

ЮРИДИЧНА ПСИХОЛОГІЯ; ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.923.2:316.663.3

DOI <https://doi.org/10.32782/2709-3093/2022.4/13>

Шумейко О.М.

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СКЛАДОВИХ Я-КОНЦЕПЦІЙ МОЛОДОГО ПОЛІТИКА НА ВИБІР СТРАТЕГІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ

У поданій статті автором всебічно розглядається трактування категорії «молодий політик» на законодавчому та науковому рівнях, аналізуються основні закономірності впливу таких базових складових Я-концепції особистості, якими є образ Я та самооцінка. Аналізується вплив образу Я та самооцінки сучасного молодого політика на процес вибору ним конкретної стратегії самопрезентації: «догоджаючої» чи «самоконструюючої» відповідно до авторської теорії самопрезентації Р. Баумейстера. У рамках повноцінного дослідження явища самопрезентації та об'єктивного усунення можливої методологічної заплутаності обґрунтовується наукова необхідність сучасного трактування самопрезентації та її одночасного розгляду одразу в двох різних контекстах: «самопрезентація як саморозкриття» та «самопрезентація як самопред'явлення». Такий підхід сприяє уточненню наукових уявлень щодо ролі особистісних чинників формування демонстрованого (публічного) іміджу молодого політика, розкриттю механізмів залежності стратегій самопрезентації політика від Я-концепції, поглибленню існуючих теоретичних доробок із вивчення зв'язку Я-концепції та демонстрованого (публічного) іміджу політичного діяча, виявленню нових теоретичних фактів та закономірностей впливу особистісних чинників на демонстрований та цільовий імідж молодого політика, також усувається хибне трактування самопрезентації політика як штучної або нещирої «фасадної» поведінки, що не відповідає справжній сутності й перешкоджає розвитку як самої особистості молодого політика, так і налагодженню щирих міжособистісних відносин. Робиться висновок, наскільки вдало (без допомоги команди іміджмейкерів) політик здатен самостійно «презентувати» себе перед аудиторією. Які саме сторони образу «Я» сучасного політика висвітлюються, а які приховуються, і як на цей процес впливає його самооцінка. У чому саме полягає взаємозв'язок між механізмами самопрезентації та Я-концепцією політика в цілому. На всі ці актуальні для соціальних та політичних психологів питання й покликає дати відповідь ця стаття.

Ключові слова: самопрезентація, образ Я, фізичне Я, психологічне Я, соціальне Я, сексуальне Я, сімейне Я, долаюче конфлікти Я, самооцінка, управління враженням, імідж, публічна поведінка, стратегії самопрезентації.

Постановка проблеми. Питання самопрезентації особистості є однією з важливих та мало висвітлених у сучасній соціальній психології. Ця проблема є особливо актуальною для політичної психології, де теорія самопрезентації, незважаючи на своє соціально-психологічне наповнення й походження, майже повністю забута або ж трактується виключно з позицій іміджмейкінгу. Такому стану розробленості зазначеної проблеми сприяє розгляд феномену самопрезентації у відриві від дослідження складових «Я-концепції» особистості, зокрема від врахування її самооцінки та характеристик образу «Я». У цьому сенсі варто

вказати, що, навіть за умови розробки іміджмейкером супервдалого іміджу, без попереднього дослідження «Я-концепції» політика такий імідж може не підійти, або ж виявиться неприйнятним і чужорідним для образу «Я» останнього [2, с. 334]. Однак **метою** поданої статті є не критика практичного іміджмейкінгу, а привернення уваги соціальних та політичних психологів до проблеми взаємозв'язку самопрезентації та «Я-концепції» й глибша наукова структуризація наявних даних із позицій загальнотеоретичних підходів до розуміння «Я-концепції» в сучасній соціальній психології. Ми зосередили свою увагу саме на молодих

