

**Источник:** Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. -304 с. С.16-28ББК 74.58(2)р.  
УДК 378(470+571)  
С37  
ISBN978-5-905218-14-9

**Ссылка для цитирования:** Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. - 304 с. С.67-87 [Электронный ресурс] Режим доступа <http://simmerk.ru/> (дата обращения чч.мм.гггг)

## **Глава 2. Этапы формирования имиджа в онтогенезе.**

С.67-78.

Имидж, как совокупность качеств и свойств, посредством внешних проявлений (знаков), выражает внутреннее содержание личности. Это может быть отнесено даже к имиджу политика, как правило, минимально связанному с личностью. Но и в этом случае через систему знаков, которыми являются элементы внешности, одежда, аксессуары, поведение, речь, в имидже выражаются особенные свойства личности: интеллектуальные, волевые, характерологические и т.д.

На любом этапе развития жизни имидж – это символически выраженный результат процесса общего развития человека и развития личности. В структуре персонального имиджа индивидуальные характеристики и личностные качества тесно переплетены в уникальном соотношении и в каждом случае образуют неповторимую конфигурацию.

Формирование такого сложного, многоуровневого образования, как имидж осуществляется в несколько этапов [4, с.250], которые так или иначе, должны совпадать с этапами психологического, социально-культурного и профессионального развития личности. Изучение этапов формирования имиджа требует обращения к существующим философским, психологическим, социологическим теориям развития человека и развития личности.

Особое значение для выявления этапов формирования имиджа и их особенностей имеют философские, антропологические, социально-философские концепции развития личности, которые рассматривали

человека, во всем многообразии социальных отношений, условий жизнедеятельности и социальных процессов.

Методологическими ориентирами в изучении загадок *развития личности стали* философские, социологические теории XIX-XX веков. Определяя человека, как разумное существо, как продукт конкретных общественных (групповых) отношений, философские концепции рассматривали общее, типичное и особенное, индивидуальное в поведении и сознании людей, а также объективные и субъективные основания способов деятельности, поведения и развития. В рамках антропоцентрического подхода, человек рассматривался как существо, способное самостоятельно и свободно (без внешнего влияния) определять свою жизнь, деятельность, поведение, внешний вид (М. Шелер, Ж.-П. Сартр, М. Хайдеггер и др.).

Социологические теории, прежде всего в рамках социоцентрического подхода (Э. Дюркгейм, Е.В. Де-Роберти, К.Маркс, П.А. Сорокин) утверждали приоритет социума и культуры в процессе развития человека. В частности, П.А.Сорокин, изучая проблему многочисленных и часто противоположных «Я» человека, объяснял такое состояние тем, что человек являясь членом различных групп (семейной, профессиональной и т.п.) вынужден иметь столько различных «Я». Практически соответственно числу групп, членом которых он является. По мнению П.А.Сорокина каждая из этих групп неизбежно подчиняет человека установленной дисциплине, групповым интересам, обычаям и таким образом, сознательно или бессознательно трансформирует поведение человека согласно собственным ценностям [19, 486-488]. Поведение и внешний вид человека определяются не его произвольным желанием, а диктуемыми условиями и неотвратимым требованиями групп, членом которых является современный человек. Потому что он обязан недвусмысленным способом подтверждать факт принятия групповых норм и выражать групповую идентичность. Утверждая

положение о человеке как простой проекции строения социального агрегата<sup>1</sup>, П. Сорокин доказывает, что как только меняется место человека в системе социальных координат, неизбежно меняется его «Я», его поведение, внешний вид.

В первой четверти XX века проблема развития личности стала одной из приоритетных в психологии, где возникало большое количество оригинальных идей и теорий. Последователи Ч.Р Дарвина и Э.Г.Геккеля, работавшие в рамках *биогенетического подхода*, выдвигали тезис о том, что развитие личности (в том числе и социальное) определяется биологическими факторами (задатки, способности), которые раскрываются в определенных социокультурных условиях «в соответствии с внутренним планом» [13, с.22]. В рамках *интеракционистского подхода* развитие объясняется через взаимодействие человека со своим социальным окружением. Оно связывается с формированием определенного ролевого репертуара, который, как система символических значений, в процессе взаимодействия с другими людьми должен постоянно подтверждаться, уточняться и изменяться [13, с.23]. Сторонники *когнитивного подхода* (теория развития Ж.Пиаже [12]) рассматривают развитие, прежде всего, как процесс освоения норм и правил социального взаимодействия и подчинения им своего поведения [13, с.24].

