

Ольховський Д. Ф.

*аспірант кафедри диференціальної та спеціальної психології  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

## САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ У СИТУАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО ПСИХОЛОГІЧНОГО ВІДБОРУ: АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ЧИННИКІВ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ

### SELF PRESENTATION IN THE SITUATION OF PROFESSIONAL PSYCHOLOGICAL SELECTION: INTERRELATION ANALYSES OF SOCIO-DEMOGRAPHIC FACTORS AND INDIVIDUAL PECULIARITIES

У статті проаналізовано взаємозв'язки соціально-демографічних чинників (вік, стать, рівень освіти та посада) відносно інтелектуальних здібностей кандидатів на посади, особистісних особливостей особистості на усвідомлюваному та неусвідомлюваному рівнях, мотиваційної спрямованості досліджуваних та установки на процедуру дослідження у ситуації професійного психологічного відбору. Для досягнення поставлених цілей було використано наступні психодіагностичні методики: тест зорової (візуальної) ретенції Л. Бентона (для діагностики когнітивних функцій та зорової пам'яті), метод портретних виборів Л. Сонді та метод колірних виборів М. Люшера (для діагностики неусвідомлюваної мотиваційної спрямованості, фонового настрою, прихованої системи диспозицій людини та неусвідомлюваних потягів), методику ММРІ в адаптації Ф.Б. Березіна, М.П. Мірошнікова, Р.В. Рожанця (для діагностики усвідомлюваного рівня, мотиваційної спрямованості та установки до процедури дослідження) та методику «Піктограма» в модифікації Б. Г. Херсонського (для діагностики інтелектуальних здібностей, пам'яті та особливостей мислення). Методами математичної статистики було розроблено регресійні моделі структурних рівнянь для виявлення взаємозв'язків між соціально-демографічними чинниками кандидатів та їх особистісними особливостями, виявленими за допомогою психодіагностичних методик. Визначено та проаналізовано мотиваційну складову самопрезентаційної поведінки кандидатів на посади під час проходження процедури професійного психологічного відбору і установки до процедури проходження дослідження. Встановлено, що чим вищий рівень освіти та посади – тим нижче потреба у створенні позитивного враження про себе, брехні та самосхваленні, які демонструють неправдиві особистісні особливості. Виявлено, що жінки не брешуть свідомо щодо свого образу у кращому світлі, а самі вірять у нього. Значимі відмінності було знайдено у групах за віком щодо особливостей пам'яті. Обґрунтовано процедура психодіагностичного дослідження особистості у ситуації професійного психологічного відбору, яка складається із запропонованих методик, що досліджують інтелектуальні здібності, пам'ять, особливості мислення, усвідомлювані та неусвідомлювані особливості особистості, установку до процедури дослідження та визначають мотив самопрезентації особистості як полімодальну характеристику.

**Ключові слова:** ситуація професійного психологічного відбору, соціально-демографічні чинники, діагностика інтелектуальних здібностей, усвідомлюваний та неусвідомлюваний рівень, відбір кандидатів на посаду, установка до процедури дослідження, мотив самопрезентації.

The article is dedicated to analyses of socio-demographic factors interrelations (age, sex, education level and job position) with intellectual abilities of job candidates, their personal peculiarities on conscious and unconscious levels, motivational sphere and type of attitude to the evaluating procedure in situation of professional psychological selection of the job applicants. To gain the aims of the research several psychodiagnostical methods were taken: Benton's visual retention test (to evaluate cognitive functions and visual memory), the Szondi test and Lusher-test color-diagnostic (to evaluate unconscious motivation, mood, hidden disposition system and appetences), MMPI test (to evaluate the sphere of conscious, motivation and type of attitude to the evaluating procedure) and Pictogram test (to evaluate intellectual abilities, memory and peculiarities of the process of thinking). The methods of mathematical statistics were used to build path diagrams of regression models to inspect the interrelations between socio-demographic factors of job candidates and their individual peculiarities, which have been discovered by psychodiagnostical methods. It was discovered that the higher is level of education and job position – the lower is need of making positive image about yourself, lie, glorification, while demonstrating false features of your personality. It is stated that women does not lie consciously about their image in better light, but sincerely believe in that. The age is influencing on the number of pictograms, that proves the memory aging fade. The procedure of psychological research of job candidates that combines methods of evaluating intellectual abilities, memory, peculiarities of the process of thinking, conscious and unconscious personal peculiarities and type of attitude to the evaluating procedure that determines the motive of self presentation as a polymodal characteristic – was proved and empirically verified.

