

Кулаков Руслан

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри вікової та педагогічної психології,
Рівненський державний гуманітарний університет

 <https://orcid.org/0000-0003-0033-8784>

Паламарчук Владислав

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
кафедри вікової та педагогічної психології
Рівненський державний гуманітарний університет,

 <https://orcid.org/0009-0001-8074-9999>

DOI https://doi.org/10.35619/prap_rv.vi25.468

ВПЛИВ САМООЦІНКИ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НА КОМУНІКАТИВНУ ПОВЕДІНКУ СТУДЕНТІВ БІЗНЕС-СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Анотація. *Стаття спрямована на теоретико-аналітичне осмислення впливу самооцінки і професійної ідентичності на комунікативну поведінку студентів бізнес-спеціальностей у контексті психології освіти. Мета статті полягає в аналізі психологічних механізмів, через які самооцінка і професійна ідентичність опосередковують ініціативність, стійкість до оцінювання і гнучкість взаємодії в типових навчально-професійних ситуаціях (дискусії, кейс-аналіз, командні проєкти, презентації). Використано методи синтезу, порівняння, концептуального узагальнення і систематизації наукових джерел; здійснено структурно-логічне моделювання параметрів комунікативної поведінки з подальшою операціоналізацією у вигляді авторської узагальнювальної таблиці. Проаналізовано самооцінку як психологічну детермінанту комунікативної поведінки і розкрито сутність професійної ідентичності як нормативно-рольового регулятора взаємодії.*

Визначено, що самооцінка зумовлює готовність студента до комунікативної активності і витримування соціального оцінювання, тоді як професійна ідентичність задає зміст і стандарти професійно орієнтованого спілкування. Доведено, що самооцінка функціонує як системний внутрішній регулятор якості взаємодії (а не лише її інтенсивності), визначаючи здатність студента зберігати конструктивність під тиском публічного оцінювання й рольової невизначеності. Автором здійснено систематизацію ключових параметрів комунікативної поведінки студентів бізнес-спеціальностей і психологічних механізмів їхнього зв'язку із самооцінкою (ініціювання або уникання контакту, реакція на оцінювання і критику, вибір комунікативної стратегії, публічна комунікація, стійкість у конфліктно-переговорних ситуаціях). Отримані результати дозволили уточнити роль самооцінки у формуванні ефективної комунікативної поведінки студентів бізнес-спеціальностей. Результати дослідження можуть бути корисними для викладачів бізнес-дисциплін, практичних психологів ЗВО і розробників тренінгів soft skills під час проєктування навчальних форматів, які знижували б ризики уникання і підтримували асертивну і кооперативну комунікацію.

Ключові слова: *низька, самооцінка, самоефективність, професійна ідентичність; комунікативна поведінка; компетентність; публічне оцінювання, критика, уникнення конфлікту.*

Постановка проблеми. Упродовж останнього десятиліття система вищої освіти дедалі активніше орієнтується не лише на формування професійних знань, а і на розвиток soft skills (м'які навички), серед яких комунікативна компетентність посідає центральне місце. Для студентів бізнес-спеціальностей (менеджмент, підприємництво) комунікація є не допоміжною, а базовою професійною діяльністю, пов'язаною з веденням переговорів, презентацією ідей, міжособистісною взаємодією в командах і публічним представленням результатів. Саме тому психологічні чинники, що опосередковують комунікативну поведінку майбутніх фахівців, набувають особливої наукової і прикладної значущості.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі комунікативних компетентностей у сучасному бізнес-середовищі. За даними World Economic Forum, комунікація, критичне мислення і здатність до командної взаємодії стабільно належать до ключових навичок, що визначають конкурентоспроможність фахівців у XXI столітті (World Economic Forum, 2023). Водночас результати психологічних досліджень свідчать, що ефективність комунікації студентів залежить не лише від рівня мовленнєвих умінь, а і від внутрішніх психологічних чинників, зокрема самооцінки та сформованості професійної ідентичності (van Tonder et al., 2022; Ismailova et al., 2025; Yang et al., 2025).

