

ОТЧЕТ О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ  
ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА В РАМКАХ  
РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Автор: Туркбаева Ракыя  
МБОУ СОШ №36, 10 класс  
Дзержинский район г. Новосибирска  
Научный руководитель:  
Колник Елена Владимировна,  
преподаватель экономики  
Контактный телефон руководителя:  
8 953 770 79 28

Новосибирск, 2020

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретическое рассмотрение вопросов изучения имиджа.....	4
2. Анализ результатов исследования.....	8
3. Практические предложения для решения найденных проблем.....	14
Заключение.....	15
Список использованной литературы.....	16

## Введение

**Актуальность темы исследования.** Для того чтобы выделиться в самостоятельную область знаний, человечество тысячелетиями накапливало опыт создания необходимого образа для достижения поставленных целей. Невозможно предположить, в какие времена возникла необходимость в создании имиджа. Можно предположить, что зачаточные формы имиджирования появились на стадии первобытнообщинного строя. Имиджелогия основывается на убеждении и влиянии на людей, поведение которых можно изменить с помощью создания нужного образа и личного обаяния. Поэтому можно предположить древние корни имиджа и имиджелогии. Имидж — это феномен XX в., но корни его уходят глубоко в историю.

Понятие «имидж» формировалось и развивалось в течение многих веков. Выдающийся мыслитель Античности, Аристотель (384-322 гг. до н. э.) считал, что убедить аудиторию можно тогда, когда добьёшься её благосклонности и симпатии [1]. Государственный и политический деятель Древнего Рима, Блестящий оратор Цицерон (106-43 гг. до н. э.) придавал важное значение изучению психологии, интересов и вкусов публики. Он полагал, что задача оратора — эстетически тешить публику, влиять на волю и поведение людей [2]. Политический деятель и полководец Ю. Цезарь (102-44 гг. до н. э.) был выдающимся мастером техники влияния на массы. Перед военными битвами он добивался народной поддержки с помощью обращений и театрализованных представлений. История человечества доказывает, что формирование имиджа включает различные техники, приемы и технологии, доказывающие свою эффективность на протяжении многих веков.

Сегодня обращение к заданной теме связано с тем, что современный этап развития общества характеризуется качественным сдвигом в восприятии человеком своего профессионального пути. Для современного делового человека свойственно ориентироваться на профессиональный успех и самореализацию

согласно личным намерениям и желаниям. Сегодня крайне важно владеть мастерством построения собственного стиля жизни, создания положительного имиджа, что обеспечит профессиональное самосовершенствование.

Формирование имиджа школьника, потенциального студента вуза особенно важно и актуально на сегодняшний день, в связи с тем, что неуклонно возрастают требования к будущему профессионалу, к современному специалисту. Правильно и вовремя сформированный имидж будущего специалиста становится символом профессии и помогает ему добиться успеха, вызывая у окружающих чувство одобрения, возникающее вследствие осознания ими соответствия специалиста той или иной должности. Для создания положительного образа будущий специалист должен полностью пересмотреть себя, изменить свою внешность, мимику, жесты, приобрести навыки устной и письменной коммуникации, изучить правила и нормы служебного этикета и создать новую модель профессионального поведения.

**Рабочая гипотеза исследования**, послужившая основой для работы, заключается в предположении, что достичь высокого уровня развития профессионального имиджа возможно благодаря целенаправленной просветительской и прикладной работе начиная с детей подросткового возраста.

**Цель работы** является разработка практических предложений и рекомендаций по внедрению работ в области формирования профессионального имиджа.

Реализация поставленной цели обусловила решение следующих **исследовательских и практических задач:**

- рассмотреть сущность и содержание понятия «имидж»;
- проанализировать взгляды различных ученых, оказавших влияние на формирование имиджелогии;

- провести исследование, по выявлению степени осведомленности подростков в значимости формирования имиджа для их успешного трудоустройства и карьерного роста;
- разработать практические рекомендации по совершенствованию работы, направленной на формирование профессионального имиджа у подростков.

## **Глава 1. Теоретическое рассмотрение вопросов изучения имиджа**

Имидж — это целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, явления, предмета, выделяющий определённые ценностные характеристики и призванные оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-то в целях популяризации, рекламы и т. д. [6].