**Key words:** situation of professional psychological selection, socio-demographic factors, intellectual abilities diagnostics, conscious and unconscious level, job candidates selection, attitude to the evaluating procedure, motive of self presentation.

**Вступ.** Ситуація професійного психологічного відбору при прийнятті кандидата на посаду, передбачає для психолога-спеціаліста наявність обґрунтованої процедури психодіагностичного дослідження особистості, яка може виявляти установку до процедури дослідження та мотив самопрезентації. У даній статті запропоновано результати аналізу взаємозв'язків соціально-демографічних чинників

кандидатів на посади у ситуації професійного психологічного відбору, відносно результатів їх тестування за визначеною процедурою професійного психологічного відбору.

**Мета статті** – емпірично дослідити самопрезентацію особистості у ситуації професійного психологічного відбору за допомогою аналізу взаємозв'язків між соціально-демографічними чинниками кандидатів на посади та особливостями особистості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Попередні дослідження у цій галузі були спрямовані на вивчення феномену самопрезентації особистості. Зокрема І. Гоффманом було створено феномен самопрезентації [5], спроби надати визначення поняттю були зроблені Д. Майерсом [12]. У комунікативно-обумовленому контексті, самопрезентація вважається загальною характеристикою поведінки людини, яка має неусвідомлену самопрезентацію (І. Гоффман [10], М. Лірі [11] і Р. Ковальські [9], Р. Баумейстер із А. Стейнхилбером [7], Ф. Хайдер із Л. Фестінгером [8]). Особистісно-детермінована позиція відзначає неусвідомлену самопрезентацію, яка пов'язана із особистісними особливостями кандидатів (М. Снайдер [15], Р. Аркін [6], М. Басс [13]). На думку науковців, «самопрезентація в усвідомленому або неусвідомленому вигляді представляє полімодальну характеристику, вона здійснюється, виходячи з безлічі мотивів; вона наявна в різних ситуаціях; має місце і в тривалому взаємозв'язку суб'єктів» (А.О. Кононенко, О.І. Кононенко [3]). У психології, соціології та філології вже розроблено класифікацію стратегій самопрезентації, спрямованих на отримання соціального визнання, а також методики виявлення її тактик (І.І. Гриник [1], А.С. Дорошкевич [2], А.П. Романченко [4]). Крім цього, досліджується ще й маніпулятивна позиція, яка розуміє самопрезентацію як повністю усвідомлюваний процес, який спрямований на створення відповідного враження з метою отримання очікуваного результату (Т. Пітман [14], Д. Майерс [12]).

**Виклад основного матеріалу.** Для дослідження було запропоновано процедура, що складалась із дослідження наступних компонентів: анкетування соціально-демографічних чинників досліджуваних (210 респондентів, з них 126 чоловіків, 84 жінки ( $M = 38,78$ ;  $SD = 7,02$ ). Серед них 185 респондентів із вищою освітою, 19 із незакінченою вищою, 5 із середньою спеціальною, 2 середньою та 1 вчений ступінь. Вибірку досліджуваних було представлено представниками наступних посад: адміністративні, спеціалісти та керівні. У дослідженні приймали участь юристи, економісти, технічні спеціалісти та представники інших професій, які претендували на високі та керівні посади, тому вони проходили ретельну та структуровану процедуру (комплекс заходів) професійного психологічного відбору з метою виявлення осіб у яких визначалася відповідність психологічних характеристик особистості вимогам конкретної діяльності.

Були застосовані наступні психодіагностичні методики для процедури професійного психоло-

