

Ссылка для цитирования: Симонова И.Ф. Особенности формирования имиджа в период юности в аспекте педагогических технологий // Фонд содействия научному развитию. Сб. «Novation» №3 (июнь) 2016

Особенности формирования имиджа в период юности в аспекте педагогических технологий.

Симонова Ирина Феликсовна

Кандидат педагогических наук, Санкт-Петербургский государственный институт культуры г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается проблема повышения эффективности педагогических технологий формирования имиджа посредством выполнения ряда условий, в том числе, учета особенностей возраста слушателей, который определяет возможности, уровень целей, мотивацию и диапазон доступных, освоенных средств.

Ключевые слова: персональный имидж, юность, социальная группа, статус, саморазвитие, педагогическая технология формирования имиджа.

Peculiarities of image formation in the period of youth in the aspect of educational technology.

Simonova Irina Feliksovna

PHD, St. Petersburg State Institute of Culture St. Petersburg

ABSTRACT

The article deals with the problem of increasing the efficiency of pedagogical technologies of image formation by means of a number of conditions, including, considering the peculiarities of the age of the audience, which determines the

possible level of ambition, motivation, and the range of available, the mastered means.

Keywords: personal image, youth, social group, status, self-development, educational technology of image formation.

Современные исследования, собственный научный и педагогический опыт автора позволяют определить особенности формирования персонального имиджа, связанные с возрастом и рассматривать «фактор возраста», как одно из важнейших условий повышения соответствующей педагогической технологии.

В период с 2006 по 2016 год в Санкт-Петербургском государственном институте культуры, в рамках читаемых автором курсов, технологию формирования имиджа освоили более двух тысяч студентов, средний возраст которых - 19 лет.

В этот же период, в процессе реализации программ в системе дополнительного образования, обучающих семинаров технологию формирования персонального имиджа освоили более тысячи человек – специалисты разных сфер деятельности, средний возраст которых 36 лет. Слушатели, независимо от формы обучения, составляли индивидуальный проект имиджа, каждый из которых, проверялся и анализировался. Деятельность в рамках учебной дисциплины, опросы, беседы, тестирования составили достаточный массив информации для изучения особенностей освоения технологии формирования имиджа, в том числе, связанных с возрастом.

Одной из целей исследования был поиск путей повышения эффективности, предлагаемой слушателям технологии формирования имиджа. Одной из наиболее важных задач стало определение наиболее благоприятного возрастного периода для осуществления самостоятельной, целенаправленной деятельности по формированию имиджа.

Формирование имиджа – это специфическая многоаспектная деятельность, которая ориентирована с одной стороны, на удовлетворение запросов общества, группы, с другой на потребности личности, в том числе, на выстраивание траектории личностного и профессионального развития. [10,74] Эта деятельность связана с большим количеством практических, неспециализированных навыков и умений, среди которых основным является умение представить себя (самопрезентация) посредством лингвистической, телесно-физической, поведенческой, артистической, социальной и эмоциональной выразительности. Формирование имиджа связано с развитием качеств личности, которые позволяют создавать символическую среду, использовать в процессе коммуникации не только, но в основном невербальные реплики, значение которых заложено в ситуативный контекст деятельности. [10,74-45]

Как вид педагогической деятельности, процесс формирования имиджа имеет собственную специфику. По своему содержанию и объему он выходит за рамки образования и предполагает активное внедрение в технологию досуговых практик, связанных с познанием, развитием, саморазвитием. Интеграция образовательной и досуговой деятельности представляется той формой, которая способна обеспечить оптимальный баланс между образованием, развитием, саморазвитием, отдыхом, созданием символической среды и позволяет эффективно представлять себя посредством имиджа.

Особенности педагогического процесса формирования персонального имиджа связаны и с рядом общих характеристик, обусловленных возрастом.

