

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТНОГО ИМИДЖА У ПОДРОСТКОВ

ДЗЕМЕШКЕВИЧ Анастасия Константиновна

магистрант

Научный руководитель: БЕРИНСКАЯ Инна Владимировна

кандидат педагогических наук, доцент

Иркутский государственный университет

г. Иркутск, Россия

В данной статье раскрывается определения понятия «имидж» «личный имидж» и их роль и особенности формирования в подростковом возрасте. В статье описаны подходы к личностному имиджу и его составляющие, представляющие собой целостную систему. Проанализирована важность формирования личностного имиджа. Обозначены формы и способы проведения мероприятий, способствующих формированию личностного имиджа. Статья будет актуальна для педагогов и психологов, работающих с подростками.

Ключевые слова: имидж, личный имидж, формирование личностного имиджа, подростки.

На современном этапе трудно встретить человека, который бы сознательно игнорировал или не интересовался тем, какое мнение о нем складывается у окружающих его людей, в числе которых партнеры, коллеги, руководители, друзья и близкие люди, или просто случайные знакомые, и какое он производит на них впечатление. Очень непросто понять, как другие люди воспринимают личность, как оценивают и насколько велик разрыв между собственными представлениями личности и коллективными впечатлениями.

Как показывают исследования, при оценке человека в целом, большую роль играет производимое им впечатление и его внешний вид. Известно, что при оценке человека и особенно его внешнего образа, прежде всего, возникает эмоциональная реакция на уровне симпатии или антипатии.

Проблема формирования личностного имиджа у подростков требует обязательного анализа психолого-педагогической литературы. Для этого необходимо рассмотреть научные подходы к понятию «имидж» и «личный имидж». В сознании современного человека «имидж» все более закрепляется как определенная ценность человека, от наличия и качества которой зависит его жизненный и профессиональный успех. Рост интереса психологов и педагогов к

имиджу закономерен: бурное развитие таких сфер социальной практики, как реклама, паблик рилейшнз, коммуникационный менеджмент, требует научного обоснования природы, закономерностей формирования и функционирования имиджа как феномена, оказывающего влияние на сознание и поведение субъекта и групп.

На сегодняшний момент нет однозначного определения имиджа, разные исследователи предлагают различные его трактовки.

В ряде источников в качестве опорного понятия в трактовке определений используется «представление». Например, в «Толковом словаре иностранных слов» под редакцией Л.П. Крысина: имидж – представление (часто целенаправленно создаваемое) о чем-нибудь внутреннем и внешнем облике, образе [7]. Или П.С. Гуревич говорит о том, что имидж – это совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом, как должны соотноситься между собой права и обязанности в данном статусе [3].

Э.Б. Теймурова считает, что имидж – это интегративный личностный конструкт, фокусирующий в себе характеристики эмпирического опыта построения себя и мира [12]. В связи с этим, в рамках данного исследования представляет научный интерес опреде-

ление сущностной характеристики понятия «личностный имидж», его виды и структурные компоненты. Это позволит изучить особенности формирования личностного имиджа, в том числе, управление данным процессом, используя его как ресурс гармоничного взаимодействия личности с социумом.

Исследователь И.М. Кыштымова считает, что личностный имидж – это «образ человека, обусловленный его внутренними качествами и особыми индивидуальными свойствами» [8]. Автор В.Г. Горчаков подразумевает под личностным имиджем – «экспрессивное средство типизации, умение идентифицировать, оценивать и создавать свой образ, управлять впечатлением о себе, презентовать и репрезентовать себя через систему знаков». Важнейшими факторами, с точки зрения автора, влияющими на формирование личностного имиджа является представление о себе, самопринятие и самооценка [2].

