

Стратегии самопрезентации в авторских текстах специалистов с разным профессиональным опытом

М.М. Абдуллаева

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия,
mehirban@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7927-4853>

Актуальность. Статья посвящена обсуждению особенностей самопрезентации, выраженных в авторских текстах, рассматриваемых в контексте оценки специалистов. Обращение к группе методов, опирающихся на связь «личность — текст», обусловлено изменением парадигм управления и значимостью творческого потенциала работника и его самостоятельности в современных экономических условиях.

Целью данного исследования стало определение особенностей самопрезентации специалистов с разным профессиональным опытом методом анализа текстов, основанного на выделении формальных и содержательных атрибуций, отражающих индивидуальные особенности автора. Мы предположили, что тексты специалистов разного возраста, пола, должностного уровня будут различаться по формальным и содержательным критериям, явным и глубинным семантическим структурам.

Выборка. Выборку составили 83 сотрудника производственной компании.

Методы. Им было предложено дать семь самоописаний, отвечая на вопрос «Кто Я?» и продолжить 10 незаконченных предложений на тему «Моя профессия». Полученные тексты проходили процедуру контент-анализа с опорой на статистическую обработку выделенных категорий (относительные частоты, корреляционные связи и значимые различия между ними).

Результаты. Полученные результаты позволили определить две стратегии написания текстов на одну тематику, позволяющие выделять особенности опыта автора, — «отстраненную, пассивную» и «включенную, активную». Эти стратегии отслеживаются как на уровне явных, формальных характеристик текста, так и на уровне глубинных семантических структур — семантических ролей и метапрограмм. Психосемантическими коррелятами опыта являются индикаторы эмоциональной валентности (позитивная, негативная, нейтральная) и показатели частоты использования в тексте лексических групп прилагательных, существительных и глаголов.

Выводы. Полученные данные демонстрируют диагностические возможности психосемантических методов в оценке индивидуальных особенностей работников при невозможности просчитать социальную желательность ответов, в получении важной информации для выстраивания правильных коммуникаций с ними.

Ключевые слова: психосемантика, методы оценки персонала, профессиональный опыт, контент-анализ, авторские тексты.

Для цитирования: Абдуллаева М.М. Стратегии самопрезентации в авторских текстах специалистов с разным профессиональным опытом // Национальный психологический журнал. 2022. № 4 (48). С. 42–52. doi: 10.11621/npj.2022.0405

Strategies of self-presentation in author's texts of professionals with different professional backgrounds

Mehirban M. Abdullaeva

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia,
mehirban@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7927-4853>

Background. The article is devoted to the features of self-presentation, expressed in the author's texts, considered in the context of evaluation of professionals. Referring to the group of methods based on the "personality-text" relation is conditioned by the change in management paradigms and importance of employee's creative potential as well as independence in modern economic conditions.

Objective. The aim of this study was to determine the features of self-presentation of specialists with different professional experience by analyzing the texts through the selection of formal and substantive attributions that reflect the individual characteristics of the author. We assumed that the texts created by specialists of different age, gender, job level will differ in terms of formal and content-related criteria, explicit and underlying semantic structures.

Sample. The sample consisted of 83 employees of a manufacturing company.

Methods. The participants were asked to give seven self-descriptions, answering the question "Who am I?" and to continue 10 unfinished sentences on the topic "My profession". The resulting texts were subjected to a content analysis procedure based on the statistical processing of the selected categories (relative frequencies, correlations and significant differences between them).

Results. The results obtained made it possible to single out two strategies for writing texts on the same topic, which reveal the author's experience: "detached, passive" and "included, active". These strategies are tracked both at the level of explicit, formal characteristics of the text and at the level of deep semantic structures — semantic roles and metaprograms. Psychosemantic correlates of experience are indicators of emotional valence (positive, negative, neutral) and indicators of the frequency of adjectives, nouns and verbs in the text.

Conclusion. These data demonstrate the diagnostic capabilities of psychosemantic methods in assessing the individual characteristics of employees when it is impossible to calculate the social desirability of answers, as well as in obtaining important information for building correct communications with them.

Key words: psychosemantics, methods of personnel assessment, professional experience, content analysis, author's texts.

For citation: Abdullaeva, M.M. (2022). Strategies of self-presentation in author's texts of professionals with different professional backgrounds. *Natsional'nyy psikhologicheskii zhurnal (National psychological journal)*, 4 (48), 42–52. doi: 10.11621/npj.2022.0405

Введение

Вызовы, с которыми сталкивается современный мир, связаны с серьезными проблемами выживания организаций в новой экономической среде, требующей оптимизации всех процессов, включая оценку потенциала специалистов, их индивидуальных особенностей и предпочтений в выборе трудовых задач. И одной из приоритетных целей менеджеров остается решение проблем надежной оценки и определения квалификационных критериев, по которым можно было бы выбирать лучших из числа претендентов или успешно осуществлять ротацию кадров внутри предприятия (Блинникова, Ишмуратова, Леонова, 2018; Подвербных, Самохвалова, Тихонов, 2018).

Здесь можно выделить две ключевые проблемы, определяющие эффективность и надежность оценки специалистов в целом — что оцениваем и как оцениваем. Отвечая на первый вопрос, эксперты дают описание критериального поведения, например, безошибочная подача деталей в течение заданного промежутка времени. Обычно для определения показателей, описывающих деятельность специалиста и лежащих в основе выделения «критериального поведения», используют две технологии — описание рабочего места, сводящееся к перечню выполняемых трудовых задач, и составление профиля должности, включающего особенности организационной культуры и список основных компетенций, необходимых для выполнения работы (Бёме, Календжян, 2007; Иванова, 2017). Выбор методов оценивания, связанный со вторым вопросом, предполагает, что эти методы должны быть устойчивы к ошибкам измерения и соответствовать целям оценки, в частном случае — измеряемому свойству. При этом пригодность метода не сводится к измерению свойств (профессионально важных качеств, компетенций и т.п.), а состоит в прогнозировании профессионально значимого трудового поведения, детерминантами которого могут быть знания, структуры действий, компетентность и личностные особенности.

