

ИСТОРИЯ И ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ

Автор:

Пикус Наталия Николаевна

ученица 8 «Э» класса

Руководитель:

Пикус Людмила Богдановна

учитель

МБОУ «Школа №1 им. В.И. Муравленко»

г. Муравленко, ЯНАО

ИМИДЖ

Аннотация: вопрос формирования собственного имиджа в настоящее время волнует молодое поколение. В данной статье предпринята попытка выявления факторов, влияющих на формирование имиджа девочек-подростков города Муравленко.

Ключевые слова: имидж, формирование имиджа, девочки-подростки.

В последние времена вопрос формирования имиджа приобрел огромное значение. И это понятно, ведь та часть нас, которую мы демонстрируем и выставляем напоказ, оказывает немалое влияние на большую часть нашего окружения. Поэтому правильный подход к формированию собственного имиджа является залогом успеха многих мероприятий.

Особую роль играет имидж в жизни подростка, так как внешность стоит у него на первом месте. И это не просто отражение в зеркале, но и уверенность, общительность, статус, пропуск в общество. Имидж, который создает себе подросток, либо помогает ему развить и укрепить успех в межличностных отношениях, либо тормозит его в этом развитии. Поэтому следует приложить максимум усилий, чтобы он не был спонтанным и случайным, а был осознанным и продуманным.

Объектом нашего исследования являлись девочки-подростки города Муравленко в возрасте от 12 до 15 лет. Предметом исследования – внешний имидж девочек-подростков в возрасте от 12 до 15 лет.

Цель нашей работы является исследование имиджа девочек-подростков и факторы, его формирующие.

Этой целью определяются задачи нашей работы: рассмотреть понятие имиджа; изучить этапы формирования имиджа современного подростка; выявить факторы, влияющие на формирование имиджа девочек-подростков города Муравленко.

Мы определили следующие методы исследования, используемые для решения поставленных задач: анализ научно-методической литературы; проведение анкетирования среди девочек в возрасте от 12 до 15 лет; статистическая обработка результатов анкетирования; анализ результатов анкетирования; интервьюирование.

Слово «имидж» заимствовано в современный русский язык из английского языка. В английском языке слово «image» имеет несколько значений, в том числе: статуя (идол), подобие, метафора, икона, но чаще употребляется в значении образ. В английский язык слово «image» пришло из латинского (imago) языка при посредничестве французского языка.

Латинско-русский словарь предлагает одиннадцать значений слова «image», в том числе: образ, подобие, отражение, образное выражение, представление о чем-либо, мысль, мечта, вид [2].

Толковый словарь для специалистов средств массовой информации трактует понятие «имидж», как «Образец, представление о человеке, создаваемые у окружающих самим человеком или другими заинтересованными лицами; стиль поведения человека» [4].

В целом же, систематизировав существующие определения, мы выделили несколько подходов к трактовке понятия «имидж». Чаще всего имидж понимается как: совокупность внешних характеристик и поведенческих навыков; сово-

купность видимых, внешних характеристик, и некоего объема информации, которую можно получить (передать) с их помощью; мнение, которое складывается на основе восприятия, и переработки этой информации.

На основании существующих исследований (Е.В. Егорова-Гантман, И.Ф. Симонова) и собственных размышлений можно выделить три основных этапа формирования имиджа.

На первом этапе, начиная с раннего детства, в несколько возрастных периодов спонтанно формируется «естественный» (по классификации Е.В. Егоровой-Гантман [1]) имидж. Начальная стадия этого этапа характеризуется слабо осмысленным стремлением ребенка к подражанию взрослым. Это происходит в возрасте 6-8 лет. 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, 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, детском саду, школе.

Следующий этап естественного имиджа формируется в подростковом возрасте. В этот период важнейшими новообразованиями становятся открытие «Я», возникновение рефлексии, осознание своей индивидуальности, чувство взрослоти, развитие самосознания. В этот период осуществляется поиск новых образцов поведения и внешнего вида, что выражается в демонстрации модного поведения, яркой, даже эпатажной внешности. Этот этап формирования имиджа можно обозначить как этап индивидуализации.

Третий этап формирования имиджа (период юности, 16–22 года) 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.

Среди наиболее значимых социальных факторов, влияющих на имидж, можно выделить социальные институты: семья, друзья, средства массовой коммуникации, искусство, литература, наука, образование и др. Их можно представить в виде двух групп: внешние (естественно-природные, социальные и т.д.) и внутренние (индивидуально-личностные) [3]. На разных этапах этого процесса действие различных факторов не одинаково.

Как же формируется имидж девочек-подростков города Муравленко? Какой он? Чтобы ответить на данные вопросы, мы подготовили и провели свое собственное исследование. В ходе подготовки нами была разработана анкета-опросник для выявления факторов, влияющих на формирование имиджа современной девочки-подростка в возрасте от 12 до 15 лет.

В исследовании приняли участие 100 респондентов.