Современная психология, подходит к развитию, как к необратимому, объективному процессу количественных и качественных изменений психических процессов, свойств, состояний во времени, выражающихся в закономерных преобразованиях. Энциклопедические издания трактуют развитие личности как «формирование в процессе онтогонистического развития, умственного, эмоционального психологического и физического потенциала, а также системы принципов поведения на основе включения человека в социум» [2, с.382]. В отечественной психологии мнение о том,

---

<sup>1</sup> Агрегат социальный – социологическая категория для обозначения множества индивидов, обладающих какими-либо общими социальными чертами.

что ведущую роль в развитии личности играют социальные факторы, в частности, обучение и воспитание является наиболее распространенным.

Педагогика объясняет понятие развитие, как процесс изменения и адаптации, который включает в себя рост, созревание и научение [3, с.43]. Педагогический словарь трактует развитие личности, как процесс закономерного изменения личности в результате ее социализации [8, с.285].

В рамках изучения личности в XX веке были определены основные движущие силы её развития, среди которых, как основные версии, можно выделить противоречия (между потребностями человека и возможностями их удовлетворения, между наличными возможностями человека и требованиями социума, между старыми и новыми формами поведения). Также к движущим силам развития относят внешние стимулы, стремление к смыслу, к сотрудничеству, побуждающие к качественным изменениям и т.д.

Среди основных механизмов развития личности необходимо выделить обособление, идентификацию, взаимодействие, рефлексия, а среди основных факторов, влияющих на успешность процесса развития - биологические, социальные, культурные, а также собственную активность. В качестве результата развития личности принято считать качественное преобразование характеристик личности, т.е. появление новых свойств – новообразований, которые возникают в соответствующий период развития и которые качественно меняют содержание и функциональные характеристики личности.

Многочисленные теории развития личности получили признание и популярность, и представлены в научной литературе [16]. Часть из них послужили основой для определения этапов формирования имиджа. Прежде всего, это эпигенетическая теория развития личности (Э.Эриксон) и теории деятельностного опосредствования межличностных отношений личности в группе (А.В.Петровский).

Американским психологом Э.Эриксоном было предложено одно из наиболее полных описаний процесса развития человека, как существа

общественного, во взаимодействии со средой, с обществом, в процессе социализации и с учетом развития психики («Детство и общество») [18, с.6-10].

Э.Эриксон представлял процесс развития личности в виде восьми стадий. Динамика первой из них, (младенчество) связана эмоциональным общением матери с ребенком [18, с.237]. Вторая стадия детства (до трех лет) - с формированием автономии и независимости, а также базовых навыков, связанных контролем себя при выполнении актов дефекации, жизнедеятельностью, гигиеной (аккуратность, опрятность и т.д.) [18, с.240-242]. Третья стадия (возраст 3-5 лет) связан со свободой «распоряжаться излишками энергии и собственным телом», что дает возможность в процессе игры развиваться предприимчивости и инициативе ребенка [18, с.244-246]. Это время развития творческой инициативы, воли, памяти мышления, воображения. Следующая стадия (младший школьный возраст, 7 - 12 лет) связана с укрощением буйного детского воображения, которое «приучается и укрощается законами объективного мира» [18, с.247], овладением знаниями, новыми навыками и при правильном развитии, приобретением уверенности. В это время ребенок получает *«систематическое обучение»* [18, с.248] (курсив – Э.Эриксон) и способен решать новые для себя задачи, осваивать азы простейших технологий, например, обращения с предметами обихода, инструментами, вещами, используемыми взрослыми. Пятая стадия (подростковый возраст, 12 - 18 лет) связана со значительными физиологическими изменениями, ростом, половым созреванием, озабоченностью своим внешним видом и тем, как человек выглядит в глазах других людей. Это время, расширения коммуникации, участия в ритуалах, принятие символов, «признания прочных идолов и идеалов в качестве стражей финальной идентичности» [18, с.250]. Шестая стадия (молодость, около 20 лет) связана с поиском спутника жизни, с сотрудничеством с другими людьми, укреплением связей с социальной группой (в том числе за счет некоторой одинаковости,

похожести, идентичности). Эта стадия характеризуется также активным соперничеством и (что представляется очень важным) - поиском эффективных, нормативных способов его реализации.

