Check for updates

Психолого-педагогическая поддержка развития человека в образовательных процессах

УДК 159.9

https://www.doi.org/10.33910/3034-4255-2025-2-2-133-144

Особенности самопрезентации студентов с различным отношением к своей внешности

А. Н. Кошелева✉, А. А. Лебедева

Аннотация. Рассматриваются теоретические подходы к пониманию понятий «самопрезентация» и «отношение к внешности». Анализируются особенности самопрезентации и ее тактики в соотнесении с отношением к своей внешности у студентов. Целью исследования стало выявление особенностей самопрезентации студентов с различным отношением к своей внешности. Объектом исследования стали студенты (выборка состоит из 50 респондентов (юношей и девушек) в возрасте от 18 до 27 лет.). Предмет исследования — особенности самопрезентации и отношение к своей внешности у студентов. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что девушки и юноши имеют специфические различия в отношении к своей внешности и тактиках самопрезентации. В исследовании были использованы методики «Шкала измерения тактик самопрезентации» С. Ли, Б. Куигли, М. Неслера, А. Корбетта, Дж. Тедеши (в адаптации и модификации О. А. Пикулевой, В. В. Хороших), методика «Анкета внешности» Л. В. Куликова и Н. П. Орловой, методика «Кто я?» М. Куна и Т. Мак-Партланда в адаптации и модификации Т В. Румянцевой, а также авторская анкета, предназначенная для выявления удовлетворенности своей внешностью у студентов и изучения оценки роли внешности в различных коммуникативных ситуациях. Проведен сравнительный анализ между группой юношей и группой девушек. Выявлены гендерные различия в тактиках самопрезентации и отношении к своей внешности у студентов. Результаты исследования подтвердили выдвинутую гипотезу о наличии гендерных различий в отношении к своей внешности и тактиках самопрезентации. Девушки и юноши продемонстрировали разные стратегии и приоритеты в формировании своего образа, подчеркивая важность внешности в различных контекстах общения.

Ключевые слова: самопрезентация, тактики самопрезентации, отношение к внешности, студенты, гендерные различия

Self-presentation among students with different attitudes toward their appearance

A. N. Kosheleva✉, A. A. Lebedeva

Abstract. This article examines theoretical approaches to understanding the concepts of 'self-presentation' and 'attitude toward appearance'. The study aimed to identify the distinctive features of self-presentation among students with varying attitudes toward their appearance. The research hypothesis was that male and female students exhibit gender-specific differences in their attitudes toward appearance and in their self-presentation tactics. The sample comprised 50 university students (male and female) aged 18 to 27 years. The study employed the following methods: the Self-Presentation Tactics Scale by S. Lee, B. Quigley, M. Nesler, A. Corbett, and J. Tedeschi (adaptated by O. A. Pikuleva and V. V. Khoroshikh); the Appearance Questionnaire by L. V. Kulikov and N. P. Orlova; the 'Who Am I?' method by M. Kuhn and T. McPartland (adapted by T. V. Rumyantseva); an an original questionnaire designed to assess students' satisfaction with their appearance and to examine the perceived role of appearance in various communicative situations. A comparative analysis was conducted between male and female participants. Gender differences in self-presentation tactics

and attitudes toward appearance were observed. The results confirmed the hypothesis, indicating that male and female students differ both in their attitudes toward their appearance and in their self-presentation tactics. They demonstrated different strategies and priorities in shaping their self-image, highlighting the significance of appearance in various communication contexts.

Keywords: self-presentation, self-presentation tactics, attitude toward appearance, students, gender differences

Научная проблема самопрезентации и ее связи с отношением к внешности студентов до сих пор активно изучается в многочисленных работах психологов, социологов и специалистов в сфере образования. Современные исследования показывают, что самопрезентация важна в формировании самосознания. Однако многие работы сосредоточены лишь на общих аспектах самопрезентации без глубокого анализа и погружения во влияние индивидуального отношения студента к своей внешности. Это создает пробелы в знании о том, как отношение к своей внешности влияет на выбор стратегий самопрезентации.

В условиях общественного давления и критических стандартов красоты влияние внешнего вида на самооценку и самопрезентацию становится все более актуальным и интересным для изучения.

Проведение данного исследования обусловлено необходимостью пополнения уже существующих научных данных о взаимосвязи самопрезентации и восприятия своей внешности. Результаты исследования могут быть применены в образовательных учреждениях для разработки программ поддержки студентов с целью повышения уровня психологического комфорта.

Первооткрывателем понятия «самопрезентация» был Ирвинг Гофман (Казаков 2017). В работе «Представление себя другим в повседневной жизни» социолог обосновал теорию социальной драматургии, включив в нее явление самопрезентации (Гоффман 2000, 27). Как отмечал И. Гоффман, «человек в процессе социального взаимодействия способен не только смотреть на себя глазами партнера, но и корректировать собственное поведение в соответствии с ожиданиями другого, чтобы создать наиболее благоприятное впечатление о себе и достичь наибольшей выгоды от этого взаимодействия» (Гоффман 2000, 17). Обобщая его идею, можно сказать, что независимо от того, есть ли у человека какое-то намерение или нет, он в будет заинтересован в контроле над поведением другого человека.

Изучение самопрезентации как способа выражения образа субъекта берет начало из работ У. Джемса. Он рассматривал глобальное, личностное Я как «двойственное образование, соединяющее в себе Я-сознающее и Я-как-объект, две стороны одной целостности, всегда существующие одновременно, причем первая из них представляет собой чистый опыт (Я-сознающее), вторая — содержание этого опыта (Я-как-объект)» (Перелыгина 2002, 25)

В свою очередь, Д. Майерс утверждал, что «человек, создавая впечатление, всегда управляет им. И именно самопрезентация является составляющим для управления впечатлением». В данном контексте она становится актом самовыражения, целью которого является формирование положительного образа себя, впечатления о себе в соответствии с определенными идеалами других людей.

Множество работ В. В. Хороших посвятила феномену «самопрезентация» (Хороших 2013; 2018; Хороших, Чарыкова 2017; Хороших, Широкая 2012). В одной из них В. В. Хороших отмечает, что «большинство исследователей феномена самопрезентации солидарны с тем, что самопрезентация является одним из способов регуляции взаимодействий человека с социальной средой, а также что самопрезентация представляет собой поведенческий компонент в структуре “образа Я” личности» (Хороших, Чарыкова 2017, 104).