Одним из интересных методов, который реализует индивидуальный подход к человеку, является анализ авторского текста. Неслучайно, большинство соискателей к требуемому пакету документов прикладывают мотивационные письма, работники пишут автобиографии и сопровождающие объяснительные записки, в которых отображается их субъективная картина мира и особенности самопрезентации. Понятие «самопрезентации», в настоящее время активно используемое в связи с активностью человека в виртуальном пространстве (Белинская, Гавриченко, 2018) — в социальных сетях, цифровых коммуникациях, определяется как «в разной степени осознаваемый и непрерывно осуществляемый в межличностном взаимодействии процесс предъявления Я-информации посредством вербальных и невербальных проявлений в поведении субъекта общения с учетом специфики социальной ситуации» (Пикулева, 2019, с. 46). И тогда изучение самопрезентаций

становится необычайно ценным исследовательским направлением для понимания естественного поведения человека, отражающего его внутренний мир. Задача идентификации реального опыта в авторском тексте опирается на идею взаимосвязи содержания самопрезентации с индивидуально-психологическими особенностями специалистов.

Изучение связи особенностей устного/письменного текста и характеристик самого автора имеет свои традиции и рассматривается в литературоведении, юриспруденции, психолингвистике (Бабенко, Казарин, 2019; Олссон, 2018; Фрумкина, 2003). «Самый простой и надежный способ оценить тип мышления и восприятия действительности человеком — это слушать его речь» (Иванова, 2017, с. 24). Интерес к анализу текста в контексте оценки персонала обусловлен «естественностью» его получения, отсутствием «прозрачности» целей экспертов для респондентов, возможностью группового и индивидуального форм проведения. Анализ авторского текста дает возможность получить количественные данные, например, частоту используемых терминов, общий объем слов, количество используемых в тексте прилагательных, существительных, глаголов и др., что позволяет избежать предвзятости исследователя и по «формальным» характеристикам сравнивать тексты разных респондентов (Baden, Kligler-Vilenchik, Yarchi, 2020; Boukes et al., 2020). Кроме того, интересен качественный анализ текста по параметрам стиля, темы, оригинальности, эмоциональной насыщенности и др. (Артемьева, 1999; Майорова, 2020). Традиционно для выделения диагностических показателей текста, описывающих автора и предмет, используется процедура контент-анализа — определенная технология выделения «единиц» текста, связанных с целью исследования, опирающаяся на статистическую обработку данных (Таршис, 2021).

Целью данного исследования является определение особенностей самопрезентации специалистов с разным профессиональным опытом методом анализа текстов, основанного на выделении формальных и содержательных атрибуций, отражающих индивидуальные особенности автора.

Арсенал методических средств для оценки специалистов постоянно расширяется, помимо классических, привычных методов — диагностического интервью, психометрического оценивания, центра оценки, стала применяться специальная аппаратура для проведения оценки — детектор лжи, нейроассессмент и т.п. (Кричевский, Дмитриева, Мартынова, 2018; Харин, 2019). Причиной совершенствования методов оценки является изменение отношения организаций к своим сотрудникам, что выражается в инвестициях в их обучение; разработке индивидуальных программ мотивации, стимулировании самостоятельности и творчества в решении трудовых задач. Это, в свою очередь, требует разработки программ оценивания, которые могут учитывать уникальные специфические характеристики конкретного сотрудника и давать надежную информацию относительно прогноза эффективности его деятельности и личностного потенциала (Маслова, Рознина, Карпова, 2019).

В оценке персонала принято разделять оценку претендентов на работу в организации и уже работающих специалистов. Если в первом случае делается заключение о соответствии с качествами кандидата предъявляемым требованиям и на этом основании дается заключение относительно его пригодности, то во втором — цели оценки разнообразны и зависят от уровня занимаемой должности (менеджеры или исполнители) и от задач, стоящих перед организацией. Например, отладка процесса контроля качества на первом этапе требует постоянного оценивания деятельности персонала на этом участке (Lempriälä, Yli-Kauhaluoma, Näsänen, 2018). Когда речь идет об оценке персонала организации, эксперты обращаются к оценке эффективности его деятельности, которая может определяться тремя способами: 1) соответствием того, что делает работник, целям организации и установленным требованиям; 2) выполнением работы наиболее рациональными и экономичными методами; 3) максимальным использованием возможностей (способностей, навыков, умений) сотрудника.

В своей работе мы опираемся на методологию психосемантического подхода, позволяющего реконструировать индивидуальные структуры значений, складывающиеся по мере накопления жизненного опыта. В качестве объекта изучения выступил широкий конструкт в психологии труда — профессиональный опыт, который включает следы прошлых деятельностей и процесс переживания, отвечающих за накопление и его передачу. Структуры профессионального опыта в психосемантике можно описывать двояким образом, опираясь на выделение слоев — мотивационного, предметных значений и чувственной ткани, отвечающей за адекватность производимых операций требованиям реального мира (Артемьева, Стрелков, Серкин, 1991), или выделяя его составляющие, например, сложившиеся в ходе жизнедеятельности образы объекта, субъекта и субъект-субъектных и субъект-объектных отношений (Климов, 1998).