політиках або політиках-початківцях. Не секрет, що «професія» політика посідає одне з чільних місць у рейтингу найбільш привабливих та престижних серед молоді професій. Також експектації 48,21% українців свідчать про тенденцію бачити на провідних посадах у державі «нові обличчя». Про це достатньо переконливо свідчить той факт, що кандидатами в народні депутати на дострокових виборах до Верховної Ради у 2019 році зареєструвалася найбільша кількість молодих людей (віком до 35 років), що раніше не мали жодного досвіду політичної діяльності (політичні партії «Слуга народу», «Голос» та ін.) і були обрані як за партійними списками, так і за мажоритарними округами. Ситуація з успіхом «молодих політиків» повторилася й на місцевих виборах 2020 року. Згідно з чинним законодавством, категорія «молодий політик» регламентується наступними законодавчими нормами: статтею 2 Закону України «Про молодіжні та дитячі громадські організації» від 1 грудня 1999 року (зі змінами, внесеними згідно з рішенням Конституційного Суду від 13 грудня 2001 року); статтями 11 та 12, Закону України «Про громадські організації» від 16 червня 1992 року; статтею 1, Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» від 5 лютого 1993 року (зі змінами від 23 березня 2004 року).

Слід відзначити, що на сьогодні ще немає чітко окресленої суто наукової дефініції щодо категорії «молодий політик» ані в політичній психології, ані в суміжних із нею політології та соціології.

Та, навіть ставши політиком чи здобувши омріяний фах, молода людина повинна адаптувати себе в цій професії й набути відповідних навичок поведіння, обрати оптимальну для себе стратегію самопрезентації тощо. Саме тому свідомо чи інтуїтивно молодий політик (молодий фахівець) шукає для себе оптимальну стратегію самопрезентації. Іноді цей процес є швидким та безболісним, іноді – важким та потребує багато часу. Так чи інакше на сьогоднішній день існує безліч тренінгів, спрямованих на вироблення потрібних вербальних та візуальних характеристик демонстрованого образу «Я», однак глибинні особистісні чинники «Я-концепції» залишаються поза увагою і їх роль є невизначеною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема впливу «Я-концепції» на формування стратегій самопрезентації була поставлена, в першу чергу, засновниками «символічного інтеракціонізму». Ідеї класиків цього напрямку (Ч. Кулі, Дж. Мід, Г. Блумер, М. Кун, Т. Макпарт-

ленд, Т. Шибутані і, особливо, Е. Гоффман) багато в чому визначають сучасне уявлення про роль «Я-концепції» у виборі індивідом тієї або іншої стратегії самопрезентації. Однак повною мірою теоретичний фундамент у вивченні самопрезентації та саморозкриття був покладений на Заході лише у другій половині ХХ століття (Е. Джонс, С. Джулард, П. Козбі, І. Альтман, Д. Тейлор, М. Шнайдер, А. Чайкін, В. Дерліга, Л. Тьюбс, Дж. Байрд, Г. Чілун, Р. Аркін, Р. Арчер, Дж. Тедесхі, Б. Шленкер, М. Лірі, Т. Пітман, С. Маргіліс, Л. Міллер, Дж. Берг, М. Фрідландер, Т. Пека-Бейкер, К. Долгін, та ін). Після розпаду СРСР дослідження, присвячені проблемі самопрезентації, у невеликій кількості з'являються в пострадянському періоді (Ю.М. Жуков, Н.В. Амяга, І.С. Дьяченко, І.Ю. Малісова, Є.Л. Доценко, Є.М. Зімачова, Є.А. Петрова, І.П. Шкуратова, М.Н. Котлярова).

Постановка завдання – теоретичний аналіз особливостей впливу образу Я та самооцінки молодого політика на процес вибору ним стратегії самопрезентації.

Виклад основного матеріалу. Надважливим у контексті дослідження об'єктивних особливостей впливу складових Я-концепції на вибір молодим політиком тієї чи іншої стратегії самопрезентації зазначити, що в сучасному трактуванні самопрезентація може одночасно розглядатися одразу в двох різних контекстах: «самопрезентація як саморозкриття» та «самопрезентація як самопред'явлення». Лише за такого умовного розмежування можна об'єктивно і без методологічної плутанини проаналізувати проблему особистісної представленості індивіда в комунікативному процесі. Саморозкриття та самопред'явлення можна зіставити за двома критеріями: а) через специфіку змісту; б) через специфіку мети передачі інформації. За умови такого зіставлення виявляється наступне: з одного боку, зміст саморозкриття обмежений лише інформацією про себе, й на цій підставі воно вже є самопред'явленням, однак цілі саморозкриття достатньо різноманітні, й за цим критерієм воно ширше за самопред'явлення. З іншого боку, зміст самопред'явлення може не обмежуватися лише інформацією про себе, й на цій підставі воно ширше за саморозкриття; але призначенням самопред'явлення є головним чином управління враженням, що справляється на аудиторію, й за цим критерієм воно вже є саморозкриттям. За таких умов стають зрозумілими суттєві відмінності в трактуванні феномену самопрезентації в концепціях різних психологічних

