

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/413736>

Тип работы: Статья

Предмет: Психология личности

-

На сегодняшний день, как никогда, перед человеком встала проблема самопрезентации, которая является достаточно сложным философским феноменом, частью обширной психологии личности. Сама проблема самопрезентации, в частности в социальных сетях приобретает в среде исследователей особое внимание. В данном исследовании нами предпринята попытка изучить и рассмотреть влияние «идеального Я» на самопрезентацию женщины.

Самопрезентация - это процесс регуляции производимого субъектом впечатления, с учетом специфики социальных ситуаций, а выражения системы, представлений о самом себе. В.Н. Куницына определяет «самопрезентацию» как «кратковременный, специфически мотивированный и организованный процесс предъявления информации о себе в вербальном и невербальном поведении».

В целом в самопрезентации значимыми являются три интегративных компонента: тот, кто самопрезентуется (коммуникатор); тот, кому самопрезентуются (реципиент); то, что самопрезентуется (содержание).

Для понимания и токования термина самопрезентация, нами используется следующая её структура:

- 1) деятельность или активность личности, которая выражается поведенческом аспекте;
- 2) процесс самопрезентации как часть психологической характеристики личности;
- 3) поведение – позиционирование себя в обществе;
- 4) самопредъявление – осознание значимости своего собственного я [6, с. 50].

Для самопрезентации человек использует определённые техники. Известен вариант бессознательного использования различных техник самопрезентации, которые условно являются характеристиками личности.

1. Алексеева, А. А. Социально-психологические механизмы формирования самопрезентации деловой женщины в социальных сетях / А. А. Алексеева // Национальное здоровье. – 2020. – № 2. – С. 55-56.
2. Ван, М. Гендерный стереотип в самопрезентации женщин, рожденных в 80-е годы (на примере русских и китайских женских брачных объявлений) / М. Ван // Филология в XXI веке. – 2021. – № 2(8). – С. 12-19.
3. Горбушина, Е. А. Особенности самопрезентации в социальных сетях с учетом половых различий / Е. А. Горбушина // Психологические исследования. – 2023. – Т. 16, № 90.
4. Назарова, Д. Л. Речевая стратегия самопрезентации в формировании имиджа женщины-руководителя (на материале интервью) / Д. Л. Назарова, М. В. Самсонова // Казанская наука. – 2023. – № 11. – С. 430-432.
5. Полякова, О. Б. Специфика имиджа женщины-руководителя как компонента корпоративного имиджа / О. Б. Полякова // Имидж женщины в эпоху диджитализации: наука или практика : материалы шестого Международного женского конгресса, Москва, 05-06 марта 2021 года. – Москва: Некоммерческое партнерство "Академия имиджологии", 2021. – С. 90-93.
6. Сорока, А. А. Тактики самопрезентации у мужчин и женщин / А. А. Сорока // КООПЕРАЦИЯ НАУКИ и ОБЩЕСТВА - ПУТЬ к МОДЕРНИЗАЦИИ и ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ : сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Уфа, 19 мая 2021 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью "Агентство международных исследований", 2021. – С. 50-54.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/413736>