гічного відбору, а саме Тест зорової (візуальної) ретенції Л. Бентона для діагностики когнітивних функцій та зорової пам'яті. Інтелектуальні чинники залишаються одними з найважливіших у ситуаціях професійного психологічного відбору, а тест зорової ретенції Л. Бентона є одним із провідних інструментів для вимірювання інтелекту при проходженні професійного психологічного відбору на посади, що вимагають високої уваги, пам'яті, інтелектуальних здібностей та є надійним інструментом для відсіювання кандидатів. Неусвідомлюваний рівень особистості досліджувався за допомогою методу портретних виборів Л. Сонді та методу колірних виборів М. Люшера. За методом М. Люшера досліджувалися мотиваційна спрямованість особистості, фон настрою та функціональний стан найбільш сталих особливостей особистості, що дозволив виявити приховану систему диспозицій. Метод Л. Сонді – це метод діагностики неусвідомлюваних потягів в оригінальному варіанті, який складається з 4 векторів-потягів та 8 факторів (сексуального потягу (S), потягу до поразки або пароксизмальні потяги (P), я-потяги або я-інстанція (Sch), потяг до контактів (C). Цим векторам-потягам відповідають наступні фактори методики: ерос-фактор (h), танатос-фактор (s), етичний фактор (e), моральний фактор (hy), еґо-сіс-тала (k), еґо-діастала (p), фактор пошуку об'єкту (d) і фактор зчеплення з об'єктом (m).

Рівень усвідомлюваного досліджувався за допомогою методики ММРІ (в адаптації Ф.Б. Березіна, М.П. Мірошнікова, Р.В. Рожанця). Методика налічує 13 шкал, серед яких три для визначення установки до процедури дослідження («Шкала брехні (L)», «Шкала достовірності (F)» і «Шкала корекції (K)», та ще десять клінічних шкал: іпохондрії (Hs), депресії (D), істерії (Hy), психопатії (Pd), маскулітності/фемінітності (Mf), параної (Pa), психастенії (Pt), шизофренії (Sc), гіпоманії (Ma) та соціальної інтроверсії (Si).

Методика «Піктограма» (в модифікації Б. Г. Херсонського) виявляла – інтелектуальні здібності (пам'ять), оцінка фактору «абстрактності» малюнку – здібності до узагальнення мислення, фактор «оригінальності» – творчі здібності і частину мотиваційної складової. Фактор «адекватності» піктограм – параметр відповідності до конвенціональної реальності на протигагу індивідуалістичності. Фактор «кількості антропоморфних зображень» – типову стереотипізацію, що характерна для людей із невисоким інтелектом, коли вони для всіх піктографічних образів використовують одну систему символів. Стереотипізація включає у себе частково поняття персеверації, або повторення попередньої фігури. На думку Б. Г. Херсонського, люди із високим рівнем інтелекту прагнуть до оригінальності та абстрактності, до побудови складних асоціативних зв'язків, що сприяє створенню позитивного враження про себе під час ситуації проходження тестування.

Важливим етапом процедури при проведенні професійного психологічного відбору є оцінка став-

лення кандидатів до проведення тестування, що досліджується за допомогою тріадного алгоритму інтерпретації «Шкали брехні (L)», «Шкали корекції (K)» та «Шкали достовірності (F)» методики ММРІ та виявляє установку до процедури дослідження. Результати однофакторного дисперсійного аналізу дозволили прийняти нульову гіпотезу про наявність значимих розбіжностей між групами працівників різних посад за «Шкалою брехні (L)», адже  $F = 2.256$ ;  $p > 0,05$ . Це визначає, що у ситуації професійного психологічного відбору, в залежності від посади, на яку претендує кандидат: керівні посади, адміністративні або спеціалісти різних профілів, респонденти здебільшого схильються до адекватного прояву себе та тримають баланс між внутрішніми проблемами і потребою у демонстративній поведінці.

Аналіз міжгрупових відмінностей за «Шкалою достовірності (F)» було здійснено за допомогою непараметричного критерію Краскала-Уолеса, який дозволив відкинути нульову гіпотезу про наявність розбіжностей між групами адміністраторів, спеціалістів та керівників на користь альтернативної. Було встановлено, що групи значуще відрізняються ( $\chi^2 = 7.4381$ ;  $df = 2$ ;  $p < 0,05$ ). Для більш детального аналізу групи було порівняно попарно за допомогою тесту Вілкоксона між собою. Це дозволило встановити статистично значимі відмінності між групами ( $p < 0,05$ ).

Було виявлено, що кандидати на адміністративні посади і на посади спеціалістів мають різні особливості особистості у ситуації професійного психологічного відбору, розбіжність яких є репрезентативною для популяції. Наприклад, кандидатам із підвибірки адміністраторів притаманна підвищена тривожність з приводу враження про себе, яке вони справляють на оточуючих, а для кандидатів на посади спеціалістів характерно гармонійніше ставлення до думок оточуючих людей, в той же час, вони замислюються про це, але не надають надважливості, що спричиняє занепокоєність.