шкіл. Але зрозуміло, що і самопред'явлення, і саморозкриття є глибоко взаємопов'язаними, але протилежними за своєю модальністю структурними компонентами самопрезентації і мають розглядатися кожен окремо. На підтвердження цього положення свідчить той факт, що саморозкриття нерідко згадується як альтернатива самопред'явленню. Так, інтимному саморозкриттю протиставляється поведінка-«маска», рольова поведінка, це дає змогу простежити характер зв'язку між самопред'явленням та саморозкриттям у структурі самопрезентації: чим більше вираження має саморозкриття, тим менше вираження має самопред'явлення, і навпаки. Тобто діє закон обернено пропорційної залежності. Відповідно до цього, неглибоке, поверхове саморозкриття найчастіше поєднане з вираженим самопред'явленням особистості й характеризується скоріше як самопред'явлення, а не саморозкриття.

Ми вважаємо за доцільне аналізувати вплив самооцінки та образу «Я» політика на вибір ним тієї чи іншої стратегії самопрезентації в ситуації публічного виступу перед аудиторією. Адже для політиків правильно побудована публічна поведінка, публічна діяльність і «презентація» себе є запорукою успішного функціонування у професійному середовищі, й у цей час взаємозв'язок «Я-концепції» і наявної самопрезентації набуває певного загострення та особливо акцентується. Щодо стратегій самопрезентації, то, на нашу думку, найбільш обґрунтованою є концепція відомого дослідника феномену самопрезентації Р. Баумейстера, який виділяє дві стратегії: «догоджаючу» та «самоконструюючу». «Догоджаюча» стратегія направлена на те, щоб виставити себе в сприятливому світлі в очах оточуючих, тобто суб'єкт прагне діяти відповідно до специфічних цінностей «своєї» аудиторії і за це одержати від цієї аудиторії винагороду [1, с. 40]. У даній стратегії самопред'явлення дуже низька ситуативна стійкість, оскільки вона цілком залежить від оточення. Людина не просто засвоює точку зору оточуючих щодо себе самої, але й поводить відповідно до неї. Друга стратегія – «самоконструююча» – орієнтована на зміцнення й підтримку суб'єктом свого «ідеального Я» на підставі особистих цілей та ідеалів [1, с. 48]. Такий тип політиків менш схильний до змін, оскільки «ідеальне Я» є відносно стабільним і стійким утворенням, тобто суб'єкт справляє враження на інших тими якостями, які він бачить у своєму «ідеальному Я». Відповідно до цього, з метою визначення процентного розподілу стратегій самопрезентації,

якими послуговуються сучасні молоді українські політики, нами було проаналізовано 128 репортажів із прес-конференцій, що давалися політиками різного рівня на телевізійних каналах Перший Національний, Інтер, 1+1 та Рада. Аналізувалися вислови молодих політиків, які зіставлялися з переліком типових висловів, що характерні для кожної із двох вищезазначених стратегій самопрезентації. «Догоджаюча» стратегія виявилась домінуючою – 79%, а кількість політиків, що послуговуються «самоконструюючою» стратегією становить 21%. У цьому сенсі по відношенню до «Я» політика може також спрацювати дуже цікавий механізм: якщо оточуючі вважають публічну поведінку політика віддзеркаленням його особистісних характеристик і спілкуються з ним відповідно до його самопрезентації, то штучний демонстрований образ «Я» може стати реальним. Аналізуючи типові вислови політиків, ми також звернули увагу на представленість образу «Я» політиків, згідно з їхніми висловлюваннями про себе. У цьому ми послуговувалися концепцією Д. Оффера і Ч. Строзаера, які розглядають образ «Я» політика, як такий, що відповідає «...загальній сумі сприйняття, думок і відчуттів людини відносно себе» [6, с. 28]. Ці сприйняття, думки й відчуття можуть бути більш-менш ясно простежені в образі «Я», в якому «Я» розділено на шість різних частин, що тісно взаємодіють між собою. Ці шість компонентів «Я» наступні: фізичне Я; психологічне Я; соціальне Я; сексуальне Я; сімейне Я; долаюче конфлікти Я. Нами було встановлено, що в інформації політиків стосовно них самих найбільше представлена інформація щодо соціального Я – 59% та долаючого конфлікти Я – 23%, представленість інших аспектів була значно нижчою: сімейне Я – 9%; фізичне Я – 7%; сексуальне Я – 2%. Щодо якісних характеристик зазначених вище аспектів «Я» політиків, то, з точки зору Д. Оффера та його колег вони мають наступне тлумачення:

