

УДК 31

DOI 10.21661/r-472265

N.A. Воронов

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СЕМЬИ КАК СЕМЬИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ: ТЕХНОЛОГИИ И МЕХАНИЗМЫ

Аннотация: данная статья раскрывает особенности формирования имиджа семьи как семьи здорового образа жизни. Имидж создаётся посредством коммуникации членов данной семьи с третьими лицами. Рассказы о занятии спортом, обсуждение жизнедеятельности в ключе пропаганды здорового образа жизни неизбежно формируют соответствующие представления у других людей. В работе дается определение имиджа, раскрываются факторы его формирования и особенности их влияния на имидж семьи как семьи здорового образа жизни, а также приводятся рекомендации по данному процессу.

Ключевые слова: имидж, здоровый образ жизни, технологии, механизмы, семья, общество, информация.

N.A. Voronov

WAYS OF IMAGE FORMATION OF FAMILY AS FAMILY OF HEALTHY LIFESTYLE: TECHNOLOGIES AND MECHANISMS

Abstract: this article reveals features of image formation of family as family of a healthy lifestyle. The image is created through the communication of this family members with third parties. Stories about sport trainings, discussion of life in the key to promote healthy lifestyle inevitably forms the corresponding views of other people. In the work the definition of image, factors of image formation are given, the specific features of their influence on the image of family as family of healthy lifestyle are represented and recommendations on this process are provided.

Keywords: image, healthy lifestyle, technologies, mechanisms, family, society, information.

Одной из основных задач государства, на официальном, государственном уровне зафиксированной в Концепции демографической политики России на период до 2025 года, утвержденной Указом Президента РФ от 9 октября 2007 г. №1351, является сохранение и укрепление здоровья населения, увеличение продолжительности активной жизни, создание условий и формирование мотивации для ведения здорового образа жизни [4].

Безусловно, государство самостоятельно, без помощи общества не сможет справиться с этой задачей. Одним из лучших мотиваторов для человека является его близкое окружение, способное качественно оказывать на него определенное влияние. В этом плане семья может прийти на помощь государству в части формирования у индивидов здорового образа жизни, сначала через положительное отношение к нему, затем – через развитие определенных привычек, потребностей и т. д.

Для того чтобы семья была способна оказывать такое влияние, необходимо сформировать нужный имидж семьи. Под ним обычно понимают то, какой люди видят данную семью, как ее оценивают, как к ней относятся. Основу имиджа составляет система ролей, которые человек выполняет в повседневной жизни, в совокупности с особенностями черт характера, интеллекта, внешних параметров и так далее.

Имидж создается как под влиянием реального поведения человека, так и под влиянием оценок и мнений окружающих и общественных институтов, в том числе средств массовой информации [3, с. 89]. При формировании имиджа реальные качества человека комбинируются с теми, которые приписываются ему другими людьми.

Мнение общества об определенной семье базируется на выявленных об этой семье данных, на информации, которая называется имиджформирующей. По способу получения имиджформирующую информацию принято делить на прямую и косвенную.

Косвенная имиджформирующая информация – это та информация о семье, которую получают посредством «сарафанного радио» (например, через реплики такого характера: «одна женщина сказала, что эта семья...» и так далее).

Принято выделять два источника косвенной информации:

1) третьи лица, то есть конкретные лица, сообщившие информацию о характеристики определенной семьи (указанная информация именуется в литературе, опосредованной людьми);

2) образованная определенной семьей среда обитания: квартира, загородный дом, обстановка внутри, автомобиль и так далее (этот вид информации в литературе называют опосредованной вещами).

Прямая имиджформирующая информация – это та, которую получают при непосредственном контакте с членами конкретной семьи [2, с. 564].

Косвенная информация может быть истинной или ложной, задокументированной или устной, официальной или неофициальной.

К официальной косвенной информации принято причислить различные dossier на членов семьи или на семью в целом (биография, характеристика с места работы или учебы, письменно оформленные отзывы соседей, документы об образовании, послужной список и так далее) и устные заявления органов государственной власти, местного самоуправления, иных органов и организаций, а к неофициальной косвенной информации – слухи, сплетни, анонимные заявления, легенды и так далее.

Известно, что мнение о семье формируется на основе прямой имиджформирующей информации. При этом данные о составе семьи, о ее структуре, о социальном составе и так далее не имеют решающее значение для суждения об образе жизни данной семьи. Они могут лишь делать сильнее эффект иных параметров: например, большая многодетная семья, члены которой ведут активный образ жизни, занимаются спортом, повысит запоминаемость впечатления о данной семье как о семье здорового образа жизни.

