

Tartu Ülikool

Sotsiaalteaduste valdkond

Psühholoogia Instituut

Getter Kasekamp

ENESEESITLUSE TAKTIKATE KASUTAMISE SEOSSED SOTSIAALSELT
SOOVITAVA VASTAMISEGA

Uurimistöo

Juhendaja: Toivo Aavik, *PhD*

Läbiv pealkiri: Eneseesitlus ning sotsiaalselt soovitav vastamine

Tartu 2018

Eneseesitluse taktikate kasutamise seosed sotsiaalselt soovitava vastamisega

Kokkuvõte

Käesolevas töös adapteeriti Lee, Quigle, Mitchell, Corbett ja Tedeschi (1999) poolt loodud Eneseesitluse Taktikate Skaala (SPT) eesti keelde. Internetiküsitlusele vastas 278 töötavat täiskasvanut. Sisereliaabluse test näitas, et tegemist on usaldusväärse küsimustikuga, mida on võimalik Eestis eneseesitluse taktikate kasutamise mõõtmiseks kasutada. Lisaks uuriti, kas rohkem kasutatakse kaitsvaid, või veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid ning kui palju mõjutab küsimustikule vastamist sotsiaalselt soovitav vastamine. Tulemustest selgus, et rohkem kasutatakse kaitsvaid, kui veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid. Nii kaitsvate kui ka veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kasutamine oli statistiliselt oluliselt negatiivselt seotud muljekujundamisega, kuid seos ennastpetva eneseupitamiseega ei olnud statistiliselt oluline. Kuigi nii kaitsvate kui ka veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kasutamisest teatamine ei ole sotsiaalselt soovitav, siis tulemustest järeldati, et oma ego kaitsmine on siiski sotsiaalselt sobivam, kui teadlik oma maine kujundamine.

Märksõnad: eneseesitlus, muljekujundamine, ennastpettev eneseupitamine

Self-presentation tactics use and its relation to socially desirable responding

Abstract

The Self-Presentation Tactics Scale (SPT), created by Lee, Quigle, Mitchell, Corbett and Tedeschi (1999) was adapted to Estonian. 278 working adults answered to an online questionnaire. Internal-consistency test showed that it is a reliable scale to measure self-presentation tactics use in Estonia. In addition, it was studied whether people use more defensive or assertive self-presentation tactics and how much the answers are affected by socially desirable responding. Results showed that defensive self-presentation tactics are used more than assertive self-presentation tactics. Also, defensive and assertive self-presentation tactics use was negatively correlated with impression management, but correlation with self-deceptive enhancement was not statistically significant. Although reporting the use of defensive and assertive self-presentation tactics is not socially desirable, it was concluded that protecting one's ego is still socially more suitable than knowingly creating an image of oneself.

Keywords: self-presentation, impression management, self-deceptive enhancement

SISSEJUHATUS

Eneseesitlus koosneb käitumismustritest, mida kasutatakse arvamuste juhtimiseks ja muutmiseks, mis teistel inimestel isikust on (Goffman, 1959). Oskus ennast efektiivselt esitleda on üks kõige olulisematest sotsiaalsetest oskustest, sest lugematud materiaalsed, sotsiaalsed ja personaalsed tasud sõltuvad sellest, kuidas teised meid tajuvad. Seega on arusaadav, miks inimesed muretsevad selle pärast, et teised näeksid neid soovitud viisil (Baumeister, 1982; Leary, Tchividjian & Kraxberger, 1994, Sezer, Gino & Norton, 2017). Kuna eneseesitlus on paljude uurimisvaldkondade küsimuste üheks võimalikuks seletuseks, on oluline mõista indiviidide kalduvust erinevaid eneseesitluse strateegiaid kasutada ning seeläbi mõista sotsiaalseid fenomene, mida eneseesitlus mõjutab (Lee, Quigle, Mitchell, Corbett & Tedeschi, 1999).

Kuigi muljed, mida inimesed üritavad teistele jätta, on tihti positiivsed ja sotsiaalselt soovitavad, on eneseesitlus motiveeritud rohkemast kui ainult heakskiidu saavutamisest (Leary, Tchividjian & Kraxberger, 1994). Seeõttu on oluline ka uurida, milliste eneseesitluse taktikate kasutamine on sotsiaalselt soovitav ning milliste kasutamine mitte.

Eneseesitlus, erinevad strateegiad ning seosed teiste konstruktidega

Eneseesitlust kasutatakse mitmete interpersonaalsete fenomenide selgitamiseks, nagu näiteks agressiivsus (Tedeschi & Felson, 1994, Lee jt, 1999 kaudu), kognitiivne dissonants (Tedeschi & Rosenfield, 1981, Lee jt, 1999 kaudu) ja käitumine tööintervjuudel (Stevens & Kristof, 1995, Lee jt, 1999 kaudu; Paulhus, Westlake, Calvez & Harms, 2013). Eneseesitlus ja püüdlus jätta teistele head muljet aitab indiviididel tõsta oma enesehinnangut (Jones, Rhodewalt, Berglas & Skelton, 1981; Baumeister, 1982) ja esile tuua positiivseid emotsioone (Scopelliti, Loewenstein ja Vosgerau, 2015). Inimesed tahavad uskuda, et nende ideaalne mina, kellena end esitletakse on ka nende tegelik mina. See, kuidas teised neid tajuvad aitabki neid uskumusi kinnitada (Baumeister, 1982).

Kuna sotsiaalmeedia mängib tänapäeval paljude inimeste elus suurt rolli, on viimastel aastatel palju uuritud eneseesitlust ka sotsiaalmeedias. Metzler ja Scheithauer (2017) arvasid, et arvuti abil vahendatud kommunikatsioon annab noortele, kelle identiteet on veel arenemisjärgus, võimaluse eneseesitlust suuremal määral kontrollida, kui näost-näku suhtluses. Nad leidsid, et teismeliste positiivne eneseesitlus ja sõprade arv on seotud tihedama positiivse tagasisidega, mis omakorda oli negatiivselt seotud enesehinnanguga. Kuna tihti

esitletakse sotsiaalmeedias oma ideaalset mina, mitte tegelikku mina, ning palju võrreldakse end teiste sotsiaalmeedia profiilidega, ei pruugi positiivne tagasiside olla piisav enesehinnangu tõstmiseks. Siiski oli Facebooki sõprade arvu mõju teismeliste enesehinnangule positiivne ja suhtluse algatamine internetis suurendas ka suhtluse algatamist elus eneses, viidates sellele, et Facebook võib olla koht suhtluse harjutamiseks ja sotsiaalsete oskuste omandamiseks (Metzler & Scheithauer, 2017). Ka uurimus kõrgkooli õpilaste seas (Yang, Holden & Carter, 2017) näitas, et positiivne eneseesitlus internetis oli seotud kõrgema enesehinnanguga. Eneseesitlus sotsiaalmeedias mõjutab ka seda, kuidas näevad indiviidi tema kolleegid (Batenburg & Bartels, 2016). Batenburg ja Bartels (2016) leidsid, et säilitamiseks kolleegide austust ning neile samal ajal ka meeldida, on parimaks strateegiaks olla kolleegidega Facebookis ühenduses ning postitada ennast võimendavaid postitusi.

Soov ennast esitleda mõjutab ka tervisega seotud käitumist (Leary, Tchividjian & Kraxberger, 1994). Inimeste mure selle üle, kuidas teised inimesed neid tajuvad ja hindavad võivad viia käitumiseni, mis tõstavad haigestumise ja vigastuste riski. Eneseesitluslikud motiivid mängivad rolli näiteks HI viirusesse nakatumises, nahavähi tekkes, alatoitumises ja söömishäirete tekkes, alkoholi, tubaka ja uimastite tarvitamises, vigastuste saamises ja juhuslikes surmades. Ka füüsilises treeningus osalemine on tihti motiveeritud rohkem eneseesitlusest kui soovist elada tervislikult, olles selles osas positiivseks motivaatoriks (Leary, Tchividjian & Kraxberger, 1994).

Eneseesitluse strateegiad jagunevad vastavalt interpersonaalsetele eesmärkidele kaheks: veenvad/kinnitavad (*assertive*) ja kaitsvad (*defensive*) eneseesitluse strateegiad. Kaitsvaid eneseesitluse strateegiaid (DSPT) kasutatakse olukorras, mis võib kahjustada soovitud identiteeti ning nende kasutamise eesmärgiks on seda parandada või olukorra negatiivseid efekte vähendada. Veenvad/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid (ASPT) kasutatakse aga soovitud identiteedi loomiseks. Selline käitumine võib, aga ei pruugi olla mitteautentne. Tihti on identiteet, mida inimene soovib teistele näidata ka identiteet, millisena ta tõesti end näeb (Lee jt, 1999). Kaitsvad ning veenvad/kinnitavad eneseesitluse taktikad on küll erinevad, kuid omavahel seotud konstruktid. Ei kasutata ainult ühte või teist, vaid millist tüüpi eneseesitlust kasutatakse sõltub situatsioonist, eesmärgist, kontekstist ning õige taktika valimine võib olla paras väljakutse (Paulhus jt, 2013). Inimene, kes tihti kasutab veenvad/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid, kasutab tihti ka kaitsvaid eneseesitluse taktikaid ning vastupidi – kes kasutab harva veenvad/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid ei kasuta tihti ka kaitsvaid eneseesitluse taktikaid (Lee jt, 1999).

Veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate alla kuuluvad meelitamine (*ingratiation*), hirmutamine (*intimidation*), abipalve (*supplication*), (enese) tituleerimine (*entitlement*), eneseupitamine (*enhancement*), halvustamine (*blasting*) ja näitlikustamine (*exemplification*). Kaitsvate eneseesitluse taktikate alla kuuluvad ettekäänded (*excuses*), õigustamine (*justification*), enesenurjamine (*self-handicapping*), vabandused (*apologies*) ja ennetamine (*disclaimer*) (Lee jt, 1999).