- *фізичне Я* – це уявлення політика про стан свого здоров'я й фізичну силу або слабкість. Так, загальновідомою є думка про те, що політик повинен бути достатньо здоровим, щоб це не перешкоджало його професійній діяльності. У політологічній і психологічній літературі, наприклад, були описані страждання, які заподіявало багатьом президентам Сполучених Штатів – Рузвельту, Вільсону, Кеннеді та ін. їхнє погане здоров'я.

- *сексуальне Я* – це спектр уявлень політика про свої реальні претензії і можливості у сфері статевих відносин. Вчені відзначають відсутність статистичних даних про те, як сексуальні вади або

сексуальна поведінка пов'язані зі здатністю політика адекватно й ефективно реалізовуватися у своїй професійній діяльності - в політиці. В історії ж існує немало свідчень про те, що багато диктаторів відрізнялися патологією сексуальної сфери й нерідко страждали різними збоченнями.

- *сімейне Я* є не менш важливим елементом особистості політика. З психоаналізу З. Фрейда добре відомо, який величезний вплив мають відносини в батьківській сім'ї на поведінку дорослої людини. І політики потерпають від цього не менше, ніж пересічні громадяни. Деякі політики долають ранні травми й конфлікти в сім'ї або у сфері дитячо-батьківських відносин, інші – ні, і, стаючи політиками, вони переносять фрустрації зі свого дитинства на своє оточення в країні і у світі.

- *соціальне Я* – уявлення політика про свою здатність до спільної діяльності з іншими (політичними партнерами, членами своєї команди тощо), адже для людей, що знаходяться на вищій або хоч найменш відповідальній державній посаді це є надзвичайно важливим. Політик повинен навчитися тому, як вести переговори і як стимулювати своїх колег до виявлення їхніх кращих якостей. Він повинен бути здатним використовувати навички міжособистісних відносин для ефективної роботи з різними, інколи ворожими групами людей, з іншими політичними лідерами.

- *психологічне Я* – характеризує уявлення політика про свій внутрішній світ, фантазії, мрії, бажання, ілюзії, страхи й конфлікти. З. Фрейд, наприклад, вважав, що психопатологія – доля буденного життя. Як і у звичайних людей, у політиків немає природженого імунітету від невротичних конфліктів, психологічних проблем, а іноді й серйозніших форм психопатології таких, як, наприклад, психоз.

- *долаюче конфлікти Я* – уявлення політика про свою здатність до вмiлого та швидкого подолання конфліктів і знаходження нових рішень для старих проблем. Для цього політик мусить володіти достатніми знаннями й інтелектом, щоб сприйняти проблему. Він повинен бути достатньо самовпевненим при ухваленні політичних рішень, щоб зуміти передати цю упевненість іншим. Другий аспект «долаючого конфлікти Я» – усвідомлення політиком своєї здатності до подолання стресів, пов'язаних із його роллю та діяльністю на посаді, наприклад, глави держави, спікера тощо. Стрес може призвести до важких симптомів, які найсерйознішим чином обмежують інтелектуальні й поведінкові можливості політика. Він може збільшувати жорсткість пізнавальних і розумових про-

цесів в історично складні моменти, призводити до зниження гнучкості й самоволодіння, особливо тоді, коли вони необхідні [5, с. 75].

Незважаючи на значну теоретичну обґрунтованість та виваженість концепції Д. Оффера та Ч. Строзаера щодо розуміння образу «Я» політика, її сутність, з погляду деяких відомих дослідників феномену самопрезентації, підлягає певній критиці [1, с. 41]. Так, автори, які стверджують, що в людині немає ніякого справжнього константного «Я», вважають, що особистість цілком може порівнюватися з цибулиною: можна знімати шар за шаром, так нічого й не знайшовши в центрі. Не виключається також, що особа – це якийсь набір масок-самопрезентацій, і тому досліднику безглуздо шукати реальні «Я» або реальні аттитюди.