Актуальність проблеми також посилюється специфікою освітнього і соціального контексту, у якому перебувають сучасні студенти бізнес-спеціальностей. Вони одночасно стикаються з необхідністю професійного самовизначення та високим рівнем комунікативної конкуренції в аудиторному, проєктному і цифровому середовищах, де постійне порівняння, публічне оцінювання і демонстрація компетентності стають нормою. За порівняльними даними дослідження EUROSTUDENT 8 у країнах Європейського простору вищої освіти в середньому лише 65 % студентів висловлювали готовність рекомендувати свою освітню програму, а в галузі Business, Administration and Law – 69 %, що опосередковано вказує на наявність значної частки студентів, які на етапі навчання не демонструють впевненості у правильності професійного вибору (Schirmer, 2024).

У таких умовах особливої наукової і практичної значущості набуває дослідження внутрішніх психологічних детермінант комунікативної поведінки студентів бізнес-спеціальностей. Аналіз ролі самооцінки і професійної ідентичності дозволяє глибше зрозуміти причини варіативності комунікативних стратегій, труднощів публічної взаємодії й адаптації до професійно орієнтованих форм навчання, що підтверджує актуальність обраної теми в сучасному освітньо-психологічному контексті.

Аналіз останніх досліджень з проблеми. Аналіз сучасних наукових досліджень засвідчує стійкий інтерес до вивчення психологічних чинників, що опосередковують комунікативну поведінку студентської молоді, зокрема в контексті самооцінки, самоефективності і професійного самовизначення. У межах емпіричних досліджень останніх років самооцінка дедалі частіше розглядається не ізольовано, а у зв'язку з міжособистісною комунікативною компетентністю, соціальною адаптацією і психологічним добробутом студентів. Зокрема, у дослідженнях доведено, що рівень самооцінки разом із процесами соціального порівняння і характеристиками комунікаційної компетентності виступає значущим предиктором психологічного благополуччя студентів, визначаючи якість їхніх міжособистісних взаємодій у навчальному середовищі (Ismailova et al., 2025). Подібні висновки отримано і в дослідженнях, де самооцінка і комунікативна компетентність розглядалися як фактори, пов'язані з відчуттям самотності і соціальної ізоляції серед університетської молоді (van Tonder et al., 2022).

Окрему групу становлять роботи, присвячені аналізу соціального уникання і комунікативної тривожності. У цих дослідженнях показано, що знижена самооцінка асоціюється з тенденцією до соціального уникання, тоді як вплив цього зв'язку може опосередковуватися ресурсними або дистресовими психологічними змінними, зокрема резильєнтністю і соціальним дистресом (Shang et al., 2025). Таким чином, сучасні емпіричні

дані підтверджують, що самооцінка впливає не лише на емоційний стан студентів, а і на вибір поведінкових стратегій у міжособистісній взаємодії, особливо в ситуаціях оцінювання та соціального ризику.

Паралельно розвивається напрям досліджень, у межах якого комунікативна поведінка аналізується крізь призму професійної ідентичності. Хоча більшість емпіричних моделей цього типу зосереджені на медичній або педагогічній освіті, їхні результати мають методологічне значення і для бізнес-напрямів. Так, встановлено, що сформованість професійної ідентичності і професійних цінностей пов'язана з рівнем комунікативної компетентності й реальними поведінковими проявами у професійно значущих ситуаціях, причому ці зв'язки можуть мати опосередкований характер (Yang et al., 2025). Це свідчить про те, що професійна ідентичність виконує функцію нормативної рамки, яка задає зміст і спрямованість комунікації, однак її поведінкова реалізація залежить від внутрішніх психологічних ресурсів суб'єкта.