В целом теория стадий психосоциального развития представляется весьма перспективной для определения этапов формирования имиджа и их особенностей. Во-первых, в ней фиксируется зависимость существования человека от биологических процессов, происходящих в физическом теле, от психических процессов и общественных процессов (в которые он включает культурные процессы). Теория акцентирует внимание на глубокой связи между развитием человека и требованиями общества, предъявляемыми к нему. Во-вторых, автор не сводит развитие только к возрастным конфликтам и кризисам, утверждая, что психосоциальное развитие происходит посредством критических шагов, поворотных пунктов, моментов выбора между прогрессией и регрессией, интеграцией и задержкой [18, с.259], где каждая задача (определяема обществом) должна находить устойчивое разрешение на протяжении обозначенной стадии. Каждая стадия, выделенная Э.Эриксоном, характеризуется задачами возраста, а их успешное решение определяется уже достигнутым уровнем психомоторного и психосоциального развития, а также духовной атмосферой общества, в котором человек живет. На каждом этапе своего развития растущий индивидуум проявляет все больший интерес к социальной среде и взаимодействию с ней [18, с.259]. Теория Э.Эриксона достаточно близка к современному пониманию развития личности, как объективному, психологически, социально и культурно обусловленному процессу и помогает фиксировать (хотя бы приблизительно) возрастные границы этапов формирования имиджа.

Конкретизировать отдельные аспекты позволяет социально-психологическая концепция развития личности, представленная советским, российским психологом А. В. Петровским. По мнению автора концепции, развитие личности в относительно стабильном социуме, можно свести к трем

фазам [11]. Первая фаза (детство) - адаптации, которая связана с усвоением действующих в социуме норм средств и способов деятельности, взаимодействия и общения. Человек не может «осуществить потребность проявить себя как личность раньше, чем освоит действующие в группе нормы и прежде, чем овладеет теми приемами и средствами деятельности, которыми владеют другие члены группы. У человека возникает объективная необходимость «быть таким, как все», максимально адаптироваться в общности [11, с.22]. Вторая фаза (отрочество) – индивидуализации, связана с «поиском средств и способов для обозначения своей индивидуальности» [11, с.22], максимального её проявления (например, в подростковый период) и эффективной трансляции. Третья фаза (юность) связана с интеграцией человека в социум (группу). Эта фаза обусловлена «противоречиями между сложившимися на предыдущей фазе стремлением субъекта быть идеально представленным своими особенностями и значимыми для него отличиями в общности и потребностью общности принять, одобрить и культивировать лишь те демонстрируемые им индивидуальные особенности, которые ей импонируют, соответствуют ее ценностям, способствуют успеху совместной деятельности и т.д.» [11, с.22]. На этом этапе формируются новообразования личности, которые, по мнению автора концепции, отвечают необходимости и потребности группового развития и собственной потребности индивида осуществить значимый вклад в жизнь группы» [11, с.23]. То есть такие новообразования, которые обуславливают способность универсально использовать их в групповом взаимодействии и общении. Новые явления (новообразования), которые возникают под влиянием различных факторов на том или ином этапе (по Э.Эриксону) или фазе (по А.В.Петровскому), определяют новый социально-психологический тип личности, тип деятельности, поведения, внешнего облика. Возникающие изменения определяют сознание человека, его отношение к среде, к другим людям, к себе, его внутреннюю и внешнюю жизнь. Они определяют способность создавать имидж и его структуру. Можно говорить о том, что каждый этап

развития рождает новый имидж, который выражает новые характеристики личности. На каждом этапе имидж выполняет присущие ему функции: психологической, социальной, культурной адаптации, регуляции и оптимизации социальных отношений и т.д. Спектр функций имиджа в процессе развития личности, усложнения внешней и внутренней жизни, социальных связей неизбежно расширяется.

Развитии личности - это непрерывный целостный процесс качественного и количественного, взаимозависимого преобразования всех сторон личности в единстве биологического и социального, в процессе социализации и инкультурации. Эти процессы образуют единое развивающее пространство и обеспечивают условия для формирования имиджа.

В процессе *социализации* происходит усвоение системы ценностей общества, норм, правил, социальных ролей, формирования социальных качеств, свойств и умений, обеспечивающих правильное вхождение человека в социальную среду и успешное функционирование в ней. Процесс социализации обеспечивается совокупностью всех социальных процессов на всех уровнях от общества, до непосредственного, ближайшего окружения человека, тех людей, с которыми он вступает в повседневные контакты (члены семьи, учебного или трудового коллектива, друзья и т.д.). Процесс социализации выступает как единство изменений (развития) в трех сферах: деятельности, где человек осваивает новые виды *деятельности*, новые социальные роли, *общения* и *развития самосознания* личности, где происходит формирование образа собственного «Я», осмысление своей социальной роли, формирование самооценки и т.д.