Мы предположили, что в разных текстах, принадлежащих одному автору, будут прослеживаться его характерные, отличительные особенности, которые можно будет связать с особенностями его субъективного и профессионального опыта. В основе этого предположения лежит идея Е.Ю. Артемьевой и ее учеников, показавших, что по мере «вхождения» в профессию ее особенности отражаются в субъективной семантике респондентов (Артемьева, 1999; Абдуллаева, 2005). Например, было показано, что, описывая себя, молодые сотрудники, подчеркивают эмоциональное отношение к себе и дают характеристику своего поведения в отличие от старших коллег, которые чаще говорят о своих знаниях, компетенциях и достижениях. А в текстах работников производственного отдела по сравнению с линейными менеджерами значимо чаще ($p \leq 0,05$) встречаются высказывания, описывающие категорию «Деятельное Я», тогда как менеджеры больше внимания уделяют описанию категории «Рефлексивное Я» (Абдуллаева, Захарова, 2018).

Выборка

В исследовании приняло участие 83 сотрудника государственной производственной компании, производящей сложные технические аппараты. Выборку составили работники производственного цеха (46 человек, 34 мужчины, 12 женщин со средним возрастом — 51 год и со стажем работы — 31 год), линейные менеджеры (37 человек, 18 мужчин, 19 женщин, средний возраст которых — 34 года, средний стаж — 12 лет). Следует отметить, что разность по уровню образования (среднее, среднее специальное, высшее), по возрасту (от 22 до 68 лет), специальности и стажу работы обеспечило получение разных текстов по объему и лексике.

Методы

Респондентам было предложено:

1. Дать 7 ответов на вопрос «Кто Я?» М. Куна и Т. Макпартленда, что позволит получить представление о Я-концепции и особенностях идентичности респондентов (Кун, Макпартленд, 2006).

2. Завершить 10 незаконченных предложений, семантически связанных с темой «Моя профессия» и дополняющих друг друга по типу противопоставлений («Самое приятное в моей профессии...» и «Больше всего мне не нравится в моей профессии...»), смещению смыслового акцента («Профессионал — это...» и «Если человек профессионал, то он...»), дополнения («Моя профессия требует...» и «Для того, чтобы быть успешным в моей профессии...», уточнения («Самое сложное в освоении любой профессии...» и «Самое трудное в любой профессии...»), степени неопределенности выбора ответа («Если человек любит свою профессию...» и «В моей профессии...») (Абдуллаева, 2005).

Контент-анализ полученных текстов предполагал выделение единиц анализа, которые должны были однозначно опознаваться в тексте и быть значимыми для цели исследования (Krippendorff, 2004). Несмотря на простоту формулировки этих требований, на практике многозначность слов часто затрудняет их отнесение к определенным категориям. Поэтому процедура отнесения слов и словосочетаний к смысловым категориям дополнилась следующим требованием — взаимоисключаемостью или недопустимостью вхождения одного и того же содержания в различные категории (Митина, Евдокименко, 2010). Для демонстрации диагностических возможностей анализа текста как способа фиксации особенностей опыта респондентов были выделены следующие категории: *формальные* (общее количество слов; число лексических категорий и их относительная доля в общем объеме авторских текстов — глаголов как показателя «активности» и склонности к практическим действиям, прилагательных как показателя субъективной включенности в процедуру выполнения задания и богатства лексики, существительных как показателя

синтаксической завершенности высказывания и т.д.) и *содержательные*, например, виды Я (социальное, коммуникативное, физическое, материальное, деятельное, перспективное, рефлексивное), имеющие собственные индикаторы (Румянцева, 2006).

Перечисленные выше категории (формальные, содержательные и их валентность как оценочная составляющая используемых слов) относятся к явной структуре текста, поэтому было интересно так же выделить глубинные семантические структуры. К ним относятся *семантические роли* «падежной грамматики» (Филлмор, 1968), которые не всегда осознаются и контролируются субъектом, — агентив (A), выражающийся подлежащим; инструменталис (I) как глагол, выражающий состояние, процесс, действие; датив (D), одушевленный результат; фактив (F), неодушевленный результат; локатив (L), требуемый глаголом; обьектив (O) в оппозиции к агентиву (Fillmore, 1968). И «*метапрограммы*» как фильтры, допускающие информацию в сознание, имеющих существенное значение для понимания особенностей принятия решения, мотивации и предпочтений в социальных взаимодействиях, — «внутренняя — внешняя референция»; «активность — пассивность»; «сходство — различие»; «ориентация на процесс — ориентация на результат»; «стремление к правилам — поиск возможностей» и т.п. (Иванова, 2017).

Таким образом, авторские тексты, состоящие из самоопределений и предложений на тему «Моя профессия», анализировались по двум параметрам: а) длине текстов и доле употребления в них определенных частей речи и б) преобладанию в тексте определенных категорий (явных и глубинных).

Результаты

Стратегией привязки выделенных категорий к «внетекстовой» реальности, в нашем случае — к особенностям опыта респондентов, осуществлялась путем поиска значимых различий (критерий Манна — Уит-

ни, $p \leq 0,05$) между группами респондентов, выделенных по полу (мужчин/женщин), стажу (молодых/опытных) и уровню должностных позиций (руководителей/исполнителей) и связей между выделенными категориями (критерий Спирмена, $p \leq 0,05$). Кроме того, учитывалась валентность в самоопределениях — позитивная, негативная и нейтральная (Thelwall et al., 2010). Под позитивными характеристиками понимались положительные идентификационные характеристики (например, «веселая», «умный», «хорошая»), под негативными — указания на собственные недостатки и проблемы идентификации (например, «курящий», «раздражительная», «не знаю, что о себе сказать», «это Я»). К нейтральным характеристиками относились перечисления ролей и ответы, в которых эмоциональный тон самоописания был неоднозначен (например, «слесарь», «сын», «отец»).

Были выделены *две стратегии самопрезентаций* в полученных авторских текстах — «*эмоционально нейтральная*» и «*эмоционально выраженная*», представленная двумя видами текстов — позитивно и негативно окрашенных (рис. 1).