Когда мы говорим об имидже человека, то имеем в виду тот его образ, который возник у других людей. При этом учитывается не только визуальный образ (вид, облик), но и образ мышления, действий, поступков.

Деловой позитивный имидж современного специалиста позволяет создать первое впечатление о нём и его профессиональной деятельности. Такой имидж как его фирменный знак, его внешняя вывеска. Чем он привлекательнее, тем выше профессиональный авторитет организации, которую он представляет.

Имидж — сложное многогранное понятие, имеющее собственную структуру. По мнению В. М. Шепеля, элементами системы имиджа являются «внешняя привлекательность, культура одежды, манеры общения, мимика, владение искусством устной и письменной речи, соблюдение правил и условностей делового этикета, следование конструктивной поведенческой стратегии, постановка вопросов и техника ответов на них, проведение с собеседниками различных психологических типов взаимодействия» [6].

Имидж — важное звено каждого профессионального коллектива. Шесть важнейших компонентов — это первое впечатление о вас, глубина и широта ваших знаний, ваша гибкость, ваш энтузиазм и ваша искренность.

1. Первое впечатление. К нему относятся: одежда, речь, аккуратность, рукопожатие, зрительная связь и осанка.
2. Глубина знаний. Насколько вы себя оцениваете в своём предмете, в своей сфере деятельности как профессионала? Как хорошо вы знаете свою организацию и отрасль, в которой работаете? Имеете уважение у опытных сотрудников? Есть ли у вас глубокие знания, которые ценят коллеги?
3. Широта знаний. Этот пункт предполагает ваше умение вести беседу с разными людьми в самых разных сферах за пределами вашей специализации и знаний.
4. Гибкость. Гибкость — это ваша готовность и умение приспособливать собственные действия таким образом, чтобы лучшим образом устанавливать взаимоотношения с незнакомыми людьми.
5. Энтузиазм. Если у вас нет энтузиазма к вашей работе или вашей компании, или вашим сотрудникам, думаете ли вы, что ваши сотрудники наблюдают это? При отсутствии энтузиазма у вас, его не будет и у ваших подчинённых. Это всё взаимосвязано и может передаваться от человека к человеку. При вашей демонстрации энтузиазма в работе, отношении к сотрудникам, всё перейдёт на всю команду.
6. Искренность. Необходимо стараться, чтобы сделать первое впечатление о себе лучше, постоянно расширять свои знания, практиковать гибкость и не забывать об энтузиазме.

В настоящее время существуют различные трактовки понятия «имидж». Так, Ф.А. Кузин в своей книге «Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика» определял понятие делового имиджа, как представление, которое человек создает о себе сам как внешнее отражение личности и как показатель деловых и личностных качеств. Чем удачнее созданный образ, тем выше шанс на достижение целей, поставленных человеком, и тем выше авторитет в профессиональном кругу [3].

Сегодня имидж направляет человека на уникальные индивидуальные и профессиональные ценности и ориентиры, цели и мотивацию, имидж способен оказывать влияние на сознание, поступки и деятельность отдельных людей и, даже, целых групп. Таким образом, имидж – это совокупность представлений, визитная карточка человека его определенный образ, необходимый для успешной профессиональной деятельности. Для создания неповторимого и удачного образа необходимы хорошее воспитание, знание этикета, коммуникабельность и хорошие ораторские способности.

Шепель В.М., изучая проблему создания имиджа, выделил три группы качеств, которые помогают человеку в успешном формировании позитивного профессионального имиджа. В первую из этих групп включены такие важные качества, как: коммуникабельность, умение сострадать и налаживать контакт, ораторские способности. Выше перечисленные качества можно обозначить одним понятием – умение нравиться другим людям. Во вторую группу вошли качества, характеризующие личность с точки зрения образования и воспитания. Таковыми являются: психологическое здоровье, моральные ценности, умение предвидеть и ликвидировать конфликтную ситуацию, а также устойчивость к стрессу. И наконец, третья группа связана с жизненным и профессиональным опытом личности и интуицией [3].