В качестве этапов социализации выделяются детство, юность, зрелость, которые (как и последующие этапы) имеют собственные существенные особенности. Важнейшими особенностями ранних этапов является, во-первых, то, что в детстве (в силу особой восприимчивости к воспитанию, обучению) формируется подавляющее большинство



социальных моделей поведения. Во-вторых, закрепившиеся способы действий и привычные модели поведения в дальнейшем корректируются с большим трудом. Наиболее интенсивно усваиваются нормы человеческих взаимоотношений (когда происходит максимальная ориентация на социальные контакты) в дошкольном (с 3 до 6 лет) и подростковом (с 10 до 15 лет) возрасте [15]. В этот период расширяется объем деятельности, качественно меняется характер, закладываются основы сознательного поведения, формируются нравственные представления подростка.

В процессе социализации, под влиянием социального окружения человек приобретает социальность, которую можно определить, как совокупность приобретенных человеком качеств, свойств, навыков, обеспечивающих его способность существовать в обществе и выполнять разнообразные социальные функции в интересах социума. Именно социальность определяет поведение человека, его умение ставить требования общества (группы) выше собственных интересов, соблюдать обязанности, требования и запреты, соответствовать определенному социальному статусу, играть требуемые социальные роли. Исходя из концепции ролевого поведения (Дж. Мид Т. Парсонс) в процессе социализации человек приобретает способность играть социальные роли (поведенческие модели), которые позволяют выстраивать свое поведение в соответствии с общественными интересами, ожидаемым требованиям социального окружения.

В процессе социализации человек всё более погружается в системы знаков и символов, при помощи которых он определяет себя, сообщает о своей жизненной ориентации, принадлежности к группе, своем социальном статусе и роли, а также взаимодействует, общается с другими людьми (теория символического интеракционизма Ч.Кули). Человек приобретает умение управлять вниманием, впечатлением при помощи символических значений (в том числе связанных с вещами и предметами) и достигать определенных целей. Вместе с социальной ролью и социальным статусом

он изменяет имидж, который, определяется новыми знаками и символами, соответствующими положению в иерархии и роли. В процессе социального развития, на каждом этапе, имидж выступает как результат освоения новых видов деятельности, новой роли.

В процессе социализации, на каждом её этапе происходит приобретение социального индивидуального опыта, как совокупности знаний, навыков и умений, которыми обладает и может *целенаправленно* пользоваться человек в соответствии с задачами своей жизни. Социальный индивидуальный опыт - это не только опыт социальных отношений (общения, ролевого взаимодействия), но также опыт эмоционально-ценностного отношения, организации жизнедеятельности, видов и способов осуществления разных видов деятельности и т.д. Индивидуальный опыт – это результат индивидуального преломления социальных требований на каждом этапе развития и социализации. Индивидуальный опыт, как практика, как социокультурный феномен, определяя неповторимость человека, уникальность личности играет ведущую роль в процессе создания имиджа. Имидж представляется весьма информативным, зримым и адекватным этапу развития и социализации, выражением социального индивидуального опыта.

В групповом взаимодействии и общении, на каждом этапе имидж становится универсальным средством решения специфических (для данного этапа) проблем, связанных с оптимизацией общения и взаимодействия. При помощи имидж человек может управлять социальными отношениями, причем, при условии успешной социализации, на взаимно выгодных для себя и для общества условиях. Не столько сам человек, сколько его образ, или имидж являются объектами для социальной оценки. Она производится на основании существующих критериев, социальных норм, ценностной социума (группы). Исходной информацией для оценивания, как правило, являются внешние качества, характеристики. Вместе с тем, принцип «достраивания образа» создает ситуацию, при которой оценивается личность в целом.

Важно то, что на основании оценки, закрепляются статусы в социуме, положение человека в отношении группы и наоборот: положение человека в отношении группы. На основании оценки, группа делает выбор соответствующего её идеалам, более значимого, полезного, целесообразного для неё (с точки зрения развития, созидания, выживания и т.д.) образца, который и закрепляется в культуре. Тот же, кто не смог быть правильно (с точки зрения группы) представленным, может быть лишен признания, получить оценку, искажающую его идентичность. Это в свою очередь может нанести удар по чувству собственного достоинства, вред моральному и психологическому благополучию по таким аспектам, как уверенность, самоуважение, самооценка. Учитывая, что самооценка регулирует уровень активности человека и лежит в основе уровня притязаний человека, она заметно влияет на общее и личностное развитие, особенно в детском и подростковом возрасте. В результате, неумение представить себя правильно (с точки зрения внешних оценок) и адекватно (внутренним условиям) может иметь последствия в виде закрепленного превратного представления человека (и даже целой группы) о себе.