Как и потребность в самопрезентации, отношение к внешности является одной из важных проблем для подростков, юношей и девушек. В целом отношение к внешности является важным компонентом Я-концепции школьника и студента и влияет на его самооценку, уверенность и социальные взаимодействия.

Внешность — это внешний облик человека, физические характеристики, воспринимаемые другими. Изучением внешнего облика занимаются такие ученые, как Е. Ф. Агильдиева, А. А. Бодалёв, О. Г. Кукосян, В. Н. Куницына, В. Н. Панферов, К. Д. Шафранская и др. (Алмазова 2009).

Собственный внешний вид, собственная внешность самого человека постоянно подвер-

 https://www.doi.org/10.33910/3034-4255-2025-2-2-133-144

галась и подвергается социальной оценке, которая оказывает довольно значительное влияние на формирование образа-Я, самооценку, самоотношение человека.

Вопросам самопрезентации уделено достаточное количество исследований, так же как и вопросам отношения к своей внешности. Однако нас больше интересуют особенности тактик самопрезентации и отношения к своей внешности, а также различия в тактиках самопрезентации в зависимости от отношения к своей внешности. Таким образом, цель нашего исследования — выявить особенности самопрезентации студентов с различным отношением к своей внешности. Объектом в исследовании являются студенты. Предметом — особенности самопрезентации и отношение к своей внешности у студентов. Гипотеза исследования состоит в том, что девушки и юноши имеют специфические различия в отношении к своей внешности и тактиках самопрезентации.

Для выявления особенностей самопрезентации, проявления стратегий и тактик самопрезентации мы использовали методику «Шкала измерения тактик самопрезентации» С. Ли, Б. Куигли, М. Неслера, А. Корбетта, Дж. Тедеши (в адаптации и модификации О. А. Пикулевой, В. В. Хороших) (Хороших 2018). Для выявления отношения к своей внешности использована методика «Анкета внешности» Л. В. Куликова и Н. П. Орловой (Куликов, Орлова 2002) Эта анкета предназначена для выявления удовлетворенности своей внешностью. Также была использована методика «Кто я?» М. Куна и Т. Мак-Партланда в адаптации и модификации Т. В. Румянцевой (Кошелева, Хороших 2024), которая предназначена для изучения особенностей представления о себе у человека. Также была создана авторская анкета, предназначенная для выявления удовлетворенности своей внешностью у студентов, а также выявления оценки роли внешности в различных коммуникативных ситуациях.

В исследовании приняли участие 50 респондентов, среди которых равномерно представлены юноши и девушки в возрасте 18–27 лет. В ходе исследования были получены соответствующие данные, на основании которых был произведен анализ средних значений, корреляционный и качественный анализ.

С целью выявления уровневых различий средних показателей, характеризующих особенности самопрезентации и отношения к своей внешности у студентов-девушек (1-я группа) и студентов-юношей (2-я группа), был проведен анализ значимости различий средних показателей по U-критерию Манна — Уитни. Результаты представлены в таблице 1.

Были получены значимые различия по следующим показателям: перестраховка, самовредительство и оценка отдельных сторон внешности.

Значимо выше у группы девушек показатель «Перестраховка». Это означает, что девушки наиболее склонны к такой тактике, чем юноши. Так, девушки заранее, до наступления негативных событий стремятся представить другим объяснения возможным промахам и неудачам со своей стороны.

При этом у группы юношей значимо выше показатель «Самовредительство», что говорит о том, что юноши наиболее склонны к созданию неких препятствий на пути к своему успеху для того, чтобы другие люди не думали о личной причастности субъекта к неуспеху.

Также значимо выше показатель «Оценка отдельных сторон внешности» у группы юношей. Это говорит о том, что юноши наиболее склонны к оценке отдельных сторон своей внешности, и они для них более значимы, чем для девушек.

Анализ показал, что девушки наиболее склонны к принятию своих неудач и готовы признать их перед публикой, заранее представив объяснения, а юноши, в свою очередь, наоборот, не готовы принимать личную причастность к своим неудачам и уж тем более признавать

Табл. 1. Средние значения и стандартные отклонения 1–2-й групп

Table 1. Means and standard deviations for Groups 1 and 2

Название показателя	Средние значения и стандартные отклонения группы девушек	Средние значения и стандартные отклонения группы юношей	Уровневое значение
Перестраховка	4,7 (1,77)	4,36 (2,25)	0,1 %
Самовредительство	4,5 (1,44)	4,8 (2,17)	5 %
Оценка отдельных сторон внешности	51,6 (10,82)	55,12 (12,33)	5 %

и представлять это перед публикой. Также для юношей больше значима их внешность, чем для девушек.

С целью изучения взаимосвязей отношения к внешности и различных тактик самопрезентации у группы студентов девушек и группы студентов юношей был проведен корреляционный анализ.

Анализ показал, что у девушек наибольшее количество взаимосвязей имеет показатель «Ассертивная стратегия». Он имеет положительную корреляционную связь с показателем «Предполагаемая оценка внешности со стороны других людей» и «Деятельное Я». Это означает, что чем больше девушки используют ассертивную стратегию самопрезентации, используют активные попытки сформировать положительное впечатление о себе, тем более позитивно они предполагают оценку своей внешности со стороны других людей. Также чем больше девушки используют ассертивную стратегию, тем более у них развит компонент «Деятельного Я», который отражает восприятие себя как активного, компетентного, способного достигать целей и влиять на окружающий мир. Данная связь с ассертивной стратегией говорит о том, что уверенность в себе и своих способностях проявляется у девушек в отношении не только своей внешности, но и активной жизненной позиции, то есть девушки с развитым «Деятельным Я» не боятся брать на себя ответственность, проявлять инициативу и добиваться успеха. Их самопрезентация характеризуется уверенностью и акцентом на свои достижения.