Експериментальні дослідження Р. Аркіна, спрямовані на встановлення ступеня співвідношення Я-реального і Я, що пред'являється, довели, що політики відрізняються один від одного залежно від того, наскільки їхня поведінка змінюється в різних ситуаціях [4, с. 199]. Якщо пред'явлення особи варіативні, то дістанися до ядра особистості, за умови, що воно не зводиться до наявної самопрезентації, достатньо складно для дослідника. Якщо ж поведінка політика характеризується постійністю, і образ «Я», що пред'являється, не змінюється від ситуації до ситуації, то пояснити поведінку особистісними характеристиками значно простіше [1, с. 63].

Інший аспект впливу характеристик «Я» на формування демонстрованої поведінки політика та на вибір ним стратегії самопрезентації закладений у самооцінці політика. Наприклад, у теоретичному підході Г. Лассуелла наголос робиться на розвитку уявлень людини-політика про власну самооцінку та її втілення в публічній поведінці [6, с. 133]. Його припущення про те, що деякі люди володіють надзвичайно сильною потребою у владі або інших особистісних цінностях і компенсують тим самим травмовану або неадекватну самооцінку, дістало підтвердження на практиці. Особистісні «цінності» або потреби такого роду, як прагнення до влади можуть бути розглянуті як его-мотиви, оскільки вони частина его-системи особистості. Вплив самооцінки на вибір шляхів для «презентації» себе висвітлюється також і в роботах У. Стоуна, який у своїх дослідженнях розглядає самооцінку як позитивне відчуття відносно себе, в широкому значенні розуміючи його як самоповагу, що закономірно відображається у стилі публічної поведінки політика. У. Стоун разом із колегами довів, що чим вище самооцінка

у політиків, тим гірше вони реагують на наявну ситуацію, тим нижча їхня реактивність [4, с. 144]. Так, політики з високою самооцінкою менш залежні від зовнішніх обставин, вони більше сконцентровані на власному «Я» і мають стабільніші внутрішні стандарти, на яких заснована їхня самооцінка. Політики ж із низькою самооцінкою виявляються більш залежними від впливу інших людей та ситуації і є більш реактивними. Вони чутливіші до зворотного зв'язку і змінюють свою самооцінку та стратегію самопрезентації залежно від схвалення або несхвалення інших.

У цілому існування сталого взаємозв'язку між самопрезентацією та характеристиками «Я-концепції» доведено, і це заслуга не лише дослідників теорії самопрезентації та управління враженням, – багато в чому цьому сприяло дослідження інших сфер соціальної та політичної психології [3, с. 12]. Імпліцитно зазначене питання закладено у зміст багатьох теорій. Так, на початку сімдесятих років авторитетний соціальний психолог М. Шнайдер розробив концепцію і шкалу самоврядування, яка служить для розрізнення людей за двома типами – «добре керуючих собою» і «погано керуючих собою». Індивіди, які добре управляють собою, так само добре управляють вироблюваним враженням. Вони гнучко, адаптивно та ефективно справляються з різноманітними соціальними ролями, добре пристосовуються до ситуацій, при цьому майстерно і вправно добирають самопрезентацію, адекватну для кожного конкретного випадку. Індивіди ж, що погано керують собою, відповідно погано керують вироблюваним враженням. Їхня поведінка практично не змінюється від ситуації до ситуації, при переході від однієї соціальної ролі до іншої [4, с. 190]. М. Шнайдер пояснює виявлений феномен існування двох типів особистостей – «прагматичної» і «принципової». Індивід, як вважає учений, демонструє властивий його типу особистості тип самопред'явлення – «скроєний» відповідно до ситуативних особливостей (у «прагматичної» особистості) або віддзеркалюючий внутрішні характеристики того, хто самопред'являється (у «принципової»). «Праг-

матична» і «принципова» особистості відрізняються перш за все існуючою спочатку специфікою «Я-концепції» людини – «прагматичної» або «принципової», що визначає як особливості когнітивної, поведінкової сфер, так і специфіку проявів міжособистісної взаємодії [4, с. 194].