Корреляционные плеяды видов валентности текста показали, что можно выделить два разных способа заполнения методик у респондентов, либо использовать только нейтральные характеристики и распространенные социальные роли, либо больше внимания уделять уникальным, положительным или отрицательным характеристикам и своему отношению к ним (рис. 1). В соответствии с этими данными все тексты были разделены на три группы по доминирующей валентности и выбранной стратегии самопрезентации через описание себя и своей работы, в каждой из которых анализировалась связь между выделенными категориями (табл. 1). Интересно, что наибольший объем (количество слов в предложениях) был у текстов с преобладающей негативной интонацией, наименьший — у нейтральных текстов.

Метапрограммы респондентов, проявившиеся в тексте, тоже распределились по текстам разной валентности (табл. 1). Авторы позитивных по характеру

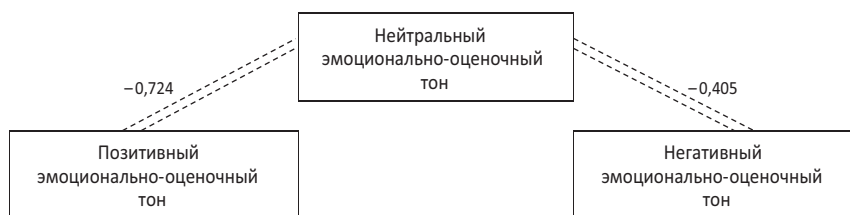


Рисунок. Корреляционная плеяда нейтральной, позитивной и негативной валентности авторских текстов

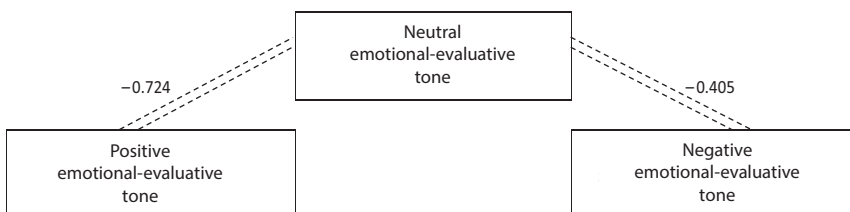


Figure. Correlation pleiades of neutral, positive and negative valency of author's texts

Таблица 1. Стратегии самопрезентаций авторов текстов по эмоциональной валентности используемых слов и содержанию метапрограмм, описывающих позицию специалистов в социальных взаимодействиях

Стратегии самопрезентаций		Характеристики авторов текстов	Метапрограммы
<i>Эмоционально нейтральная</i>		«Закрытые» люди, пытающиеся контролировать процесс и результат, не включаясь эмоционально	Пассивность
<i>Эмоционально выраженная</i>	<i>Позитивная</i>	Молодые сотрудники, учитывающие свои ощущения и мнение других людей, с активной позицией, стремящиеся к новизне в повседневной жизни	Смешанная референция. Активность. Поиск возможностей
	<i>Негативная</i>	Опытные сотрудники, ориентирующиеся на принятые нормы и правила, стремящиеся к их соблюдению и активно защищающие свои представления	Внешняя референция. Активность. Стремление к правилам

Table 1. Strategies of self-presentation of the text authors according to the emotional valency of the words used and the content of metaprograms that describe the position of specialists in social interactions

Self-presentation strategies		Characteristics of text authors	Metaprograms
<i>Emotionally neutral</i>		“Closed” people who try to control the process and the result without getting emotionally involved	Passivity
<i>Emotionally expressed</i>	<i>Positive</i>	Young employees who take into account their feelings and the opinions of other people, with an active attitude, striving for novelty in everyday life	Mixed reference. Activity. Search for opportunities
	<i>Negative</i>	Experienced employees who are guided by accepted norms and rules, striving to comply with them and actively defending their views	External reference. Activity. Striving for rules

текстов используют паттерны слов, характерные для следующих метапрограмм — смешанный или универсальный тип референции, предполагающий, что человек в принятии решения учитывает и собственное, и чужое мнение («я хочу», «мне сказали»); активность, выражающаяся в готовности принять ответственность за свои действия (используется 1-е лицо в активном залоге — «говорю», «делаю», «стремимся»); поиск возможностей, ориентированный на новые решения типовых задач, на творческий подход («поддерживал», «придумал», «создал», «удалось»). Авторы негативных текстов используют скорее противоположный полюс перечисленных метапрограмм, они ссылаются на принятые нормы, общественное мнение, объективные результаты (внешняя референция), активны и стремятся к соблюдению правил и процедур («стандарты

выполнения», «четкая технология», «в соответствии с приказом начальника»). У авторов нейтральных текстов был ярко выделен полюс «пассивности» метапрограммы «активность — пассивность», что выражалось в использовании пассивного залога («указано», «сделано», «принято») и отглагольные существительные («операция», «работа», «осуществление»).

Рассмотрим результаты *частотного распределения глубинных категорий по выделенным типам стратегий в написании текстов* — используемых семантических ролей (по Ч. Филлмору), содержательно соотносимых с выделенными метапрограммами в авторских текстах, описывающих общую позицию автора по отношению к событиям в его жизни (табл. 2). «Семантические роли» или «скрытые структуры» отражают особенности отношения к действитель-

Таблица 2. Связь выделенных стратегий самоописаний с глубинными, неосознаваемыми семантическим ролями, представленными в текстах

Стратегии самопрезентаций		Используемые семантические роли — указание в тексте	Критерий Спирмена
<i>Эмоционально нейтральная</i>		Фактив (F) — результаты действий Локатив (L) — местоположение Объектив (O) — окружающие предметы	$p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$
<i>Эмоционально выраженная</i>	<i>Позитивная</i>	Агентив (A) — действия субъекта Датив (D) — по отношению к кому-то или чему-то	$p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$
	<i>Негативная</i>	Агентив (A) — действия субъекта Инструменталис (I) — описание используемых средств	$p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$

Table 2. Relationship between the identified self-description strategies and deep, unconscious semantic roles presented in texts