Существует положительная корреляционная взаимосвязь между показателями «Оценка отдельных сторон внешности», «Предполагаемая оценка внешности со стороны других людей» и «Удовлетворенность внешностью». Это означает, что чем выше показатель «Оценки отдельных сторон внешности», тем положительнее девушки оценивают предполагаемую оценку внешности со стороны других людей и тем больше они удовлетворены своей внешностью. Это также влияет на показатель «Уход за внешностью»: чем больше девушки удовлетворены своей внешностью, тем больше они уделяют времени уходу за ней.

Отрицательную корреляционную связь имеет показатель «Физическое Я» и «Инграциация, формирование благосклонности». Это означает, что чем ниже девушки оценивают свое физическое Я, тем меньше они будут стараться понравиться другим, стараться угодить и т. д.

Отрицательные корреляционные связи имеет и показатель «Возраст» с показателями «Признание вины», «Перестраховка», «Отрицание, диссоциация» и «Защитная стратегия». Это означает, что чем младше девушки, тем меньше они используют такие тактики самопрезентации, как признание вины, перестраховка и отрицание. Меньше используют защитную стратегию в целом.

Таким образом, анализ показал, что отношение к внешности у девушек играет важную роль в самопрезентации, опосредуя выбор тактик для соответствия социальным стандартам и формирования желаемого впечатления. При этом чем старше девушки, тем больше они используют защитные механизмы, а отрицательная оценка «Физического Я» связана с отсутствием мотивации к установлению социальных связей и к использованию положительной самопрезентации. Ключевую роль в формировании активной позиции в обществе и использовании не всегда социально приемлемых тактик самопрезентации играет «Деятельное Я» у девушек.

Также был проведен корреляционный анализ среди группы студентов юношей. Наибольшее количество взаимосвязей имеет показатель «Оправдания». Данный показатель у юношей так же, как и у девушек, имеет положительную корреляционную связь с показателями «Просительство», «Отрицание, диссоциация» и «Защитная стратегия». Это означает, что чем выше показатель «Оправдания» у юношей, тем чаще они используют защитную тактику, используют слова, отрицающие их ответственность за какие-либо негативные события, и так же, как и девушки, представляют себя как слабого человека, чтобы получить помощь от других. Однако, в отличие от девушек, у юношей отсутствует корреляционная связь показателя «Оправдания» с показателем «Признание вины». У юношей показатель «Оправдания» имеет положительную корреляционную связь с показателями «Вредительство оппозиции» и «Утверждение своих прав, полномочий». Это означает, что чем выше показатель «Оправдания», тем чаще юноши проявляют «Вредительство оппозиции», действия, направленные на подрыв чужих достижений и «Утверждение своих прав, полномочий», то есть агрессивное отстаивание своих интересов. Юноши прибегают к «Вредительству оппозиции» как способу компенсации и повышения самооценки. Оправдания же используются для смягчения негативных последствий своих действий. Также юноши могут оправдывать свои действия, чтобы сохранить положительный имидж, даже если эти действия противоречат общепринятым нормам. Активное утверждение своих прав может рассматриваться ими как

 https://www.doi.org/10.33910/3034-4255-2025-2-2-133-144

способ оправдания своих поступков и демонстрации уверенности в себе.

Положительную корреляционную связь имеют показатели «Предполагаемая оценка внешности со стороны других людей», «Утверждение своих прав, полномочий» и «Отрицание, диссоциация». Это означает, что чем выше показатель «Предполагаемой оценки внешности со стороны других людей», тем больше юноши используют тактики «Утверждение своих прав, полномочий» и «Отрицание, диссоциация». То есть юноши могут пытаться контролировать впечатление, которое они производят на других, активно демонстрируя силу и уверенность в себе, а также отрицая или игнорируя любые недостатки, поскольку они уверены в положительной оценке внешности со стороны других людей.

Отрицательную корреляционную связь имеет показатель «Возраст» и «Удовлетворенность внешностью». Это означает, что чем младше юноши, тем меньше они удовлетворены своей внешностью, в отличии от девушек, которые удовлетворены своей внешностью вне зависимости от возраста. Однако показатель «Возраст» также имеет и положительную корреляционную связь с показателем «Оценка отдельных сторон внешности». Это означает, что чем старше юноши, тем положительнее, детальнее и более осознанно они оценивают отдельные аспекты своей внешности.

В отличие от девушек, у юношей показатель «Уход за внешностью» имеет множество отрицательных корреляционных взаимосвязей. Например, показатель имеет отрицательную корреляционную связь с показателем «Социальное Я». Это означает, что чем меньше юноши тратят времени на уход за своей внешностью, тем меньше у них развито «Социальное Я», т. е. тем меньше они идентифицируют себя частью какой-либо социальной группы через свою внешность.

Также, в отличие от девушек, у юношей показатель «Физическое Я» имеет положительную корреляционную связь с показателем «Инграциация, формирование благосклонности». Это означает, что чем выше юноши оценивают свое физическое Я, тем больше они будут стараться понравиться другим, стараться угодить и т. д., в отличие от девушек.

Таким образом, анализ показал, что у юношей наблюдается большая независимость от социальных норм и приоритет внутренних качеств. У юношей более явно прослеживается связь между оправданием своих действий и использованием агрессивных стратегий, что может указывать на проблемы с самооценкой и незрелостью. С возрастом молодые люди приобретают более дифференцированное и осознанное отношение к своей внешности, хотя уход за собой может рассматриваться ими как менее значимая деятельность.

С целью изучения вопроса: помогает ли внешность в ситуациях делового/неформального общения был проведен качественный анализ. Результаты представлены на рисунках 1–8.

