**СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ И САМООТНОШЕНИЕ ЛИЧНОСТИ**

***Абросимова Ангелина Александровна***

***бакалавр направления «Психология»***

***Ульяновский государственный университет***

***Ульяновск***

***abrosimova-angelina2013@ya.ru***

**Аннотация.** В работе представлены результаты теоретического и эмпирического исследований стратегии самопрезентации и самоотношение личности

**Ключевые слова:** профессиональное самоопределение, стратегии, самоотношение, самопрезентация, молодые специалисты.

Человек, находясь в обществе, постоянно подвергается воздействию каких-либо факторов. Несомненно, существует огромное количество особенностей, сопровождающих его в течение жизни. К примеру, одной из важных особенностей психологической и социальной жизни индивида является его отношение к самому себе, к собственной личности, к своим поступкам, иначе говоря, самосознание. В нем выражается сложнейшая совокупность психических процессов и состояний, через которые личность, выделяя себя из окружающего мира, формирует собственное индивидуальное видение мира, изменяет отношение к своему прошлому, настоящему и будущему. Также, в самосознании совмещаются поступки и мотивы, желания и влечения. В итоге – личность отделяется и уже становится способной выделить наиболее значимые для себя потребности. Самоотношение это регулятор, влияющий почти на все аспекты поведения. Оно играет немаловажную роль в постановки и в достижении целей, в установлении отношений с другими людьми и в разрешениях кризисных ситуаций [6]. Как самостоятельный объект психологического анализа самоотношение может отражаться при помощи разделения в едином процессе самосознания двух аспектов: процесса получения знаний о себе и процесса самоотношения.

Понятие самоотношения по-разному понимается отечественными исследователями. Это различие происходит из-за различных исходных общепсихологических теорий взятых за основу. Впервые термин «самоотношение» в отечественной литературе был представлен в работе Н.И. Сардвеладзе: «это отношение субъекта потребности к ситуации её удовлетворения, которое направлено на самого себя». А. Ф. Лазурский и В.Н. Мясищев объясняли данное понятие «как качество эмоционально-ценностного принятия себя как ответственного социального субъекта».

Согласно современным исследованиям понятие «самопрезентация - это процесс представления человеком собственного образа в социальном мире, характеризующийся намеренностью на создание у окружающих определенного впечатления о себе». Данный процесс считается своеобразным мостом, связующий внутренний мир человека и внешний мир других людей.

Самопрезентация личности считается совместной, базовой чертой общественного поведения. Научные подходы к исследованию и осознанию самопрезентации дают возможность говорить о том, что самопрезентация считается сложным социально-психологическим феноменом, в котором сливаются и с помощью которого выражаются всевозможные особенности личности.

Выделяется огромное количество подходов, рассматривающие самопрезентацию с различных сторон: как метод выражения образа субъекта или как общественная самость, а возможно как метод управления впечатлением у окружающих, как манипуляция и др.

Так первым исследователем, в чьих трудах мы обнаруживаем соответствующее становление идеи самопрезентации, был У. Джемс. Он оценивал глобальное, личностное Я как двусмысленное образование, соединяющее в себе Я-сознающее и Я-как-объект, две стороны одной целостности, никогда не существующие порознь, причем первая из них является чистым навыком, а вторая - содержанием данного навыка. Поэтому предъявление себя базируется на том, как человек понимает и ощущает себя, не отводя роли социальному окружению.

Делая упор на идеи У. Джемса, Ч. Кули желает связать самопрезентацию с введенным им понятием «зеркальное Я», трактуемое им «как представление человека о себе самом, складывающееся под воздействием восприятия сего человека другими людьми». Он говорит: «Самопредставление такого рода, очевидно, имеет три основных элемента: образ нашего облика в представлении другого человека, образ его суждения о нашем облике и какое-то самоощущение, например гордость или унижение». По мнению Ч. Кули, самопрезентации и поведения личности, полагаемой в обществе, возникает в основе желанного обществом образа и паттерна поведения [4].