Українські наукові дослідження доповнюють цю картину, акцентуючи на динамічному характері самооцінки у студентському віці та її залежності від умов навчання, соціально-психологічної адаптації й поєднання навчальної та трудової діяльності (Пасічник & Сидоренко, 2020; Березовська, 2022). У межах цих робіт підкреслюється, що студентський вік є періодом підвищеної чутливості до зворотного зв'язку та соціальних порівнянь, що має безпосередні наслідки для комунікативної активності й стилю взаємодії. Додатково вказується на роль стресових чинників навчального середовища, які можуть підсилювати як унікальні, так і захисні комунікативні реакції (Мартинюк 2018).

Незважаючи на наявність численних досліджень, залишається недостатньо вивченим їхній інтегрований вплив на комунікативну поведінку студентів бізнес-спеціальностей.

Мета статті – проаналізувати вплив самооцінки і професійної ідентичності на комунікативну поведінку студентів бізнес-спеціальностей у контексті сучасної психології освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. У психологічній науці самооцінка традиційно розглядається як центральний компонент Я-концепції, що відображає суб'єктивну оцінку особистістю власних якостей, можливостей і соціальної значущості (Rosenberg, 1965; Coopersmith, 1967). Згідно з соціально-когнітивною теорією А. Bandura, уявлення індивіда про власну ефективність (self-efficacy) виступає ключовим регулятором соціальної поведінки, визначаючи готовність ініціювати комунікацію, витримувати міжособистісні виклики та підтримувати активність у складних соціальних ситуаціях. Високий рівень self-efficacy сприяє інтерпретації комунікативних труднощів як керованих, що знижує тенденцію до унікальної поведінки та підвищує стійкість до соціального стресу. (Bandura, 1997).

Для студентів бізнес-спеціальностей рівень самооцінки фактично визначає те, як саме вони входять у комунікативну взаємодію: чи готові брати слово в дискусії, відкрито формулювати і захищати власну позицію, сприймати зауваження без захисних реакцій і адаптуватися до змін у переговорному процесі. У цьому сенсі самооцінка виступає не фоновою рисою, а внутрішнім регулятором комунікативної поведінки.

Водночас самооцінка в студентському віці залишається динамічним утворенням, чутливим до навчальних результатів, міжособистісних порівнянь і соціального зворотного зв'язку. Як показують дослідження, саме взаємодія з викладачами та однолітками відіграє ключову роль у її трансформації на цьому етапі розвитку (Співак, 2018). У контексті бізнес-освіти ця залежність посилюється, оскільки значна частина навчальної діяльності відбувається у публічному форматі - через презентації, кейс-обговорення та командні проекти, де комунікативна активність стає одночасно й індикатором, і чинником самооцінки.

У сучасній психології професійна ідентичність розглядається як багатовимірне особистісне утворення, що інтегрує уявлення індивіда про себе в професійній ролі,

прийняття цінностей і норм професійної спільноти, а також усвідомлення власної відповідності вимогам обраної діяльності. Класичне підґрунтя цього підходу було закладене в теорії психосоціального розвитку Erikson, де ідентичність трактувалася як процес, локалізований одночасно в ядрі індивіда і в ядрі культури спільноти, тобто як результат інтеграції індивідуального досвіду з соціально санкціонованими очікуваннями; у цій рамці професійно-рольова визначеність розглядалася як один із ключових доменів стабілізації Я-образу на переході до дорослості (Erikson, 1968)

Подальший розвиток концепції професійної ідентичності був пов'язаний із дослідженнями організаційної та соціальної психології. Зокрема, Ibarra трактувала професійну ідентичність як динамічний процес рольової адаптації, у межах якого індивід конструював образ «професійного Я» через послідовність дій: спостереження за рольовими моделями, експериментування з пробними версіями себе й оцінювання їх «придатності» на основі рефлексії і соціального зворотного зв'язку (Ibarra, 1999). Такий підхід принципово важливий для аналізу студентської молоді, оскільки дозволяє трактувати професійну ідентичність не як завершений результат, а як процес становлення, що відбувається ще до входження в повноцінну трудову діяльність. Для студентів бізнес-спеціальностей формування професійної ідентичності має низку специфічних особливостей. По-перше, бізнес-професії характеризуються високою комунікативною насиченістю, що означає: спілкування є не просто супровідною активністю, а центральним інструментом професійної реалізації. По-друге, бізнес-освіта з ранніх етапів передбачає залучення студентів до ситуацій квазіпрофесійної діяльності (презентації, кейс-аналіз, групові проекти), у межах яких формується відчуття належності до професійної спільноти ще до офіційного статусу фахівця.