Результати кореляційного аналізу установки до процедури дослідження продемонстрували, що конформність, або тяжіння до демонстративної доброзичливості під час ситуації проходження професійного відбору серед кандидатів представників адміністративних посад, спеціалістів та керівників, від'ємно корелює із схильністю до брехні та корекцією власної поведінки. «Шкала корекції (K)» та «Шкала брехні (L)» корелюють майже наполовину – тож така поведінка є свідомою та навмисною. Варто відмітити, що «Шкала брехні (L)» виявляє тенденції кандидата показати себе у кращому світлі та демонструвати відповідність до соціальних норм, а «Шкала корекції (K)» виявляє кандидатів, які намагаються навмисне сховати власні негативні і антисоціальні риси. «Шкала достовірності (F)» виявляє кандидатів, які справді занадто переймаються результатами співбесіди та тим, що про них подумують інші – стаючи розсіяними та мають гірші результати тестування здібностей через це. Тож можна спостерігати вико-

ристання двох протилежних мотивів самопрезентації – відчувати занепокоєння, але застосовувати механізми подолання та відчувати занепокоєння і втратити функціональність, не застосовуючи способи подолання стресу.

Аналізуючи отримані конфігурації шкал та внутрішні зв'язки між підвибірками та особливостями їх установки до процедури дослідження, а саме перебування у ситуації професійного психологічного відбору, було встановлено статистично значущі розбіжності за «Шкалою достовірності (F)» між представниками адміністративних посад та спеціалістами та між представниками адміністративних та керівних посад. Це дозволило підтвердити гіпотезу, про те, що представників адміністративних посад відрізняє надмірна схвильованість під час проведення співбесіди, що впливає на їх інтелектуальні здібності (увагу, пам'ять). Мотив самопрезентації для даного контингенту нами було визначено як подолання надмірної схвильованості за допомогою перенесення надцінного значення власних труднощів на зовнішні обставини, тобто привернути увагу до свого стривоженого та спантеличеного, заплутаного внутрішнього світу – демонстративної поведінки.

Так як кореляції між «Шкалою достовірності (F)» і «Шкалою брехні (L)» та «Шкалою достовірності (F)» і «Шкалою корекції (K)» негативні – це може означати, що кандидати із високими значеннями за «Шкалою достовірності (F)» не брешуть свідомо, а самі насправді вірять у власний образ, що відповідає їх установкам до процедури дослідження.

Далі установки до процедури дослідження у ситуації професійного психологічного відбору, було проаналізовано на матеріалі дослідження взаємодієнь між соціально-демографічними чинниками та особливостями особистості та побудовано шляхові діаграми для комплексних каузальних множинних регресійних моделей. Предикторами у першій моделі стали компоненти «посади» та «Шкали корекції (K)». Посада досліджуваних, як критеріальна змінна, майже не пов'язана із схильністю до брехні в ситуації профвідбору, маючи незначущий коефіцієнт регресії ( $\beta = -0.08$ ;  $p = 0.181$ ). Від'ємний коефіцієнт регресії свідчить про те, що збільшення однієї величини відповідає зменшенню іншої. Натомість, компонента «Шкала корекції (K)», є значущим предиктором, що визначає компоненту «Шкали брехні (L)» на три чверті ( $\beta = 0.733$ ;  $p < 0.001$ ). Загальна частина поясненої дисперсії даної моделі ( $R = 0.224$ ;  $p < 0.001$ ). Це означає, що установкою до процедури дослідження є схильність особистості до корегування своїх негативних якостей, яка примушує її свідомо брехати про власні якості.

Регресійна модель установки до процедури дослідження в залежності від рівня освіти, одним з предикторів у якій виступив критерій рівня освіти, показав негативний регресійний зв'язок із змінною «Шкалою брехні (L)» ( $\beta = -0.15$ ;  $p < 0.001$ ). Частина описаної дисперсії даної моделі склала більше 23% ( $R = 0.235$ ;  $p < 0.001$ ). Отриманий негативний

коефіцієнт регресії між рівнем освіти та «Шкалою брехні (L)» може означати, що із зростанням рівня освіти, знижується необхідність у прикрашанні себе, демонструючи неправдиві якості.