На наш взгляд, основными прямыми имиджформирующими факторами в данном случае будут особенности семейного быта, качество межличностных

отношений. Семья, которая активно участвует в городских спортивных мероприятиях, занимается бегом на открытых городских пространствах; семья, состоящая из спортсменов; в конце концов семья, члены которой выглядят подтянуто, «спортивно, что называется, и не употребляют алкоголь, уже создаёт в сознании окружающих имидж семьи здорового образа жизни, не осознавая этого влияет на их сознание, формирует нужное представление.

Имидж семьи здорового образа жизни создаётся также посредством коммуникации членов данной семьи с третьими лицами [5, с. 163]. Рассказы о занятии спортом, обсуждение жизнедеятельности в ключе пропаганды здорового образа жизни неизбежно формирует соответствующие представления у других людей, а также вовлекает все большие массы в занятие спортом.

Коммуникация имеет также важное значение с точки зрения распространения косвенной имиджоформирующей информации. Как известно, многие люди предпочитают доверять мнению авторитетных источников [1, с. 356], чем собственному мнению.

В этой связи опять же хочется отметить влияние публичной власти на формирование имиджа семей как семей здорового образа жизни. Высказанное официальном лицом, имеющим значительный общественный авторитет, позитивное мнение о здоровом образе жизни и поощряющее конкретных семей, его ведущих (например, в ходе награждения по итогам какого-нибудь открытого спортивного мероприятия), неукоснительно формирует соответствующее мнение у людей, данному лицу доверяющему.

Имиджоформирующая информация, как косвенная, так и прямая, эффективнее всего распространяется через социальные сети, ввиду упрощённого порядка ее распространения. Делая интересные, хорошо оформленные посты в социальных сетях, которые набирают большое количество «репостов», то есть распространяются через страницы в социальных сетях других пользователей, члены семьи формируют соответствующее представление как о себе, так и о своем образе жизни как социальном явлении.

Делая вывод всему вышесказанному, можно сказать, что на сегодняшний день существует множество технологий формирования имиджа семьи как о семье здорового образа жизни. Дело осталось за малым – начать этот образ вести и поддерживать его.

Список литературы

1. Домашний имидж-консультант / В. Шепель. – М.: Феникс, 2016. – 476 с.
2. Здоровье всей семьи: Физическое здоровье; Психология; Воспитание; Гармония отношений; Имидж и красота; Секс: Полная энциклопедия для всех и для каждого / Г.А Лапис. – Л., 2015. – 720 с.
3. Имидж как социально-психологический феномен / Е. Дагаева. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. – 140 с.
4. Указ Президента РФ от 09.10.2007 №1351 «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Справочная правовая система «Консультант Плюс».
5. Феномен социализации студента в образовательном процессе физического развития / Н.А. Воронов, И.П. Гладких, А.В. Люсин // Образование и педагогические науки в XXI веке: Сборник статей победителей Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. 2017. – С. 162–165.

References

1. Shepel', V. (2016). Domashnii imidzh-konsul'tant. M.: Feniks.
2. (2015). Zdorov'e vsei sem'i: Fizicheskoe zdorov'e; Psikhologiya; Vospitanie; Garmoniia otnoshenii; Imidzh i krasota; Seks. L.
3. Dagaeva, E. (2014). Imidzh kak sotsial'no-psikhologicheskii fenomen. M.: LAP Lambert Academic Publishing.
4. Ukaz Prezidenta RF ot 09.10.2007 1351 "Ob utverzhdenii Kontseptsii demograficheskoi politiki Rossiiskoi Federatsii na period do 2025 goda" // Spravochnaia pravovaia sistema "Konsul'tant Plius".

5. Voronov, N. A., Gladkikh, I. P., & Liusin, A. V. (2017). Fenomen sotsializatsii studenta v obrazovatel'nom protsesse fizicheskogo razvitiia // Obrazovanie i pedagogicheskie nauki v XXI veke. – P. 162–165.
-

Воронов Николай Андреевич – канд. биол. наук, старший преподаватель кафедры физической подготовки ФГКВОУ ВО «Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны» Министерства обороны Российской Федерации; доцент ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», Россия, Ярославль.

Voronov Nikolay Andreevich – candidate of biological sciences, the senior lecturer of Department of Physical Training at the Yaroslavl Higher Military School of Air Defense of the Ministry of Defence of the Russian Federation; associate professor at the Yaroslavl state university named after P.G. Demidov, Russia, Yaroslavl.