З позицій теорії соціальної ідентичності членство в соціальній групі не лише формує самовизначення (self-definition), а й задає рамку нормативних очікувань щодо взаємодії: індивід інтерпретує ситуацію через призму «ми–вони», орієнтується на групові норми та діє у спосіб, який підтримує позитивну відмінність інгрупи у міжгрупових відносинах (Tajfel & Turner, 1986). Таким чином, професійна ідентичність виступає своєрідною нормативною рамкою комунікації, яка задає допустимі й бажані форми поведінки.

Таким чином, після розгляду самооцінки с професійної ідентичності як базових психологічних конструктів, виникає потреба перейти від їх теоретичного опису до аналізу конкретних проявів у комунікативній поведінці студентів. Якщо професійна ідентичність задає уявлення про те, як має поводитися майбутній фахівець у бізнес-середовищі, то рівень самооцінки визначає, наскільки студент готовий реалізувати ці уявлення в реальній взаємодії. Саме самооцінка впливає на ініціативність у спілкуванні, реакцію на критику, вибір комунікативної стратегії, ставлення до публічних виступів і поведінку в конфліктних ситуаціях. Систематизацію основних параметрів комунікативної поведінки студентів бізнес-спеціальностей та психологічних механізмів їхнього зв'язку із самооцінкою подано в табл. 1.

Таблиця 1

Вплив самооцінки на комунікативну поведінку студентів бізнес-спеціальностей

Параметр комунікативної поведінки	Психологічний механізм	Роль самооцінки	Типовий прояв у навчальних бізнес-ситуаціях
Ініціювання або уникання контакту	Оцінка ймовірності успіху, очікування соціальних наслідків (помилка, осуд, втрата статусу) - рішення «вступати, не вступати»	Низька самооцінка підвищує чутливість до можливого	Хтось першим бере слово, ставить питання, пропонує ідею; інший «відсиджується»,

		негативного зворотного зв'язку («я виглядатиму слабо») – уникання	говорить лише за прямого запиту
Реакція на оцінювання і критику	Отримана критика оцінюється індивідом або як інформація для корекції дій, або як загроза власній цінності; у першому випадку вона стимулює перегляд поведінки та адаптацію, у другому активізує захисні реакції, що обмежують конструктивну комунікацію	Крихка, занижена самооцінка частіше переводить критику в «суд над особистістю» - образа, виправдання, уникання	Після зауваження студент або уточнює критерії, просить приклад, або різко «закривається», переходить у самооправдання чи мовчання
Вибір стратегії взаємодії: (асертивність, захисність, домінування, кооперація)	Індивід регулює власну роль і статус у групі, обираючи комунікативний стиль, спрямований або на захист Я, або на його конструктивне підтвердження через взаємодію.	Низька самооцінка підштовхує до захисності або поступливості; завищена-крихка до потреби «перемагати»	У команді одна частина студентів «тисне», інша - уникає конфлікту; оптимальний стиль - аргументована, спокійна позиція і кооперація
Публічна комунікація: страх виступу	Очікування невдачі і зосередження на власній оцінці з боку інших підвищують комунікативну тривожність, що зумовлює уникання публічної взаємодії або зниження якості виконання.	Низька самооцінка підсилює страх оцінювання аудиторією («мене оцінять негативно»)	Студент відмовляється виступати, читає з листка, говорить монотонно; або дотримується структури належного темпу, відповідає на питання
Стійкість у конфлікті і переговорна гнучкість	Конфлікт оцінюється або як загроза власним позиціям, або як керований виклик; здатність утримувати ціль без руйнування взаємин визначає рівень гнучкості та конструктивності комунікації.	Низька самооцінка частіше веде до уникання конфлікту або «жорсткого захисту»; висока, але крихка – до принципової жорсткості	Переговори в кейсі: або «або так, або ніяк», або «я згоден на все», або гнучка торгівля інтересами

