



**Введение.** Современный мир характеризуется усложнением структуры социальных связей и межличностных отношений вследствие роста политической и социальной напряженности, стремительного темпа научно-технического прогресса и повседневной жизни индивидов, растущей социальной стратификации общества и ряда других факторов.

Эмоциональная креативность как способность к генерации творческих, вариативных и конструктивных эмоциональных реакций в различных социальных ситуациях, может способствовать гармонизации межличностных отношений за счет произвольного управления содержанием эмоционально-волевой сферы личности. В свою очередь, предпочтение субъектом определенных стратегий и тактик самопрезентации как контролируемого самораскрытия перед Другими может оказывать значительное влияние на благополучие его социальных связей и отношений.

Успешность выбора той или иной стратегии самопрезентации и ее применения в коммуникации, на наш взгляд, определяется выраженностью эмоциональной креативности, которая может позволить субъекту гибко откликаться на требования коммуникативной ситуации за счет понимания эмоций и состояний партнера по общению, творчески преобразовывать деструктивные паттерны общения в конструктивные.

Таким образом, выявление психологических особенностей эмоциональной креативности в зависимости от спектра предпочитаемых индивидом стратегий и тактик самопрезентации в межличностных отношениях, может позволить разработать психологические рекомендации и интервенции, направленные на фасилитацию данных личностных особенностей, что определяет актуальность нашего исследования.

Объект исследования: эмоциональная креативность в контексте межличностных отношений субъекта.

Предмет исследования: различия в психологических особенностях эмоциональной креативности и межличностных отношений у лиц, предпочитающих разные тактики самопрезентации.

Цель исследования: выявление психологических особенностей эмоциональной креативности и межличностных отношений субъекта в зависимости от предпочтения разных тактик самопрезентации.

Основная гипотеза исследования: существуют различия в психологических особенностях эмоциональной креативности и межличностных отношений у лиц, предпочитающих разные тактики самопрезентации.

Дополнительная гипотеза исследования: лицам, предпочитающим тактики самопрезентации ассертивного типа, свойственна меньшая выраженность таких видов дисфункциональных межличностных отношений как «конфликтность», «напряженность», «отчужденность», «агрессивность», большая выраженность таких компонентов эмоциональной креативности как «подготовленность», «новизна», «аутентичность» по сравнению с лицами, предпочитающими тактики самопрезентации защитного типа.

Теоретические задачи исследования:

1. Рассмотреть структурно-содержательные особенности эмоциональной креативности;
2. Изучить теоретические представления о межличностных отношениях в отечественной и зарубежной психологии;
3. Раскрыть психологическое содержание феномена самопрезентации личности, его основных стратегий и тактик.

Эмпирические задачи исследования:

1. Провести психодиагностическое обследование испытуемых по выбранным методикам исследования;
2. Проверить распределение данных на нормальность;
3. Выявить различия в психологических особенностях эмоциональной креативности и межличностных отношений у лиц, предпочитающих тактики самопрезентации ассертивного и защитного типов;
4. Разработать психологические рекомендации по актуализации эмоциональной креативности субъекта в межличностных отношениях.

Методы исследования: психологическое тестирование, методы математической обработки статистических данных.

Психологическое исследование было проведено с использованием следующих методик:

1. Методика «Субъективная оценка межличностных отношений» С.В. Духновского;
2. «Опросник эмоциональной креативности» Дж. Эйверилла в адаптации И.Н. Андреевой;
3. «Шкала измерения тактик самопрезентации» С. Ли и др. в адаптации О.А. Пикулевой.

Математические методы статистической обработки данных психологического исследования применялись на базе лицензионной статистической программы JASP, v. 0.19.1. К методам статистической обработки данных относятся:

- критерий Шапиро–Уилка;
- t-критерий Стьюдента для двух независимых выборок.

Теоретико-методологическую основу исследования составили работы Н.И. Алешкина, Г.М. Андреевой, И.Н. Андреевой, Т.Н. Березиной, А.А. Бодалева, Е.А. Валугевоу, Г.М. Бреслава, С.А. Васюра, В.Н. Дружинина, С.В. Духновского, Т.В. Корниловой, В.Н. Мясищева, В.А. Лабунской, О.А. Пикулевой, С.С. Синельниковой, С.В. Фроловой, Дж. Эйверилла, Л. Алойя, Г. Гарднера, М. Ибрагима, А. Хуссейна, М. Левис, К. Лин, С.Мехди, Дж. Мейер, П. Сэловей, Дж. Стенберг, С. Вейс и др.

Эмпирическая база исследования. Исследование было реализовано в онлайн-формате с использованием сервиса для сбора данных Яндекс.Формы.

Выборку исследования составили 104 испытуемых, из которых 68 человек женского пола, 36 человек мужского пола. Возраст в выборке находится в диапазоне от 19 до 32 лет (среднее значение = 24,37; стандартное отклонение = 5,62).

Из выборки исследования 52 испытуемых являются студентами и не работают, 28 испытуемых совмещают работу и учебу в образовательном учреждении высшего образования, 24 испытуемых имеют постоянную работу.

