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/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/413746>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Психология личности

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.....	4
2. ПЛАНИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 8	
3. ОБЗОР НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 10	
4. ПОДБОР МЕТОДИК ДЛЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ САМООЦЕНКИ У ЖЕНЩИН 20	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	24
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 24	
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 28	
СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «Я-КОНЦЕПЦИИ 28	
«ВЛИЯНИЕ «ИДЕАЛЬНОГО Я» НА САМОПРЕЗЕНТАЦИЮ ЖЕНЩИНЫ 31	

Исследование самопрезентации личности как актуального и значимого направления социальной психологии зародилось еще в 70-х годах XX века и активно развивается в настоящее время, в зарубежной и отечественной психологии не имеется единой точки зрения на феномен самопрезентации личности.

Зарубежные психологические источники описывают «самопрезентацию» в следующих понятиях: «самопроявление», «стремление понравиться», «управление впечатлением». Основа зарубежных работ по самопрезентации личности включает такие понятия, как «образ Я», «самооценка», «самоуважение», «социальная роль», «самовыражение»[9,21].

У. Джеймс был одним из первых, кто описал идею о том, что люди ведут себя определенным образом, чтобы сформировать у окружающих конкретное впечатление о них. Для достижения этой цели необходимо использовать разные тактики и стратегии самопрезентации.[1,14]

И. Гофман трактует самопрезентацию, как средство организации взаимодействия с другими людьми для достижения своих целей. Г. Мид и Ч. Кули характеризуют самопрезентацию как средство формирования образа я и самооценки. Дж. Тедеш и М. Риес описывают самопрезентацию, как форму социального поведения. Б. Шленкера и М. Вейголда, М. Лири и Р. Ковальски считают, что самопрезентация это средство поддержания самооценки [1,14].

Д. Майерс пишет следующее, что самопрезентация – «акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление или впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам» [1,14].

Стратегия и тактика самопрезентации в зарубежной литературе описывается как демонстративное поведение, целью которого является создание у партнера по общению определенного впечатления [1,14]. Зарубежные ученые являются первыми в разработке классификаций самопрезентации, выделении тактик и стратегий самопрезентационного поведения. Значительное количество исследований феномена самопрезентации, ее тактик основывается на следующих методиках, которые в основе имеют авторскую классификацию стратегий или тактик самопрезентации. Шкала управления впечатлением М. Болино и В. Тернлей применяется в эмпирических исследованиях и основана на классификации пяти стратегий самопрезентации, которую предложил Э. Джонсом и Т. Питтманом. Также часто применяется шкала тактик самопрезентации С.-Ж. Ли с соавторами, построена на авторской классификации двенадцати самопрезентационных тактик двух типов – ассертивного и защитного [14,17].

Отечественные исследователи такие, как О.А. Пикулева, И.П. Шкуратова, Н.А. Федорова, И.Ю. Малисова, применяют зарубежные подходы, но с адаптацией на отечественное общество. Выбор стратегии осуществляется личностными особенностями и целями самопрезентации, выбор тактик определяется в зависимости от ситуаций взаимодействия [14,17].

Пикулева О.А. сформулировала авторское определение «самопрезентация личности как в разной мере осознаваемый, с учетом специфики социальной ситуации, и постоянно осуществляемый в межличностном

взаимодействии процесс предъявления Я-информации в вербальном и невербальном поведении субъекта самопрезентации» [14,17].

Феномен самопрезентации личности включает в себя три части:

- Индивид или субъект самопрезентации;
- Объект самопрезентации, то есть целевая аудитория;
- Социальная ситуация.

Субъект самопрезентации действует по следующему алгоритму:

- Проводит анализ объекта самопрезентации и оценивает социальную ситуацию;
- Выбор и формирование стратегии вербального и невербального поведения самопрезентации, осуществляет поведенческие реакции.
- Выполняет контроль и корректировку поведенческих реакций вследствие сложившейся ситуации и реакций объекта самопрезентации.