Джерело: власна розробка автора

Отже, самооцінка виступає не окремим фоновим чинником, а системним внутрішнім регулятором комунікативної поведінки студентів бізнес-спеціальностей, який визначає спосіб входження у взаємодію, витримування соціального тиску і реалізацію професійно зумовлених ролей. Її вплив проявляється не лише у показниках активності, а передусім у якісних характеристиках комунікації, тобто здатності зберігати конструктивність за умов

оцінювання, конфлікту чи невизначеності. При цьому як занижена, так і завищена самооцінка створюють ризики неефективної взаємодії, хоча реалізуються через різні поведінкові стратегії.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Проведений теоретико-аналітичний огляд дозволяє дійти висновку, що комунікативна поведінка студентів бізнес-спеціальностей формується не під впливом окремого чинника, а як результат взаємодії кількох внутрішніх психологічних регуляторів. Серед них особливу роль відіграє самооцінка, яка функціонує у тісному зв'язку з уявленнями про власну ефективність та процесом професійного самовизначення. У цьому контексті самооцінка проявляється не як статична риса особистості, а як динамічний механізм, що визначає готовність студента включатися в комунікацію, витримувати ситуації соціального оцінювання та освоювати професійно зумовлені ролі в освітньому середовищі.

Показано, що рівень і характер самооцінки визначають не стільки факт участі у комунікації, скільки якісні параметри взаємодії: ініціативність, реакцію на критику, вибір комунікативної стратегії, ставлення до публічних виступів і поведінку в конфліктних та переговорних ситуаціях. При цьому як занижена, так і завищена самооцінка пов'язані з ризиками неефективної комунікації, хоча проявляються через різні поведінкові патерни – уникання, захисність або жорстке домінування.

Перспективи подальших розвідок пов'язані з емпіричною перевіркою виявлених закономірностей, зокрема з аналізом взаємодії самооцінки, самоефективності і професійної ідентичності у різних форматах бізнес-освіти (аудиторна робота, командні проекти, симуляції, стажування). Окремого дослідницького інтересу набуває розробка й оцінка ефективності психолого-педагогічних інтервенцій, спрямованих на підтримку адекватної самооцінки та розвитку комунікативної стійкості студентів у ситуаціях публічної і професійно значущої взаємодії.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Березовська, Л. (2022). Самооцінка студентів, що поєднують навчання та роботу. *Вчені записки університету «КРОК»*, 3(67), 153-160. Взято з <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/>.
- Мартинюк, І. (2018). Психологічні особливості студентського віку. В В. Шмаргун (Ред.), *Психологія стресостійкості студентської молоді* (с. 55-65). Київ: Видавничий центр НУБіП України. Взято з <https://surl.lu/huhwsp>.
- Пасічник, Н. С., & Сидоренко, Ю. В. (2020). Особливості формування самооцінки в умовах соціально-психологічної адаптації студентів-першокурсників. *Габітус*, 19, 181-184. Взято з <http://habitus.od.ua/journals/2020/19-2020/33.pdf>.
- Співак, Л. М. (2018). Особливості становлення самооцінки власного національного «Я» у студентської молоді. *Психологія: реальність і перспективи*, 11, 134-139. Взято з <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/762508.pdf>.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. Retrieved from <https://surl.li/jpuwar>.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman & Co. Retrieved from <https://archive.org/details/antecedentsofself00coop>.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. WW-Norton. Retrieved from <https://surl.li/lhattq>.
- Ibarra, H. (1999). Provisional selves: Experimenting with image and identity in professional adaptation. *Administrative Science Quarterly*, 44(4), 764-791. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/2667055>.
- Ismailova, A., Naubayeva, K., Zheldibayeva, R., & Kontrimienė, S. (2025). Self-esteem, social comparison, and interpersonal communication competence as predictors of students'