На початку сімдесятих років спостерігався значний сплеск активності соціальних психологів до вивчення «макіавеллізму» як специфічної характеристики особистості та особливостей самосвідомості людей з «макіавеллістичними рисами» [5, с. 22]. Ученими була розроблена відповідна шкала, за якою визначалися маніпулятивні уміння людей. У ході експериментальних досліджень вдалося встановити, що індивіди, які мали високий бал за шкалою «макіавеллізму», володіли вражаючими маніпулятивними вміннями, в тому числі й із самопрезентації себе перед аудиторією. Шкали макіавеллізму і самоуправління М. Шнайдера вимірюють, на перший погляд, схожі явища – мінливість поведінки залежно від ситуації, з одного боку, (тобто аспект, пов'язаний із прагматичністю людини) або постійність поведінки, незалежно від ситуації – з іншого (асpekt, характерний для принципової людини), – однак обидва ці аспекти, за своєю суттю, закладені саме в «Я-концепції» особистості.

Висновки:

- характеристики образу «Я» та самооцінки політика визначають вибір ним стратегії самопрезентації, що обумовлено наявністю сталого взаємозв'язку «Я-концепції» та механізмів самопрезентації;
- образ «Я» політика за мірою впливу переважає його самооцінку та визначає вибір стратегії самопрезентації;
- «догоджаюча» стратегія є домінуючою;
- перспективною сферою для вивчення «Я-концепції» політиків є область політичного іміджмейкінгу;
- існує необхідність перегляду, реінтерпретації та глибшої структуризації наявних даних про «Я-концепцію» політика з позицій загальнотеоретичних підходів до розуміння «Я-концепції» в сучасній соціальній психології.

Список літератури:

1. Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении. М., 1991, с. 37-74.
2. Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб : Питер, 2003. 544 с.
3. Arkin R.M., Lake E.A., Baumgardner A.H. Shyness and self-presentation. Shyness: Perspectives on research and treatment / Ed. by Jones W.H. et al. N.Y. 1985. P. 189 – 203.
4. Christie R., Geis F.L. Studies in machiavellianism. N.Y. 1970. 415 p.
5. Stone W. The Psychology of Politics. N.Y. : The Free Press, 1974. 217 p.
6. Ziller R., Stone W., Jackson R., Terbovic N. Self-other Orientations and Political Behaviour . A Psychological Examination of Political Leaders / Ed. by M. Hermann, T. Milburn. N.Y.: Free Press, 1977. P. 176–204.

Shumeiko O.M. FEATURES OF THE INFLUENCE OF THE COMPONENT SELF-CONCEPT OF A YOUNG POLITICIAN ON CHOICE OF SELF-PRESENTATION STRATEGY

In the submitted article, the author comprehensively examines the interpretation of the category “young politician” at the legislative and scientific levels, analyzes the main patterns of influence of such basic components of the self-concept of an individual, which are self-image and self-esteem. The influence of self-image and self-esteem of a modern young politician on the process of choosing a specific strategy of self-presentation: “pleasing” or “self-constructing” according to the author’s theory of self-presentation by R. Baumeister is analyzed. Within the framework of a full-fledged study of the phenomenon of self-presentation and the objective elimination of possible methodological confusion, the scientific necessity of modern interpretation of self-presentation and its simultaneous consideration in two different contexts is substantiated: “self-presentation as self-disclosure” and “self-presentation as self-presentation”. This approach contributes to the clarification of scientific ideas about the role of personal factors in the formation of the demonstrated (public) image of a young politician, the disclosure of the mechanisms of the dependence of a politician’s self-presentation strategies on the self-concept, the deepening of existing theoretical works on the study of the connection between the self-concept and the demonstrated (public) image of a political figure, the discovery of new theoretical facts and regularities of the influence of personal factors on the demonstrated and targeted image of a young politician, the false interpretation of the politician’s self-presentation as an artificial or insincere “facade” behavior that does not correspond to the true essence and prevents the development of both the personality of the young politician and the adjustment sincere interpersonal relations. It is concluded how successfully (without the help of a team of image makers) a politician is able to independently “present” himself to the audience. Which aspects of the self-image of a modern politician are highlighted and which are hidden, and how does his self-esteem affect this process. What exactly is the relationship between self-presentation mechanisms and the politician’s self-concept as a whole. This article is intended to answer all these questions that are relevant for social and political psychologists.

Key words: *self-presentation, self image, physical self, psychological self, social self, sexual self, family self, overcoming conflicts of the Self, self-esteem, impression management, image, public behavior, self-presentation strategies.*