Данный алгоритм описывает основные механизмы самопрезентации личности, которые направлены на оценку значимости ситуации и целей взаимодействия, прогноз реакций объекта самопрезентации, реакции целевой аудитории, коррекция поведенческих реакций, рефлексия реакций целевой аудитории [14].

Анализ научных работ позволяет обобщить следующие данные.

1. Самопрезентация личности рассматривает все социальные взаимодействия в обществе.
 2. Самопрезентация личности представляет собой процесс постоянного предъявления Я-информации в межличностном взаимодействии, который не зависит от осознаваемости индивида своих поведенческих действий.
 3. Самопрезентация личности это форма взаимодействия субъекта с обществом, инструментами, которой являются средства вербального и невербального поведения, оформления внешнего облика и принадлежащих субъекту социальных символов.
 4. Определение «самопредъявление», «самоподача» и «самопрезентация» определяют внешнее проявление «Я», являются схожими по значению и употребляются как синонимы. А термины «самораскрытие» и «самовыражение» описывают проявление внутреннего «Я» и выступают в качестве самостоятельных терминов, которые характеризуют внутреннюю сущность индивида самопрезентации.
- Мы рассмотрим феномен самопрезентации женщин и какое влияние на нее оказывает идеальное Я. Теоретический анализ литературных источников описывает, множество разных направлений изучения самопрезентации личности. Некоторые исследователи обращают внимание на содержание понятия «самопрезентация личности», в то время как другие характеризуют связь самопрезентации с внутренними чертами человека или с внешними факторами и условиями, которые влияют на процесс самопрезентации[15].

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андрейченко А. А., Присяжная А. Д., Фонтанецкая Е. Г. Исследование индивидуально-психологических детерминант самопрезентации личности // Вопросы науки и образования. 2018. №16 (28).
2. Ахмадеева Е.В. / Самопредъявление личности как психологический конструкт в межличностных отношениях //Автореф. дисс. ... канд. психол. наук: 5.3.1. Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2023. 23 с.
3. Белинская Е.П., Гавриченко О.В. Самопрезентация в виртуальном пространстве: феноменология и закономерности // Психологические исследования. 2018. Т. 11. № 60.
4. Ван, Миньминь. Культурные традиции и стратегии самопрезентации в китайских и русских брачных объявлениях // Молодой ученый. — 2020. — № 37 (327). — С. 132-139.
5. Володарская Е.А., Баксан Е.С. / Персональный имидж женщины как фактор “ Я- концепции” личности. // Человеческий капитал. 2021. № 5 (149). С. 146-159.
6. Демешкина Т.А., Толстова М.А. / Коммуникативная стратегия самопрезентации в женском дискурсе // (на материале автобиографических рассказов)., Текст. Книга. Книгоиздание. 2020. № 24. С. 47-67.
7. Котова А.А. / Коммуникативные стратегии самопрезентации норвежских военнослужащих-женщин в СМИ как способ популяризации военной службы. // Военно-филологический журнал. 2020. № 1. С. 72-79.
8. Корниенко Д.С., Руднова Н.А., Горбушина Е.А., Дериш Ф.В. / Социально- психологические механизмы формирования самопрезентации деловой женщины в социальных сетях. // Национальное здоровье. 2020. № 2. С. 55-56.
9. Колмаков, А. А. Социальная психология личности : электронный учебно-методический комплекс для специальности: 1-23 80 03 «Психология», профилизация «Социальная психология» / А. А. Колмаков ; БГУ, Фак. философии и социальных наук, Каф. социальной и организационной психологии. – Минск : БГУ, 2020. –

247 с. – с 103-114.