- psychological well-being. *Frontiers in Education*, 10, 1679209. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1679209>.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press. Retrieved from <https://doi.org/10.1515/9781400876136>.
- Schirmer, H. (2024). Types and modes of study (Chapter B4). In K. Hauschildt (Ed.), *Social and economic conditions of student life in Europe: EUROSTUDENT 8 Synopsis of Indicators 2021–2024*. wbv Publikation. Retrieved from <https://surl.li/xflbiy>.
- Shang, A., Feng, L., Yan, G., & Sun, L. (2025). The relationship between self-esteem and social avoidance among university students: Chain mediating effects of resilience and social distress. *BMC Psychology*, 13(1), 116. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/s40359-025-02444-2>.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel, & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Nelson-Hall. Retrieved from <https://surl.li/urdxbg>.
- van Tonder, J. I., Jordaan, J., & Esterhuyse, K. (2022). Self-esteem, interpersonal communication competence, and media and technology usage as predictors of loneliness among university students. *SAGE Open*, 12(4). Retrieved from <https://doi.org/10.1177/21582440221148379>.
- The Future of Jobs Report 2023. (2023). *World Economic Forum*. Retrieved from <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023>.
- Yang, L., Li, S. N., Wang, Q., Pan, S., & Zhao, W. (2025). Unveiling the relationships of professional identity, values and communication competence in nursing students' clinical practice behaviours: A cross-sectional study and mediation model analysis. *Nursing Open*, 12(7), e70270. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/nop2.70270>.

REFERENCES

- Berezovska, L. (2022). Samootsinka studentiv, shcho poiednuuiut navchannia ta robotu [Self-esteem of students combining study and work]. *Vcheni zapysky universytetu "KROK"*, 3(67), 153-160. Vzyato z <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/>. [in Ukrainian].
- Martyniuk, I. (2018). Psykholohichni osoblyvosti studentskoho viku [Psychological characteristics of student age]. V V. Shmarhun (Ed.), *Psykhologhiia stresostiikosti studentskoi molodi* (s. 55-65). Kyiv: Vydavnychiy tsentr NUBiP Ukrainy. Vzyato z <https://surl.li/huhwsp>. [in Ukrainian].
- Pasichnyk, N. S., & Sydorenko, Yu. V. (2020). Osoblyvosti formuvannia samootsinky v umovakh sotsialno-psykholohichnoi adaptatsii studentiv-pershokursnykiv [Features of self-esteem formation under conditions of socio-psychological adaptation of first-year students]. *Habitus*, 19, 181-184. Vzyato z <http://habitus.od.ua/journals/2020/19-2020/33.pdf>. [in Ukrainian].
- Spivak, L. M. (2018). Osoblyvosti stanovlennia samootsinky vlasnoho natsionalnoho "Ya" u studentskoi molodi [Features of the formation of self-esteem of one's national "self" among student youth]. *Psykhologhiia: realnist i perspektyvy*, 11, 134-139. Vzyato z <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/762508.pdf>. [in Ukrainian].
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. Retrieved from <https://surl.li/jpuwar>. [in English].
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman & Co. Retrieved from <https://archive.org/details/antecedentsofself00coop>. [in English].
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. WW-Norton. Retrieved from <https://surl.li/lhattq>. [in English].