Таким образом, способность создавать позитивный имидж может быть отнесена к необходимым, сформированным на определенном этапе развития социальным навыкам, связанным с общением и взаимодействием с другими людьми. Имидж представляет собой эффективное средство преодоления противоречия между потребностью человека быть правильно «представленным своими особенностями и значимыми для него отличиями» в группе и потребностью группы принимать эти демонстрируемые особенности, если они соответствуют её ценностям и т.д. (А.В.Петровский). Имидж, обеспечивая ряд механизмов социализации (идентификация, имитация, уподобление, приспособление и т.д.), сам становится специфическим механизмом социализации.

Процесс социализации неразрывно связан с процессом *инкультурации*, который связан с постепенным, сложным, непрерывным процессом освоения

человеком культуры в целом, но, прежде всего, речь идет об освоении системы ценностей, традиций, обычаев, этикета той культуры, в которой он живет. В процессе инкультурации человек приобретает навыки, умения, определенный культурой стиль активности, деятельности, труда, совершения выборов, включая потребительские, а также усваивает принятые нормы коммуникации (формальное, неформальное общение). Процесс инкультурации ориентирует человека на существующие культурные нормы, образцы (включая результаты интеллектуальной, художественно-конструкторской деятельности, дизайн и т.д.) сложившиеся в обществе эталоны, сформированные идеалы, в том числе, внешней красоты предполагает постоянное и последовательное стремление к ним, как к наиболее привлекательной перспективе.

Первичная стадия инкультурации начинается с рождения ребенка и продолжается до окончания подросткового возраста (примерно 15-16 лет). В это время, преимущественно в семье, в процессе воспитания и обучения, человеком усваиваются самые важные элементы культуры, навыки существования в социокультурной среде. По мере взросления ребенка, происходит расширение его социальных контактов, неизбежно увеличивается число социокультурных влияний. Вторичная стадия инкультурации предполагает дальнейшее освоение культуры, приобретение навыков и знаний, преимущественно связанных с отдельными элементами культуры. Эта стадия связана с постепенным включением человека в максимально широкий спектр социальных групп, с активным освоением большого числа социокультурных сред и с неизбежным увеличением числа соответствующих социальных и культурных влияний. На этой стадии, в отличие от предшествующей, человек, достигший определенного уровня личностного развития, вполне уже способен самостоятельно оценивать и дифференцировать связи, влияния, сознательно осваивать культурные новации (идеи, формы), синтезировать полученные знания, комбинировать

навыки с целью решения индивидуальных задач и существенного изменения собственной жизни.

Содержание процесса инкультурации в значительной степени (настолько, что эти процессы часто отождествляются) совпадает с содержанием процесса освоения общей культуры. Процесс формирования общей культуры включает в себя широкий круг знаний и навыков, в том числе, повседневного и ритуального поведения, способах деятельности, содержания окружающей среды, использования пространства, предметов и вещей (одежды, украшений атрибутов), выражения чувств (невербальных и вербальных), интерпретации различных явлений, событий, а также способности создавать символическую среду и реализовывать тактики самопрезентации. Практически все они имеют отношение к умению формировать имидж, наилучшим способом представлять себя в группе. Общая культура как один из способов социального бытия человека, выявляет всю совокупность присвоенных человеком знаний, ценностей, традиций в процессе социальной жизнедеятельности и проявляющийся во всех формах его поведения [5]. Выражением сформированности общей культуры, социального и культурного выбора, который в той или иной мере осознанно (или неосознанно) делает человек становится его имидж.

На основании существующих исследований, связанных с развитием личности, особенностями процесса формирования имиджа можно выделить важнейшие этапы этого процесса и их особенности.

### ***Первый этап формирования имиджа.***

С.79-80.

На первом этапе, начиная с раннего детства, в несколько возрастных периодов спонтанно формируется «естественный» (по классификации Е.В.Егоровой-Гантман [6]) имидж. В нем, наряду с нейтрально выраженными качествами, выделяются те, которые определяют своеобразие личности и, на которые стихийно смещается акцент восприятия. Начальная стадия этого этапа характеризуется стремлением ребенка к подражанию

взрослым. Исследования психологов показывают, что первый уровень «естественного имиджа», становление которого связано со стремлением получить социальное одобрение, с пониманием себя через образы идеальных других [14], формируется на основе механизма подражания примерно в возрасте 6—8 лет. Первый этап формирования имиджа можно выделить как этап *стихийной адаптации*, которая связана с начальным усвоением действующих в социуме важнейших элементов культуры, норм средств и способов деятельности, взаимодействия и общения. Этот этап характеризуется тем, что в этот период жизни ребенок уже стремится привлекать внимание, выражать свои чувства через внешние проявления, а также овладевает знаниями, базовыми навыками решения задач, в том числе, технологических, связанных с обращением с предметами, вещами, их использованием на основе имитации действий взрослых. Источниками информации для создания имиджа на этом этапе являются члены семьи, средства массовой информации, литература, искусство, осваиваемое в семье, в институтах воспитания и начального образования.