1. Kaitsvate eneseesitluse taktikate tähendused:

1.1. Ettekäänded – negatiivsete sündmuste korral vastutuse salgamine

1.2. Õigustamine – negatiivse käitumise õigustamine, samal ajal vastutuse aktsepteerimine

1.3. Ennetamine – seletuste pakkumine enne negatiivse sündmuse toimumist

1.4. Enesenurjamine – iseenda edule takistuste ette seadmine, selleks et teised ei teeks soovimatuid järeldusi eksimise korral

1.5. Vabandused – eksimuste korral vastutuse võtmine ja süütunde väljendamine

2. Veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate tähendused:

2.1. Meelitamine – tegevused eesmärgiga teistele meeldida (meelitused, komplimendid, teiste arvamustega nõustumine, teenete osutamine)

2.2. Hirmutamine – iseendast mulje jätmine kui võimukast ja superioorsest inimesest

2.3. Abipalve – nõrkuse ja abituse väljendamine, selleks et teistelt abi saada

2.4. (Enese) tituleerimine – positiivsete sündmuste korral vastutuse ja au enda peale võtmine

2.5. Eneseupitamine – teiste veenmine, et tema käitumine või selle tulemused on positiivsemad, kui teistele esialgu paistis

2.6. Halvustamine – teiste inimeste või gruppide (vastaste) halvustamine

2.7. Näitlikustamine – enda esitlemine moraalse ja ausa inimesena, tekitamaks teistes austust, hirmu või imetlust.

Eneseesitlust kasutatakse kõikides omavahelistes suhetes, kuid selle ulatus varieerub erinevate suhtetüüpide vahel, kuna lisaks identiteedi loomise vahendiks olemisele võib eneseesitlus olla ka suhte säilitamise vahendiks (Øverup & Neighbours, 2016). Øverup ja Neighbours'i (2016) uurimus on esimene, mis pakub välja, et inividid kasutavad erinevates suhetes eneseesitlust erineval määral, olenevalt suhte loomusest ja sellest, kui lähedased nad suhtluskaaslasega on ning kui palju teda usaldavad. Nad leidsid, et inividid kasutavad suuremal määral eneseesitlust juba kindlakskujunenud suhetes, sest nende esitletav isiksus on keerulisem ja juba välja kujunenud. Samuti on inivididel rohkem võimalusi suhelda juba

tuttavate inimestega ja seeläbi on neil ka rohkem võimalusi eneseesitlust kasutada. Ühtlasi leidsid nad, et romantiliste partneritega suheldes kasutatakse rohkem eneseesitlust, kui sõprade või tuttavatega suheldes. Mida olulisem on indiviidi jaoks suhtluspartner, seda olulisem on tema jaoks suhet hoida ja selleks kasutataksegi eneseesitluse taktikaid (Øverup & Neighbours, 2016).

Øverup ja Neighbours (2016) leidsid, et inimesed kasutavad romantiliste partnerite, sõprade ja tuttavatega suheldes rohkem kaitsvaid eneseesitluse taktikaid, kui veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid. Ühe põhjusena tõid nad välja, et inimesed muretsevad rohkem selle pärast, et mitte halb välja näha (kaitse imago kahjustumise vastu) kui imago loomise pärast. See võib eriti oluline olla juba kindlaks kujunenud suhetes, kus suhtluspartner tunneb indiviidi hästi ning enda esitlemine teistsugusel moel ei oleks indiviidi enda parimates huvides. Ühtlasi arvasid autorid, et kaitsvate eneseesitluse taktikate kasutamine on igapäevases elus levinum ning võib olla sotsiaalselt aktsepteeritavam, kui mõni veenvatest/kinnitavatest eneseesitluse taktikatest (näiteks hirmutamine, halvustamine või eneseupitamine). Seega aitab kaitsvate eneseesitluse taktikate kasutamine projekteerida indiviidist paremat pilti ning aidata säilitada teise inimese poolehoidu (Øverup & Neighbours, 2016). Nad ei uurinud sealhulgas aga suhtlust võõrastega. Inimesed suhtlevad pea igapäevaselt võõrastega, kellest võivad mõnikord saada tulevikus sõbrad, tuttavad või ka romantilised partnerid ning sellistes olukordades on eneseesitlus alles imago loomise faasis.

Kuigi enamik inimesi kasutab eneseesitluse taktikaid, on kindlate elukutsete esindajad, kelle töö nõuab sagedasemat eneseesitlust, kui teistel. Müügiesindajad kasutavad kindlaid taktikaid, et mõjutada oma kliente (McFarland, Challagalla & Shervani, 2006), saades tihti peale selleks põhjalikku koolitust. Ühtlasi kasutavad nad teadlikult eneseesitluse taktikaid ka eesmärgiga mõjutada oma ülemusi ning sel viisil edendada oma karjääri (Bande, Fernandez-Ferrin, OteroNeira & Varela, 2017). Eriti oluline on eneseesitlus idufirmade asutajate jaoks. Nad peavad leidma investorid veel lõpetamata toodetele, teenustele ja tõestamata tehnoloogiatele ning kindel ei saa olla ka turunõudluses (Murray & Marriott, 1998). Ühelt poolt on neile oluline veenda potentsiaalseid investoreid näidates välja enesekindlust ja konkurentidest üleolekut. Kuid mitte kõigi eneseesitluse strateegiate kasutamise eesmärgiks ei ole sotsiaalselt soovitava identiteedi näitamine. Indiviidid võivad soovitud tulemuste saavutamiseks näidata ka end agressiivse või nõrgana (Lee jt, 1999; Øverup & Neighbours, 2016). Liigne promotsioon ja konkurentide halvustamine on näited taktikatest, mis jätavad idufirmade asutajatest mulje kui ebaausatest oportunistidest. Juba

edukate ettevõtete juhid peavad loodud mainet säilitama nii klientide, koostööpartnerite, töötajate kui avalikkuse silmis (Parhankangas & Ehrlich, 2014), maine säilitamiseks aga on olulised just kaitsvad eneseesitluse taktikad (Lee jt, 1999).

Eneseesitlus on väga oluline ka poliitikute jaoks (Colliander jt, 2017). Colliander jt (2017) uurisid poliitikute eneseesitlust sotsiaalmeedias (Twitteris). Nad leidsid, et tasakaalustatud eneseesitlus Twitteris (säutsud, mis sisaldavad nii professionaalseid kui ka privaatseid aspekte nende elust) suurendas nii huvi poliitiku erakonna vastu kui ka kavatsust selle erakonna poolt valimistel hääletada sõltumata lugeja poliitilistest vaadetest, sotsiaalmeedia kasutamise sagedusest, vanusest või lugeja või poliitiku soost (Colliander jt, 2017).

Sotsiaalselt soovitav vastamine enesekohastes küsimustikes

Eneseesitluse taktikate kasutamine on laialdaselt levinud, kuid nende kasutajad ei soovi, et teised sellest aru saaksid. Ilmselge või liigne püüdlus teisi mõjutada viib suhtluskaaslased kaitsepositsioonile ning viib negatiivsete hinnaguteni (Anderson, Ames & Gosling, 2008; Bolino & Turnley, 2003; Higgins & Judge, 2004; Murphy, 2007, Paulhus jt, 2013 kaudu). Kuna eneseesitluse taktikate skaala tulemused on subjektiivsed ja põhinevad enesehinnangutel, võivad küsimustiku tulemusi mõjutada erinevad vastamisdeterminandid. Üheks neist on sotsiaalselt soovitav vastamine (*socially desirable responding*). Seetõttu on oluline uurida eneseesitluse taktikate kasutamise seoseid sotsiaalselt soovitava vastamise kahe stiiliga – muljekujundamine (*impression management*) ja ennastpettev eneseupitamine (*self-deceptive enhancement*) (Paulhus, 1984; Paulhus & Reid, 1991).

Uurimusi sotsiaalselt soovitava vastamise kohta võib leida pea igast valdkonnast, kus kasutatakse enesekohaseid küsimustikke, sealhulgas turundus, organisatsioonikäitumine, majandus, sotsioloogia ning haridus (Fisher & Katz, 2000).

Sotsiaalselt soovitav vastamine näitab positiivset kallet enesekohastele küsimustikele vastamisel. Sellega soovib küsimustikule vastaja näidata end heas valguses, vastavalt sotsiaalsetele normidele (Davies, French & Keogh, 1998). Sotsiaalselt soovitavat käitumist raporteeritakse rohkem, kui seda käitumist tegelikult esineb ning vastupidi – sotsiaalselt mittesoovitavat käitumist raporteeritakse tegelikkusest vähem. Sotsiaalselt soovitavat vastamist esineb kõige rohkem olukordades, kus on olemas motivatsioon endast parema pildi

loomiseks (Paulhus & Reid, 1991). Sotsiaalse soovitusliku skaala mõõdadki inimese motivatsiooni saada teise inimese heakskiitu (Lee jt, 1999).

Paulhus (1984; Paulhus & Reid, 1991) jagab sotsiaalselt soovitava vastamise kaheks protsessiks: muljekujundamine (*impression management*) ja ennastpettev eneseupitamine (*self-deceptive enhancement*). Muljekujundamine on vastuste tahtlik üleliia positiivne kujundamine auditooriumile mõju avaldamise eesmärgil. Indiviidid, kes saavad kõrge tulemuse muljekujundamises kipuvad olema vastuvõtlikumad sotsiaalsetele mõjudele. Nad eelistavad hoida oma käitumises madalat profiili, mis võimaldab neil vältida teiste hinnanguid (end kaitsta), isegi, kui nad tajuvad, et need hinnangud võivad olla neile sotsiaalselt kasulikud (Fisher & Katz, 2000; Winters & Neale, 1985). Ennastpettev eneseupitamine on aga mitteteadlik protsess, millega küll soovitakse ennast näidata soositavamal valguses, kuid vastaja ise ka usub positiivse enesehinnangu tõepärasusse (Paulhus, 1984; Paulhus & Reid, 1991). Seega on vastaja aus, kuid jätab endast liigselt soodsa mulje. Seda on seostatud endast lugupidamise, optimismi (Fisher & Katz, 2000; Winters & Neale, 1985) ja ekstravertsusega ning peetud normaalse nartsissismi indeksiks (Paulhus & Reid, 1991; Paulhus & John, 1998). Muljekujundamist peetakse negatiivseks, ennastpetvat eneseupitamist aga sotsiaalse soovitusliku healoomuliseks vormiks.

Kui suurel määral mõjutab sotsiaalselt soovitava vastamine testi tulemusi, leitakse tavaliselt huvitava muutuja ning sotsiaalselt soovitava vastamise skoori korrelatsiooni põhjal. Kui sotsiaalselt soovitava vastamise efekt on statistiliselt oluline, üritatakse kalle eemaldada või seda ignoreeritakse, sest mõju on triviaalne. Kui aga seos puudub, järeldatakse, et sotsiaalne soovituslik muutujat/testi tulemusi ei mõjuta (Fisher & Katz, 2000). Siiski ei ole sotsiaalse soovitusliku efekt alati soovimatu ning seda ei peaks valimatult kontrolli alla võtma (Zerbe & Paulhus, 1987). Sotsiaalne soovituslik võib olla kontseptuaalselt seotud huvitava konstruktiga ning nende kahe omavaheline korrelatsioon näitab konvergentset valiidsust. Viimane kehtib enesehinnangutel põhinevate küsimustike korral (Fisher & Katz, 2000), mida on ka käesolevas uurimistöös kasutatav küsimustik. Kui mõni eneseesitluse taktika on statistiliselt oluliselt negatiivselt seotud sotsiaalselt soovitava vastamisega, näitab see, et vastava taktika kasutamisest teatamine ei ole ühiskonnas eriti soovitud. Kui seos on positiivne, on vastava taktika kasutamisest teatamine sotsiaalselt soovitud. Kui aga seos on väike või puudub, ei ole taktika kasutamisest teatamisel nii suuri sotsiaalseid tagajärgi ning vastaja motivatsioon vastata sotsiaalselt soovitavalt on nõrgem.