- Ibarra, H. (1999). Provisional selves: Experimenting with image and identity in professional adaptation. *Administrative Science Quarterly*, 44(4), 764-791. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/2667055>. [in English].
- Ismailova, A., Naubayeva, K., Zheldibayeva, R., & Kontrimienė, S. (2025). Self-esteem, social comparison, and interpersonal communication competence as predictors of students' psychological well-being. *Frontiers in Education*, 10, 1679209. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1679209>. [in English].
- Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. *Princeton University Press*. Retrieved from <https://doi.org/10.1515/9781400876136>. [in English].
- Schirmer, H. (2024). Types and modes of study (Chapter B4). In K. Hauschildt (Ed.), *Social and economic conditions of student life in Europe: EUROSTUDENT 8 Synopsis of Indicators 2021-2024*. wbv Publikation. Retrieved from <https://surl.li/xflbiy>. [in English].
- Shang, A., Feng, L., Yan, G., & Sun, L. (2025). The relationship between self-esteem and social avoidance among university students: Chain mediating effects of resilience and social distress. *BMC Psychology*, 13(1), 116. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/s40359-025-02444-2>. [in English].
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel, & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Nelson-Hall. Retrieved from <https://surl.li/urdxbg>. [in English].
- van Tonder, J. I., Jordaan, J., & Esterhuyse, K. (2022). Self-esteem, interpersonal communication competence, and media and technology usage as predictors of loneliness among university students. *SAGE Open*, 12(4). Retrieved from <https://doi.org/10.1177/21582440221148379>. [in English].
- The Future of Jobs Report 2023. (2023). *World Economic Forum*. Retrieved from <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023>. [in English].
- Yang, L., Li, S. N., Wang, Q., Pan, S., & Zhao, W. (2025). Unveiling the relationships of professional identity, values and communication competence in nursing students' clinical practice behaviours: A cross-sectional study and mediation model analysis. *Nursing Open*, 12(7), e70270. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/nop2.70270>. [in English].

THE INFLUENCE OF SELF-ESTEEM AND PROFESSIONAL IDENTITY ON THE COMMUNICATIVE BEHAVIOR OF BUSINESS STUDENTS

Ruslan Kulakov

Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor at the Department of
Developmental and Pedagogical Psychology,
Rivne State University of Humanities
 <https://orcid.org/0000-0003-0033-8784>

Vladyslav Palamarchuk

PhD Student of the Department of
Developmental and Pedagogical Psychology
Rivne State University of Humanities
 <https://orcid.org/0009-0001-8074-9999>

DOI https://doi.org/10.35619/prap_rv.vi25.468

Abstract. *The article aims to provide a theoretical and analytical understanding of the influence of self-esteem and professional identity on the communicative behavior of business*

students in the context of educational psychology. The purpose of the article is to analyze the psychological mechanisms through which self-esteem and professional identity mediate initiative, resistance to evaluation and flexibility of interaction in typical educational and professional situations (discussions, case analysis, team projects, presentations). The methods of synthesis, comparison, conceptual generalization and systematization of scientific sources were used; structural and logical modeling of the parameters of communicative behavior was carried out with subsequent operationalization in the form of an author's generalization table. Self-esteem was analyzed as a psychological determinant of communicative behavior and the essence of professional identity as a normative-role regulator of interaction was revealed. It is determined that self-esteem determines the student's readiness for communicative activity and withstanding social evaluation, while professional identity sets the content and standards of professionally oriented communication. It is proven that self-esteem functions as a systemic internal regulator of the quality of interaction (and not only its intensity), determining the student's ability to maintain constructiveness under the pressure of public evaluation and role uncertainty.

The author systematized the key parameters of the communicative behavior of business students and the psychological mechanisms of their connection with self-esteem (initiation or avoidance of contact, reaction to evaluation and criticism, choice of communicative strategy, public communication, stability in conflict and negotiation situations). The results obtained allowed us to clarify the role of self-esteem in the formation of effective communicative behavior of business students. The results of the study may be useful for business teachers, practical psychologists of higher education institutions and developers of soft skills training when designing educational formats that would reduce the risks of avoidance and support assertive and cooperative communication. Prospects for further exploration are associated with empirical verification of the proposed connections and testing of psychological and pedagogical interventions in business education.

Key words: *self-esteem, self-efficacy, professional identity; communicative behavior; competence; public evaluation, criticism, conflict avoidance.*

Стаття надійшла до редакції 11.12.2025 р.