Self-presentation strategies		Applied semantic roles - indication in the text	Spearman's criterion
<i>Emotionally neutral</i>		Factitive (F) — results of actions Locative (L) — location Objective (O) — Surroundings	$p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$
<i>Emotionally expressed</i>	<i>Positive</i>	Agentiv (A) — actions of the subject Dative (D) — in relation to someone or something	$p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$
	<i>Negative</i>	Agentiv (A) — actions of the subject Instrumentalis (I) — description of the means used	$p \leq 0,05$ $p \leq 0,05$

Таблица 3. Обобщенные определения Я авторов с определенными стратегиями в написании текстов

Стратегии самопрезентаций		Особенности самоописаний в ответ на вопрос «Кто я?»	Примеры
<i>Эмоционально нейтральная</i>		Использование нейтральных характеристик и распространенных социальных ролей	обыкновенный человек, сын, инженер
<i>Эмоционально выраженная</i>	<i>Позитивная</i>	Описание своих сильных сторон и уникальных характеристик, «Социальное Я», «Рефлексивное Я»	успешный переговорщик, думающий начальник
	<i>Негативная</i>	Упоминание не только позитивных, но и негативных характеристик, «Деятельное Я»	ленивый работник, хороший механик

Table 3. Generalized definitions of “I” by authors with certain strategies in text writing

Self-presentation strategies		Features of self-descriptions in response to the question “Who am I?”	Examples
<i>Emotionally neutral</i>		Use of neutral characteristics and common social roles	ordinary man, son, engineer
<i>Emotionally expressed</i>	<i>Positive</i>	Description of their strengths and unique characteristics, “Social Self”, “Reflective Self”	successful negotiator, thinking boss
	<i>Negative</i>	Mentioning not only positive, but also negative characteristics, “Active I”	lazy worker, good mechanic

ности авторов текстов. Например, в предложениях: «В моей профессии много интересного», «Профессионал — это знание и опыт» отсутствует субъект, выражаемый подлежащим, или агентив, и действие, или инструменталис, что может свидетельствовать о некой «созерцательности» в восприятии окружающего. Для сравнения в предложениях «В моей профессии я постоянно совершенствуюсь», «Профессионал — это человек, не делающий ошибок» присутствуют и агентив, и инструменталис, и фактив как указание на результат процесса или действия, что говорит скорее об активной и деятельной позиции автора.

Полученные результаты довольно любопытны и отчасти подтверждают обнаруженные тенденции в выделенных текстах (табл. 1). Эмоционально позитивные тексты описывают действия субъекта (А) по отношению к кому-то или чему-то (D), негативные — действия субъекта (А) с описанием используемых средств (I), в нейтральных — указываются результаты действий (F), местоположение (L), окружающие предметы (O).

Интересно было посмотреть, как соотносятся выделенные стратегии с самоописаниями авторов в методике «Кто Я?» (табл. 3). Для этого были выделены ответы специалистов на вопрос «Кто Я?», которые продемонстрировали в своих текстах определенные стратегии.

Обобщенные определения Я у авторов содержательно дополняют выделенные нами стратегии в написании текстов, прежде всего, по эмоциональной валентности используемых слов (табл. 3). Авторы позитивных по характеру текстов дают самоописания в терминах «Социального Я» (прямое обозначение пола, указание семейных ролей, этнической идентичности, групповой принадлежности) и «Рефлексивного Я» (личностные характеристики, самооценочные высказывания, глобальные, экзистенциальные определения). Респонденты, создающие негативные по характеру тексты, представляют себя в виде «Деятельного Я», которое выделяется на основе двух по-

казателей — указания своих занятий, работы, хобби, описания деятельности и самооценки своих способностей.

Все выше обсуждаемые содержательные категории, выделяемые в ходе анализа текстов, относятся скорее психологическим и потому не всегда семантически определены. Например, «ленивый работник» отнесен нами к «деятельному Я» по признаку указания занятия и принадлежности к автору с эмоционально выраженной негативной стратегией в написании текста. Однако определение себя как «ленивого» требует определенной рефлексии. Возможность различного толкования единиц, относимых к выделенным категориям, привели к следующему этапу анализа текстов — подсчету формальных маркеров авторских текстов специалистов с определенными стратегиями самопрезентаций (табл. 4).

Корреляционные связи между формальными и содержательными категориями, выделенными в текстах разной валентности, показывают, что если мы имеем дело с небольшим по объему текстом, то в нем будут преобладать существенные («профессионал», «терпение», «ответственность», «люди», «неопределенность») (табл. 4). Если в тексте проявляется позитивная эмоциональность, то увеличивается количество прилагательных («бумажная», «требовательный», «строгий», «различный»), при этом в негативном по валентности тексте (0,364, $p = 0,04$) нарастает количество глаголов («требуется», «нарастает», «имеет», «делает») и увеличивается общее количество слов в тексте (0,503, $p = 0,000$).

Обсуждение результатов

Определение текстов по валентности (в литературоведении — тональности текста) является в настоящее время одним из продуктивных методов в получении интересных данных (Майорова, 2020).