Ситуацией делового общения, где внешность больше помогла девушкам, является «Принятие на работу» (20 %), также в целом в «Работе» (12 %). Девушки отмечали важность их опрятности, аккуратности, они считали важными приятные черты лица как на собеседовании, так и на рабочем месте (рис. 1). 16 % девушек отметили, что

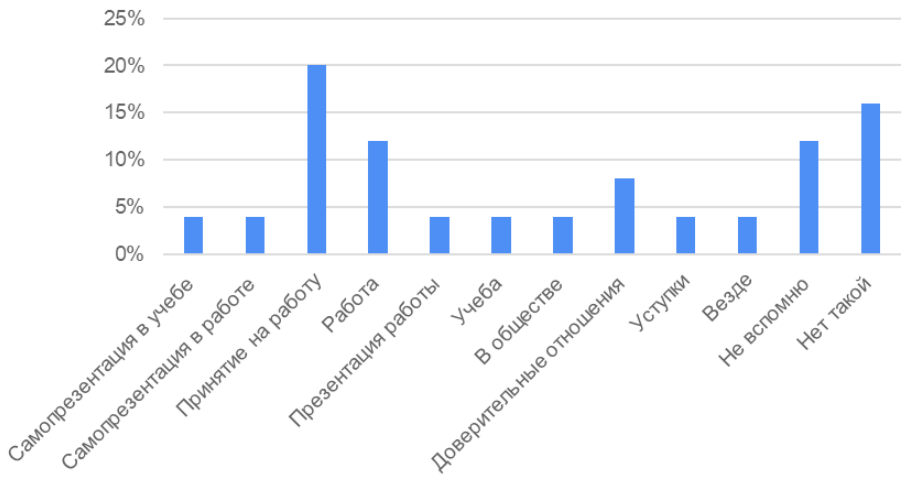

Рис. 1. Внешность помогла в деловом общении (группа девушек)

Fig. 1. Appearance facilitated business communication (female group)

«Нет такой» ситуации, а 12 % девушек отметили, что «Не вспомнят» такой ситуации. Другими словами, четверть девушек говорят о том, что внешность вообще никак не помогла им в деловом общении. Однако внешность девушек помогает им в ситуациях делового общения для укрепления и создания доверительных отношений на рабочем месте, это отражается в ситуации «Доверительные отношения» (8 %). Такие ситуации, как «Самопрезентация в учебе», «Самопрезентация в работе», «Презентация работы», «Учеба», «В обществе», «Уступки» и в целом «Везде», отметили 4 % девушек.

Ситуациями, где внешность помогла в деловом общении юношам, являются «Принятие на работу» (24 %) и также «Работа» в целом (12 %). Однако также 16 % юношей ответили, что «Нет такой» ситуации, а 4 % отметили «Не вспомню». Другими словами, четверть юношей говорят о том, что внешность не помогла им в деловом общении. Также внешность в деловом общении помогала в ситуациях «Кастинг» (8 %) и ведение «Делового общения» (8 %) с коллегами в целом (рис. 2).

Ситуации «Учеба», «Место работы», «Знакомства на работе с коллегами противоположного пола», «Люди прислушиваются» и «На сцене» отметили 4 % юношей.

24 % девушек отметили, что «Нет такой» ситуации, где внешность помогла им в неформальном общении; 8 % отметили «Не вспомню» (рис. 3), то есть большинство девушек говорят о том, что внешность не помогла им и в ситуации неформального общения. Однако ситуациями неформального общения, где внешность все же помогла девушкам, являются «Новые знакомства» (20 %). Девушки отмечали, что схожесть в стиле одежды, образе и т. д. положительно сказывается на построении новых знакомств. Также ситуацией неформального общения, где внешность помогла девушкам, является ситуация «Притягивание людей» (8 %) и «Вечеринка» (8 %). «Знакомства с противоположным полом», «Знакомства с родителями партнера», «Подарки от противоположного пола», «Встречи со старыми друзьями», «Улыбки прохожих», «Комплименты», «Предложения по работе» и «Всегда» отметили 4 % девушек.

Ситуация, где внешность больше помогла в неформальном общении юношам, однозначно является «Знакомство с противоположным полом» (52 %) (рис. 4). Юноши отмечали, что это дает им уверенность в себе и своей привлекательности. Также можно выделить «Новые знакомства» (12 %). Однако 12 % юношей отметили, что «Нет такой ситуации» и 4 % «Не вспомню». Ситуации «В детстве», «Люди боятся», «Отделение милиции», «Дома» и «Вечеринка» отметили 4 % юношей.

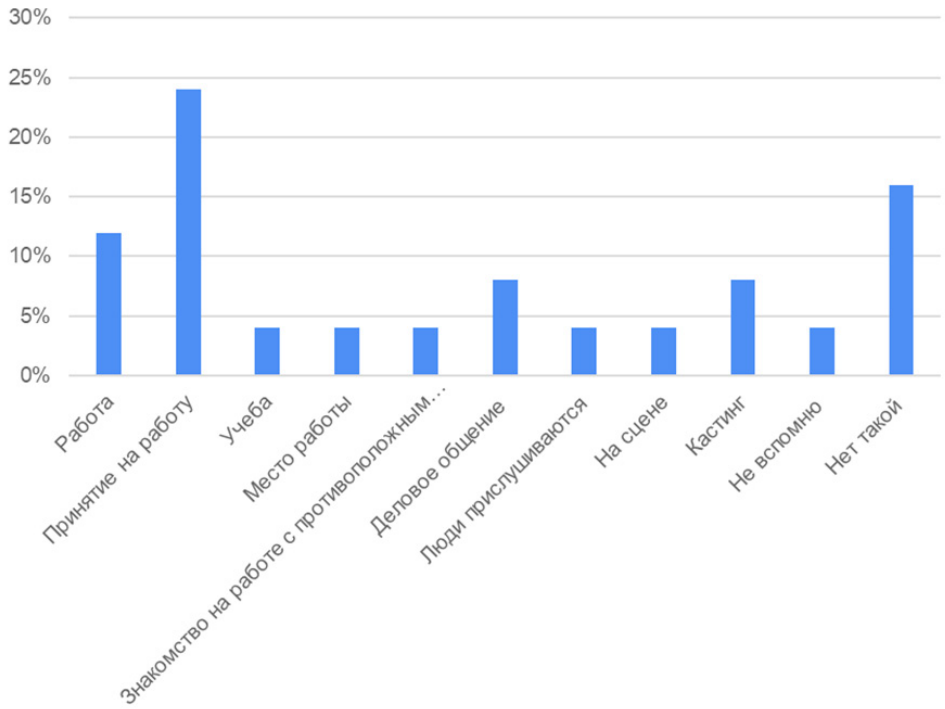

Рис. 2. Внешность помогла в деловом общении (группа юношей)