Sotsiaalselt soovitava vastamise seosed eneseesitlusega

Lee, Quigley, Nesler, Corbett ja Tedeschi (1999) leidsid negatiivse seose nii kaitsvate kui ka veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kasutamise ja sotsiaalse soovitavuse vahel. Sotsiaalse soovitavusega oli spetsiifilistest taktikatest positiivselt seotud vaid vabanduste esitamine. Näitlikustamine oli sotsiaalse soovitavusega positiivselt seotud Lee jt (1999) esimeses uurimuses, teises uurimuses aga seos puudus. Korrelatsioonid olid aga madalad või keskmised. Autorite sõnul on tulemused kooskõlas varasemate uurimistulemustega (Snyder, 1974), milles selgus, et palju enesekontrolli (*self-monitoring*) kasutavad inimesed raporteerivad väiksema tõenäosusega, et nad käituvad vastavalt sotsiaalsele soovitavusele. Lee jt (1999) kasutatud Marlow-Crowne Sotsiaalse Soovitavuse Skaala mõõdab vajadust heakskiidu järele. Inimesed, kes saavad skaalal kõrged tulemused, vastavad tõenäoliselt kallutatult selleks, et sulanduda teiste hulka ning vältida teiste negatiivseid hinnanguid. Autorid järeldasid, et neil, kes vajavad heakskiitu, ei ole eneseesitlusoskusi ja seega kasutavad nad ka taktikaid vähem. Samas, vähene oskus taktikaid kasutada viib väiksema heakskiiduni ja see omakorda suurema vajaduseni heakskiitu saavutada. Marlow-Crowne skaala ei võta aga arvesse sotsiaalse soovitavuse kahte erinevat stiili ning puuduvad uurimused, mis erinevate eneseesitluse taktikate kasutamist sotsiaalse soovitavuse kahe erineva stiiliga seostaksid.

Uurimistöö eesmärk ja hüpoteesid

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks on Eneseesitluse Taktikate Skaala eestindamine ning spetsiifiliste eneseesitluse taktikate seoste uurimine kahe sotsiaalselt soovitava vastamise stiiliga – ennastpettev eneseupitamine ja muljekujundamine. Teadaolevalt on see esimene uurimistöö, mis hindab eneseesitluse taktikate esitlemise sotsiaalset soovitavust ja toob välja erinevate taktikate tundlikkuse.

Lähtudes Øverup ja Neighbours'i (2016) uuringu tulemustest oletan, et kaitsvate eneseesitluse taktikate osakaal inimeste eneseesitluslikus repertuaaris on suurem kui veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate osakaal.

H1: Kaitsvaid eneseesitluse taktikaid kasutatakse enam kui veenvaid eneseesitluse taktikaid.

Kuna varasemalt ei ole uuritud spetsiifiliste eneseesitluse taktikate kasutamise seoseid kahe sotsiaalselt soovitava vastamise stiiliga ning ma soovin oma uurimistööga seda välja selgitada, püstitan eksploratiivse hüpoteesi.

H2: Millised eneseesitluse taktikad on kõige rohkem seotud sotsiaalselt soovitava vastamise kahe stiiliga.

Kuna iniviidid, kes saavad kõrge tulemuse muljekujundamises kalduvad olema vastuvõtlikumad sotsiaalsetele mõjudele ning püüavad end teiste negatiivsete hinnangute eest kaitsta (Fisher & Katz, 2000; Winters & Neale, 1985), oletan, et mida kõrgem on tulemus muljekujundamises, seda enam kasutatakse kaitsvaid eneseesitluse taktikaid.

H3: Mida kõrgem on muljekujundamise skoor, seda enam kasutatakse kaitsvaid eneseesitluse taktikaid.

Veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid kasutatakse soovitud identiteedi loomiseks. Kuna tihti on identiteet, mida inimene soovib teistele näidata ka identiteet, millisena ta tõesti end näeb (Lee jt, 1999), oletan, et mida kõrgem on tulemus ennastpetvas eneseupitamises, seda enam kasutatakse veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid.

H4: Mida kõrgem on ennastpetva eneseupitamise skoor, seda enam kasutatakse veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid.

MEETOD

Katsematerjal

Küsitluse alguses informeeriti vastajaid, et uuringus osalemine on vabatahtlik, vastamise võib igal ajal pooleli jätta ning et saadud andmeid kasutatakse ainult käesoleva uurimistöo jaoks.

Esmalt vastasid inimesed demograafiliste andmete küsimustele. Demograafilistest andmetest küsiti sugu, vanust, rahvust, kõrgeimat omandatud haridustaset ja tegevusvaldkonda/ametit.

Eneseesitluse taktikate kasutamise mõõtmiseks kasutati Lee jt (1999) poolt välja töötatud Eneseesitluse Taktikate Skaalat (*Self-Presentation Tactics Scale* (SPT)). Küsimustik koosneb 63-st väitest, mis on jaotatud kaheteistkümnesse blokki (iga taktika jaoks üks). Vastajad pidid vastama ühel kahest skaalast: originaalskaalal ehk skaalal 1-st (peaaegu mitte kunagi) 9-ni (väga sageli) (edaspidi SPT1) või lisatud skaalal 0-st 8-ni (0=mitte üldse; 1=kord paari kuu tagant; 2=kord kuus; 3=kord paari nädala tagant; 4=kord nädalas; 5=kaks korda

nädalas; 6=3-4 korda nädalas; 7=kord päevas; 8=rohkem kui kord päevas) (edaspidi SPT2). Täienduse eesmärk oli pakkuda vastajatele psühholoogiliselt täpsemat skaalat. Vastajad pidid vastama selle järgi, mis kõige täpsemini vastas tema käitumisele. Gruppidesse jaotamine toimus vastajate sünnikuupäeva järgi. Need, kelle sünnikuupäev oli paarisarv, vastasid originaalskaalal ja need, kelle sünnikuupäev oli paaritu arv, vastasid skaalal 0-8.

Sotsiaalse Soovitavuse mõõtmiseks kasutati BIDR skaalat (Balanced Inventory of Desirable Responding) (BIDR-6) (Paulhus, 1984; Paulhus & Reid, 1991; adapteerinud Toomas Niit, parendanud Toivo Aavik ja Kenn Konstaabel). See koosneb 40-st väitest, millest 20 väidet on muljekujundamise (IM) ja 20 ennastpetva eneseupitamise (SDE) kohta. Uuritavad pidid vastama, kuivõrd nad väitega nõustuvad, skaalal 1-st 7-ni, kus 1 on „pole õige“, 4 on „osaliselt õige“ ja 7 on „väga õige“. Tulemuste arvutamisel kasutati enamkasutatavat dihhotoomset skoorimist, kus „1“ alla kuulusid vastused „6“ ja „7“. Mõlema alaskaala minimaalne skoor on 0 ning maksimaalne skoor on 20.

Küsitluse lõpus oli vastajatel võimalik jätta oma e-maili aadress, kui nad soovisid tagasisidet töö tulemuste kohta. Tagamaks nende inimeste anonüümsus, eemaldati e-maili aadressid andmetabelist enne andmetöötluse algust.

Valim

Valimisse kuulusid täiskasvanud töötavad inimesed, kes leiti läbi sotsiaalmeedia ning Eesti kõrgkoolide meililistide. Küsitluse läbiviimiseks kasutati Google Forms keskkonda. Küsimustikule vastajaid oli kokku 299.

Andmeanalüüsist eemaldati kokku 21 inimest. Neist kolm olid alaealised ning 17 ei töötanud küsimustikule vastamise hetkel (nende hulgas 2 pensionäri, 3 õpilast, 10 tudengit, 2 töötut). Üks inimene jättis märkimata oma haridustaseme. Inimesed, kes oma tegevusvaldkonda/ametit ei soovinud avaldada ($N=6$) jäeti sisse eeldusega, et nad siiski töötasid. Andmeanalüüsiks jäi alles 278 vastajat. Nendest 106 inimest vastasid SPT küsimustikule skaalal 1-9 (SPT1) ning skaalal 0-8 (SPT2) 172 inimest.

Vastajate keskmine vanus oli 33 ($SD=11.682$). Kõige noorem vastaja oli 18-aastane ning kõige vanem 70-aastane. Suurem osa vastajatest – 83,3% ($N=233$) olid naissoost ning väiksem osa – 16,2% ($N=45$) meessoost. 94,2% ($N=262$) vastajatest olid eestlased, 4,7% ($N=13$) venelased ning 1,1% ($N=3$) muust rahvusest.

Neljal inimesel (1.4%) oli kõrgeimaks omandatud haridustasemeks põhiharidus, 66-l inimesel (23.7%) keskharidus, 51-l inimesel (18.3%) bakalaureus või sellega võrdsustatud haridus, 77-l inimesel (27.7%) magister või sellega võrdsustatud haridus, 8-l inimesel (2.9%) doktor või sellega võrdsustatud haridus, 2-l inimesel (0.7%) kutseharidus põhihariduse baasil, 23-l inimesel (8.3%) kutseharidus keskhariduse baasil, ning 42-l inimesel (15.1%) rakenduskõrgharidus. 6 inimest (2.4%) olid haridustasemeks märkinud „muu“.

Küsimustiku adapteerimine

Küsimustik tõlgiti ja kohandati eesti keelde koostöös juhendaja Toivo Aaviku ning Liisi Toomiga. Kõigepealt tõlgiti küsimustik eesti keelde. Seejärel tehti tagasitõlge, mis oli tõlkest sõltumatu. Tagasitõlke põhjal parandati sõnastust, kus vajalik. Alternatiivne skaala (0-8) on koostatud Toivo Aaviku poolt.

Andmete analüüsimisel kasutasin statistikaprogrammi IBM SPSS Statistics 2.0. Leidsin keskmise, standardhälve ning sisereliaabluskoeffitsienti Cronbach'i alfa mõlema variandi iga taktika skoorile, kaitsvate eneseesitluse taktikate koondskoorile, veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate koondskoorile ning SPT koguskoorile. Lisaks uurisin, kas mõne väite välja jätmine suurendaks alaskaalade ja/või koondskaalade sisereliaablust. Vaatasin ka alaskaalade korrelatsioone koondskaaladega.

Analüüsi meetodid

Hüpoteeside kontrollimisel kasutasin samuti statistikaprogrammi IBM SPSS Statistics 2.0. Hüpoteesi 1 kontrollimiseks kasutasin parameetrilist *Paired Samples T Test*'i, hüpoteesi 2 kontrollimiseks kasutasin korrelatsioonimaatriksi, ning hüpoteeside 3 ja 4 kontrollimiseks kasutasin *Spearman'i rho'd*.

TULEMUSED

Eneseesitluse taktikate skaala sisereliaablus ning kahe skaala võrdlus

Kuna nii alaskaalade kui ka koondskaalade keskmised skoorid ning vastuste jaotused olid kahel skaalal erinevad ning kaks skaalat ei ole omavahel võrreldavad, käsitlen neid edaspidi eraldi.