Современные исследования позволяют говорить о том, что формирование имиджа осуществляется в несколько этапов, начиная с раннего детского возраста. Становление первого уровня, который принято называть «естественный имидж» [4,33] происходит в возрасте 6–8 лет. В этот период имидж формируется на основе механизма подражания и связан с пониманием себя через образы идеальных других, стремлением получить социальное одобрение, а также с стихийной адаптацией, начальным усвоением

действующих в социуме важнейших элементов культуры, норм средств и способов деятельности, взаимодействия и общения. [12]

Второй формирования имиджа этап начинается в подростковый период. В этом возрасте закладывается «универсальная мотивация» к созданию имиджа [6,67], которая состоит в стремлении приблизить Я-концепцию к идеальному «Я». Формирование имиджа происходит на основе механизма идентификации – отождествления себя со значимым другими. Процесс формирования имиджа связан с опытом понимания себя через оценивание, сравнение, самоанализ и протекает стихийно, включая большое количество произвольных, импульсивных действий. [12]. Имиджи, которые создает подросток, являются результатом естественного, субъективного процесса развития и саморазвития. [3, 259]

В качестве первого благоприятного периода для целенаправленной деятельности по созданию имиджа, исследователи выделяют период юности (16-22 года). В этот период жизни, когда человек вступает в новую фазу инкультурации, социализации, личностного развития, он уже способен целенаправленно, полностью осознанно работать над созданием имиджа.

Прежде всего потому, что в период юности своего пика развития достигают физические и психологические функции, в том числе, сенсомоторные реакции, психомоторные характеристики, кинетические способности человека. [8] Целенаправленная деятельность по созданию персонального имиджа предполагает максимальное использование субъектом собственного психофизического аппарата, средств внешней двигательной, эмоциональной выразительности. Именно движения, жесты, мимика выступают в роли знаков, которые выполняют функции сообщения, содержащего информацию не только о ситуативном состоянии психики, но и о ее свойствах, характере, системе ценностей и т.д. [5, 422-424]

Важными особенностями этого возраста являются активное развитие интеллектуальных функций, умения абстрагировать, делать обобщения. Любознательность, сообразительность и пытливость, критичность – это яркие

и характерные черты юности, которые определяют способность не стандартно подходить к решению задач, связанных с моделированием, творчеством, с поиском новых, оригинальных идей – того, что является неотъемлемой и важной частью процесса создания, коррекции имиджа. [10, 54] Исследование, проведенное в период 2006-2016 годов показало, что респонденты в возрасте 19-20 лет в 78% (средний показатель за весь период) указывают на то, что технологию формирования имиджа осваивать интересно. В то же время, респонденты, средний возраст которых 35-36 лет, чаще говорят о необходимости освоения технологии (84%). При этом свой интерес, как стремление к познанию нового, фиксируют только 29% участников опросов.

Период юности – это время мощного развития, когда происходит постепенное «выравнивание темпов развития отдельных сторон личности» [2, 161] и преодолевается противоречие между интеллектуальным, творческим развитием и уровнем социально-психологического, личностного развития.

В это время «начинается путь в практическую этику» [1,583], связанный преобразованием системы ценностных ориентаций, становлением моральных понятий, нравственной зрелости, выработкой и утверждением мировоззрения. [7,43]

Этот возраст предполагает относительно высокий уровень социально-психологического реализма [1,582], достаточную зрелость, способность формировать собственные представления и осуществлять самостоятельные выборы в условиях множественности альтернатив. Человек уже способен осуществлять выбор средств и способов эффективной интеграции в социум, в группу, в том числе, выбор адекватных моделей поведения, внешнего вида, стиля общения. Это время связано так же с активным с самопознанием и саморазвитием. Если в подростковом возрасте человек в состоянии формировать в себе отдельные свойства и качества, то в возрасте 17-20 лет пересмотру, переоценке может уже подвергаться собственная личность в целом. В этот период человек становится субъектом саморазвития и вполне

уже способен определять соответствующие цели, выбирать средства, способы и формы. [9, 159]

Период юности связан с самостоятельным выбором идеала, которому надлежит следовать, с формированием представления о Я-идеальном, о том, каким человек хотел бы быть. Главное, что отличает этот период от предыдущих – это активное стремление приблизить Я-реальное к Я – идеальному, что и становится источником активности, выражающейся в деятельности по созданию имиджа.