Fig. 2. Appearance facilitated business communication (male group)

https://www.doi.org/10.33910/3034-4255-2025-2-2-133-144

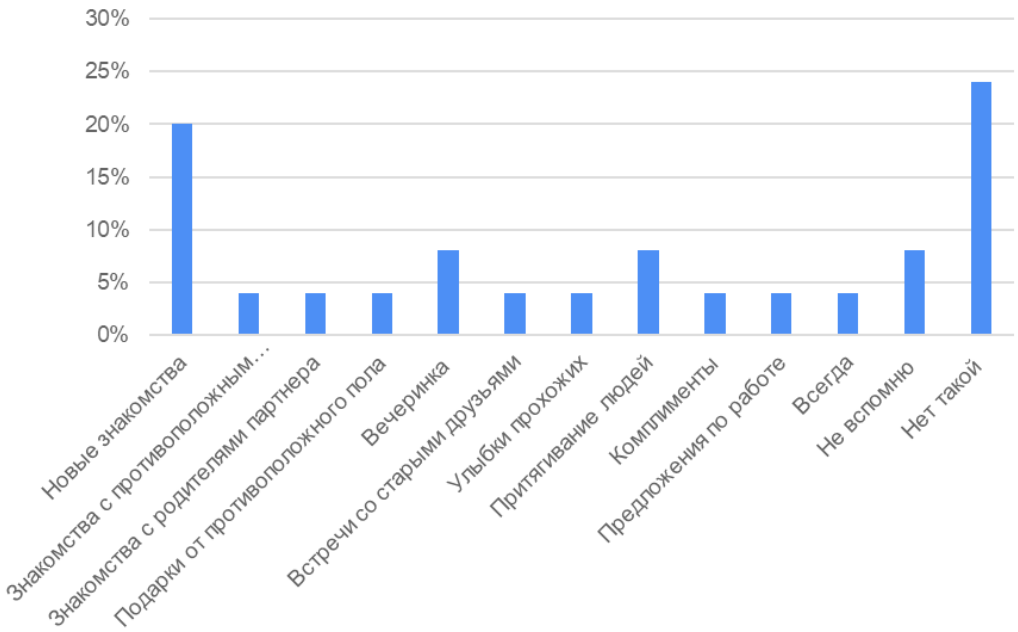

Рис. 3. Внешность помогла в неформальном общении (группа девушек)

Fig. 3. Appearance facilitated informal communication (female group)

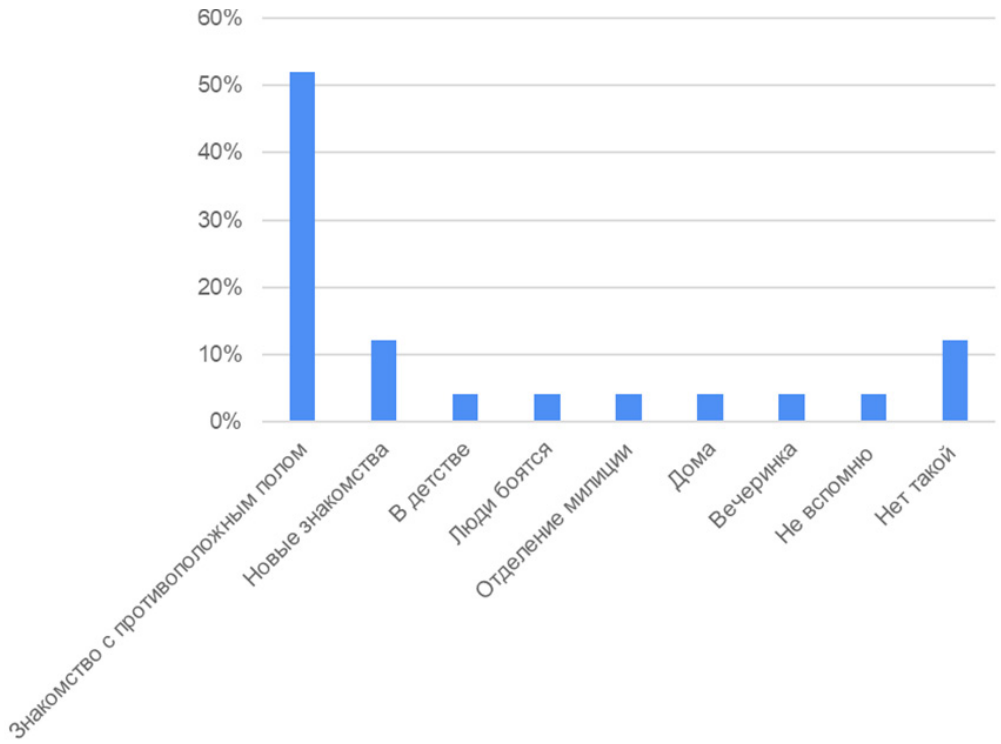

Рис. 4. Внешность помогла в неформальном общении (группа юношей)

Fig. 4. Appearance facilitated informal communication (male group)

Ситуаций делового общения, где внешность больше помешала девушкам, не так много. Однако все же можно выделить ситуацию «Принятие на работу» (16 %) (рис. 5). 48 % девушек отметили, что «Нет такой» ситуации, и 8 % «Не вспомню». Девушки отмечали важность формального, аккуратного и строгого образа. Также внешность девушек мешает им в ситуациях делового общения создавать положительное отношение к себе со стороны других людей, это отражается в ситуации «Отношение к человеку» (8 %). Девушки отмечали плохое обращение к себе со стороны других людей, сравнения, переходы границ. Ситуации «Общение с клиентами», «Учеба», «Налаживание делового контакта», «Поликлиника» и «Кастинг» отметили всего 4 % девушек.