Eneseesitluse taktikate skaala kahe variandi iga taktika ning koondtulemuste keskmised, standardhälbed ning reliaabluskoeffitsiendid (Cronbach'i alfa) on välja toodud Tabelis 1. Küsimustike sisereliaablus oli sarnaselt originaalskaalaga (Lee jt, 1999) väga kõrge ning küsimuste kooskõlalikus väga hea. Ka enamuse alaskaalade sisereliaablus oli mõlemas variandis kas hea või väga hea.

Tabel 1

Eneseesitluse taktikate skaala kahe variandi keskmised, standardhälbed ning Cronbach'i alfad

	SPT1 (N=106)				SPT2 (N=172)			
	M	SD	α	n	M	SD	α	n
Ettekäänded	4.13	1.50	.783	5	2.16	1.53	.848	5
Õigustamine	4.07	1.51	.789	5	2.23	1.61	.843	5
Ennetamine	4.10	1.66	.815	5	2.04	1.56	.841	5
Enesenurjamine	3.83	1.44	.641	5	2.02	1.46	.665	5
Vabandused	6.75	1.47	.840	5	3.55	1.82	.900	5
DSPT	4.57	1.13	.900	25	2.40	1.34	.941	25
Meelitamine	3.79	1.48	.851	8	1.19	1.54	.882	8
Hirmutamine	2.12	1.36	.906	5	1.02	1.40	.896	5
Abipalve (Enese)	3.57	1.30	.596	5	2.00	1.29	.685	5
tituleerimine	3.44	1.17	.689	5	1.76	1.30	.804	5
Eneseupitamine	3.60	1.25	.622	5	1.97	1.46	.788	5
Halvustamine	2.61	1.40	.806	5	2.22	1.26	.809	5
Näitlikustamine	5.48	1.85	.871	5	4.11	2.00	.871	5
ASPT	3.54	0.97	.914	38	2.06	1.10	.942	38
TSPT	4.06	0.96	.942	63	2.23	1.15	.965	63

Märkus. SPT1= Eneseesitluse Taktikate Skaala originaalskaalal, SPT2= Eneseesitluse Taktikate Saala skaalal 0-8, ASPT= veenvad/kinnitavad eneseesitluse strateegiad, DSPT= kaitsvad eneseesitluse strateegiad, TSPT= SPT koondtulemus, n=väidete arv.

Reliaabluskoeffitsient oli veidi madalam mõlemas variandis enesenurjamise (SPT1 α =.641; SPT2 α =.665) ja abipalve (SPT1 α =.596; SPT2 α =.685) puhul. Nende kahe taktika puhul oli Cronbachi alfa sarnane ka originaaluurimuses (enesenurjamine *Study 1* α =.62; *Study*

2 $\alpha=.58$ ja abipalve *Study 1* $\alpha=.63$; *Study 2* $\alpha=.60$ (Lee jt, 1999)), mida autorid pidasid aktsepteeritavaks. Seega ei tulene nende alaskaalade madal sisereleiaablus tõlkest, sest eesti keelsete variantide sisereleiaablus oli enesenurjamise ja abipalve puhul kõrgem, kui originaaluurimuses. Mõlema variandi puhul tõuseks enesenurjamise sisereleiaablus veelgi, jättes välja kas väite „Halb tervis on olnud süüdi selles, et sain koolis keskpäraseid hindeid“ (SPT1 $\alpha=.669$; SPT2 $\alpha=.676$) või „Ma ei valmistu eksamiteks piisavalt hästi, sest olen liiga hõivatud sotsiaalsete tegevustega“ (SPT1 $\alpha=.642$; SPT2 $\alpha=.707$). Mõlema väite välja jätmine parandaks ka mõlema variandi DSPT sisereleiaablust ning TSPT sisereleiaablust SPT1 puhul. Seega võiks neid kahte väidet parandada. Abipalve sisereleiaablus SPT1 puhul tõuseks, jättes välja väite „Palun teisi mind aidata“ ($\alpha=.612$) või „Ma kõhklen ja loodan, et teised võtavad grupiülesannete eest vastutuse“ ($\alpha=.616$). Kummagi välja jätmine ei tõstaks aga koondskooride sisereleiaablust. SPT2 puhul ühegi väite välja jätmine abipalve sisereleiaablust ei tõstaks, küll aga suurendaks neist viimane ASPT ja TSPT sisereleiaablust.

Veidi madal oli ka eneseupitamise reliaabluskoeffitsient (SPT1 $\alpha=.622$; SPT2 $\alpha=.788$). SPT2 puhul jäi see samasse suurusjärku originaaluurimusega (*Study 1* $\alpha=.76$; *Study 2* $\alpha=.78$ (Lee jt, 1999)). Sisereleiaablus tõuseks SPT1 puhul, kui jätta välja väide „Oma asjadest teistele rääkides rõhutan ma neile ka nende väärtust“ ($\alpha=.630$) või „Räägin inimestele, kui ma tulen hästi toime ülesannetega, mida teised peavad raskeks“ ($\alpha=.627$), mõju oleks aga väike. SPT2 puhul aga ühegi väite välja jätmine sisereleiaablust ei tõstaks. Samuti ei tõstaks ühegi eneseupitamise väite välja jätmine kummagi skaala koondskooride sisereleiaablust, seega ei ole nende muutmine vajalik.

(Enese) tituleerimise ja õigustamise reliaabluskoeffitsient oli veidi madal SPT1 puhul (vastavalt $\alpha=.689$ ja $\alpha=.789$), mitte aga SPT2 puhul (vastavalt $\alpha=.804$ ja $\alpha=.843$). Ühegi väite välja jätmine aga (enese)tituleerimise sisereleiaablust ei parandaks. Õigustamise sisereleiaablus oli ka originaaluurimuses samas suurusjärgus (*Study 1* $\alpha=.79$; *Study 2* $\alpha=.78$ (Lee jt, 1999)), kui SPT1 puhul. Sisereleiaablus tõuseks, kui jätta välja väide „Ma oskan oma tegusid hästi põhjendada, hoolimata sellest kui halvad nad teistele paista võivad“ ($\alpha=.796$), mõju on aga väike ning koondtulemuste sisereleiaablust see ei parandaks. SPT2 puhul jällegi ühegi väite välja jätmine α -t ei tõstaks.

Halvustamise sisereleiaablus tõuseks nii SPT1 kui ka SPT2 puhul, kui jätta välja väide „Ma toon välja mulle vastumeelse poliitilise partei väärad seisukohad“ (SPT1 $\alpha=.876$; SPT2 $\alpha=.861$), see aga ei mõjutaks koondtulemuste sisereleiaablust. Hirmutamise sisereleiaablus

tõuseks SPT2 puhul, kui jätta välja väide „Kui vaja, siis kasutan teiste mõjutamiseks oma suurust ja tugevust“ ($\alpha=.912$), mis parandaks ka TSPT ($\alpha=.966$), kuid mitte ASPT sisereliaablust. SPT1 puhul aga paraneks sisereliaablus jättes välja väite „Ma käitun viisidel, mis panevad teisi mind kartma“ ($\alpha=.915$), mis ei mõjutaks koondtulemuste sisereliaablust. Näitlikustamise sisereliaablus tõuseks nii SPT1 kui ka SPT2 puhul, kui jätta välja väide „Käitun nii nagu arvan, et teised peaksid käituma“ (SPT1 $\alpha=.892$; SPT2 $\alpha=.913$). SPT2 puhul parandaks väite välja jätmine ka koondskooride sisereliaablust (ASPT $\alpha=.944$ ja TSPT $\alpha=.966$), kuid mitte SPT1 puhul.

Ennetamise sisereliaablus tõuseks SPT1 puhul, kui jätta välja väide „Ma esitan juba ennetavalt teistele selgitusi, kui tean et nad võiksid mu tegu valeks pidada“ ($\alpha=.842$). Meelitamise sisereliaablus tõuseks SPT1 puhul, kui jätta välja väide „Ma räägin teistele oma positiivsetest omadustest“ ($\alpha=.859$). Nende alaskaalade sisereliaablus aga ei tõuseks ühegi väite välja jätmisel skaala teises variandis ega kummagi variandi koondskooride puhul. Vabanduste sisereliaablus tõuseks SPT2 puhul, kui jätta välja väide „Kui ma kahjustan kedagi, siis ma vabandan ja luban seda mitte enam teha“ ($\alpha=.902$). SPT1 puhul vabanduste ega TSPT sisereliaablust ühegi väite välja jätmine ei tõstaks, küll aga parandaks selle väite välja jätmine DSPT sisereliaablust ($\alpha=.901$). SPT2 koondskooride sisereliaablust see ei parandaks.

Vaadates koondtulemusi, siis kaitsvate eneseesitluse taktikate sisereliaablus tõuseks, kui jätta välja SPT1 puhul väide „Kui ma kahjustan kedagi, siis ma vabandan ja luban seda mitte enam teha“ ($\alpha=.901$), „Kui olen teinud midagi valesti, avaldan kahetsust ja tunnistan oma süüd.“ ($\alpha=.901$) või „Ma võtan vastu etteheited oma halva käitumise pärast, kui see on selgelt olnud minu süü“ ($\alpha=.901$) ning mõlema variandi puhul „Halb tervis on olnud süüdi selles, et sain koolis keskpäraseid hindeid“ (SPT1 $\alpha=.901$; SPT2 $\alpha=.943$) või „Ma ei valmistu eksamiteks piisavalt hästi, sest olen liiga hõivatud sotsiaalsete tegevustega“ (SPT1 $\alpha=.902$; SPT2 $\alpha=.944$).

Veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate puhul aga tõuseks sisereliaablus, jättes mõlema variandi puhul välja väite „Ma püüan olla eeskujuks, kuidas inimene peaks käituma“ (SPT1 $\alpha=.915$; SPT2 $\alpha=.944$), SPT1 puhul väite „Ma kõhklen ja loodan, et teised võtavad grupiülesannete eest vastutuse“ ($\alpha=.917$), SPT2 puhul väite „Ma püüan luua teistele eeskjuju, mida nad saaks järgida“ ($\alpha=.943$), „Püüan olla positiivne eeskjuju, keda teised jäljendaksid“ ($\alpha=.943$) või „Käitun nii nagu arvan, et teised peaksid käituma“ ($\alpha=.944$).