По семейному положению выборку можно охарактеризовать следующим образом: 5 испытуемых состоят в зарегистрированном браке, 21 испытуемый не имеет отношений на момент участия в исследовании, 33 испытуемых встречаются с партнером без совместного проживания, 45 испытуемых имеют постоянного партнера, с которым проживают совместно.

Теоретическая значимость исследования состоит в расширении научных представлений об эмоциональной креативности и самопрезентации как протективных факторах, обеспечивающих построение субъектом гармоничных межличностных отношений; в обнаружении различий в психологических особенностях эмоциональной креативности и межличностных отношений у лиц, предпочитающих разные тактики самопрезентации.

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности их использования в рамках индивидуального и группового консультирования в целях развития у субъекта эмоциональной креативности и способности к адаптивному и гибкому использованию широкого спектра стратегий и тактик самопрезентации в межличностных отношениях.

Опыт апробации результатов исследования. По результатам исследования, проведенного в рамках работы над выпускной квалификационной работой магистра, была опубликована научная статья:

– Кадрова А.Д. Особенности связи между эмоциональной креативностью и тактиками самопрезентации личности // Современные тенденции прикладных исследований в психологии, педагогике и социологии : сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции (28 мая 2024 г.) : электронное текстовое издание / под ред. И.В. Михайловой. – Ульяновск : УлГУ, 2024. – 339 с. – с. 62–65.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа магистра состоит из введения, двух глав, выводов, заключения, рекомендаций по актуализации эмоциональной креативности субъекта в межличностных отношениях, списка литературы и приложений.

**Основная часть.** По результатам теоретико-методологического исследования мы пришли к выводу о том, что рассматривать эмоциональную креативность следует в двух смыслах этого понятия.

В широком смысле слова, эмоциональная креативность – является сквозной характеристикой эмоциональной сферы, связана с дивергентным чувствованием и проявляется на всех уровнях организации эмоций.

В узком смысле слова эмоциональная креативность – это способность, составляющая общей креативности, и как любая способность связана с деятельностью, обеспечивает эффективность усвоения и выполнения какой-то конкретной деятельности.

Обобщая вышесказанное, можно констатировать, что самопрезентация личности является общей, фундаментальной характеристикой социального поведения, принимающей как осознаваемый, так и неосознаваемый характер и представляющей собой:

- сложная, целостная система взаимосвязанных компонентов, содержание которой определяется наличием субъект-объектной деятельности на разных уровнях сознания, спецификой ситуации и самопрезентации, а также личностными особенностями самовыражения

- комплексный социально-психологический феномен, проявляющийся в поведении человека в ситуациях социального взаимодействия и находящийся под влиянием личностных, мотивационных и ситуативных факторов.

Анализ работ отечественных психологов по теме межличностных отношений показал, что межличностные отношения - это объективно переживаемые взаимные связи между людьми, реализуемые в разной

степени, которые объективно проявляются в том, как люди влияют друг на друга в процессе совместной деятельности и общения.

В рамках проведения исследования нами были решены поставленные эмпирические задачи:

– Проведено психодиагностическое обследование испытуемых по выбранным методикам исследования: в частности, с помощью «Шкалы измерения тактик самопрезентации» С. Ли и др. в адаптации О.А. Пикулевой совокупная выборка исследования была дифференцирована на группы лиц, предпочитающих тактики самопрезентации защитного и ассертивного типов.

– С помощью критерия Шапиро–Уилка полученные по методикам данные были проверены на нормальность распределения. По результатам статистических расчетов можно заключить, что проверяемое распределение не отличается от нормального.

– Перед реализацией сравнительного анализа с помощью критерия Брауна–Форсайта мы проверили соблюдение принципа равенства дисперсий для изучаемых данных – дисперсии по всем показателям являются равными в сравниваемых группах, что, наряду с соответствием данных закону нормального распределения, является условием корректного применения t-критерия Стьюдента для двух независимых выборок.

– С помощью t-критерия Стьюдента для двух независимых выборок было выявлено, что лицам, предпочитающим тактики самопрезентации ассертивного типа, свойственна меньшая выраженность таких видов дисфункциональных межличностных отношений как «конфликтность», «отчужденность», большая выраженность таких компонентов эмоциональной креативности как «новизна», «аутентичность» по сравнению с лицами, предпочитающими тактики самопрезентации защитного типа.

Ассертивные тактики самопрезентации характеризуются активным выражением субъектом в общении своих ресурсных личностных качеств, открытым обсуждением цели коммуникации со своим партнером, что связано с уверенностью личности в себе, ее психологической устойчивостью

и способностью к продуктивному построению межличностных отношений на основе самоуважения и уважения к Другому.

Такие индивиды используют психологические стратегии, которые позволяют им проявлять свою индивидуальность, справляться с внешними вызовами и эффективно взаимодействовать с окружающими. Это объясняет, почему лицам с предпочтением ассертивных тактик самопрезентации более свойственна высокая выраженность таких компонентов эмоциональной креативности, как «аутентичность» и «новизна».