Таблица 4. Взаимосвязь лексических групп слов в текстах, различающихся стратегиями написания, и типов самоопределения авторов

Стратегии самопрезентаций		Лексические группы	Особенности самоописаний	Формальные характеристики	
Эмоционально нейтральная (0,662, p = 0,000)		Существительные	Прилагательные (-0,714, p = 0,000)	Рефлексивное Я (-0,478, p = 0,000)	Большая доля существительных. Короткие ответы
Эмоционально выраженная	Позитивная (-0,576, p = 0,000)		Общее количество слов (-0,536, p = 0,000)	Социальное Я (0,606, p = 0,000)	Большая доля прилагательных. Развернутые ответы
	Негативная (-0,360, p = 0,05)		Глаголы (-0,408, p = 0,001)	Рефлексивное Я (-0,498, p = 0,000)	Большая доля глаголов. Развернутые ответы

Table 4. Interrelation of lexical groups of words in texts differing in writing strategies and types of authors' self-definition

Self-presentation strategies		Lexical groups	Peculiarities of self-descriptions	Formal characteristics	
Emotionally neutral (0.662, p = 0.000)		Nouns	Adjectives (-0.714, p = 0.000)	Reflective Self (-0.478, p = 0.000)	Large proportion of nouns. Short answers
Emotionally expressed	Positive (-0.576, p = 0.000)		Total number of words (-0.536, p = 0.000)	Social Self (0.606, p = 0.000)	A large proportion of adjectives. Extended answers
	Negative (-0.360, p = 0.05)		Verbs (-0.408, p = 0.001)	Reflective Self (-0.498, p = 0.000)	A large proportion of verbs. Extended answers

Формальные и содержательные категории, выделенные в тексте, позволяют не только получить представление об отношении к работе, к себе, к коллегам, но и увидеть в текстах присущий авторам стиль и способ структурировать информацию, который они не всегда контролируют и осознают. Интересно, что большинство самых длинных текстов по количеству слов были написаны людьми старшими по возрасту и с большим опытом работы.

Возможно, с одной стороны, это связано с раздражением, вызванным тратой рабочего времени на заполнение разных бумаг, с другой, учитывая анонимность текстов, — это способ высказаться, сказать правду, пожаловаться. Более молодые люди, создававшие в основном позитивные тексты, возможно, решали собственную задачу — рассказать о своих успехах, планах, отношениях в дружном коллективе. Но в любом случае, создание эмоционально насыщенного текста означает личностную включенность в процедуру заполнения методик (Булгаков, 2019; Thelwall et al., 2010).

Полученные результаты позволяют выделить две стратегии работы с текстом, тема которого задается исследователем. Эти стратегии оказались важными для интерпретации смысловых отношений и отражаются не только в формальных и содержательных характеристиках самих текстов, но и позволяют описывать личностные особенности авторов, которые могут быть полезны для описания «критериального поведения». Можно предположить, что первую, условно пассивную, стратегию «создания нейтрального текста» выбирают «закрытые» респонденты с небольшой вовлеченностью в процесс тестирования, не желающие «открываться», «защищающие» свои личностные особенности, возможно, тревожные, с проблемами в рабочих отношениях. Вторую же стратегию

выбирают респонденты, вовлеченные в процесс тестирования, кто действительно хочет рассказать и узнать о себе что-то новое.

Стратегия выбора нейтрального тона в тексте характеризуется короткими ответами, основную часть которых составляют существительные, являющиеся индикаторами потребности в определенности и постоянстве (табл. 4). В самоопределениях респонденты указывают общераспространенные социальные роли (например, брат, бабушка, житель Москвы). Хотя в заполнении данных методик «правильных» ответов не существует, возможно, выбор респондентами этой стратегии обусловлен социально желательностью и гарантией безопасности общих и нейтральных по тональности ответов. В психолингвистике известно, что «человек контролирует называющую (номинативную) часть и в меньшей степени — оценочную (коннотативную)» (Иванова, 2017, с. 53). Интересно, что эта стратегия нашла подтверждение и на уровне скрытых, глубинных семантических процессов, связанных с предпочтением «описательности» в пассивном залоге (Fillmore, 1968).

Вторая стратегия заключается в написании текстов с выраженной эмоциональной тональностью. Если текст позитивный по характеру, в нем уменьшается доля существительных и нарастает доля прилагательных, которые уточняют, дополняют смысл используемого существительного. Если текст негативный, то растет доля глаголов, подчеркивающих активную, деятельную позицию автора. Эта стратегия так же дополняется глубинными семантическими структурами, характерными для респондентов с активной позицией. Интересно, что опытные работники «знают» что делать и при помощи каких средств, а молодые сотрудники имеют развернутое представление о результатах своей деятельности (табл. 1).

Следует отметить, что, несмотря на данные, подтверждающие наше предположение о том, что в любом тексте авторский стиль и форма написания будут узнаваемы, открытыми вопросами остаются: а) вопрос о связи выделенных семантических характеристик текста (явных — формальных и содержательных, глубинных — семантических ролей и метапрограмм) с личностными особенностями автора, например, склонностью к «агривации» в описании производственных проблем, или б) вопрос о том, насколько «активность позиции», выраженной в текстах, реализуется в реальности, а так же в) вопрос влияния организационного и экономического контекста, условий труда и состояния рынка на степень «драматичности» авторских текстов.

Выводы

Полученные результаты позволяют утверждать, что:

1. Выделенные семантические характеристики авторских текстов (формальные и содержательные, явные и скрытые) отражают особенности профессионального опыта наших респондентов, выражающегося в ориентации на позитивные или негативные аспекты ситуации, степени активности в отношении сотрудничества с экспертами-оценщиками, открытости в письменной коммуникации, развитости представлений о себе и своей идентичности.
2. Анализ текста с последующим контент-анализом, предполагающим выделение значимых для целей исследования компонентов, позволяет изучать различные по длине и тематике авторские тексты и