В деловой среде существует свод законов и правил, именуемый этикетом. О человеке судят по делам его, по его поведению и умению выстраивать грамотные отношения в деловой среде. Незнание закона не освобождает от ответственности, но и ведёт к потере авторитета, денег и бизнеса. Исследователями доказано, что существуют три аспекта восприятия:

- 1) что мы говорим;
- 2) как мы говорим;
- 3) как мы выглядим.

В учебной и научной литературе описываются формы выражения имиджа. Во-первых, это внешний вид. Ведение любого дела – это, прежде всего общение и налаживание контактов, на успешность которых влияет внешний вид. В деловом сообществе предъявляют особые требования к внешнему виду. Внешний вид несёт в себе много информации и является её источником для окружающих [4].

Внешние проявления воспитанности являются формой выражения имиджа. Манеры – это способ держать себя, форма поведения и общения с людьми, употребляемые в процессе общения выражения, заданный тон, интонация, походка, к которой привык человек и жестикуляция с мимикой. Они относятся к культуре поведения и регулируются этикетом. Манеры также являются способом проявления вежливости, уважения к окружающим, они так же необходимы как опрятная одежда и тактичность. Нельзя переоценить значение манер в формировании удачного делового имиджа, поскольку порой решающую роль в карьерном росте играют именно они. Для молодого специалиста действительно важно, какое впечатление он производит на коллектив и начальника, в частности. Ведь именно манера поведения, общения и обращения с окружающими влияют на оценку специалиста коллективом и его дальнейшую рабочую деятельность.

Речь и ораторское искусство так же являются формой выражения имиджа. Важно уметь правильно формулировать свою речь и владеть ораторским искусством. В современном обществе данная способность обрела просто феноменальную значимость. Для каждого слова существует один единственный способ его написания и более сотни различных на слух и по смыслу вариантов произнесения. Вокальная гибкость придаёт многообразие одним и тем же словам. Поэтому важно не только то, что мы говорим, но и как мы говорим.

Умение чувствовать себя спокойно в любой компании, при любой аудитории – настоящий талант, способность, которая делает человека успешной и запоминающейся личностью. Этикет является формой выражения имиджа.



Знание правил этикета и умение вести себя в коллективе являются одним из важнейших условий в создании положительного имиджа. Этикет – это своего рода ритуализированная форма необходимого общения, которая позволяет сделать его более приятным и удобным. Этикет регулирует и создает иерархию возрастных, политических, служебных различий людей, в нем предоставлены уже сформированные модели поведения в определенных ситуациях.

Служебный этикет – это существующий порядок моральных норм и принципов, необходимых для создания связей и успешного сотрудничества в служебной сфере. Служебный этикет позволяет облегчить выбор тактики поведения в служебных ситуациях, помогает избежать ошибок или сгладить наиболее мягким путем. Служебный этикет имеет официальный оттенок. Он состоит из целого ряда правил, которые являются основой кодекса поведения, созданного для создания цивилизованных служебных отношений в определенной профессиональной сфере. Значимое место в нем занимает раздел о взаимоотношениях и правилах поведения между сотрудниками организации [5]. Таким образом, каждый молодой специалист обязан знать и придерживаться правил этики и этикета для служебного роста и создания образа надежного и ответственного работника. Необходимо отметить, что имидж не должен быть статичным и неизменным, в определенных ситуациях необходимо видоизменять свое поведение и стиль общения.

## **Глава 2. Анализ результатов исследования**

В процессе нашего исследования был проведен опрос, с целью выявления степени осведомленности подростков в значимости формирования имиджа для их успешного трудоустройства и карьерного роста. Опрос проводился методом анкетирования. По результатам опроса мы получили следующие данные (Таблица 1).