Аутентичность предполагает соответствие поведения личности её социально-психологическим установкам и ценностям. У индивидов, практикующих ассертивные тактики самопрезентации, это проявляется в способности к честному самовыражению и стремлению избегать несоответствия между внутренней идентичностью и внешней её демонстрацией. Их самопрезентация служит средством реализации подлинного «Я», что способствует формированию и укреплению эмоциональной аутентичности.

Новизна, как компонент эмоциональной креативности, отражает склонность к поиску новых способов проявления эмоций и генерации уникальных эмоциональных состояний и реакций. Ассертивное поведение предполагает готовность выходить за рамки стандартных моделей эмоционального самовыражения, что стимулирует творческое развитие межличностных отношений индивидов.

Таким образом, эти испытуемые способны к принятию себя, своих достоинств и ограничений, открыто проявляют свое Я в общении и готовы к генерации новых эмоциональных реакций и состояний в нестандартных коммуникативных ситуациях.

В противоположность этому, лицам, предпочитающим защитные тактики самопрезентации, свойственно преобладание таких субъективных оценок межличностных отношений как «конфликтность» и «отчужденность».

Отдельно обратим внимание на то, что методика С.В. Духновского предполагает диагностику субъективного оценивания личностью контента ее межличностных отношений, иначе говоря, оценка изучаемыми индивидами их межличностных отношений может не совпадать с оценками их партнеров по общению и объективными характеристиками коммуникативной ситуации.

Конфликтное восприятие межличностных отношений может быть обусловлено различием ценностей, стилей общения или личных целей партнеров по коммуникации по оценке одного из ее участников. В подобных ситуациях рассогласования значимых ценностей индивиды могут испытывать трудности в поддержании гармоничных и конструктивных отношений, что негативно отражается на их социальной адаптации и психологическом благополучии.

Кроме того, испытуемые с преобладанием защитных тактик самопрезентации могут ожидать проявление враждебности и недоброжелательности от окружающих, вследствие чего стремиться или защищаться, или нападать в общении. Также они преимущественно оценивают свои межличностные отношения как отчужденные. Это говорит о дефиците эмоциональной близости и глубины в значимых взаимодействиях.

Однако принимая во внимание субъективный характер оценивания межличностных отношений, можем предположить, что индивид может приписывать собственную отчужденность другим людям, вследствие чего не проявлять готовность к общению с ними, а, напротив, занимать защитную позицию в коммуникации. Или же формальный характер многих видов отношений (например, профессиональных) действительно может способствовать восприятию субъектом его межличностных отношений как отчужденных.

Таким образом, в основе предпочтения субъектом ассертивных или защитных тактик самопрезентации могут лежать сложные психологические механизмы, объяснение которых выходит за рамки нашего исследования, поскольку не составляет его предмет. Например, субъективное оценивание

отношений как отчужденных или конфликтных может быть связано с неблагоприятным опытом построения межличностных отношений, со спецификой иных социально-психологических условий развития личности.

Этот тезис справедлив и в отношении развития компонентов эмоциональной креативности, которое тесно связано с эмоциональным опытом личности, моделями поведения и эмоционального реагирования, демонстрируемыми значимыми Другими и др.

– Разработаны психологические рекомендации по актуализации эмоциональной креативности в межличностных отношениях. Отдельно нами были рассмотрены современные исследования практик геймификации развития эмоциональной креативности и предложены конкретные инструменты, которые могут найти применение в разработке программ психологической профилактики и коррекции эмоциональной сферы личности, включенной в цифровые коммуникации.

**Заключение.** Данное исследование было направлено на выявление психологических особенностей эмоциональной креативности и межличностных отношений у лиц, предпочитающих разные тактики самопрезентации.

Основная гипотеза исследования полностью подтвердилась: существуют различия в психологических особенностях эмоциональной креативности и межличностных отношений у лиц, предпочитающих разные тактики самопрезентации.

Дополнительная гипотеза исследования подтвердилась частично: лицам, предпочитающим тактики самопрезентации ассертивного типа, свойственна меньшая выраженность таких видов дисфункциональных межличностных отношений как «конфликтность», «отчужденность», большая выраженность таких компонентов эмоциональной креативности как «новизна», «аутентичность» по сравнению с лицами, предпочитающими тактики самопрезентации защитного типа.

Частичное подтверждение выдвинутой дополнительной гипотезы может быть связано с комплексным характером феномена эмоциональной креативности, его полидетерминированностью индивидуально-психологическими качествами, не составляющими предмет настоящего исследования.

К ограничениям проведенного исследования можно отнести малый объем выборки исследования, преобладание в ней лиц женского пола, изучение только двух векторов самопрезентации – ассертивного и защитного (что связано с ограниченной методической базой – дефицитом отечественных методик для диагностики особенностей самопрезентации).

К перспективам проведенного исследования можно отнести возможность разработки и апробации программы психологического сопровождения развития эмоциональной креативности субъекта в контексте межличностного общения в условиях проведения лонгитюдного исследования. При этом возможно учитывать достижения современной киберпсихологии, в частности, внедрять практики геймификации для развития эмоциональной креативности лиц подросткового и молодежного возраста, включенных информационно перенасыщенную виртуальную среду межличностного общения.