SPT koondtulemuste sisereliaablus oli mõlemas variandis väga hea (SPT1 $\alpha=.942$; SPT2 $\alpha=.965$) ning sarnane originaaliga (*Study 1* $\alpha=.94$, *Study 2* $\alpha=.93$ (Lee jt, 1999)). SPT1 puhul sisereliaablus tõuseks, jättes välja väite „Ma kõhklen ja loodan, et teised võtavad grupiülesannete eest vastutuse“ (abipalve). Sellisel juhul Cronbachi $\alpha=.943$. SPT2 puhul sisereliaablus tõuseks, jättes välja ühe järgnevatest väidetest: „Kui vaja, siis kasutan teiste mõjutamiseks oma suurust ja tugevust“ (hirmutamise); „Püüan olla positiivne eeskuju, keda teised jäljendaksid“ (näitlikustamine); „Käitun nii nagu arvan, et teised peaksid käituma“ (näitlikustamine); „Halb tervis on olnud süüdi selles, et sain koolis keskpäraseid hindeid“ (enesenurjamine); „Ma ei valmistu eksamiteks piisavalt hästi, sest olen liiga hõivatud sotsiaalsete tegevustega“ (enesenurjamine); „Ma teen ise oma edu saavutamise raskeks“ (enesenurjamine); „Ärevus takistab minu sooritust“ (enesenurjamine); „Ma püüan olla eeskujuks, kuidas inimene peaks käituma“; „Ma püüan luua teistele eeskuju, mida nad saaks järgida“; „Ma püüan panna teisi käituma sama positiivsel viisil, nagu mina käitun“. Jättes välja ühe nendest väidetest, Cronbachi $\alpha=.966$.

Kuna SPT1 koondtulemuste puhul on ainult üks väide, mille puhul sisereliaablus tõuseks, on SPT1 sisemine struktuur parem, kui SPT2-l. Vaadates aga kaitsvaid ja veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid eraldi, on kaitsvate taktikate puhul sisemine struktuur parem SPT2-l, veenvate/kinnitavate taktikate puhul aga SPT1-l.

Kuigi enesenurjamise sisereliaablus oli sarnane originaaluurimusega, tõuseks alaskaala ning DSPT siserealiaablus mõlema skaala puhul ning TSPT sisereliaablus SPT1 puhul, kui jätta välja väite „Halb tervis on olnud süüdi selles, et sain koolis keskpäraseid hindeid“ või „Ma ei valmistu eksamiteks piisavalt hästi, sest olen liiga hõivatud sotsiaalsete tegevustega“. Seega võiks neid kahte väidet parandada. Kuna aga nii kaitsvate, veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kui ka koondskooride sisereliaablused on mõlemas variandis väga head ja sarnased inglise keelse originaaliga ning väidete välja jätmise puhul oleks sisereliaabluse paranemine väga väike (kõige rohkem .003 võrra), ei ole eesti keelsete väidete muutmiseks vajadust.

Tabelis 2 on välja toodud üksikute eneseesitluse taktikate korrelatsioonid (*Spearman'i rho*) koondskaaladega. Mõlema variandi puhul olid veenvad/kinnitavad eneseesitluse taktikad rohkem seotud veenvate/kinnitavate taktikate alaskaalaga ning kaitsvad eneseesitluse taktikad kaitsvate taktikate alaskaalaga. Alaskaalade statistiliselt olulised korrelatsioonid nii kaitsvate eneseesitluse taktikate kui ka veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate koondskaalaga

näitavad ka seda, et kahte liiki eneseesitluse taktikad on omavahel seotud. Viimast kinnitas ka ASPT ja DSPT omavaheline korrelatsioon (SPT1 $r_s=.666$, $p<.001$; SPT2 $r_s=.802$, $p=<.001$).

Tabel 2

Üksikute eneseesitluse taktikate korrelatsioonid koondskaaladega (Spearman'i rho)

	SPT1			SPT2		
	DSPT	ASPT	TSPT	DSPT	ASPT	TSPT
Ettekäänded	.811**	.596**	.776**	.900**	.801**	.905**
Õigustamine	.831**	.667**	.836**	.891**	.801**	.904**
Ennetamine	.871**	.685**	.865**	.896**	.716**	.857**
Enesenurjamine	.694**	.312**	.566**	.756**	.498**	.664**
Vabandused	.381**	.143	.289**	.789**	.611**	.744**
Meelitamine	.617**	.843**	.781**	.818**	.905**	.901**
Hirmutamine	.238*	.389**	.328**	.377**	.551**	.485**
Abipalve	.611**	.716**	.722**	.776**	.804**	.826**
(Enese)tituleerimine	.458**	.736**	.638**	.667**	.843**	.778**
Eneseupitamine	.503**	.803**	.692**	.782**	.843**	.818**
Halvustamine	.483**	.635**	.602**	.592**	.675**	.667**
Näitlikustamine	.205*	.490**	.356**	.223**	.504**	.360**

Märkus. * $p<.05$; ** $p<.01$; SPT1= Eneseesitluse Taktikate Skaala originaalskaalal, SPT2= Eneseesitluse Taktikate Saala skaalal 0-8, ASPT= veenvad/kinnitavad eneseesitluse strateegiad, DSPT= kaitsvad eneseesitluse strateegiad, TSPT= SPT koondtulemus.

Eneseesitluse taktikate kasutamise seosed sotsiaalselt soovitava vastamisega

Hüpoteeside kontrollimiseks kasutasin Eneseesitluse Taktikate Skaalat originaalskaalal (1-9), sest koondskooride ning veenvate/kinnitavate eneseesitlustaktikate alaskaala sisemine konsistentsus oli alternatiivse skaalaga võrreldes parem. Samuti olid koondskaalade tulemused sellel skaalal normaaljaotuslikud. Normaaljaotuslikud ei olnud aga BIDR tulemused, mistõttu kasutasin vastavate hüpoteeside kontrollimiseks mitteparameetrilisi teste.

H1: Kaitsvaid eneseesitluse taktikaid kasutatakse enam kui veenvaid eneseesitluse taktikaid.

Hüpoteesi kontrollimiseks kasutasin parameetrilist *Paired Samples T Test*'i. Analüüs näitas, et kaitsvate eneseesitluse taktikate kasutamise keskmine ($M=4.574$, $SD=1.13$) on

statistiliselt oluliselt kõrgem kui veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kasutamise keskmine ($M=3.539$, $SD=.968$), $t(105)=-12.223$, $p<.001$, *Cohen'i d*=0.916. Seega leidis hüpotees kinnitust (efekti suurus suur).

H2: Millised eneseesitluse taktikad on kõige rohkem seotud sotsiaalselt soovitava vastamise kahe stiiliga.

Järgenevalt pakkus mulle huvi, millised eneseesitluse taktikad on kõige enam mõjutatud sotsiaalselt soovitava vastamise erinevatest stiilidest. Korrelatsioonid eneseesitluse taktikate ning sotsiaalselt soovitava vastamise kahe stiili vahel on välja toodud Tabelis 3.

Tabel 3

Korrelatsioonid (Spearman'i rho) eneseesitluse taktikate ja sotsiaalse soovitavuse vahel

	Muljekujundamine	Ennastpettev eneseupitamine
Ettekäänded	-.272**	-.115
Õigustamine	-.149	-.149
Ennetamine	-.330**	-.163
Enesenurjamine	-.255**	-.316**
Vabandused	.203*	.239*
DSPT	-.235*	-.062
Meelitamine	-.376**	.000
Hirnutamine	-.332**	-.087
Abipalve	-.346**	-.264**
(Enese)tituleerimine	-.238*	.003
Eneseupitamine	-.330**	-.042
Halvustamine	-.448**	-.039

Näitlikustamine	.173	.213*
ASPT	-.371**	-.026
TSPT	-.336**	-.052

Märkus. * $p < .05$; ** $p < .01$; DSPT= kaitsvad eneseesitluse strateegiad, ASPT= veenvad/kinnitavad eneseesitluse strateegiad, TSPT= SPT koondtulemus.

On kaks taktikat, mille puhul seos sotsiaalselt soovitava vastamisega on positiivne – näitlikustamine ja vabanduste esitamine. Mõlema puhul on seosed statistiliselt olulised, välja arvatud näitlikustamise teadlik komponent ehk muljekujundamine. Seega on nende taktikate raporteerimine kõige enam sõltuvuses kontekstist, kusjuures esineb nii teadlik (IM) kui ka mitteteadlik (SDE) komponent.

Enesenurjamine ning abipalve on ainsad taktikad, mille puhul esineb statistiliselt oluline negatiivne seos mõlema sotsiaalselt soovitava vastamise stiiliga. Seega nende kahe taktika puhul esineb samuti nii teadlik kui ka mitteteadlik komponent.

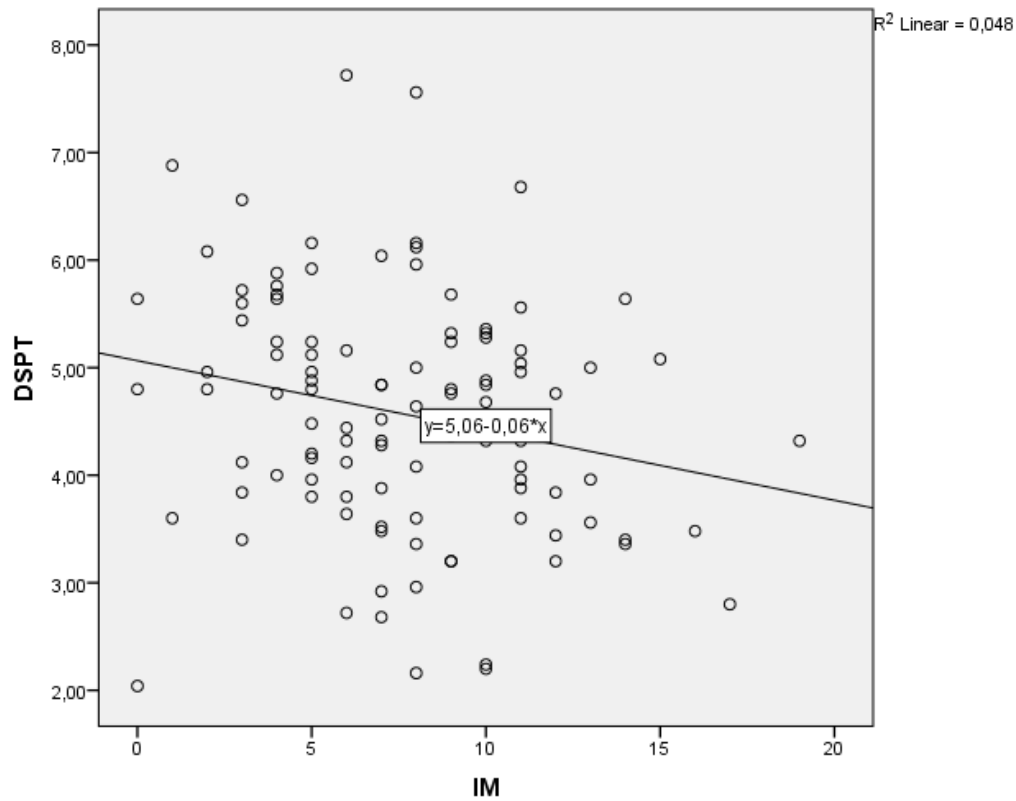
Ettekäanded, ennetamine, meelitamine, hirmutamine, (enese)tituleerimine, eneseupitamine ning halvustamine on statistiliselt oluliselt negatiivselt seotud muljekujundamisega. Nende taktikate puhul statistiliselt oluline seos ennastpetva eneseupitamisega puudub ehk raporteerimise juures esineb ainult teadlik komponent.