Психолог Ю.А. Клейберг выделяет внешний личностный имидж, то есть, каким видят тебя другие, и внутренний, каким видишь ты себя сам. В тоже время автор определяет еще одну типологию имиджа – это позитивный имидж и деструктивный (девиантный). Последний как раз характерен для подростков. Именно он формируется для привлечения внимания; избегания неудачи; зависти; мести или власти. Внешний имидж личности подростка складывается из различных форм вербального, визуального, этического, эстетического выражения и поведения. Внешний

имидж – это специфическая «привлекательность». Внутренний же имидж личности подростка характеризуют ощущения собственного имиджа, интеллектуальные, индивидуально-личностные качества, коммуникабельность, уровень нравственности, умения ориентироваться в ситуации, уверенность в себе, навыки самопрезентации и др. [6].

Исходя из того, что имидж формируется и реализуется в процессе деятельности субъекта, исследователем В.Н. Черепановой приводится динамическая модель личностного (индивидуального) имиджа [13]. Преимуществом данной модели является то, что она позволяет рассмотреть имидж как целостную систему, состоящую из взаимосвязанных элементов, обеспечивающих, с одной стороны, ее устойчивость (ядро имиджа), а с другой – динамичность (внешняя составляющая имиджа). В данной модели учитываются следующие факты: имидж – явление средовое, поэтому целесообразно его представлять, состоящим из двух взаимосвязанных составляющих: ядра – сравнительно статичной, но способной к изменениям составляющей, которая и составляет основу, стержень имиджа человека (Я-концепция, ценности, установки, знания), и оболочки – переменной составляющей имиджа (аудиальный, визуальный, ольфакторный, кинестетический образы), которая достаточно оперативно изменяется в зависимости от условий среды.

Графически динамическую модель личностного имиджа можно представить в виде, изображенном на рисунке 1.

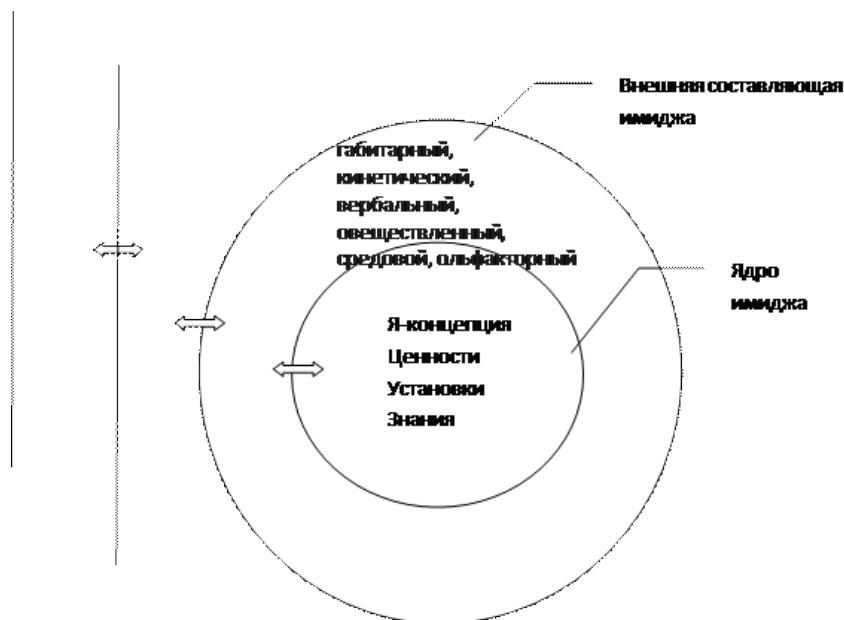


Рисунок 1. Динамическая модель личностного имиджа

Раскроем подробнее описание составляющих предложенной модели элементов (рисунок 1). В иерархическую структуру диспозиций элементов, входящих в ядро имиджа автором включаются: поверхностный (низший) уровень диспозиций (знания, данные, представления о путях формирования имиджа); социальные фиксированные установки (аттитюды, складывающиеся на основе данных, знаний и в то же время существенно на них влияющие); систему ценностей (изменения в системе ценностей личности приводят к изменению набора его установок); «Я-концепция».

«Я-концепция» – центральный элемент ядра имиджа – формируется через все три слоя, скрепляет их собой, и тем самым замыкает структуру ядра имиджа. Если человек изменяет образ самого себя, диспозиционная структура ядра имиджа трансформируется.