Ситуаций, когда внешность помешала в деловом общении юношам, не очень много среди всей выборки (рис. 6). 56 % юношей отметили,

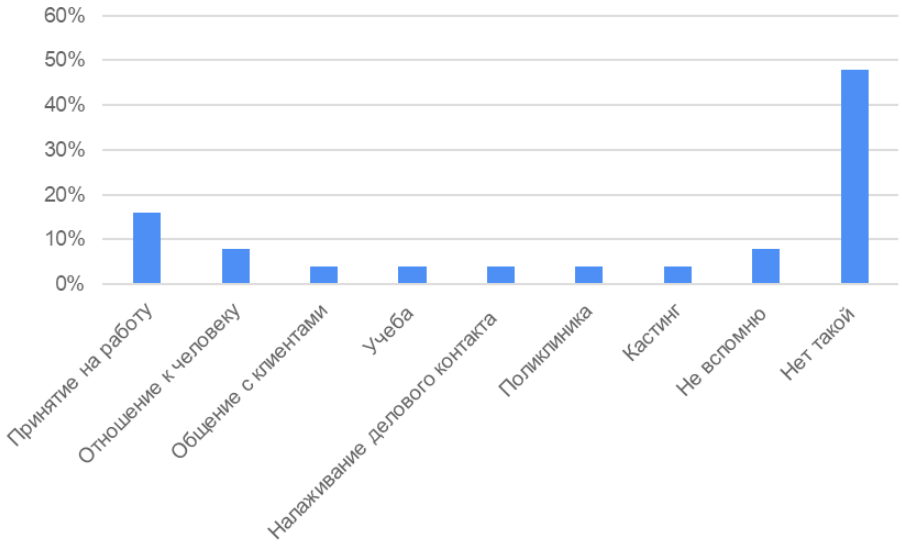

Рис. 5. Внешность помешала в деловом общении (группа девушек)

Fig. 5. Appearance hindered business communication (female group)

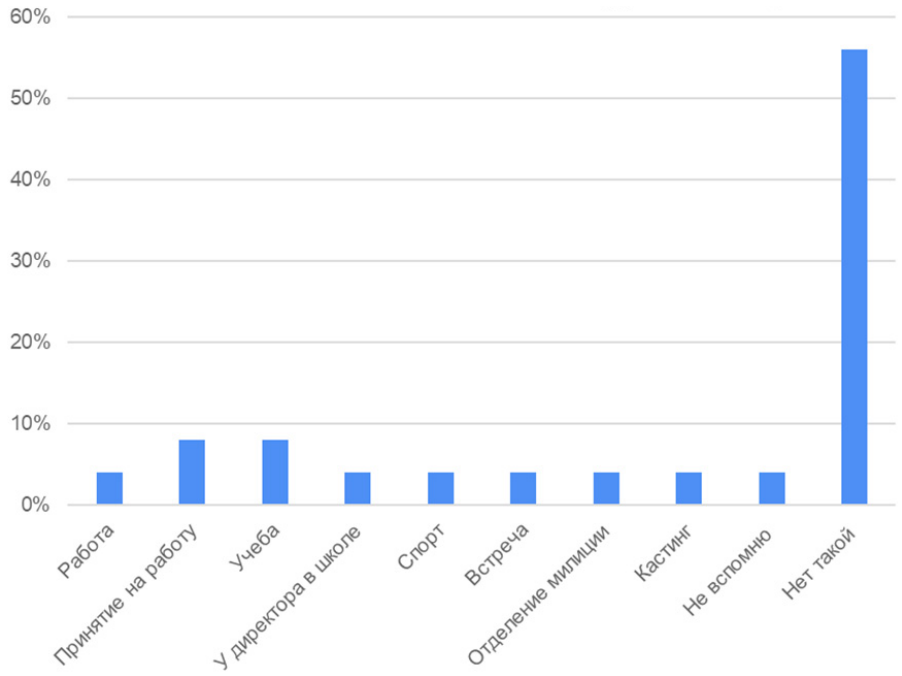

Рис. 6. Внешность помешала в деловом общении (группа юношей)

Fig. 6. Appearance hindered business communication (male group)

https://www.doi.org/10.33910/3034-4255-2025-2-2-133-144

что «Нет такой» ситуации, а 4 % отметили «Не вспомню». Однако можно выделить ситуацию «Прием на работу» (8 %) и «Учеба» (8 %). Ситуации «Работа», «У директора в школе», «Спорт», «Встреча», «Отделение милиции» и «Кастинг» отметили 4 % юношей.

Ситуаций, когда внешность помешала девушкам в неформальном общении, не так много. 48 % девушек отметили, что «Нет такой» ситуации, а 16 % отметили «Не вспомню» (рис. 7). Скорее всего девушки уходят от ответа. Можно выделить то, что внешность в некоторой степени мешает девушкам в неформальном общении, поскольку 12 % отметили показатель «Не воспринимают всерьез» (12 %). Также то, что внешность мешает девушкам в неформальном общении, отражено в ситуациях «Непринятие со стороны сверстников» (8 %). Ситуации «Новые знакомства», «Регистрация временного вида на жительство», «Родственники», «Не продают напитки 18+», «В театре» и «Неопрятный внешний вид» отметили 4 % девушек.

Ситуаций, где внешность помешала в неформальном общении юношам, как таковых тоже не много: можно выделить ситуации «Буллинг» (8 %), «Знакомство с противоположным полом» (8 %), которые отражаются в неуверенности в себе и в том, подходит ли внешность под «стандарты». 48 % юношей отметили, что «Нет такой» ситуации, а 16 % отметили «Не вспомню». Также юноши отмечали, что за привлекательную внешность не получить положительных оценок (ситуацию «Учеба» отметили 8 %). Ситуации «Новые знакомства», «Во дворе», «Отделение милиции» и «В магазине» отметили 4 % юношей (рис. 8).

Качественный анализ показал, что девушки не видят особого значения внешности для оптимизации делового и неформального общения, но она им и не мешает. Юноши, наоборот, говорят о том, что внешность помогает как в деловом, так и в неформальном общении, но не мешает совсем. Однако внешность действительно помогает в успешном трудоустройстве, в общении с коллегами, но также мешает при несоответствии формальным требованиям и аккуратности, что приводит к предвзятому отношению со стороны коллектива.