Регресійна модель взаємовідношення між «Шкалою брехні (L)», «Шкалою корекції (K)» та «Шкалою достовірності (F)» мала наступну конфігурацію – предиктор «Шкала брехні (L)», «Шкала корекції (K)» та «Шкала достовірності (F)», та категоріальна номінальна змінна статі. Позитивні коефіцієнти регресії було отримано для показників «Шкали корекції (K)» ( $\beta = 0,31$ ;  $p < 0,05$ ) та «Шкали достовірності (F)» ( $\beta = 0,47$ ;  $p < 0,05$ ). Загальна оцінка поясненої дисперсії даної моделі  $R = 0,18$ ;  $p < 0,01$ . «Шкала корекції (K)» та «Шкала достовірності (F)», на протизагу «Шкали брехні (L)», є надійним предиктором психологічних властивостей в залежності від статі.

На Рисунку 1 зображена шляхова діаграма структурних рівнянь, що відображає взаємозв'язки між соціально-демографічними чинниками та установкою до процедури дослідження. Установка до процедури дослідження формувалася шляхом поєднання трьох шкал опитувальника ММРІ: «Шкала брехні (L)», «Шкала корекції (K)» та «Шкала достовірності (F)».

Окрім цього кандидати порівнювалися за посадами та клінічними шкалам ММРІ (в адаптації Ф.Б. Березіна, М.П. Мірошнікова, Р.В. Рожанця). Для системного розуміння цього явища була побудована шляхова діаграма регресійної моделі (яку склали 10 шкал ММРІ відносно досліджуваних посад). Групові порівняння в такому випадку дозволили виявити значимі відмінності між підвбірками за посадою відносно шкал маскулінності/фемінінності ( $\chi^2 = 6$ ;  $p = 0,05$ ), психастенії ( $\chi^2 = 9$ ;  $p = 0,01$ ) та шизофренії ( $\chi^2 = 14$ ;  $p = 0,001$ ).

Крім цього, порівняння груп дозволило виявити статистично значущі відмінності між групами чоловіків та жінок за шкалою депресії ( $F = 49$ ;  $p < 0,05$ ),

за шкалою маскулінності/фемінінності ( $F = 89$ ;  $p < 0,05$ ), за шкалою гіпоманії ( $F = 12$ ;  $p < 0,01$ ), та за шкалою соціальної інтроверсії ( $F = 4,3$ ;  $p < 0,05$ ).

За допомогою метода Л. Сонді аналізувалися реакції, які вказували на найбільш сильну потребу та які присутні у поведінці індивіда постійно по кожному із факторів усіх векторів. Аналізуючи картину середньогрупових значень підвбірок чоловіків ті жінок, можна відстежити певні тенденції відповідей респондентів. Найбільше скупчення подібних реакцій було виявлене у факторах: h+, k-, d- та m+. Аналізуючи отримані середньогрупові значення підвбірок чоловіків та жінок і посад, було відмічено тенденції надання відповідей кандидатами. Найбільша кількість таких реакцій відзначилася у факторах: h+, k-, d- та m+, що дозволило скласти формулу підвбірки чоловіків та жінок і відповідно до посад по виявленим реакціям. Виявлено тенденції у факторі потягу із потребою бути із кимось близьким, комунікувати, дружити, мати романтичні стосунки і відчувати потребу у тілесному контакті, переживати єднання емоційного союзу та почуватися частиною одного цілого, отримувати та віддавати. Проте, враховуючи вищезазначене, була виявлена протилежна групова тенденція до стримання та самоконтролю, схильність до заперечення, розрив між потребами та можливостями їх реалізації, фіксації на тому що є на наступний час та утриманням об'єктів комунікації в оточенні. Така комбінація неусвідомлюваних потягів виявляє специфічний тип прив'язаності, а саме залежність від спілкування та намагання зафіксуватися із об'єктом комунікації із зовнішнього світу назавжди.

Аналіз результатів тесту візуальної ретенції Л. Бентона виявив наступні особливості особистості – загальний розподіл по шкалі ІСО, найвищий рівень «0» помилок отримали 39 респондентів, «1» – 41 респондент, «2» – 70 респондентів, «3» – 47, «4» – 8, «5» – 4 та «7» – 1 респондент. Середньогрупове