Как уже отмечалось, на каждом этапе развития, человек достигает определенного уровня социализации и инкультурации, которые находят свое выражение в имидже. Уже в младшем школьном возрасте можно рассматривать имидж, как комплекс, который возникает в связи с необходимостью решать проблемы социально-психологической адаптации, идентификации, связанные со сменой социального статуса, освоения новых ролей и т.д.

### ***Второй этап формирования имиджа.***

С.80-82.

Следующий этап *естественного имиджа* формируется в подростковом возрасте. В этот период важнейшими новообразованиями становятся открытие «Я», возникновение рефлексии, осознание своей индивидуальности, чувство взрослости, развитие самосознания (Л.С. Выготский), идентичность, как субъективное чувство непрерывной

самотождественности (Э.Эриксон). Яркими новообразованиями в подростковом возрасте являются также сознательная регуляция своих поступков, умение учитывать чувства, интересы других людей и ориентироваться на них в своем поведении. Среди основных новообразований исследователи также выделяют личностное самоопределение, включающее самодетерминацию, собственную активность, осознанное стремление занять определенную позицию в группе.

Если в предыдущий период жизни процесс идентификации себя с социальным окружением (семья, школа и т.д.) происходил в значительной степени бессознательно и относительно пассивно, то в подростковом возрасте начинается сознательный выбор окружения, включение в многочисленные группы. Этот период характеризуется осознанной потребностью в приобретении авторитета и положения в группе, достижения признания.

В этот период имидж формируется на основе механизма идентификации - отождествления себя со значимым другим и связан с пониманием себя через оценивание, сравнение, самоанализ (Э.Б.Теймурова). Проведенные исследования показали, что в подростковом возрасте формирование имиджа уже определяется внутренней регуляцией и противоречиями между формирующейся Я-концепцией и Я - идеальным. В этот период, по мнению Е.Б.Перельгиной, формируется «универсальная мотивация к созданию имиджа, которая собственно, состоит в стремлении приблизить Я-концепцию к идеальному Я [10, с.67].

Подростковый период - это время, когда формируются стихийные имиджи, ориентированные на удовлетворение потребности в повышении самооценки, в самоутверждении и укреплении межличностных связей в малой социальной группе [10, с.124]. Создание имиджа как правило, включает большое количество произвольных действий и не связано с использованием специальных методик и стратегий.

Подростковый возраст связан не только с попытками достижения идентичности, но также с осознанием своей индивидуальности и первым опытом индивидуализации, т.е. первым опытом открытия и утверждения своего уникального и неповторимого «Я». Процесс индивидуализации проявляет себя в стремлении быть отличным от других, быть свободным от предписываемых обществом ролей и социальных правил, нести ответственность за свою жизнь и оптимальным образом распоряжаться своим эстетическим, эмоциональным, физическим, чувственным опытом [9, с.43-45]. Этот процесс так же связан с самоутверждением, с поиском средств, способов для обозначения и максимального проявления своей индивидуальности. Эти поиски практически немедленно и со всей очевидностью проявляется в его имидже. В этот период осуществляется поиск новых образцов поведения и внешнего вида, что выражается в демонстрации модного поведения, яркой, часто - эпатажной внешности. Этот этап формирования имиджа можно обозначить как этап *индивидуализации*. Источники информации для создания имиджа на этот период отличаются большим разнообразием и вместе с тем, отчетливо выраженной избранностью. Может показаться, что в это время главную роль играет группа сверстников, друзья. В реальности процесс формирования имиджа протекает, скорее, на основе предшествующего опыта и влияний. Источниками информации для создания имиджа являются члены семьи, друзья, литература, искусство, средства массовой информации. Они оказывают влияние на имидж в той степени, в какой сохраняют (имеют) авторитет в глазах подростка.

