

Роль латентных факторов самопрезентации в экономическом взаимодействии

Научный руководитель – Пантелеев Александр Фёдорович

Константинова Елена Николаевна

Студент (бакалавр)

Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Факультет психологии, Саратов, Россия

E-mail: elenakonstantinova97sgu@mail.ru

Самопрезентация может выступать как процесс представления собственного образа в контексте социальной реальности. Михайлова Е.В., анализируя широкий спектр теоретических подходов, по-разному интерпретирующих самопрезентацию, отмечает отсутствие единой концепции в исследовании данного феномена [2]. Так, существует несколько точек зрения касательно обусловленности самопрезентации различного рода факторами: внутренними, внешними либо их совокупностью. Под внутренними факторами обычно подразумевают имеющуюся у личности мотивацию к самопрезентации. Помимо этого, к данной группе факторов стоит отнести психические состояния и свойства личности.

В данной работе предпринята попытка рассмотреть внутренние факторы самопрезентации, имеющие латентный характер, то есть скрытый, не осознаваемый в полной мере личностью. В качестве одного из параметров самопрезентации выступила самооценка интероцепции, другим рассмотренным параметром стал уровень тревожности личности.

Самооценку интероцепции принято рассматривать в рамках Теории Разума (Theory of Mind) [1], т.е. способности личности оценивать своё психическое состояние и психическое состояние окружающих, что предполагает возможность оценивать и прогнозировать поведение других людей. В ряде исследовательских работ показано, что самооценка интероцепции способствует интерпретации ситуации социального взаимодействия, что отражается в адекватном способе реагирования личности на неё [5,6].

Мы считаем, что одним из видов социального взаимодействия может выступать экономическое взаимодействие, на характер которого, в частности, оказывают влияние латентные факторы самопрезентации личности. Таким образом, результаты, описанные в данной работе, могут быть актуальны преимущественно в экономической сфере.

Основная гипотеза исследования заключается в следующем: экономическое взаимодействие личности как один из видов социального взаимодействия, наряду с осознаваемыми факторами самопрезентации, детерминировано малоосознаваемыми внутриличностными факторами. Дополнительная гипотеза: самооценка интероцепции как один из латентных параметров самопрезентации личности и тревожность как состояние и свойство личности, препятствующее адекватной самопрезентации, оказывают влияние на экономическое взаимодействие. Предметом исследования выступило социальное взаимодействие личности, объектом исследования - самооценка интероцепции и личностная тревожность как внутренне обусловленные факторы самопрезентации.

В рамках работы, проведены исследования, направленные на установление соотношений между рассматриваемыми латентными факторами самопрезентации и экономическим взаимодействием.

Исследование интероцепции как латентного фактора самопрезентации представляет собой попытку выявить наличие у испытуемых установки на оценку платежеспособности клиента в связи с самооценкой интероцепции как одного из параметров самоконтроля. В исследовании приняло участие 490 испытуемых. Методика по пульсометрии Р. Shah и др., по результатам которой была получена кривая нормального распределения, позволила

определить участников исследования в группы, исходя из разницы в показателях между субъективными и объективными оценками ($\pm 25\%$, $\pm 25\% - \pm 50\%$, $\pm 50\% - \pm 75\%$). Экономическое взаимодействие моделировалось с помощью решения виртуальной задачи по продаже товара (услуги) (методика А.Ф. Пантелеева «Идеальный клиент») [3]. Контент-анализ полученного материала позволил выделить следующие классы признаков идеального клиента: наличие денежных средств, признаки коммуникабельности, экономическое поведение, внешний вид, предметные и личностные признаки, общий настрой, возрастные и гендерные параметры. По результатам данной параметризации был проведён факторный анализ по методу главных компонент для каждой из трёх групп испытуемых. Показано, что различие между объективной и субъективной оценкой определяет характер решения профессиональной задачи: чем менее значимо различие, тем в большей мере решение сопровождается углублением в сущность решаемой проблемы, а склонность испытуемых ориентироваться на признаки, не имеющие отношения к задаче, снижается. Таким образом, самооценка interoцепции (частоты пульса) влияет на специфику экономического взаимодействия и, выступая в качестве одного из психодиагностических признаков внутренней организации личности, может рассматриваться как внутренний, малоосознаваемый параметр самопрезентации, отражающий степень самоконтроля личности.

Исследование тревожности личности в качестве внутренне обусловленного фактора самопрезентации предполагает установление взаимосвязей между самооценкой interoцептивных параметров (частоты пульса, температурных показателей тела) и тревожностью. Результаты корреляционного анализа свидетельствуют о том, что выделенные параметры не позволяют установить достоверного их соотношения с уровнем личностной тревожности. Объяснением этому может служить предположение о том, что геометрический тест А.Ф. Пантелеева, определяющий в данном исследовании когнитивную тревожность личности, и самооценка рассматриваемых interoцептивных параметров затрагивают разные компоненты личности, в частности, рациональный и сенсорный. Другим объяснением может стать предположение о различных функциональных модулях, в которых находятся рассматриваемые компоненты [4]. Итак, показана ограниченность в применении Теории Разума для интерпретации такого латентного фактора самопрезентации, как личностная тревожность.

Отметим, что данное исследование носит ориентировочный характер, предполагая дальнейшую работу, направленную, в частности, на поиск адекватных методов самопрезентации interoцептивных ощущений, разработку психотехник для маркирования таких ощущений, позволяющих сделать их более доступными для самооценки и самоконтроля.

Источники и литература

- 1) Агавелян О.К. Исследования Теории Разума в зарубежной психологии развития // Сибирский педагогический журнал. 2014. №2. С. 15–18.
- 2) Михайлова Е. В. Обучение самопрезентации: учеб. пособие. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 167 с.
- 3) Пантелеев А.Ф. Психология экономического взаимодействия. Саратов: Амирит, 2017. – 180 с.
- 4) Brian P. Keane Contour interpolation: A case study in Modularity of Mind // Cognition. 2018. Vol. 174. P. 1-18.
- 5) Muhtadie L., Koslov K., Akinola M., Mendes W. B. Vagal flexibility: A physiological predictor of social sensitivity // Journal of Personality and Social Psychology. 2015. Vol. 109, №1. P. 106-120.

- 6) Shah P., et al. From heart to mind: Linking interoception, emotion, and theory of mind
// Cortex. 2017. Vol. 93. P. 220–223.