

на профессиональную эффективность ($\beta = 0,305$, $p < 0,01$). Уровень стресса положительно коррелирует с эмоционально-фокусированными стратегиями: конфронтативным копингом ($R = 0,246$, $p < 0,05$), с самоконтролем ($R = 0,247$, $p < 0,05$), с принятием ответственности ($R = 0,404$, $p < 0,001$). Эмоциональное истощение положительно связано с самоконтролем ($R = 0,355$, $p < 0,01$), с принятием ответственности ($R = 0,292$, $p < 0,05$). Профессиональная эффективность отрицательно связана с принятием ответственности ($R = 0,260$, $p < 0,05$), положительно связана с положительной переоценкой ($R = 0,293$, $p < 0,05$).

Наличие данных связей позволяет заключить, что использование руководителями проблемно-ориентированного копинга и стратегий: «планирование решения проблемы», «положительная переоценка» при совладании со стрессом и профессиональным выгоранием более эффективно по сравнению с использованием стиля «эмоционально-ориентированный копинг» и эмоционально-фокусированных копинг-стратегий. Индивидуальный продуктивный и адекватный ситуации копинг-стиль руководителя является модератором уровня психического напряжения и позволяет сохранять здоровье и психологическое благополучие.

Корягина Н.А.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО РУКОВОДИТЕЛЯ*

Устойчивой тенденцией мирового развития ученые отмечают разработку проблемы профессионализации управленческого труда. Управление не только профессия, труд, наука, но и искусство. Руководитель выступает субъектом управления, предметно-практической деятельности, источником управленческой активности, направленной на определенный объект управления (отдельный индивид или социальная группа). Говоря о специфике и продуктивности управленческого труда, стоит отметить повышенные требования, предъявляемые к психологическим, профессионально значимым качествам человека. На передний план выступают такие требования к личности управленца, как: быть гибким, инициативным, активным (в отношениях, в поведении, в планировании, во взглядах...). Становится очевидным, что меняется не только окружение, но и отношение к нему. Оно становится более качественным, осознанным, сложным, многоуровневым, ценностным и пр. Данные изменения оказывают влияние на самого руководителя, в частности, на его самопрезентацию, но в то же время они формируются под непосредственным влиянием этой самопрезентации.

Человек осознанно или неосознанно определенным образом предъявляет себя окружающим людям, а те, в свою очередь, формируют о нем определенное впечатление на основе поступающей информации. Это самопредъявление включает то, что осознанно создает сам человек (самопрезентация), и то, что отражает его подлинное содержание (самовыражение).

Термин «самопрезентация» также используется как синоним управления впечатлением для обозначения многочисленных стратегий и техник, применяемых индивидом при создании и контроле своего внешнего имиджа и впечатления о себе, которое он демонстрирует окружающим. Все современные социально-психологические концепции самопрезентации можно условно разделить на мотивационные (Е. Джонс и Т. Питтман, Р. Аркин, А. Шутц), лич-

ностные (А. Фенигштейн, М. Снайдер) и ситуационные (М. Лири и Р. Ковальски, Б. Шленкер). Процесс самопрезентации может быть рассмотрен на трех основополагающих уровнях: мотивационном уровне, уровне целей и уровне используемых средств. В соответствии с тремя уровнями мы можем выделить три основные единицы анализа процесса самопрезентации: стратегия, тактика и техника самопрезентации.

В нашем исследовании характеристик самопрезентации у будущих менеджеров (студентов 1 курса факультета менеджмента) формирования и представление окружающим собственного желаемого образа изучалось в рамках нескольких научных направлений. Понимание самопрезентации в них имеет выраженные особенности и рассматривается как: средство поддержания самооценки (Б. Шленкер и М. Вейголд, М. Лири и Р. Ковальски; Д. Майерс); средство формирования образа «Я» и самооценки (Г. Мид и Ч. Кули); реализация мотивации достижения или же избегания неудач (Р. Аркин и А. Шутц); личностная черта (Л. Фестингер, М. Шерриер и А. Басс, М. Снайдер); создание определенного впечатления и регуляция собственного поведения (Ю.М. Жуков).

В ходе исследования было обнаружено, что самопрезентация включает в себя: психодинамические свойства личности, такие как экстраверсия, темп реакций и активность; высокий уровень самооценки; умение понимать отношение на основе эмоций и управлять своей эмоциональной сферой; высокие показатели мотивации на успех; хорошую мобильность в общении, умение подстраиваться под поведение партнера, а также способность изменять стиль общения в зависимости от ситуации. По результатам исследования мы можем предположить, что самопрезентация является одной из важнейших социально-психологических характеристик личности, имеющей интегративный характер в современной управленческой деятельности.

* В данной научной работе использованы результаты, полученные в ходе осуществления проекта «Самоопределение личности в бизнесе: проблемы, модели, подходы», выполненного в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2012 г.