В это же время происходит становление и стабилизация характера, завершается формирование волевых качеств, что позволяет ставить и достигать цели, преодолевать внешние и внутренние барьеры. В 17-19 лет значительно возрастает умение владеть собой, сознательно регулировать свое поведение. При этом правильный выбор стиля поведения, внешнего вида осуществляется не всегда. Но несмотря на дефицит опыта практической, социальной жизни, коммуникативных навыков, повышенную эмоциональность, чувствительность, максимализм, именно в этот период, сложившиеся ранее стереотипы поведения, все чаще вступают в противоречие с новыми требованиями, условиями и начинающими все более доминировать социальными мотивами. Особенно отчетливо в этот период проявляются мотивы, связанные с потребностью в уважении, в социальном одобрении, признании, самовыражении, привлечении внимания. Исследование, проведенное в период 2006-2016 годов показало, что респонденты в возрасте 19-20 лет в процессе освоения технологии формирования имиджа руководствуются потребностью в привлечении внимания в 68 % (средний показатель за весь период) и в 31% в самовыражении. В то же время, респонденты, средний возраст которых 35-36 лет, чаще говорят о необходимости освоения технологии с целью маркирования (43%) или достижения более высокого социального или профессионального статуса (49%).

Возраст от 17 до 22 лет в научной литературе выделяется, как стадия поиска, исследования, самоидентификации, овладения полным комплексом социальных ролей взрослого человека. В этот период происходит принятие мужской/женской социально-сексуальной роли, остро встают и активно решаются вопросы не только о том, как себя вести и кем стать, но и как выглядеть. В этот период оценки внешности, общая эстетическая выразительность образа человека значительно влияют на оценки личностных свойств воспринимаемого субъекта и играют заметную роль, например, при выборе партнеров. [11, 162] Проведенное исследование показало, что респонденты в возрасте 19-20 лет в большинстве своем фиксируют внимание на внешнем уровне имиджа (86%). В то же время, респонденты более зрелого возраста, реже указывают на приоритет элементов внешнего уровня (в среднем за весь период - 42%).

Интересными представляются результаты ответов на вопрос: «Готовы ли Вы пройти свой путь проб и ошибок в поиске точного и эффективного имиджа?». Участники опроса в возрасте 19-20 лет отвечают положительно (79%). Вероятно, это связано с тем, что путь поиска, проб и ошибок становится в период юности средством саморазвития, преобразования, а точный и адекватный имидж - средством преодоления когнитивного диссонанса [6, 74-79]. В то же время, респонденты более зрелого возраста указали на то, что далеко не всегда готовы на «путь проб и ошибок» (21%), ссылаясь на нежелание терять время и ожидая высокой эффективности предлагаемой технологии.

Вывод, который позволило сделать проведенное исследование, состоит в том, что педагогическая технология формирования имиджа должна учитывать особенности возраста участников процесса, который в значительной мере определяет возможности, уровень целей, мотивацию и диапазон доступных, освоенных средств.

Список литературы

1. Абрамова Г.С. Возрастная психология : учеб. пособие / Г.С. Абрамова. – Москва : Академический проект : Альма Матер, 2005. – 702 с
2. Волков Б.С. Психология юности и молодости : учеб. пособие. / Б.С. Волков. – Москва : Академический проект : Трикста, 2006. –256 с.
3. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия : учеб. пособие / В.Г. Горчакова. – Москва : Академ. проект, 2007. – 400 с.
4. Имидж лидера : психологическое пособие для политиков / под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. – Москва : Знание, 1994. – 265 с.
5. Имидж : энцикл. словарь / [авт., сост. А.Ю. Панасюк]. – Москва : РИПОЛ Классик, 2007. – 768 с.
6. Перельгина Е.Б. Психология имиджа : учеб. пособие / Е.Б. Перельгина. – Москва : Аспект–Пресс, 2002. – 223 с.
7. Ревская Н.Е. Педагогика : учеб. пособие / Н.Е. Ревская. – Санкт–Петербург : Изд–во Михайлова В.А., 2005. – 143 с
8. Рыбалко Е. Ф. Возрастная и дифференциальная психология : учеб. пособие / Е.Ф. Рыбалко. – Ленинград : Изд–во ЛГУ; 1990. – 256 с.
9. Слободчиков В.И. Основы психологической антропологии. Психология человека : введение в психологию субъективности / В.И. Слободчиков, Е.И. Исаев. – Москва : Школа–Пресс, 1995. – 384 с
- 10.Симонова И.Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / И. Ф. Симонова; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - Санкт-Петербург, 2014. - 237 с.
- 11.Социальная психология : конспект лекций / под общ. ред. Р.М. Шамянова. – Москва : Высш. образование, 2006. – 220 с
- 12.Теймурова Э.Б. Психологические условия формирования позитивного имиджа у старших подростков : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Э.Б. Теймурова. – Махачкала, 2004. – 176 с.