Мы разделяем точку зрения автора В.Н. Черепановой [13], которая доказывает, что имидж человека, формируется в процессе коммуникативной деятельности, оказывая на нее значительное влияние. Правильно сформированный и реализованный личностный имидж участвующих в общении людей может сделать этот процесс не только продуктивным, но и комфортным.

В исследовании Э.Б. Теймуровой рассмотрены психологические условия формирования

позитивного имиджа у старших подростков. Имидж подростка рассмотрен в работе Ю.А. Клейберга, который рассматривает личностный имидж подростка – как средовое явление; выделяет внешний личностный имидж, то есть, каким видят тебя другие, и внутренний, каким видишь ты себя сам [6]. И.Ф. Симонова указывает, что подросток формирует свой имидж исходя из обстоятельств и чаще всего по подражанию [10].

Российские исследователи К.С. Жуков, А.Д. Карнышев исходя из теории управления различными процессами, предлагают следующий алгоритм формирования имиджа [5]:

1. Выявление предпочтений и ожиданий аудитории, черт и характеристик, которыми, по мнению аудитории, должен обладать претендующий на позитивный имидж объект.

2. Конструирование имиджа объекта как ответ на предпочтения и ожидания аудитории.

3. Разработка стратегии формирования имиджа, плана действий.

4. Непосредственное формирование имиджа перевод сконструированной модели в практику.

5. Контроль над процессом формирования имиджа, замер промежуточных результатов, корректировка, как самой модели, так и стратегий, и действий по ее воплощению в жизнь.

Данная модель формирования имиджа, предложенная авторами может быть применена

на в ходе формирования имиджа подростка.

Анализ научной литературы позволил определить личностный имидж как «образ человека, обусловленный его внутренними качествами и особыми индивидуальными свойствами». Он формируется в процессе коммуникативной деятельности и средовых факторов. Формирование личностного имиджа – это целенаправленный процесс, который способствует развитию положительного образа личности о себе, управлению впечатлением, воздействию на восприятие человека другими людьми, учитывая его внутренние качества и особые индивидуальные свойства.

Процесс формирования личностного имиджа подростка достаточно сложный и неоднозначный. Как правило, педагоги встречаются с активным субъектом самовоспитания, с человеком, который стремится к самостоятельности и независимости, поэтому чрезвычайно важно при работе с подростками понимать на какие образцы и ценности они ориентируются, что для них важно и является значимым [11].

Имидж подростка формируется по подражанию в процессе воздействия среды и общения друг с другом. На имидж влияют средства массовой информации и мессенджеры. Часто кумирами становятся персонажи, поведение и образ которых полностью противоречат общечеловеческим ценностям. Подростки выделяют для себя идеалов и воспринимают их как норму жизни и ориентир для чаще девиантного или навязанного имиджа. В самосознании подростков происходят изменения, связанные с открытием своего внутреннего мира, осознание своей индивидуальности, что влияет на самоимидж. С одной стороны, уверенность подростков в себе, их адекватная самооценка, естественность поведения, расположенность к людям, коммуникабельность – обеспечивают положительный имидж подростка, но в тоже время противоположные особенности личности формируют деструктивный имидж подростка.

Таким образом, опираясь на психологические особенности подросткового возраста, можно выделить особенности формирования личностного имиджа подростков. Формирование имиджа подростков осуществляется в

рамках внеучебной деятельности и может быть организовано через систему классных часов, в рамках которых подростки будут знакомиться с понятием личностный имидж, его видами и структурными компонентами. Важно при этом, сформировать понимание того, что внешний личностный имидж является не менее важным, чем внутренний. В связи с этим, особое внимание уделяется уходу за телом, волосами, лицом; раскрывается в целом значимость одежды в жизни человека, ее уместность в разных социальных ситуациях.