Критикуя Ч. Кули, Дж. Мид исследует самость не как врожденное ощущение, а как самосознание человека, то есть как формирующуюся способность. Развитие самости осуществляется благодаря тому, что люди принимают как свои, так и роли других людей в обществе. Это случается, обычно в игре или же в кооперативных процессах социума [5].

Вместе с Дж. Мидом, считающим, что важную роль общественной среде играет самопрезентация, Э. Гоффман делает акцент на том, что люди в процессе общественного взаимодействия способны не только видеть себя со стороны, но и изменять свое поведение исходя из ожиданий других, дабы продемонстрировать себя с лучшей стороны и оставить хорошее впечатление. Говоря иначе, она, т.е. самопрезентация, изучается как средство, необходимое организовывать взаимодействия с другими людьми для достижения собственных целей [1].

Представляя свой желанный образ, индивид оценивает свои качества, относительно мотивов, отражающих стремление к самореализации. Он не только принимает участие в процессе формирования своего образа, но и меняет свое внутреннее видение себя в соответствии с его жизненной ситуацией. Иначе, самопрезентация которая понимается как создание образа для других или изменение образа о себе у других и у самого себя о себе, всегда связана с самоотношением, которое, в свою очередь, опосредованно взаимодействием жизненных событий и социальных и психологических характеристик субъекта.

Самопрезентация проявляется через использование человеком разных тактик и стратегий самопрезентационного поведения. Опираясь на О.А. Пикулёву, тактику самопрезентации можно объяснить как «краткосрочный поведенческий акт, включающий в себя совокупность приемов вербального и невербального поведения, направленный на создание желаемого впечатления, необходимого для определенных краткосрочных целей, о субъекте самопрезентации». Стратегия самопрезентации - это планируемое и осознаваемое поведение субъекта самопрезентации, всегда направленное на формирование желаемого впечатления, учитывая долгосрочные идентичности и используя для своей реализации определенные тактики самопрезентации.

На данный момент нет единого подхода к определению понятия «самопрезентация» и «самоотношение», однако, обобщая различные определения, можно сказать, что самопрезентация это осознаваемое и неосознаваемое, целенаправленное и стихийное самопредъявление своего Я при взаимодействии с людьми. Самоотношение – это эмоционально-ценностное оценивание своих качеств, относительно мотивов, связанных с удовлетворением потребностей, и направленных на развитие самоуважения. Оценка человеком самого себя, ценностей, приписываемых себе или каких-то конкретным своим качествам, своих возможностей, своего места среди людей, все это является процессом формирования самоотношения.

Подводя итог проделанной работы необходимо отметить, что повышение интереса к проблеме самопрезентации и самоотношении личности вначале XXI в. можно объяснить не только ростом интенсивности межкультурных коммуникаций в условиях глобализации, но и все более широким осознанием значимости ее функции в жизнедеятельности личности, как обязательной составляющей на протяжении всей жизни человека. В связи с этим, представляется возможным говорить о взаимном пересечении проявления в самопрезентационном поведении индивида признаков осознанности, либо неосознанности им собственного поведения, произвольность которого во многом детерминирована особенностями мотивации и личными чертами субъекта самопрезентации. Согласно распространенному мнению, стратегическая самопрезентация предполагает развитие и его действие продолжительный период времени и, поэтому, считается одной из форм инвестиций в будущее. Поэтому, я считаю важным, заранее позаботиться о своем «образе» в том числе и в профессиональном ключе.

**Литература.**

1. Гоффман Э. Представление себя другим в повседневной жизни. – М., 2000. –304 с.
2. Инженерный вестник Дона, №4 (2016) Стратегии самопрезентации и коммуникативный контроль у представителей различных профессий Е.В. Зинченко, А.А Ивахненко
3. Клиническая психология: Учебник для вузов. 5-е изд.Авторы: Карвасарский Борис Дмитриевич
4. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок. – М., 2000. – 312 с.
5. Мид Дж. Избранное: Сб. переводов // Сост. и переводчик В.Г.Николаев. Отв.ред. Д.В. Ефременко. – М., 2009. – 290 с.
6. https://ru.wikipedia.org/wiki/Самоотношение