Taktikatest ainsana ei olnud korrelatsioon statistiliselt oluline nii teadliku kui ka mitteteadliku sotsiaalse soovitavuse komponendiga õigustamise puhul. Seega ei ole õigustamise kasutamise raporteerimine mõjutatud sotsiaalsest soovitavusest.

Vaadates koondtulemusi, on nii kaitsvate eneseesitluse taktikate kui ka veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kasutamine negatiivselt seotud muljekujundamisega. Veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate puhul on korrelatsioon veidi tugevam, kui kaitsvate puhul. Seos ennastpetva eneseupitamisega aga ei ole statistiliselt oluline ehk raporteerimise juures esineb ainult teadlik komponent. Sama kehtib ka SPT koondtulemuste puhul.

H3: Mida kõrgem on muljekujundamise skoor, seda enam kasutatakse kaitsvaid eneseesitluse taktikaid.

Hüpoteesi kontrollimiseks kasutasin mitteparameetrilist korrelatsioonikordajat *Spearman*'i ρ -d. Kaitsvate eneseesitluse taktikate kasutamise ja muljekujundamise vahel on statistiliselt oluline negatiivne seos ($r_s = -.235$, $p = .015$) (vt. Tabel 3). Korrelatsioon on aga väike ning seletab 5% varieeruvusest (vt. Joonis 1). Seega ei leidnud hüpoteesi kinnitust.

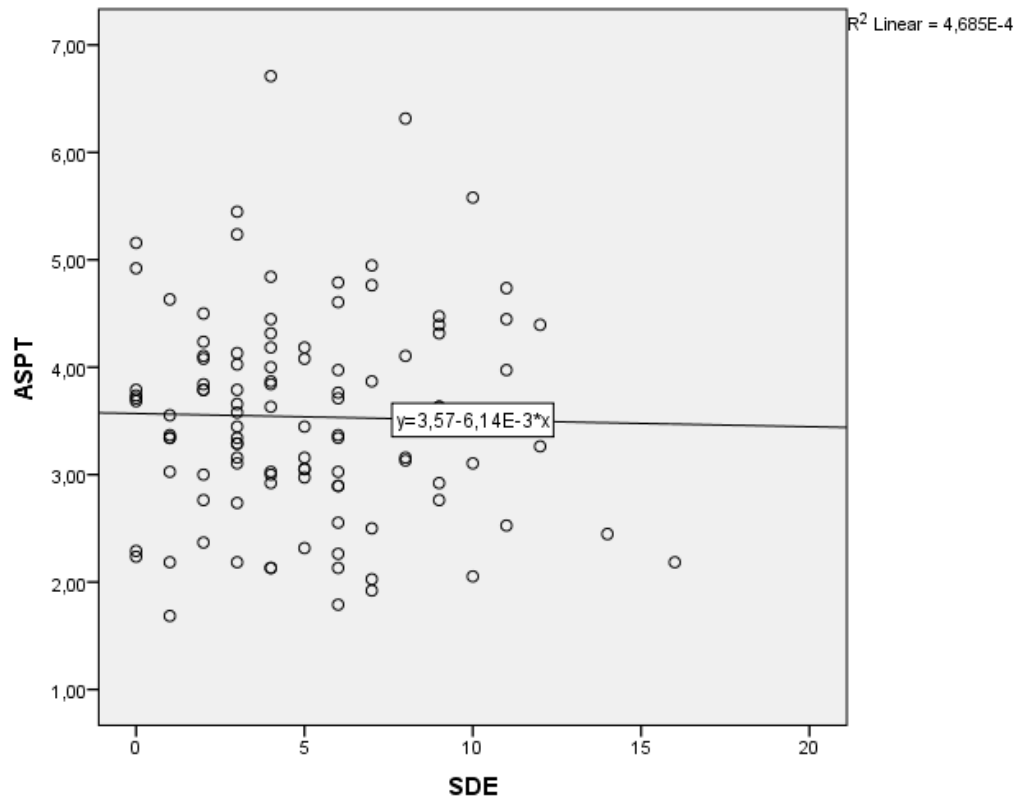


Joonis 1. Kaitsvate eneseesitluse taktikate ja muljekujundamise hajuvusdiagramm.

Märkus. IM=muljekujundamine; DSPT=kaitsvad eneseesitluse strateegiad.

H4: Mida kõrgem on ennastpetva eneseupitamise skoor, seda enam kasutatakse veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid.

Hüpoteesi kontrollimiseks kasutasin mitteparameetrilist korrelatsioonikordajat *Spearman*'i ρ -d. Veenvate eneseesitluse taktikate ja ennastpetva eneseupitamise vahel statistiliselt oluline seos puudub ($r_s = -.026$, $p = .791$) (vt. Tabel 3 ja Joonis 2). Seega ei leidnud hüpoteesi kinnitust.



Joonis 2. Veenvate eneseesitluse taktikate ja ennastpeteva eneseupitamise hajuvusdiagramm.

Märkus. SDE=ennastpettev eneseupitamine; ASPT=veenvad/kinnitavad eneseesitluse taktikad.

ARUTELU JA JÄRELDUSED

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks oli Eneseesitluse Taktikate Skaala eestindamine ning spetsiifiliste eneseesitluse taktikate seoste uurimine kahe sotsiaalselt soovitava vastamise stiiliga – ennastpettev eneseupitamine ja muljekujundamine. See on teadaolevalt esimene uurimistöö, mis hindab eneseesitluse taktikate esitlemise sotsiaalset soovitavust ja toob välja erinevate taktikate tundlikkuse.

Uurimuses hinnati eestikeelse Eneseesitluse Taktikate Skaala (*Self-presentation Tactics Scale*) sisemist konsistentsust ning taktikate korrelatsioone koondtulemustega. Küsimustiku sisereliaablus oli mõlemal skaalal (SPT1 ja SPT2) sarnaselt originaalskaalaga (Lee jt, 1999) väga kõrge ning küsimuste kooskõlalikus väga hea. Väidete muutmiseks vajadust ei ole. Seega on Eneseesitluse Taktikate Skaala usaldusväärne küsimustik, mida on võimalik Eestis eneseesitluse taktikate kasutamise mõõtmiseks kasutada. Kuna on aga mitmeid väiteid, mille eemaldamine tõstaks alaskaalade sisereliaablust ning ei mõjutaks samal ajal koondtulemuste sisereliaablust, võiks edaspidi kaaluda skaala lühendamist.

Spetsiifiliste eneseesitluse taktikate olulised korrelatsioonid nii kaitsvate eneseesitluse taktikate kui ka veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate koondskaalaga näitasid, et kahte liiki eneseesitluse taktikad on omavahel seotud. Viimast kinnitas ka ASPT ja DSPT omavaheline positiivne korrelatsioon. See läheb kokku varasemate uurimistulemustega (Lee jt, 1999). Mida rohkem kasutatakse ühte liiki eneseesitluse taktikaid, seda rohkem kasutatakse ka teist liiki eneseesitluse taktikaid.

Kuigi inimesed kasutavad mõlemaid, nii kaitsvaid kui ka veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid olenevalt eesmärgist ja olukorrast, siis tulemustest selgust, et rohkem kasutatakse kaitsvaid, kui veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid. Tulemused on kooskõlas Øverup ja Neighbours'i (2016) uurimistulemustega, kes leidsid, et romantiliste partnerite, sõprade ja tuttavatega suheldes kasutatakse rohkem kaitsvaid eneseesitluse taktikaid, kui veenvaid/kinnitavaid eneseesitluse taktikaid. Kuigi inimesed suhtlevad pea igapäevaselt ka võõrastega, toimub suurem osa suhtlusest siiski juba tuttavate inimestega. Kindlaks kujunenud suhetes on esitletav isiksus juba välja kujunenud ning seega on suurem vajadus imagot võimaliku kahjustumise eest kaitsta, kui seda luua, ning selleks kasutatakse kaitsvaid eneseesitluse taktikaid (Øverup & Neighbours, 2016). Juba kindlaks kujunenud suhted on inimeste jaoks ka olulisemad ning selliste suhete kadumine võib kaasa tuua tõsisid negatiivseid tagajärgi (Leary jt, 1994). Seega on kaitsvate eneseesitluse taktikate kasutamine lisaks eneseesitlusele ka suhte hoidmise vahendiks. Samuti on Øverup ja Neighbours (2016) välja toonud, et kaitsvad eneseesitluse taktikad võivad olla igapäevases suhtluses rohkem levinud ning ühiskonnas rohkem aktsepteeritavad, kui mõni veenvatest/kinnitavatest eneseesitluse taktikatest, näiteks hirmutamise, halvustamise või enesenurjamise. Seega aitab kaitsvate eneseesitluse taktikate kasutamine projekteerida individist paremat pilti ning säilitada suhtluspartneri poolehoidu.

Kuigi eneseesitluse taktikate kasutamine on laialdaselt levinud, ei soovi nende kasutajad, et teised sellest aru saaksid ning seetõttu on enesehinnangutel põhinevad Eneseesitluse Taktikate Skaala tulemused mõjutatud sotsiaalselt soovitatavast vastamisest (Paulhus & Reid, 1991; Paulhus jt, 2013). Kuna Lee jt (1999) kasutatud Marlow-Crowne Sotsiaalse Soovitatavuse Skaala ei erista muljekujundamist ennastpetvast eneseupitamisest, annavad käesoleva uurimistöõ tulemused Lee jt (1999) tulemustele põhjalikuma seletuse.

Käesoleva uurimistöõ tulemustest selgus, et nii kaitsvate kui ka veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kasutamine on negatiivselt seotud muljekujundamisega. Ennastpetva

eneseupitamisega ei olnud seos aga statistiliselt oluline. See tähendab, et kumbagi tüüpi eneseesitluse taktikate kasutamisest teatamine ei ole sotsiaalselt eriti soovitatav ning inimesed üritavad teadlikult jätta mulje, et nad kasutavad eneseesitluse taktikaid vähem, kui tegelikkuses. Lee jt (1999) arvasid, et suure heakskiidu vajadusega inimesed vastavad tõenäoliselt kallutatult selleks, et sulanduda teiste hulka ning vältida teiste negatiivseid hinnanguid. Nad järeldasid, et neil, kes vajavad heakskiitu, ei ole eneseesitlusoskusi ja seega kasutavad nad ka taktikaid vähem. Samas, vähene oskus taktikaid kasutada viib aga väiksema heakskiiduni ja see omakorda suurema vajaduseni heakskiitu saavutada.