Литература

- Абдуллаева М.М. Семантические характеристики текста и особенности профессионального труда // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2005. Т. 14, № 4. С. 25–36.
- Абдуллаева М.М., Захарова А.И. Возможности психосемантических методов в оценке сотрудников современной производственной организации. Современное состояние и перспективы развития психологии труда и организационной психологии / Отв. ред. А.Н. Занковского, А.Л. Журавлева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.
- Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. М.: Наука; Смысл, 1999.
- Артемьева Е.Ю., Стрелков Ю.К., Серкин В.П. Структуры субъективного опыта: семантический слой и другие. Мышление и субъективный мир. Ярославль: Изд-во Ярославского университета, 1991.
- Бабенко Л.Г., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ текста. М.: Юрайт, 2019.
- Белинская Е.П., Гавриченко О.В. Самопрезентация в виртуальном пространстве: феноменология и закономерности // Психологические исследования. 2018. № 11 (60). С. 12. [Электронный ресурс] // URL: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/269/564>
- Бёме Г., Календжян С.О. Делегирование полномочий и ответственности. Система эффективного управления. М.: Дело, 2007.
- Блинникова И.В., Ишмуратова Ю.А., Леонова А.Б. Инструментальный метод оценки компетентности специалистов, решающих визуальные задачи // Мир психологии. 2018. № 4. С. 130–140.
- Булгаков А.В. Семантический анализ как экспресс-методика оценки представлений о риске в профессиональной деятельности // Вестник Московского государственного областного университета. 2019. № 4. С. 88–103. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2019-4-979>
- Иванова С.В. Искусство подбора персонала. Как оценить человека за час. М.: Альпина Паблишер, 2017.
- Климов Е.А. Введение в психологию труда. М.: ЮНИТИ, 1998.
- Кричевский М.Л., Дмитриева С.В., Мартынова Ю.А. Нейросетевая оценка компетенций персонала // Экономика труда. 2018. Т. 5, № 4. С. 1101–1118. doi: 10.18334/et.5.4.39488
- Кун М., Макпартленд Т. Тест «Кто Я?». Модификация Т.В. Румянцевой. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре. СПб.: Речь, 2006.

выходить на инварианты, качественно различающиеся у респондентов с разным опытом. Этот опыт находит отражение в выборе одной из двух стратегий написания текста — либо «отстраненную» с использованием нейтральных, безоценочных, общих характеристик, либо «включенную» с выраженной эмоциональной тональностью с описанием успехов, достигнутых результатов или с акцентом на средства изменения неудовлетворяющей респондента ситуации.

3. Семантическими коррелятами опыта являются доля частей речи в тексте, длина предложений, эмоциональная тональность текста, которые дополняются используемыми автором семантическими ролями. Кроме того, анализ текстов полезен для определения метапрограмм как особенностей способа мышления и принятия решения.

Таким образом, использование авторских текстов в оценке персонала предполагает, помимо содержательной информации по теме текста, получение дополнительной психологической характеристики работников, касающихся их позиции (активная — пассивная), ориентации на позитивные или негативные аспекты ситуации, зависимости от чужого мнения или самостоятельности в принятии решений. Эта информация полезна для выстраивания диалога с сотрудниками организации, особенно с критически настроенными опытными работниками, предпочитающими действия вместо слов и часто не осознающими причины своего недовольства. Поэтому анализ авторских текстов может служить серьезным подспорьем в работе экспертов в оценке индивидуально-личностных особенностей респондентов под трудовые задачи.

- Майорова Е.В. О сентимент-анализе и перспективах его применения // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. Языкознание. 2020. № 4. С. 78–86.
- Маслова Т.В., Рознина Н.В., Карпова М.В. Анализ ресурсно-производственного потенциала организации // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 5. С. 39–44.
- Митина О.В., Евдокименко А.С. Методы анализа текста: методологические основания и программная реализация // Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология». 2010. № 40 (216). С. 29–38.
- Олссон Дж. Слово как улика. Всё, что вы скажете, будет использовано против вас. М.: АСТ, 2018.
- Пикулева О.А. Психология самопрезентации личности. М.: ИНФРА-М, 2019.
- Подвербных О.Е., Самохвалова С.М., Тихонов А.И. Профессиональные стандарты в оценке персонала ракетно-космического предприятия // Московский экономический журнал. 2018. № 4. С. 31–41.
- Румянцева Т.В. Психологическое консультирование. Диагностика отношений в паре. СПб.: Речь, 2006.
- Таршиш Е.Я. Контент-анализ: принципы методологии. М.: Ленард, 2021.
- Фрумкина Р.М. Психолингвистика: Учеб. пособие. М.: Академия, 2003.
- Харин Ю.Л. Детектор лжи: Как это делается. М.: Прометей, 2019.
- Baden, C., Kligler-Vilenchik, N., Yarchi, M. (2020). Hybrid content analysis: Toward a strategy for the theory-driven, computer-assisted classification of large text corpora. *Communication Methods and Measures*, 14 (3), 165–183. <https://doi.org/10.1080/19312458.2020.1803247>
- Boukes, M., van de Velde, B., Araujo, T., Vliegthart, R. (2020). What's the tone? Easy doesn't do it: Analyzing performance and agreement between off-the-shelf sentiment analysis tools. *Communication Methods and Measures*, 14 (2), 83–104. <https://doi.org/10.1080/19312458.2019.1671966>
- Fillmore, Ch.J. (1968). The Case for Case. In E. Bach, R.T. Harms (Eds.), *Universals in Linguistic Theory*. London: Holt, Rinehart and Winston.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. L.: Sage.
- Lempiälä, T., Yli-Kauhaluoma, S., Näsänen, J. (2018). Similar structures, different interpretations: perceived possibilities for employee-driven innovation in two teams within an industrial organization. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22 (4–5), 362–380.
- Thelwall, M., Buckley, K., Paltoglou, G., Cai, D., Kappas, A. (2010). Sentiment strength detection in short informal text. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61 (12), 2544–2558. <https://doi.org/10.1002/asi.21416>