Также внешность помогает при установлении новых неформальных контактов, особенно при схожести стиля оформления внешности, и помогает в привлечении внимания противоположного пола. Однако внешность может и мешать, создавая у других людей несерьезное отношение к субъекту, непринятие. Девушки не склонны акцентировать внимание на внешнем виде для формирования положительного отношения к себе в целом как в деловой, так и в неформальной сферах, однако больше говорят о значении внешности в деловом общении. Тем временем

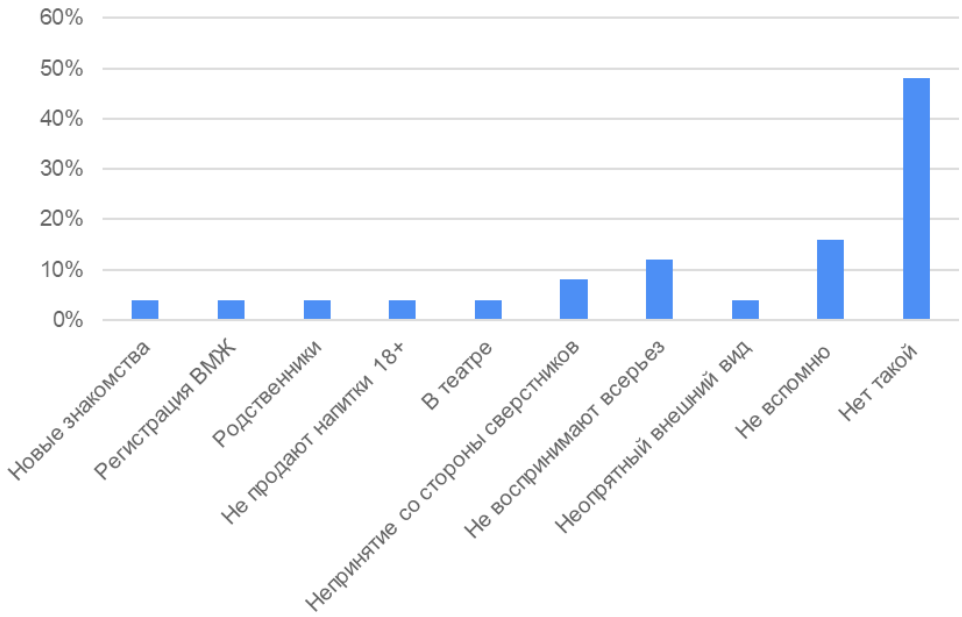

Рис. 7. Внешность помешала в неформальном общении (группа девушек)

Fig. 7. Appearance hindered informal communication (female group)

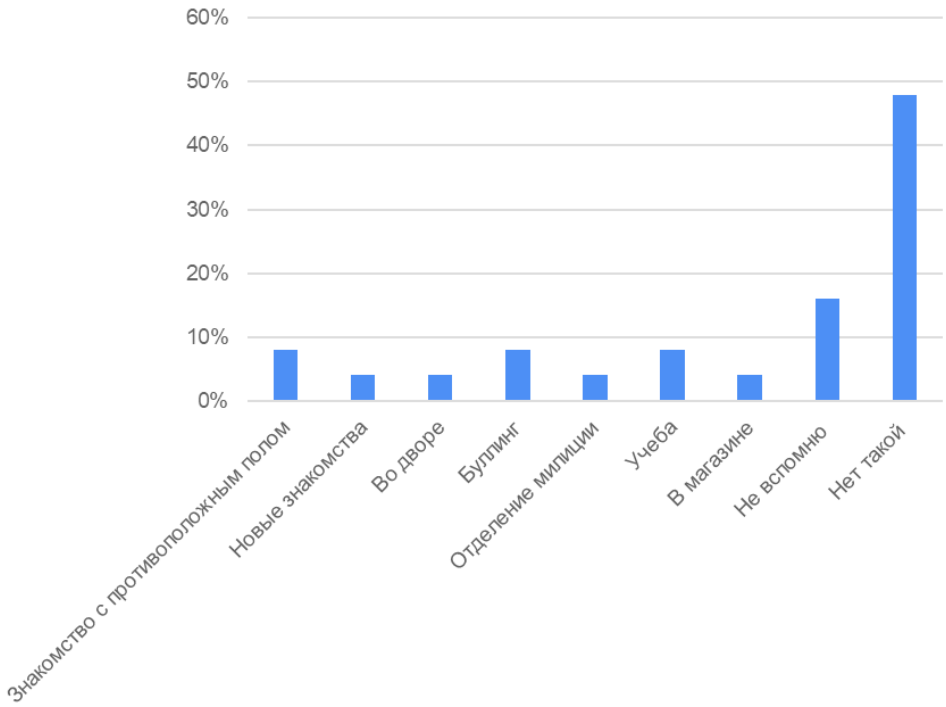

Рис. 8. Внешность помешала в неформальном общении (группа юношей)

Fig. 8. Appearance hindered informal communication (male group)

юноши акцентируют внимание на важности внешнего вида для успешного знакомства и построения отношений с противоположным полом.

Проведенное исследование было направлено на изучение особенностей самопрезентации студентов с различным отношением к своей внешности, с учетом гендерных различий и специфики юношеского возраста.

В заключение важно отметить, что выдвинутая гипотеза о наличии гендерных различий в отношении к своей внешности и тактиках самопрезентации была подтверждена. Девушки и юноши продемонстрировали разные стратегии и приоритеты в формировании своего образа, подчеркивая важность внешности в различных контекстах общения.

В частности, было установлено, что внешность играет важную роль в процессе трудоустройства и установления социальных контактов для представителей обоих полов. Однако для девушек внешность более значима для формирования положительного отношения к себе в деловом общении, а для юношей — для привлечения внимания противоположного пола.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить специфические особенности самопрезентации студентов с различным отношением к своей внешности, а также подтвердило различия в стратегиях и приоритетах самопрезентации у юношей и девушек.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов

Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest, either existing or potential.

Соответствие принципам этики

Авторы сообщают, что при проведении исследования соблюдены этические принципы, предусмотренные для исследований с участием людей.

Ethics Approval

The authors affirm that the study adhered to ethical guidelines for research involving human participants.

Вклад авторов

А. Н. Кошелева — методология, разработка дизайна исследования, редактирование рукописи статьи.

А. А. Лебедева — сбор и анализ данных, подготовка рукописи статьи.

Author Contributions

A. N. Kosheleva: methodology, study design, and manuscript editing.

A. A. Lebedeva: data collection, data analysis, and manuscript drafting.

Финансирование

Исследование не имело финансовой поддержки.

Funding

The study did not receive any external funding.

Литература

Алмазова, С. Л. (2009) Теоретический анализ проблемы изучения образа тела как компонента «Я-концепции» личности. В кн.: *Психология телесности: теоретические и практические исследования. Сборник статей II международной научно-практической конференции*. Пенза: Педагогический институт им. В. Г. Белинского, с. 39–45.