Kui kaitsvate eneseesitluse taktikate puhul on seos muljekujundamisega väike, siis veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate puhul veidi tugevam ehk mõõdukas. Seega võib kaitsvate eneseesitluse taktikate kasutamise raporteerimine olla vähem mõjutatud sotsiaalsest soovitatavusest ning inimesed on veidi rohkem valmis tunnistama, et nad kaitsvaid taktikaid kasutavad. Sellest võib järeldada, et oma ego kaitsmine on sotsiaalselt sobivam, kui teadlik oma maine kujundamine.

Spetsiifilistest taktikatest on kaks taktikat, mille puhul seos sotsiaalselt soovitava vastamisega on positiivne, kuigi seos on väike. Vabanduste kasutamine on mõjutatud nii teadlikust muljekujundamisest kui ka mitteteadlikust ennastpetvast eneseupitamisest. Näitlikustamine on aga mõjutatud ainult ennastpetvast eneseupitamisest. Seega on nende taktikate kasutamisest teatamine sotsiaalselt soovitatav ning kõige enam sõltuvuses kontekstist. Mida rohkem ennastpetvat eneseupitamist inimesed kasutavad ja mida kõrgemalt nad end hindavad, seda rohkem raporteerivad nad ka näitlikustamise kasutamist (enda esitlemine moraalse ja ausa inimesena, tekitamaks teistes austust, hirmu või imetlust). Teadlikult aga ei ole inimesed näitlikustamise kasutamise raporteerimise juures sotsiaalselt soovitatavusest mõjutatud. Vabanduste kasutamine on seevastu mõjutatud mõlemast komponendist – inimesed usuvad, aga tahavad ka teadlikult näidata, et nad kasutavad vabandamist rohkem, kui nad tegelikult seda teevad.

Mida suurem on muljekujundamise skoor, seda vähem raporteeritakse ettekäänete, ennetamise, enesenurjamise, meelitamise, hirmutamise, abipalve, (enese)tituleerimise, eneseupitamise ning halvustamise kasutamist. Nendest taktikatest on ennastpetva eneseupitamisega aga statistiliselt oluliselt negatiivselt seotud ainult enesenurjamine ning abipalve. Seega ei ole ühegi nende taktikate kasutamisest teatamine sotsiaalselt eriti soovitatav, kuid ainult enesenurjamise ning abipalve puhul esineb nii teadlik kui ka mitteteadlik

komponent. Inimesed arvavad, et nad kasutavad neid taktikaid vähem, kui tegelikult ning raporteerivad ka teadlikult nende taktikate kasutamist tegelikust väiksemaks. Ülejäänute puhul seos ennastpetva enesenurjamisega puudus või ei olnud statistiliselt oluline ning nende taktikate kasutamise raporteerimine on kallutatud ainult teadliku muljekujundamise tõttu.

Kui näiteks meelitaja soovib teistele meeldida ning hirmutaja soovib olla kardetud, siis näitlikustamise kasutaja soovib olla austatud ja imetletud, projekteerides ausameelsust ning moraalsust (Jones & Pittmann, 1982, Lee jt, 1999). Näitlikustaja esitleb end kui ausa, distsiplineeritud, lahke (sealhulgas heategevusega tegeleva) ning ennastohverdava inimesena. Heaks näiteks on lapsevanemad, kes igapäevaselt üritavad olla oma lastele parimaks eeskujuks või kolleegid, kes jäävad tööle kauemaks. Näitlikustamist eristab teistest eneseesitluse taktikatest see, et inimene peab soovitud efekti saamiseks mitte ainult väitma, et ta on moraalne, vaid seda ka tegudega välja näitama (Jones & Pittmann, 1982). Just selle pärast võib näitlikustamise kasutamisest teatamine olla ühiskonnas vastuvõetavam ning laialdasemalt levinud, kui teiste eneseesitluse taktikate kasutamisest teatamine. Ka vabandamist ja oma tegude eest vastutuse võtmist peetakse inimeste juures heaks oskuseks. Inimest, kes peale teise kahjustamist vabandab ning süütunnet väljendab, süüdistatakse ja karistatakse vähem, neile andestatakse rohkem ning nad meeldivad teistele rohkem kui inimesed, kes seda ei tee (Jones & Pittmann, 1982).

Kui Lee jt (1999) leidsid negatiivse seose ka õigustamise ja sotsiaalse soovitavuse vahel, siis käesoleva uurimistöö tulemustest selgus, et õigustamise raporteerimine sotsiaalsest soovitavusest (nii teadlikust kui ka mitteteadlikust komponendist) mõjutatud ei ole. Sarnaselt vabandustega hõlmab ka õigustamine negatiivsete sündmuste korral vastutuse võtmist (Lee jt, 1999), mida peetakse ühiskonnas positiivseks. Samas aga puudub õigustamise puhul süütunde väljendamine, mistõttu võidaksegi eelistada taktikatest pigem vabandusi. Vabandamata jätmine toob kaasa negatiivsed reaktsioonid nii inimeselt, kellele kahju põhjustati kui ka kõrvaltvaatajatelt. Kahju saanule jätab see aga mulje, et ta ei vääri kahjustaja silmis austust (Darby & Schlenker, 1982, 1989; Ohbuchi, Kameda & Agarie, 1989, Schlenker & Weigold, 1992 kaudu). Kuna õigustamine hõlmab nii positiivset kui ka negatiivset käitumist, võibki seetõttu selle kasutamise raporteerimine olla vähem sotsiaalse soovitavuse tõttu kallutatud, kui teiste eneseesitluse taktikate kasutamise raporteerimine.

Töö puudused

Eneseesitluse Taktikate Skaala koosneb enesekohastest küsimustest. Inimesed aga ei pruugi täpselt hinnata oma tegelikku eneseesitluse taktikate kasutamist. Nagu eelnevalt mainitud, mõjutavad lisaks inimesi enesekohastele küsimustele vastamisel ka erinevad vastamisdeterminandid, näiteks sotsiaalselt soovitav vastamine.

Võrreldes originaaluurimusega oli käesoleva uuringu valim küll väiksem, kuid ei sisaldanud ainult üliõpilasi, mis muudab tulemuste ülistamise usaldusväärsemaks. Vähene vastajate arv aga ei võimaldanud teha faktoranalüüsi uurimaks, kas skaala on ühe- või kahedimensiooniline ehk kas kaks eneseesitluse taktikate gruppi on teineteisest erinevad, sest vähese vastajate arvu tõttu ei oleks saanud faktorstruktuur olnud stabiilne. Lee jt (1999) leidsid, et Eneseesitluse Taktikate Skaala suur sisemine konsistentsus viitab sellele, et struktuur võib olla ühedimensiooniline. Negatiivne seos sotsiaalse soovitavusega aga ei olnud kooskõlas nende hüpoteesiga, et eneseesitlus on ainult sotsiaalsest heakskiidust motiveeritud. Oma faktoranalüüsis leidsid nad, et kahefaktoriline struktuur oli parem, kui ühefaktoriline. See viitab sellele, et kuigi kaitsvad ning veenvad/kinnitavad eneseesitluse taktikad on omavahel seotud, on need siiski kaks erinevat konstrukti (Lee jt, 1999).

Ka sooline tasakaal oli ebavõrdne, mis võib samuti mõjutada tulemuste üldistatavust. Lee jt (1999) leidsid, et mehed raporteerivad veenvate/kinnitavate eneseesitluse taktikate kasutamist rohkem, kui naised. Kaitsvate eneseesitluse taktikate puhul soolised erinevused puudusid. Üksikute taktikate puhul leiti, et mehed saavad statistiliselt oluliselt kõrgemad skoorid meelitamises, hirmutamises, (enese)tituleerimises, eneseupitamises ja halvustamises, kui naised. Naised aga saavad meestest statistiliselt oluliselt kõrgemad skoorid vabandustes. Soolisi erinevusi ei esinenud ettekäänete, õigustamise, ennetamise, enesenurjamise, abipalve ega näitlikustamise puhul.

Tänuõnad

Sooviksin tänada juhendaja Toivo Aavikut tagasiside ja julgustamise eest, Liisi Toomi koostöö eest küsimustiku tõlkimisel, kõiki neid inimesi, kes aitasid küsitlust levitada ning loomulikult neid, kes võtsid aega küsitlusele vastamiseks.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Anderson, C., Ames, D. R. & Gosling, S. D. (2008). Punishing hubris: The perils of overestimating one's status in a group. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 90-101.
- Bande, B., Fernandez-Ferrin, P., Otero-Neira, C & Varela, J. (2017). Impression management tactics and performance ratings: A moderated-mediation Framework. *Journal of Business-to-business Marketing*, 24, 19-34.
- Batenburg, A. & Bartels, J. (2017). Keeping up online appearances: How self-disclosure on Facebook affects perceived respect and likability in the professional context. *Computers in Human Behavior*, 74, 265-276.
- Baumeister, R. F. (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, 91, 191-209.
- Bolino, M. C. & Turnley, W. H. (2003). More than one way to make an impression: Exploring profiles of impression management. *Journal of Management*, 29, 141-160.
- Colliander, J., Marder, B., Falkman, L. L., Madestam, J., Modig, E. & Sagfossen, S. (2017). The social media balancing act: Testing the use of a balanced self-presentation strategy for politicians using twitter. *Computers in Human Behavior*, 74, 277-285.
- Darby, B. W. & Schlenker, B. R. (1982). Children's reactions to apologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 742-753.
- Darby, B. W. & Schlenker, B. R. (1989). Children's reactions to transgressions: effects of the actor's apology, reputation, and remorse. *British Journal of Social Psychology*, 28, 353-364.
- Davies, M. F., French, C. C. & Keogh, E. (1998). Self-deceptive enhancement and impression management correlates of EPQ-R dimensions. *The Journal of Psychology*, 132, 401-406.
- Fisher, R. J. & Katz, J. E. (2000). Social-desirability bias and the validity of self-reported values. *Psychology & Marketing*, 17, 105-120.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor.

- Higgins, C. A. & Judge, T. A. (2004). The effect of applicant influence tactics on recruiter perceptions of fit and hiring recommendations: A field study. *The Journal of Applied Psychology, 89*, 622-632.
- Jones, E. E., Rhodewalt, F., Berglas, S. & Skelton, J. A. (1981). Effects of strategic self-presentation on subsequent self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology, 41*, 407-421.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). *Toward a general theory of strategic self-presentation*. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives of the self* (pp. 231–261). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Leary, M. R., Tchividjian, L. R. & Kraxberger, B. E. (1994). Self-presentation can be hazardous to your health: Impression management and health risk. *Health Psychology, 13*, 461-470.
- Lee, S.J., Quigley, B. M., Mitchell, S. N., Corbett, A. B. & Tedeschi, J. T. (1999). Development of a self-presentation tactics scale. *Personality and Individual Differences, 26*, 701-722.
- McFarland, R. G., Challagalla, G. N. & Shervani, T. A. (2006). Influence tactics for effective adaptive selling. *Journal of Marketing, 70*, 103-117.
- Metzler, A. & Scheithauer, H. (2017). The long-term benefits of positive self-presentation via profile pictures, number of friends and the initiation of relationships on Facebook for adolescents' self-esteem and the initiation of offline relationships. *Frontiers in Psychology, 8*:1981.
- Murphy, N. A. (2007). Appearing smart: The impression management of intelligence, person perception accuracy, and behavior in social interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin, 33*, 325-339.
- Murray, G. C. & Marriott, R. (1998). Why has the investment performance of technology specialist, European venture capital funds been so poor? *Research Policy, 27*, 947-976.
- Ohbuchi, K., Kameda, M. & Agarie, N. (1989). Apology as aggression control: Its role in mediating appraisal of and response to harm. *Journal of Personality and Social Psychology, 56*, 219-227.