Интересным является создание клуба имиджмейкеров, в которых подростки могут встречаться с интересными людьми, личностный имидж которых уже сформирован. Следует обратить внимание, что для современных подростков особую значимость имеют блогеры. Значимым явлением в жизни подростка становятся блогеры своего города, которые могут поделиться о том, как создавался их имидж, как он помог в их профессиональном становлении и достижении успехов. Возможно организовать виртуальные встречи с людьми, добившихся жизненных успехов, так называемыми «медийными» лицами. На такие встречи приглашаются и лекторы «имиджмейкеры», раскрывающие специфику создания имиджа.

Системную работу, направленную на формирование личностного имиджа у подростков возможно организовать в рамках факультативных занятиях. Содержание таких занятий позволит раскрыть искусство формирования личностного имиджа с позиции искусства целенаправленного управления впечатлением, воздействием на восприятие человека другими людьми. Это позволяет формировать у подростка осознанное отношение к личностному имиджу и понимание того, что внешняя составляющая имиджа (визуальный, аудиальный, ольфакторный, кинестетический компоненты) обеспечивает внешнее воздействие на человека, формируя тем самым его самооценку.

Таким образом, одной из важных задач педагогов в общеобразовательной организации является создание условий для формирования личностного имиджа подростков. Данный процесс должен носить целенаправ-

ленный и системный характер, используя такие эффективные формы взаимодействия с подростками, как тренинги, создание моделирующих ситуаций, деловые игры, защиты проектов. Использование таких методов как приглашение медийных лиц, беседы, лекции, диспуты, рассказы, просмотр и обсуждение видео

и проблемных ситуаций будут способствовать формированию личного имиджа у подростков. Это, в свою очередь, позволит оказать помощь и поддержку подростку в период его социализации, в процессе освоения им социокультурного опыта, создания условий для его самореализации как личности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Болдырев Н.И. Методика воспитательной работы в школе. – М.: Просвещение, 1981. – 223 с.
2. Горчаков В.Г. Прикладная имиджелогия. – М.: Академический проект, 2007. – 400 с.
3. Гуревич П.С. Приключения имиджа: Типология телевиз. образа и парадоксы его восприятия. – М.: Искусство, 1991. – 219 с.
4. Деркач А.А., Перелыгина Е.Б. Социальная психология и акмеология: формирование имиджа. – М.: НОУ СГИ, 2006. – 234 с.
5. Жуков К.С., Карнышев А.Д. Азбука избирательной кампании. – М.: ИМА-пресс, 2001. – 328 с.
6. Клейберг Ю.А. Основы психологии девиантного поведения: монография. – М.: Альфа-Пресс, 2014. – 231 с.
7. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Аустсфера, 1998. – 234 с.
8. Кыштымова И. М. Личностный имидж. – Иркутск: ООО ЦентрНаучСервис, 2015. – 236 с.
9. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 221 с.
10. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. – СПб.: Ультра Принт, 2012. – 304 с.
11. Соколова Н.А. Формирование социальной активности подростков в полисубъектной среде дополнительного образования: монография. – Челябинск: Изд-во Челябинского гос. пед.ун-та, 2014. – 179 с.
12. Теймурова Э.Б. Психологические условия формирования позитивного имиджа у старших подростков: дис. ... канд. психол. наук. – Махачкала, 2004. – 176 с.
13. Черепанова В.Н. Курс лекций по имиджелогии. – Тюмень: Тюм ГНГУ, 2002. – 122 с.

FEATURES OF PERSONAL IMAGE FORMATION IN ADOLESCENTS

DZEMESHKEVICH Anastasia Konstantinovna
graduate student

Scientific supervisor: **BERINSKAYA Inna Vladimirovna**
Candidate of Sciences in Pedagogy, Associate Professor
Irkutsk State University
Irkutsk, Russia

This article reveals the definitions of the concept of «image», «personal image» and their role and features of formation in adolescence. The article describes approaches to personal image and its components, which constitute an integrated system. The importance of personal image formation is analyzed. The forms and methods of holding events that contribute to the formation of a personal image are outlined. The article will be relevant for educators and psychologists working with adolescents.

Keywords: image, personal image, personal image formation, teenagers.