Гоффман, Э. (2000) *Представление себя другим в повседневной жизни*. М.: Канон-пресс-Ц, 304 с.

Казаков, О. И. (2017) Феномен самопрезентации через призму основных социологических категорий. В кн.: *Новые тенденции развития общественных наук. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции №4*. Ростов-на-Дону: Изд-во Инновационный центр развития образования и науки, с. 9–11.

Кошелева, А. Н., Хороших, В. В. (2024) *Психодиагностика: учебник и практикум для вузов*. Москва: Изд-во Юрайт, 362 с.

Куликов, Л. В., Орлова, Н. П. (2002) *Социальная психология: диалог Санкт-Петербург — Якутия. Материалы научной конференции 25–26 октября 2001 г*. СПб.: Изд-во СПбГУ, 180 с.

Перелыгина, Е. Б. (2002) *Психология имиджа*. М.: Аспект Пресс, 223 с.

Хороших, В. В. (2013) Самопрезентация как ресурс современного молодого специалиста. *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки*, № 1 (167), с. 22–24.

Хороших, В. В. (2018) Психологические особенности личности в структуре виртуальной самопрезентации подростков. *Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего*, № 2, с. 320– 328.

Хороших, В. В., Чарыкова, Е. Б. (2017) Факторы вариативности виртуальной самопрезентации подростков. *Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология*, т. 22, с. 103–112.

Хороших, В. В., Широкая, И. А. (2012) Самопрезентационное поведение мужчин и женщин, пользователей социальных сайтов сети Интернет. В кн.: *V съезд Общероссийской общественной организации «Российское психологическое общество»*. М.: Изд-во Российское психологическое общество, т. 3, с. 442–443.

References

Almazova, S. L. (2009) Teoreticheskij analiz problemy izucheniya obraza tela kak komponenta “Ya-kontseptsii” lichnosti [Theoretical analysis of the problems of the study of body image as a component of the oersonal “I –concept”]. In: *Psikhologiya telesnosti: teoreticheskie i prakticheskie issledovaniya. Sbornik statej II mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferentsii [Psychology of bodily experience: theoretical and practical research. Collection of articles from the II international scientific and practical conference]*. Penza: V. G. Belinsky Pedagogical Institute Publ., pp. 39–45. (In Russian)

Goffman, E. (2000) *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoj zhizni [The presentation self in everyday life]*. Moscow: Kanon-press-Ts Publ., 304 p. (In Russian)

Kazakov, O. I. (2017) Fenomen samoprezentatsii cherez prizmu osnovnykh sotsiologicheskikh kategorij [The phenomenon of self-presentation through the lens of basic sociological categories]. In: *Novye tendentsii razvitiya obshchestvennykh nauk. Sbornik nauchnykh trudov po itogam mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferentsii № 4 [New trends in the development of social sciences. Collection of scientific papers based on the results of the international scientific and practical conference No. 4]*. Rostov-on-Don: Innovatsionnyj tsentr razvitija obrazovanija i nauki Publ., pp. 9–11. (In Russian)

Khoroshikh, V. V. (2013) Samoprezentatsija kak resurs sovremennogo molodogo spetsialista [Self-presentation as resource of modern specialist]. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Gumanitarnye i obshchestvennye nauki — St. Petersburg State Polytechnic University Journal. Humanities and Social Sciences*, no. 1 (167), pp. 22– 24. (In Russian)

Khoroshikh, V. V. (2018) Psikhologicheskie osobennosti lichnosti v strukture virtual’noj samoprezentatsii podrostkov [Personality traits in the structure of virtual self-presentation of adolescents]. I*nformatsionnoe obshchestvo: obrazovanie, nauka, kul’tura i tekhnologii budushchego*, no. 2, pp. 320–328. (In Russian)

Khoroshikh, V. V., Charykova, E. B. (2017) Faktory variativnosti virtual’noj samoprezentatsii podrostkov [Aspects of variation of adolescents’ virtual self-presentation]. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Psikhologiya — The Bulletin of Irkutsk State university. Series “Psychology”*, vol. 19, pp. 103–112. (In Russian)

Khoroshikh, V. V., Shirokaia, I. A. (2012) Samoprezentatsionnoe povedenie muzhchin i zhenshchin, pol’zovatelej sotsial’nykh sajtov seti Internet [Men and women self-presentational behaviour in the online social Network]. In: *V s”ezd Obshcherossijskoj obshchestvennoj organizatsii “Rossijskoe psikhologicheskoe obshchestvo” [V Congress of the all-Russian public organization “Russian psychological society”]*. Moscow: Rossijskoe psikhologicheskoe obshchestvo Publ., vol. 3, pp. 442–443. (In Russian)

Kosheleva, A. N., Khoroshikh, V. V. (2024) *Psikhodiagnostika: uchebnik i praktikum dlya vuzov [Psychodiagnostics: textbook and workshop for universities]*. Moscow: Yurajt Publ., 362 p. (In Russian)

Kulikov, L. V., Orlova, N. P. (2002) Sotsial'naya psikhologiya: dialog Sankt-Peterburg — Yakutiya. Materialy nauchnoj konferentsii 25–26 oktyabrya 2001 g. [Social Psychology: St. Petersburg — Yakutia Dialogue. *Materials of the scientific conference 25–26 October 2001].* Saint Petersburg: Saint Petersburg State University Publ., 180 p. (In Russian)

Perelygina, E. B. (2002) *Psikhologiya imidzha [Image Psychology]*. Moscow: Aspekt Press Publ., 221 p. (In Russian)

Сведения об авторах

КОШЕЛЕВА Александра Николаевна — *Aleksandra N. Kosheleva*

РГПУ им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия.

The Herzen State Pedagogical University, Saint Petersburg, Russia.

ORCID: 0000-0003-2497-6414, SPIN-код: 3957-8608, Scopus AuthorID: 57193243586, e-mail: alkosh@inbox.ru

Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии профессиональной деятельности.

ЛЕБЕДЕВА Ангелина Александровна — *Angelina A. Lebedeva*

Ташкент, Узбекистан.

Tashkent, Uzbekistan.

E-mail: lebedeva.angelina.alx@gmail.com

Психолог-консультант.

 https://www.doi.org/10.33910/3034-4255-2025-2-2-133-144