Таблица 1 - Сводная таблица результатов опроса

Вопрос	Варианты ответов	Общее количество человек (%)
Ваш пол	а) Мужской	35%
	б) Женский	65%
Возраст	а) 14-15 лет	23%
	б) 16-17 лет	71%
	в) 18-19 лет	6%
Имидж в переводе с английского языка означает:	а) впечатление	3%
	б) образ	97%
	в) оценка	0%
Что по вашему мнению можно отнести к характеристике имиджа?	а) внешняя привлекательность	23%
	б) стиль одежды	65%
	в) манера общения, мимика	32%
	г) искусство устной и письменной речи	13%
	д) правила делового этикета	6%
	е) стиль и образ жизни	32%
Влияет ли на ваше отношение к человеку то, как он одет?	а) Да	29%
	б) Нет	71%
Как вы думаете, возможно самостоятельно создать эффективный, успешный имидж?	а) Да	94%
	б) Нет	3%
	в) Затрудняюсь ответить	3%
По вашему мнению, имидж влияет на успешность человека, на его профессиональную карьеру?	а) Да, довольно значительно влияет	16%
	б) Да, отчасти влияет	68%
	в) Нет, совсем не влияет	13%
	г) Затрудняюсь ответить	3%
Как вы можете оценить свой имидж?	а) положительный и успешный	29%
	б) ещё не сформированный, но буду над этим работать	29%
	в) я целенаправленно занимаюсь созданием своего имиджа, но ещё есть над чем работать	23%

	г) я не задумываюсь над этим, считаю бессмысленным, так как от него ничего не зависит	19%
С какого возраста по вашему мнению нужно начинать работу по созданию своего позитивного имиджа?	а) со школьного возраста	81%
	б) в студенческие годы	10%
	в) с момента трудоустройства	3%
	г) затрудняюсь ответить	6%
Тест «Обаятельны ли Вы?»	Вы не контактны и не обаятельны	13%
	Общительность в норме, бываете обаятельны, но не всегда	55%
	Вы всегда обаятельны	32%
Тест «Целеустремлённый ли Вы человек?»	Вам следует точнее формулировать свои цели и подумать о том, как можно повысить свою мотивацию.	97%
	Вы иногда не всё доводите до конца, но Вы целеустремлённый человек, что позволяет Вам добиваться успеха.	3%
Тест «Здоровы ли Вы физически»	Вы очень активны и вполне здоровы физически	3%
	Вы в достаточной степени активны и придерживаетесь разумного подхода к вопросам сохранения формы.	71%
	Вам необходимо больше заниматься физическими упражнениями.	26%
Тест «Умение излагать свои мысли»	Вы отлично излагаете свои мысли перед аудиторией.	58%
	Вас средний уровень умения излагать свои мысли перед аудиторией.	26%
	Вы практически не умеете излагать свои мысли перед аудиторией.	16%

Среди 31 опрошенных школьников приняли участие в анкетировании 7 учеников из 9 класса, 16 учеников из 10 класса и 8 учеников из 11 класса. Более половины опрошенных 65% - представители женского пола, остальные 35% - представители мужского пола (см. Рисунок 1).



Рисунок 1 – Пол опрошенных, в %

Наибольшее количество анкетированных в возрасте от 16 до 17 лет — 71%. Также приняли участие ученики в возрасте от 14 до 15 лет — 23%, и ученики в возрасте от 18 до 19 лет — 6% (см. Рисунок 2).

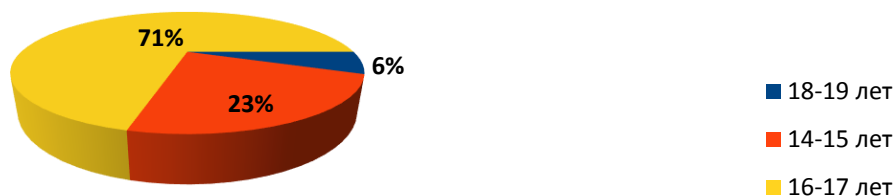


Рисунок 2 - Возраст опрошенных, в %

Многие ученики ответили верно - 97%, что имидж в переводе с английского языка означает образ. Только один человек ответил впечатление (см. Рисунок 3).

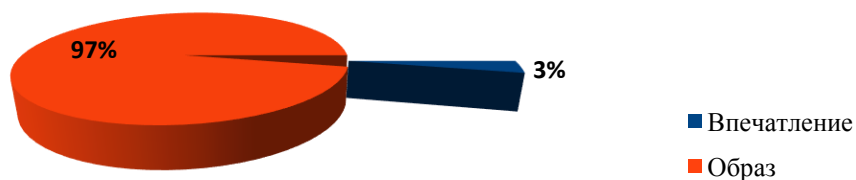


Рисунок 3 - Варианты ответов, что значит имидж с английского языка, в %

При ответе на вопрос: «Что по вашему мнению относится к характеристике имиджа?» ученики отвечали несколько вариантов. Наибольшее количество отметили «Стиль одежды» - 20 человек. За варианты «Манера общения и

мимика» и «Стиль и образ жизни» отметило одинаковое количество опрошенных — 10 человек. 7 человек проголосовали за вариант «Внешняя привлекательность». За вариант «Искусство устной и письменной речи» - проголосовали 4 человека. И 2 человека проголосовали за вариант «Правила делового этикета» (см. Рисунок 4).