10. Кулагина Н.В. Особенности самопрезентации мужчин и женщин в сфере деловых отношений. Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология, 2016, 3(27), 122–128
11. Назарова Д.Л. / Реализация стратегии самопрезентации российских и японских женщин- руководителей а имиджевом дискурсе. // В сборнике: XVIII Семеновские чтения. Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 120-летию А.И. Семенова. Якутск, 2023. С. 575-580.
12. Назарова Д.Л., Самсонова М.В / Речевая стратегия самопрезентации в формировании имиджа женщины-руководителя (на материале интервью). // Казанская наука. 2023. № 11. С. 430-432.
13. Нурмухаметов Э. А., Нурмухаметова И.Ф. / Специфика самопрезентации при выборе брачного партнера посредством объявлений: анализ ценностей. //
14. Пикулева О.А. / Социальная психология самопрезентации личности // Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора психологических наук. Санкт-Петербург – 2014.
15. Пикулёва О.А. / Взаимосвязь личностных ценностей и тактик самопрезентации руководителей: гендерные аспекты.// Ценности и смыслы. 2014. № 3 (31). С. 97-108
16. Пикулёва О.А. / Самопрезентация женщин старшего возраста: российские особенности. // Женщина в российском обществе. 2014. № 1 (70). С. 69-77.
17. Пикулева О.А. / Психология самопрезентации личности // Монография М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 320 с.
18. Саторова А.С., Корнильцева Е.Г. Самопрезентация в социальной сети студентов университета. В кн.: Культурологические чтения – 2020. Культурный код в эпоху глобализации: цифровизация общества и образования. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. 2020. С. 307–311.
19. Тарасова О.Н. / Особенности самопрезентации в политических дебатах в аспекте мультимодальной интеракции. // Филология и культура. 2017. № 3 (49). С. 78-84.
20. Трухан Е.А., Савчук О.Н / Перфекционистская самопрезентация и альтруистические установки в период взрослости. // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2022. Т. 11. № 3 (43). С. 243-253.
21. Файзрахманов И. И., Шамгуллин А. З., Гудочкин Г. А. / Профессиональная Я- концепция и самооценка как необходимые условия самоактуализации личности // Проблемы современного педагогического образования. 2021. №73-1.
22. Чагина А.В. / Особенности самопрезентации российских учителей с разным уровнем эмпатии. // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2022. Т. 8. № 4. С. 102-114.
23. Черепанова И.В., Черепанов О.А. / Сравнительный анализ структуры Я- концепции мужчин и женщин в зрелом возрасте. В сборнике // Современная образовательная психология в подготовке специалистов помогающих профессий: актуальные проблемы теории и практики оказания помощи другим. Под ред. Э.В. Котляровой. 2019. С. 273-277.
24. Чистякова Г.В., Бондарева Е.П. / Параметры самооценки женщин в виртуальном коммуникативном пространстве. // В сборнике: IX Международные Севастопольские Кирилло-Методиевские чтения. сборник научных работ. Севастопольский государственный университет; Гуманитарно-педагогический университет; Международный педагогический клуб. Севастополь - Москва, 2016. С. 265-272
25. Шилина Н.А. / Имидж как средство самопрезентации личности в современном социокультурном пространстве. // Шилина Н.А., Кокушвили Н.Б., Самыгин С.И. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2021. № 10. С. 98-101.
26. Шифрова Е.С. / Возрастное измерение дискурса: самопрезентация пожилых. // В сборнике: Молодёжь третьего тысячелетия. сборник научных статей XLII региональной студенческой научно-практической конференции. Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского. 2018. С. 1530-153
27. Щукина М.А., Яковлева И.В., Крайнюков С.В., Тютюнник Е.И., Бондарева М.О., Аверьянова О.Ю. Особенности визуальной самопрезентации участников деловой коммуникации в виртуальной образовательной среде // Психологические исследования. 2018. Т. 11, № 59. С. 10
28. Strimbu N., Michael O'Connell. The Relationship Between Self-Concept and Online Self-Presentation in Adults. Mary Ann Liebert. 2019.
29. Silva MND, Monteiro JCDS. Self-esteem assessment of young female university students according to race/skin color criteria. Rev Lat Am Enfermagem. 2020 Oct 19;28:e3362. doi: 10.1590/1518-8345.3866.3362. PMID: 33084772; PMCID: PMC7575243.
30. Mandal E. Shyness and self-esteem in women. The role of likeability, personal power, lovability, and self-worth conditioned by others' approval. Current Issues in Personality Psychology. 2023;11(4):310-318.

doi:10.5114/cipp/171607

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/nauchno-issledovatelskaya-rabota/413746>