредъявления «Отслеживание впечатления» и диалогическим стилем в общении ($r_s = 0,392$; $p < 0,01$). Это означает, что чем тщательнее испытуемый следит за произведенным впечатлением, контролирует собственное поведение и следит за своей речью, тем чаще он готов к общению с другими людьми на равных позициях.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы.

1. Выявлено, что подростки желают произвести благоприятное впечатление, прежде всего на друга (подругу), классного руководителя (педагога), одноклассников.

2. Установлено, что среди девочек наиболее предпочитаемой выступает стратегия «самопродвижение». Они стремятся проявлять в беседе свои знания, говорить о собственных благочестивых поступках и благотворительных актах или транслировать достижения в определенной области. Далее следуют стратегии «стремление понравиться» и «примерность». При этом девочки стараются отслеживать производимое на окружающих впечатление. Довольно высоким был средний балл по шкале вариативность поведения, что говорит об их способности предъявлять разные образы в разных ситуациях межличностного взаимодействия. На последнем месте у них стратегия «запугивание» (эта стратегия больше характерна для мальчиков) и демонстрация слабости. Наибольший средний балл среди мальчиков был по стратегии «стремление понравиться». В этом возрасте для мальчиков ключевым является казаться привлекательным, в первую очередь для ровесниц противоположного пола. Далее по значимости идет стратегия самопродвижения, а затем стратегия запугивания. На последнем месте у мальчиков стратегия демонстрация слабости, что конечно соответствует максимальному проявлению маскулинных черт личности в данном возрасте именно

мальчиками. Чуть выше набрали баллов мальчики по стратегии отслеживания впечатлений.

3. Определено, что большинство девочек-подростков обладают диалогической направленностью в общении, далее следуют конформная и альтероцентристская. У мальчиков также доминирует диалогическая направленность в общении, далее авторитарная и конформная.

4. С помощью критерия Спирмена выявлено, что в группе подростков стремление понравиться приводит к ориентации на авторитарный стиль в общении; примерность поведения блокирует ориентацию на манипулятивный стиль в общении; запугивание при самопредъявлении приводит к ориентации на манипулятивный стиль, но при этом снижается ориентация на конформный стиль; демонстрация своей слабости и зависимости способствует повышенному желанию общаться с окружающими; а желание отслеживать производимое впечатление повышает шансы общения «на равных».

Список литературы

1. Ахмадеева Е.В. Самопредъявление личности как психологический конструкт в межличностных отношениях: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 5.3.1 / Елена Владимировна Ахмадеева; Донецкий государственный технический университет. – Ростов н/Д., 2023. – 23 с. EDN MVKNSL

2. Братченко С.Л. Технологии социально-психологических тренингов: пособие / С.Л. Братченко; под ред. С.А. Беличевой. – М.: Ред.-изд. центр консорциума «Социальное здоровье России», 2001. – 208 с.

3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, управление и защита / Е.Л. Доценко. – СПб.: Речь, 2003. – 344 с. EDN SCIVPZ

4. Каратеев О.В. Особенности самораскрытия студентов с различным уровнем рефлексивности: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Олег Витальевич Каратеев; Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова. – Ярославль, 2016. – 25 с. EDN KISJLO

-
5. Копанев А.Н. Личностное позиционирование как процесс управления впечатлением между людьми / А.Н. Копанев // Живая психология. – 2023. – Т. 10. №4. – С. 39–46. – DOI 10.58551/24136522_2023_10_4_39. EDN RHPWMH
 6. Куницына В.Н. Межличностное общение: учебник для вузов / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
 7. Лабунская В.А. Бытие субъекта: самопрезентация и отношение к внешнему Я / В.А. Лабунская // Субъект, личность и психология человеческого бытия. – М.: Ин-т психологии РАН, 2005. – С. 235–258. EDN TGVCFL
 8. Нартова-Бочавер С.К. Дифференциальная психология: учебное пособие / С.К. Нартова-Бочавер. – 5-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 282 с. EDN VINDHD
 9. Овчарова Р.В. Самопрезентация личности подростков и юношей в социальной сети / Р.В. Овчарова // Общество: социология, психология, педагогика. – 2021. – №3 (83). – С. 74–79. DOI 10.24158/spp.2021.3.12. EDN FIZNJF
 10. Пикулева О.А. Психология самопрезентации личности: монография / О.А. Пикулева. – М.: ИНФРА-М, 2023. – 320 с.
 11. Харламенкова Н.Е. Самоутверждение подростка / Н.Е. Харламенкова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Институт психологии РАН, 2007. – 384 с. EDN RAIZDV
 12. Шкуратова И.П. Самопредъявление личности в общении / И.П. Шкуратова. – Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2009. – 192 с. EDN QXZTKL
 13. Янчук В.А. Формирование и управление впечатлением личности другого человека / В.А. Янчук // Социальная психология. – 1998. – №4. – С. 45–56.
 14. Features of self-presentation of modern young people in social networks / I. Abakumova, Z. Brizhak, A. Kukulyar, A. Kolenova / E3S Web of Conferences 210, 19003 (2020) ITSE-2020. – DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021;019003>. EDN HBFURY
-

Ахмадеева Елена Владимировна – канд. психол. наук, доцент кафедры психологического сопровождения и клинической психологии ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий», Уфа, Россия.