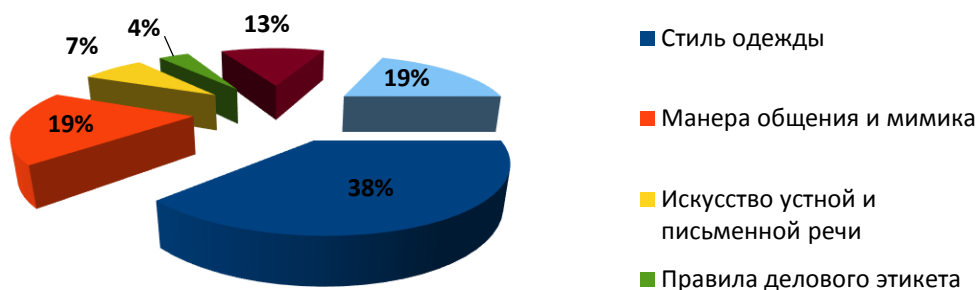


Рисунок 4 - Характеристики, относящиеся к имиджу, в %

Для большинства опрошенных не важно, как одет человек — 71%. Остальным, важно — 29% (см. Рисунок 5).

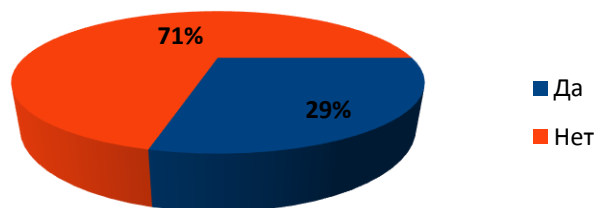


Рисунок 5 - Внимание на одежду человека, в %

Большинство опрошенных считают, что можно самостоятельно создать эффективный, успешный имидж — 94%, однако 3% опрошенных считают нет, другие 3% опрошенных затрудняются ответить (см. Рисунок 6).

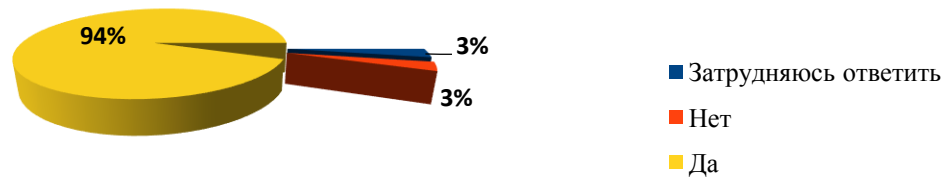


Рисунок 6 - Самостоятельное создание успешного имиджа, в %

В свою очередь, многие ответили, что имидж отчасти влияет на успешность человека, на его профессиональную карьеру - 68%. Некоторые считают, что имидж значительно влияет на успешность человека, на его профессиональную карьеру - 16%, а 13% опрошенных думают, что имидж совсем не влияет на успешность человека. Остальные 3% - затрудняются ответить (см. Рисунок 7).

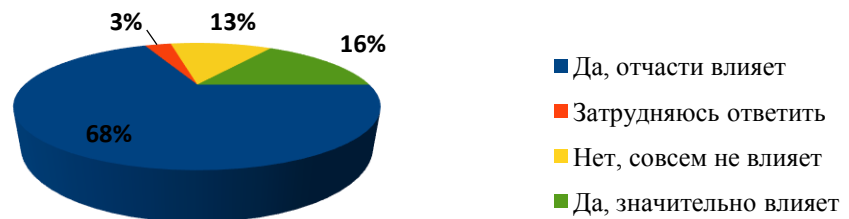


Рисунок 7 - Влияние имиджа на успешность человека, в %

Так, 29% опрошенных оценивают свой имидж положительным и успешным, другие 29% опрошенных считают свой имидж ещё не сформированным, но они будут над этим работать. Целенаправленно занимаются созданием своего имиджа — 23% опрошенных, и 19% опрошенных не задумываются над этим, считают бесмыслимым, так как от него ничего не зависит (см. Рисунок 8).