- Øverup, C. S. & Neighbours, C. (2016). Self-presentation as a function of perceived closeness and trust with romantic partners, friends, and acquaintances. *The Journal of Social Psychology, 156*, 630-647.
- Parhankangas, A. & Ehrlich, M. (2014). How entrepreneurs seduce business angels: An impression management approach. *Journal of Business Venturing, 29*, 543-564.
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*, 598-609.
- Paulhus, D. L. & John, O. P. (1998). Egoistic and moralistic biases in self-perception: The interplay of self-deceptive styles with basic traits and motives. *Journal of Personality, 66*, 1025-1060.
- Paulhus, D. L. & Reid, D. B. (1991). Enhancement and denial in socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology, 60*, 307-317.
- Paulhus, D. L., Westlake, B. G., Calvez, S. S. & Harms, P. D. (2013). Self-presentation style in job interviews: The role of personality and culture. *Journal of Applied Social Psychology, 43*, 2042-2059.
- Schlenker, B. R. & Weigold, M. F. (1992). Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual Review of Psychology, 43*, 133-168.
- Scopelliti, I., Loewenstein, G. & Vosgerau, J. (2015). You call it „self-exuberance“; I call it „bragging“: Miscalibrated predictions of emotional responses to self-promotion. *Psychological Science, 26*, 903-914.
- Sezer, O., Gino, F. & Norton, M. I. (2017). Humblebragging: A distinct – and ineffective – self-presentation strategy. *Journal of Personality and Social Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/pspi0000108>
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 30*, 526-537.
- Stevens, C. K. & Kristof, A. L. (1995). Making the right impression: A field study of applicant impression management during job interviews. *Journal of Applied Psychology, 80*, 587-606.

- Tedeschi, J. T. & Felson, R. B. (1994). *Violence, aggression, and coercive actions*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Tedeschi, J. T. & Rosenfield, P. (1981). Impression management and the forced compliance situation. In J. T. Tedeschi (Ed.) *Impression management theory and social psychological research* (pp. 147-180). New York: Academic Press.
- Zerbe, W. J. & Paulhus, D. L. (1987). Socially desirable responding in organizational behavior: A reconception. *The Academy of Management Review*, *12*, 250-264.
- Winters, K. C. & Neale, J. M. (1985). Mania and low self-esteem. *Journal of Abnormal Psychology*, *94*, 282-290.
- Yang, C., Holden, S. M. & Carter, M. D. K. (2017). Emerging adults' social media self-presentation and identity development at college transition: Mindfulness as a moderator. *Journal of Applied Developmental Psychology*, *52*, 212-221.

LISAD

Lisa 1. Eneseesitluse Taktikate Skaala

Järgnevalt esitatakse teile mõned küsimused selle kohta kuidas te ennast tajute. Palun lugege juhend hoolikalt läbi ja vastake nii ausalt ja avatult kui võimalik. Seal pole õigeid ega valesid vastuseid. Vastamiseks märgista skaala just see number, mis kõige täpsemalt vastab sinu käitumisele.

SPT1:

Väga harva								Väga sageli	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	

SPT2:

Mitte üldse	Kord paari kuu tagant	Kord kuus	Kord paari nädala tagant	Kord nädalas	Kaks korda nädalas	3-4 korda nädalas	Kord päevas	Rohkem kui kord päevas
0	1	2	3	4	5	6	7	8

Võti	nr	väide
INT2	1.	Ma käitun viisidel, mis panevad teisi mind kartma.
INT4	2.	Kui vaja, siis kasutan teiste mõjutamiseks oma suurust ja tugevust.
APO5	3.	Kui ma kahjustan kedagi, siis ma vabandan ja luban seda mitte enam teha.
DIS1	4.	Ma esitan juba ennetavalt teistele selgitusi, kui tean et nad võiksid mu tegu valeks pidada.
JUST5	5.	Ma õigustan oma käitumist, et vähendada teiste inimeste negatiivseid reaktsioone.
ENH3	6.	Räägin inimestele, kui ma tulen hästi toime ülesannetega, mida teised peavad raskeks.
SUP5	7.	Kasutan oma nõrkusi saavutamaks teiste poolehoidu.
SUP1	8.	Palun teisi mind aidata.
IN5	9.	Väljendan teistega samu hoiakuid, et nad mind omaks võtaksid.
DIS3	10.	Kui ma pole kindel oma soorituse headuses, toon juba enne vabandusi.
IN3	11.	Kasutan meelitusi, et võita teiste heakskiitu.
SH4	12.	Surve midagi hästi teha teeb mu teeb haigeks.
APO1	13.	Ma vabandan, kui olen teinud midagi valesti.
SUP3	14.	Panen teisi uskuma, et ma ei suuda mõnda asja teha, selleks et saada nendelt abi.
EXE2	15.	Ma püüan olla eeskujuks, kuidas inimene peaks käituma.
DIS2	16.	Ma püüan saada teiste heakskiitu enne, kui teen midagi, mida nad võivad tajuda negatiivsena.
APO4	17.	Püüan korvata kogu kahju, mida ma teistele tekitanud olen.
ENH4	18.	Oma asjadest teistele rääkides rõhutan ma neile ka nende väärtust.
BL4	19.	Ma toon välja mulle vastumeelse poliitilise partei väärad seisukohad.
EXE5	20.	Püüan olla positiivne eeskuju, keda teised jäljendaksid.
ENT5	21.	Kui ma kellelegi räägin mineviku sündmustest, võtan positiivsete asjade eest endale suurema au kui see tegelikkuses oli.
ENT3	22.	Räägin inimestele oma positiivsetest saavutustest.
EXE1	23.	Ma püüan luua teistele eeskuju, mida nad saaks järgida.
DIS4	24.	Õigustan juba ette oma tegevusi, mis ei pruugi teistele meeldida.
EXE3	25.	Ma püüan panna teisi käituma sama positiivsel viisil, nagu mina käitun.
BL2	26.	Olen alavääristanud teisi, et ise parem välja paista.
IN7	27.	Osutan teistele teeneid, et neile meeldida.
APO2	28.	Ma võtan vastu etteheited oma halva käitumise pärast, kui see on selgelt olnud minu süü.
ENH2	29.	Ma suurendan oma saavutuste väärtust.
SUP4	30.	Ma kõhklen ja loodan, et teised võtavad grupiülesannete eest vastutuse.
INT5	31.	Hirmutan teisi, kui arvan, et see aitab mul saada seda, mida tahan.
IN6	32.	Väljendan arvamusi, mis teistele inimestele meeldivad.
BL3	33.	Räägin ebapopulaarsete gruppide kohta halvustavalt.
EX5	34.	Negatiivsete sündmuste puhul püüan teisi veenda, et ma pole nende eest vastutav.
EX3	35.	Kui midagi läheb valesti, siis selgitan, miks ma ei ole selle eest vastutav.

EXE4	36.	Käitun nii nagu arvan, et teised peaksid käituma.
IN2	37.	Ma räägin teistele oma positiivsetest omadustest.
EX1	38.	Kui mind milleski süüdistatakse, siis ma püüan ennast õigustada.
ENT2	39.	Pööran tähelepanu positiivsetele asjadele mida ma teen, mida aga teised ei ole tähele pannud.
ENH5	40.	Ma parandan inimesi, kes alahindavad kingituste väärtust, mida ma neile teinud olen.
SH5	41.	Halb tervis on olnud süüdi selles, et sain koolis keskpäraseid hindeid.
IN8	42.	Aitan teisi, et nad hiljem mind aitaksid.
JUST1	43.	Kui ma arvan, et minu käitumine ei pruugi teistele meeldida, siis annan selle kohta sotsiaalselt sobivaid põhjendusi.
JUST4	44.	Kui teised näevad minu käitumist negatiivsena, siis pakun selliseid selgitusi, mis näitavad et tegelikult oli minu käitumine õigustatud.
ENT4	45.	Töötades koos grupiga projekti kallal, lasen oma panusel paista suuremana kui see tegelikult on.
BL5	46.	Ma liialdan oma konkurentide negatiivsete omaduste esitamisel.
EX2	47.	Ma otsin õigustusi oma kehvale sooritusele.
DIS5	48.	Kui ma tean, et ma ei pruugi hästi sooritada rasket testi, siis leian juba ette vabandusi.
APO3	49.	Kui olen teinud midagi valesti, avaldan kahetsust ja tunnistan oma süüid.
INT1	50.	Ma kasutan hirmutamist teiste inimeste mõjutamiseks.
IN1	51.	Kui ma tahan kelleltki midagi, siis püüan ennast seada heasse valgusse.
SH2	52.	Ma ei valmistu eksamiteks piisavalt hästi, sest olen liiga hõivatud sotsiaalsete tegevustega.
SUP2	53.	Ütlen teistele, et nad on tugevamad või rohkem kompetentsemad kui mina, et panna neid enda jaoks midagi tegema.
ENT1	54.	Ma võtan endale au asjade eest, mida ma ei ole teinud.
BL1	55.	Ma teen halvustavaid märkusi inimeste kohta, kes kuuluvad konkureerivatesse gruppidesse.
SH3	56.	Ma teen ise oma edu saavutamise raskeks.
SH1	57.	Ärevus takistab minu sooritust.
INT3	58.	Ma hirmutan inimesi, et neid tegema panna seda, mida ma tahan.
ENH1	59.	Kui ma ülesandega edukalt toime tulen, siis suurendan teiste silmis selle ülesande olulisust.
JUST3	60.	Ma oskan oma tegusid hästi põhjendada, hoolimata sellest kui halvad nad teistele paista võivad.
EX4	61.	Süüdistuste vältimiseks annan ma teistele teada, et ma ei soovinud midagi halba.
IN4	62.	Teen teistele komplimente, et saada neid enda poolele.
JUST2	63.	Kui ma olen teinud midagi halvasti, siis püüan teisi veenda, et nad oleksid minu asemel sama moodi toiminud.

Käesolevaga kinnitan, et olen korrektselt viidanud kõigile oma töös kasutatud teiste autorite poolt loodud kirjalikele töödele, lausetele, mõtetele, ideedele või andmetele.

Olen nõus oma töö avaldamisega Tartu Ülikooli digitaalarhiivis Dspace.

/Getter Kasekamp/