В результате анкетирования были получены следующие данные.

По позиции 1 Анкеты («какой должна быть современная девушка») 43% опрошенных указывают на «стильной» и 32 % – «умной», и по 11 % «красивой», «уверенной в себе».

То, что в первую очередь она должна быть стильной, можно, на наш взгляд, объяснить тем, что в силу своих возрастных особенностей девочки считают, что только красивая, модная одежда, прически создают у окружающих их людей положительный образ.

По позиции 2 Анкеты («создавая свой собственный образ (имидж) вы ориентируетесь») 47% опрошенных указывают на членов семьи (мама, сестра) и 27 % – на музыкальных кумиров. Среди них наиболее популярными стали Ани Лорак, Риана, Ники Минаж, Деми Ловато. Среди киногероев пользуются популярностью Селена Гомез и Кристен Стюарт.

В ходе беседы мы выяснили, что имидж экранных кумиров в восприятии девочек-подростков складываются в большей мере из характеристики их внешнего облика. На втором месте – профессиональное мастерство. И на последнем месте личностные качества.

По позиции 3 Анкеты («какие цвета в одежде вы предпочитаете») наибольшее количество опрошенных выбрали ответ «яркие, насыщенные, контрастные» (48%).

По позиции 4 Анкеты («какие вещи вы выбираете») 45% респондентов выбрали ответ «модные, необычные, привлекающие внимание» и 32% - ответ «удобные, практичные».

По позиции 5 Анкеты («какие аксессуары вы предпочитаете») наибольшей популярностью пользовался ответ «качественные, статусные, функциональные, подходящие ко многим образам» (38%).

По позиции 6 Анкеты («какую обувь вы предпочитаете») 50 % опрошенных указывают на «удобную, на каждый день, спортивную, без каблука». Второй по популярности ответ «качественную; подбираю туфли к сумке, или костюму» (27%).

По позиции 7 Анкеты («какие украшения вам нравятся») абсолютным лидером стал ответ «замысловатые женственные сережки, брошки, браслеты, маленькие колечки» (72%).

По позиции 8 Анкеты («какой вы предпочитаете макияж») 54 % опрошенных ответили, что могут обходиться без него (максимум - блеск для губ и пудра), только в особых случаях. Далее в рейтинге ответ «люблю краситься, получаю от этого удовольствие, экспериментирую» (20%).

По позиции 9 Анкеты («какую прическу вы предпочитаете») 59% респондентов выбрали ответ «локоны, пряди, длинные распущенные волосы».

По полученным данным мы сделали выводы, что огромное влияние на формирование имиджа девочек-подростков в возрасте от 12 до 15 лет оказывают семья, СМИ («звезды экрана») и мода; для девочек-подростков в выборе имиджа характерно подражание внешним признакам «взрослости», в том числе, стремление к взрослой моде в одежде и прическе, применение косметики, украшений; методом проб и ошибок подростки создают стихийные имиджи, находя такие его формы, которые получают положительную оценку значимой для них группы, и, к сожалению, отрицательную оценку со стороны взрослых.

Таким образом, поставленная в исследовании цель – исследовать внешний имидж девочек-подростков города Муравленко в возрасте от 12 до 15 лет и факторы его формирующие – достигнута.

Анализ литературных источников выявил следующее: разные интерпретации термина «имидж» в словарях и справочных изданиях; ряд этапов, на которых имидж человека формируется стихийно или целенаправленно; ряд факторов, которые способствуют формированию имиджа. Между различными факторами не всегда возможно выделить границу: факторы не выступают автономно, а могут «накладываться» друг на друга, противоречить друг другу или дополнять друг друга, оказывая разное по силе и качеству влияние.

В ходе исследования нашла свое подтверждение гипотеза о том, что имидж девочек-подростков города Муравленко в возрасте от 12 до 15 лет формируется осознанно и под влиянием внешних факторов: семьи, «звезд экрана», моды.

Анализ анкетирования свидетельствует о том, что в данном возрасте происходит активный поиск, принятие или создание системы знаков, указывающих на гендерную принадлежность. Девочки города Муравленко демонстрируют окружающим косметику, взрослую моду, украшения, способы поведения (кокетство), тем самым подражают внешним признакам «взрослоти».

Список литературы

1. Имидж лидера. Под редакцией Е.В. Егоровой-Гантман. – М.: Об-во «Знание» России, 1994. – 265 с.
2. Латинско-русский словарь /Автор-сост. К.А. Тананушко. – Минск: Хорвест, 2008. С.405-406.
3. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография/И.Ф. Симонова СПб. 2012. - 304 с [Электронный ресурс] Размещено 27.02 2013. Режим доступа <http://simmerk.ru/> (дата обращения 22.03.14г).
4. Солганик Г.Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения: ок. 10 000 слов и выражений/Г.Я. Солганик. М.: АСТ: Астрель, 2008.-749, [3] с. С. 252.