References

- Abdullaeva, M.M. (2005). Semantic characteristics of the text and features of professional work. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya (Moscow University Psychology Bulletin)*, 14 (4), 25–36. (In Russ.).
- Abdullaeva, M.M., Zakharova, A.I. (2018). Possibilities of psychosemantic methods in the assessment of employees of a modern industrial organization. In A.N. Zankovskii, A.L. Zhuravlev (Eds.), *The current state and prospects for the development of work psychology and organizational psychology* (pp. 820–833). Moscow: Izd-vo "Institut Psikhologii RAN". (In Russ.).
- Artem'eva, E.Yu. (1999). *Psychology of subjective semantics*. M.: Nauka, Smysl. (In Russ.).
- Artem'eva, E.Yu., Strelkov, Yu.K., Serkin, V.P. (1991). Structures of subjective experience: semantic layer and others. In *Thinking and the subjective world* (pp. 14–19). Yaroslavl: Izd-vo Yaroslavskogo universiteta. (In Russ.).
- Babenko, L.G., Kazarin, Yu.V. (2019). *Linguistic analysis of the text*. M.: Yurayt. (In Russ.).
- Baden, C., Kligler-Vilenchik, N., Yarchi, M. (2020). Hybrid content analysis: Toward a strategy for the theory-driven, computer-assisted classification of large text corpora. *Communication Methods and Measures*, 14 (3), 165–183. <https://doi.org/10.1080/19312458.2020.1803247>
- Belinskaya, E.P., Gavrichenko, O.V. (2018). Self-presentation in the virtual space: phenomenology and patterns. *Psikhologicheskiye issledovaniya (Psychological research)*, 11 (60), 12. (Retrieved from <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/269/564>). (In Russ.).
- Beme, G., Kalendzhyan, S.O. (2007). *Delegation of powers and responsibilities. Effective management system*. M.: Delo. (In Russ.).
- Blinnikova, I.V., Ishmuratova, Yu.A., Leonova, A.B. (2018). Instrumental method for assessing the competence of specialists who solve visual problems. *Mir psikhologii (World of Psychology)*, 4, 130–140. (In Russ.).
- Boukes, M., van de Velde, B., Araujo, T., Vliegthart, R. (2020). What's the tone? Easy doesn't do it: Analyzing performance and agreement between off-the-shelf sentiment analysis tools. *Communication Methods and Measures*, 14 (2), 83–104. <https://doi.org/10.1080/19312458.2019.1671966>
- Bulgakov, A.V. (2019). Semantic analysis as an express method for evaluating risk perceptions in professional activity. *Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Oblastnogo Universiteta (Bulletin of the Moscow State Regional University)*, 4, 88–103. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2019-4-979> (In Russ.).
- Fillmore, Ch.J. (1968). The Case for Case. In E. Bach, R.T. Harms (Eds.), *Universals in Linguistic Theory*. London: Holt, Rinehart and Winston.
- Frumkina, R.M. (2003). *Psycholinguistics*. M.: Akademiya. (In Russ.).
- Ivanova, S.V. (2017). *The art of recruiting. How to rate a person in an hour*. M.: Al'pina Publisher. (In Russ.).
- Kharin, Yu.L. (2019). *Lie Detector: How it's done*. M.: Prometei. (In Russ.).
- Klimov, E.A. (1998). *Introduction to the psychology of work*. M.: YuNITI. (In Russ.).
- Krichevskii, M.L., Dmitrieva, S.V., Martynova, Yu.A. (2018). Neural network assessment of personnel competencies. *Ekonomika truda (Labor Economics)*, 5 (4), 1101–1118. doi: 10.18334/et.5.4.39488 (In Russ.).

- Krippendorff, K. (2004). Content analysis: An introduction to its methodology. L.: Sage.
- Kun, M., Makpartlend, T. (2006) Test "Who am I?". In T. V. Rumyantseva modification. Psychological counseling: diagnostics of relationships in a couple (pp. 82–103). St. Petersburg: Rech'. (In Russ.)
- Lempiälä, T., Yli-Kauhaluoma, S., Näsänen, J. (2018). Similar structures, different interpretations: perceived possibilities for employee-driven innovation in two teams within an industrial organization. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22 (4–5), 362–380.
- Maiorova, E.V. (2020). On sentiment analysis and prospects for its application. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. 6. Yazykoznanie (Social and humanitarian sciences. Domestic and foreign literature. Series 6. Linguistics)*, 6, 78–87. (In Russ.).
- Maslova, T.V., Roznina, N.V., Karpova, M.V. (2019). Analysis of the resource and production potential of the organization. *Aktual'nye voprosy sovremennoi ekonomiki (Actual issues of modern economics)*, 5, 39–44. (In Russ.).
- Mitina, O.V., Evdokimenko, A.S. (2010). Methods of text analysis: methodological foundations and software implementation. *Vestnik YuUrGU. Seriya "Psikhologiya" (Psychology Bulletin of SUSU)*, 40 (216), 29–38. (In Russ.).
- Olsson, Dzh. (2018). Word as evidence. Anything you say will be used against you. M.: AST. (In Russ.).
- Pikuleva, O.A. (2019). Psychology of self-presentation of personality. M.: INFRA-M. (In Russ.).
- Podverbnykh, O.E., Samokhvalova, S.M., Tikhonov, A.I. (2018). Professional standards in assessing the personnel of a rocket and space enterprise. *Moskovskii ekonomicheskii zhurnal (Moscow economic journal)*, 4, 31–41. (In Russ.).
- Rumyantseva, T.V. (2006). Psychological counseling. Diagnosis of relationships in a couple. SPb.: Rech'. (In Russ.).
- Tarshis, E.Ya. (2021). Content analysis: principles of methodology. M.: Lenard. (In Russ.).
- Theilwall, M., Buckley, K., Paltoglou, G., Cai, D., Kappas, A. (2010). Sentiment strength detection in short informal text. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61 (12), 2544–2558. <https://doi.org/10.1002/asi.21416>

Статья получена 30.08.2022;
принята 17.10.2022;
отредактирована 18.11.2022.

Received 30.08.2022;
accepted 17.10.2022;
revised 18.11.2022.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT AUTHOR



Абдуллаева Мехирбан Махаметжановна — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии труда и инженерной психологии факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, mehirban@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7927-4853>

Mehirban M. Abdullaeva — PhD, Associate Professor, the Department of Work and Engineering Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, mehirban@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7927-4853>