Имидж подростка является, по мнению Е.Б.Перелыгиной, скорее «стихийной» самопрезентацией [10, с.115]. Вместе с тем, возраст 13-14 лет признается исследователями (Э.Б.Тэймурова) первым благоприятным периодом для формирования позитивного персонального (индивидуального) имиджа. В этот период складываются важнейшие психологические условия к формированию позитивного индивидуального имиджа. Прежде всего, на



основе способности к самооценке, к осмыслению своих положительных и отрицательных качеств, способности к внутренней регуляции возникает потребность в самосовершенствовании [14, с.5]. Имидж уже может быть ориентирован на удовлетворение потребностей в повышении самооценки, в самоутверждении, в укреплении межличностных связей в малой социальной группе

В целом, процесс создания *естественного имиджа* (также и в более поздние периоды – в молодости, в зрелости) включает большое количество произвольных, спонтанных действий и протекает без использования субъектом специальных знаний, средств и методов. Такой имидж отражает особенности личности, результат процессов социализации, инкультурации на конкретном этапе, уровень сформированности общей культуры и может быть позитивным в том случае, если создается за счет положительных и нейтральных качеств, социально одобряемых форм поведения, социально приемлемых характеристик внешнего вида и т.д. На этом этапе имидж представляет собой результат естественного, субъективного процесса развития, самосовершенствования и, по оценке В.Г.Горчаковой, - вторичным продуктом деятельности [4, с.259].

Естественный имидж становится базой для создания качественного иной структуры – имиджа, создаваемого целенаправленно.

### ***Третий этап формирования имиджа.***

С.82-85.

Первым благоприятным периодом для целенаправленной работы над имиджем становится период юности (16-22 года), так как именно в это время складываются необходимые условия для подобной деятельности. Это время, когда человек вступает в новую фазу инкультурации и социализации, когда происходит переход к самостоятельной и ответственной деятельности при доминирующей детерминации со стороны общества.

В этот период складываются черты и свойства личности, отвечающие необходимости и потребности интеграции человека в социум (группу) и

формируются соответствующие новообразования личности, которые отвечают новым вызовам, обуславливают способность представлять себя, маркировать свой статус, демонстрировать групповую идентичность и собственную уникальную самобытность, получать одобрение и признание в группе.

Важно и то, что в этот период, примерно к 20 годам, в основном завершаются важнейшие процессы физического роста и развития человека (как количественное и качественное преобразование тканей и органов организма), окончательно формируется *физическая, телесная основа имиджа*.

Согласно эволюционной теории развития в возрасте 21-23 лет человек находится в ситуации преодоления проблемы личностного роста, который понимается, как тенденция к саморазвитию, как движение к совершенству [1], как стремление к зрелости и психологическому здоровью последовательному удовлетворению потребностей. Юность – это время, когда человек способен самостоятельно действовать и решать многие задачи, в том числе, создания имиджа в условиях множественности выборов, в том числе, ролей, партнеров, групп (Э. Эриксон). Среди основных задач юности можно выделить такие, как самоопределение, принятие собственной внешности, осознание особенностей своего тела, формирование умений эффективно использовать свое тело (в различных видах деятельности, в общении, в спорте и т.д.), а также освоение гендерной роли и связанного с нею образа этой роли.

Одним из важнейших новообразований личности в этот период становится самоопределение, понимаемое как самодетерминация, осознанное стремление занять определенную позицию (К.А.Абульханова-Славская). Другим важнейшим новообразованием личности в этом возрасте становятся самосознание, осознание себя, с субъективной точки зрения в качестве члена общества и в новой общественно значимой позиции (Л.И.Божович).

Еще одним новообразованием юности является потребность в смысле жизни, в том, чтобы осознать и планировать свою жизнь, как целый процесс, имеющий определенное направление, преемственность и смысл (К.Обуховский, В.Э.Чудновский и др.). Реализация этих потребностей также связана со стремлением к саморазвитию, как проявлению личной активности, личной инициативы в определении смысла и целей жизни, планов, самостоятельного выбора своего будущего (СЛ. Рубинштейн, Б.Г.Ананьев, А.Н.Леонтьев и др.). В этот период человек становится субъектом саморазвития, когда он уже способен осознанно ставить цели по самоутверждению, самосовершенствованию, самореализации [17].

Саморазвитие человека - это специфический многоплановый процесс, который может приобретать различные формы, среди которых, как важнейшие выделяются самоутверждение, самоактуализация и самосовершенствование. Самосовершенствование личности, как практика, выражает стремление человека приблизиться к некоторому идеалу, которому надлежит следовать, посредством самостоятельной деятельности, направленной на приобретение новых качеств и свойств.

Существует множество способов достижения целей самосовершенствования, которые относятся к различным сферам деятельности человека. Одним из них может стать путь целенаправленного создания позитивного имиджа, который за счет самосовершенствования становится механизмом личностного роста [4, с.252]. Процесс создания позитивного имиджа и личностный рост взаимосвязаны. В основе процесса создания имиджа лежит способность человека целенаправленно, преднамеренно изменять и преобразовывать окружающий мир и самого себя относительно мира, которая является важнейшей сущностной характеристикой личности. Способность к прогрессивному изменению условий жизни и себя самого является одним из важнейших условий для целенаправленной работы над имиджем.