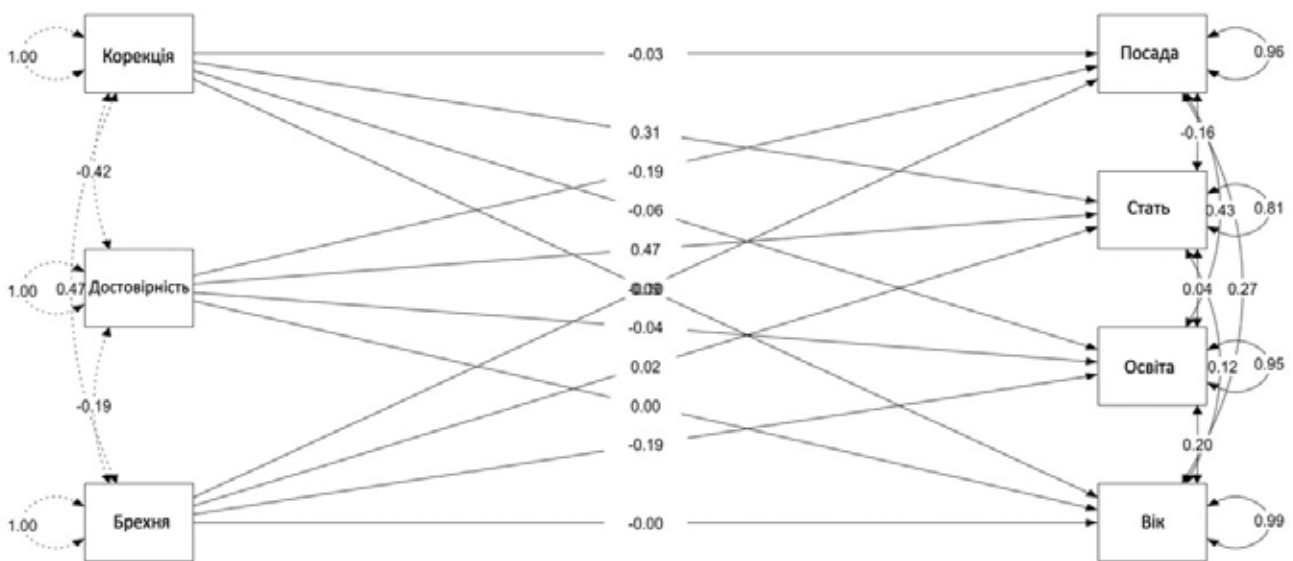


Рис. 1. Шляхова діаграма регресійної моделі взаємовідношення між установкою до процедури дослідження та соціально-демографічними чинниками

значення ІСО вище у жінок  $M = 1.9$  ніж у чоловіків  $M = 1.8$ . Серед представників посад найнижче ІСО у групи адміністраторів  $M = 1.1$  та однакові у спеціалістів та керівників  $M = 1.3$  бали. У підвибірці кандидатів за віком 18-25 років середньогрупове значення ІСО  $M = 2.3$  найвище, порівняно із підвибіркою у 26-45 років ( $M = 1.7$ ) та 46-80 років  $M = 1.8$ . Підвибірка респондентів із середнім рівнем освіти отримала  $M = 0.71$ , а респонденти із середнім спеціальним рівнем освіти отримали  $M = 0.58$ , незакінчена вища та вища  $M = 1.3$  бали. Значимі розбіжності між групами не виявлені.

За допомогою методики Б.Г. Херсонського «Піктограма» виявлено: усі 16 піктограм відтворили 43 респондента, 15 піктограм – 44, 14 піктограм – 35, 13 піктограм – 29, 12 піктограм – 20, 11 піктограм – 11, 10 піктограм – 13, 9 піктограм – 6, 8 піктограм – 3, 7 піктограм – 3, 6 піктограм – 2, 5 піктограм відтворив 1 респондент. Підвибірка кандидатів на посаду з представників адміністраторів у середньому відтворила 12 піктограм, спеціалісти та керівники по 14 піктограм. Значимі відмінності було виявлено у групах кандидатів за віком та кількістю відтворених піктограм ( $\chi^2 = 18$ ;  $p < 0,001$ ). У підвибірці чоловіків середня кількість відтворених піктограм вища від жінок ( $M = 14$  та  $M = 13$ ). Респонденти із вищою освітою відтворили найбільшу середньогрупову кількість піктограм ( $M = 14$ ), тоді як представники із незакінченою вищою освітою ( $M = 13$ ), зі середньою спеціальною освітою ( $M = 11$ ) та середньою освітою ( $M = 10$ ).