Третий этап формирования имиджа можно обозначить как этап *интеграции*, который связан с поиском средств, способов эффективной интеграции в социум (группу). В этот период осуществляется поиск новых образцов поведения, внешнего вида и индивидуального стиля, что приводит к созданию (особенно у девушек) большого числа ярких, выразительных образов в широчайшем диапазоне от «тургеневской барышни» до «роковой обольстительницы», которые создаются по-прежнему стихийно. Вместе с тем, на этом этапе, при условии достижения определенного уровня развития личности, способности к целенаправленному саморазвитию и самосовершенствованию и при условии освоения определенного объема знаний, навыков, умений, методов и технологий человек может создавать имидж целенаправленно.

Такой имидж создается путем выделения информационно насыщенной комбинации наиболее выразительных индивидуально-личностных, социальных и, при необходимости, профессионально важных качеств и характеристик, на которые в процессе коммуникации осознанно смещается акцент восприятия. Целенаправленное создание имиджа отражает способность человека создавать символическую среду, используя в процессе коммуникации, не только, но в основном невербальные реплики, значение которых заложено в ситуативный контекст деятельности. Такой осознанно и целенаправленно создаваемый имидж, по определению В.Г.Горчаковой, становится «первичным, самоценным продуктом» деятельности [4, с.259].

Источники информации для создания имиджа на этом этапе отличаются избранностью и профессионализмом. Целенаправленная работа над имиджем, требует наличия сформированности необходимых качеств, специальных знаний, навыков, овладения соответствующими технологиями и предполагает наличие специфической имиджевой компетентности. Понятие *имиджевая компетентность* практически не изучено и может пониматься, как готовность и способность эффективно осуществлять целенаправленную

деятельность по созданию имиджа, совершенствовать свой опыт в данной деятельности и расширять его границы [7].

**Ссылка для цитирования:** Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография.

/И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. - 304 с. С.67-87 [Электронный ресурс] Режим доступа <http://simmerk.ru/> (дата обращения чч.мм.гггг)

*Список литературы:*

- 1 Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. / Пер. с нем. М.: 2002 -214 с.
- 2 Большая психологическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. -544 с.
- 3 Ги Лефрансуа Прикладная педагогическая психология. –СПб.;, 2005.-408 с.
- 4 Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия : учебное пособие/В.Г.Горчакова. – М.:Академический проект, 2007. -400 с.
- 5 Зимняя И.А. Общая культура и социально-профессиональная компетентность человека // Высш. образование сегодня : Реформы, нововведения, опыт. журнал. – 2005. № 11. С.14-20
- 6 Имидж лидера: Психологическое пособие для политиков / Под ред. Егоровой-Гантман Е.В. - М.: 1994.-265 с.
- 7 Климова Т. Е. Имиджевая компетентность будущего педагога физической культуры: теория и практика формирования : моногр. / Т. Е. Климова, В. Г. Купцова. – Магнитогорск : МаГУ, 2008. – 150 с
- 8 Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Словарь по педагогике. –М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005.-448 с.
- 9 Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. М., 2001. -324 с.
- 10 Перельгина Е.Б. Психология имиджа : Учебное пособие/Е.Б.Перельгина. –М.:Аспект-Пресс, 2002. -223 с.
- 11 Петровский А.В. Проблема развития личности с позиций социальной психологии // «Вопросы психологии» — 1984 — №4 С.15-30
- 12 Пиаже Ж. Психология интеллекта.-СПб.; Питер, 2004. – 192 с.
- 13 Платонов Ю. П. Социальная психология поведения: учеб. пособие / Ю. П. Платонов. – СПб.: Питер ,2006. – 464 с.
- 14 Теймурова Э. Б. Психологические условия формирования позитивного имиджа у старших подростков : Дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 : Махачкала, 2004 176 с.
- 15 Фельдштейн Д. И. Психология развития личности в онтогенезе. М. 1989 -208 с.
- 16 Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. (Основные положения, исследование и применение) / Л. Хьелл, Д. Зиглер – СПб.1998. – 608 с
- 17 Цукерман Г. А., Мастеров Б. М. Психология саморазвития. – М. 1995. – 287 с.
- 18 Эриксон Э. Детство и общество / Пер. с англ. СПб.: 2000. - 416 с.
19. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ. ред., сост. и предисл. А.Ю.Согомонов: Пер. с англ. /П.А.Сорокин, А.Ю.Согомонов. М., 1992. – 543 с. С.486-488