**Висновки.** Встановлено, що посада та рівень освіти впливає на потребу у прикрашанні власного образу, адже кандидати переживають занепокоєність, коли розуміють, що їх оцінюють зі сторони.

Таким чином, чим нижчий рівень освіти чи посада – тим більше кандидат почувається невпевнено та оцінює себе нереалістично, намагаючись прикрасити себе, створити позитивне враження, маючи потребу у соціальній бажаності. Окрім цього, такі кандидати схильні до демонстративного дотримання соціальних норм і привертання уваги оточуючих до свого складного внутрішнього світу з метою отримати допомогу або співчуття. Подібні внутрішні переживання викликають у кандидатів надмірну схвильованість, що негативно впливає на психофізіологічні процеси (пам'ять, увагу та інше) але, щоб подолати це – вони демонстративно поведуться.

Встановлено розбіжності між чоловіками та жінками, що підтверджують те, що жінки переймаються корекцією власної поведінки та виставленням себе у кращому світлі, але не брешуть про це свідомо, а справді вірять у цей образ. Виявлено, що фактори  $h^+$ ,  $k^-$ ,  $d^-$  та  $m^+$ , складають формулу підвибірки чоловіків та жінок і посад по реакціям, які вказували на найбільш сильну потребу та які присутні у поведінці індивіду постійно. Що вказує на потребу у комунікації із фіксацією (залежністю) від об'єкту. Визначено мотив самопрезентації особистості як полімодальну характеристику, що функціонально взаємозумовлений із соціально-демографічними чинниками та особливостями особистості. Встановлено, що самопрезентація особистості у ситуації професійного психологічного відбору визначається як на усвідомленому так й на неусвідомленому рівнях, інтелектуальних здібностях й установки до процедури дослідження. Доведено, що мотив самопрезентації особистості у ситуації професійного психологічного відбору викликає застосування механізмів подолання або демонстративної поведінки.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гриник І.І. Особливості самопрезентації особистості у студентському середовищі. *Проблеми гуманітарних наук. Психологія*. 2021. № 49. С. 51–60. <https://doi.org/10.24919/2312-8437.49.255846>
2. Дорошкевич А.С. Стратегії самопрезентації особистості у повсякденності. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2013. № 5. С. 245–254.
3. Кононенко А.О., Кононенко О.І. Самопрезентація як важливий регулятор соціальної поведінки. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2017. № 5. С. 63–71.
4. Романченко А.П. Стратегія самопрезентації та її тактики (на матеріалі лінгвістичного дискурсу). *Записки українського мовознавства*. 2018. № 25. С. 197–209.
5. Arkin R.M. Self-presentation styles. *Impression management theory and social psychological research*. N. Y.: Academic Press, 1981. P. 311–333.
6. Arkin R.M., Appelman A.J., Burger J.M. Social anxiety, self-presentation, and the self-serving bias in causal attribution. *Journal of personality and social psychology*. 1980. №38(1). P. 23–35.
7. Baumeister R.F., Steinhilber A. Paradoxical effects of supportive audiences on performance under pressure: The home field disadvantage in sports championships. *Journal of personality and social psychology*. 1984. № 47(1). P. 85–92.
8. Festinger L. Social psychology and group processes. *Annual review of psychology*. 1955. № 6(1), P. 187–216.
9. Kowalski P., Taylor A. K. The effect of refuting misconceptions in the introductory psychology class. *Teaching of Psychology*. 2009. № 36(3)/ P. 153–159.
10. Leary M.R., Kowalski R.M. Impression management: A literature review. *Psychological Bulletin*. 1990. № 107. P. 34–47.
11. Leary M.R., Tchividjian L.R., Kraxberger B.E. Self-presentation can be hazardous to your health: impression management and health risk. *Health Psychology*. 1994. № 13(6). P. 46–472.
12. Myers D.G., Smith S.M.. *Exploring Social Psychology*. New York: Me Graw Hill, 2012. 255 p.
13. Nijstad B.A., et al. The dual pathway to creativity model: Creative ideation as a function of flexibility and persistence. *European review of social psychology*. 2010. № 21(1). P. 34–77.
14. Pittman T.S., Heller J.F. Social motivation. *Annual review of psychology*. 1987. № 38 (1). P. 461–490.
15. Snider M.L. A critical analysis of the nature and function of narrative in selected disciplines, using a contextual background of psychology. *American School of Professional Psychology-Rosebridge*, 1999. 175 p.