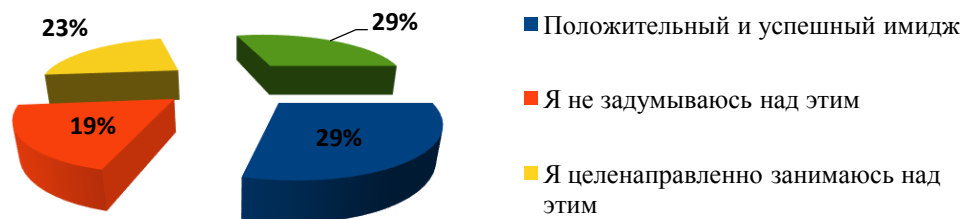


Рисунок 8 - Оценка своего имиджа, в %

Большинство анкетированных ответили, что работу по созданию своего позитивного имиджа следует начать со школьного возраста — 81%, «В студенческие годы» - 10%, «С момента трудоустройства» - 3% и 6% затрудняются ответить.

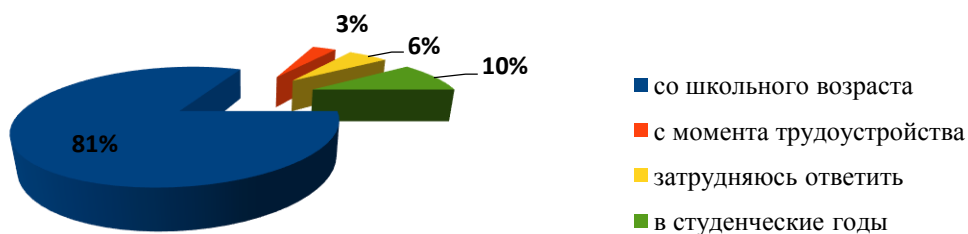


Рисунок 9 - Возраст, с которого следует начать работу по созданию имиджа, в %

По результатам исследования были сделаны следующие выводы:

- подростки, в целом имеют представления об имидже, знают, что означает данное слово в переводе с английского, но в тоже время существуют пробелы в представлениях о структуре имиджа. Так, «Искусство устной и письменной речи» отнесли к характеристикам имиджа всего 4 человека, а «Правила делового этикета» лишь 2 человека. Однако, если вернуться к теории данного вопроса, выше названные характеристики однозначно характеризуют имидж человека;
- из ответов респондентов выявились явные противоречия. Они состоят в следующем: больше половины опрошенных отнесли «Стиль одежды» к характеристике имиджа, но в то же время при ответе на вопрос «Влияет ли на ваше отношение к человеку то, как он одет?» 71% респондентов ответили, что не влияет. Итак, большинство подростков не считают внешний человека важным;
- по субъективной оценке, респондентов у большинства подростков профессиональный имидж сформирован на достаточном уровне. Однако,

результаты тестирования показали, что сформированность имиджа находится на низком уровне. Так, 55% опрошенных бывают не всегда обаятельны, общительны, а 13% и вовсе не контактны, к тому же 97% тестируемых не могут формулировать свои цели, то просматривается наличие низкой мотивации. К тому же, лишь у одного респондента выявились результаты вполне здорового, физически активного человека. У значительного числа респондентов, имеются проблемы излагать свои мысли перед аудиторией. А из теоретического исследования изучаемой проблемы можно заметить, что наличие крепкого здоровья, ораторское искусство, целеустремлённость, внешняя привлекательности являются элементами системы имиджа.

Таким образом, основываясь на полученных результатах, можно утверждать, что у большинства подростков профессиональный имидж не сформирован, так как существуют пробелы в представлениях о структуре имиджа и влияния успешного имиджа на профессиональную карьеру.

### **Глава 3. Практические предложения для решения найденных проблем**

На основании полученных результатов исследования мы можем сделать вывод о том, что достичь высокого уровня развития профессионального имиджа возможно благодаря целенаправленной просветительской и прикладной работе начиная с детей подросткового возраста. Такая работа может включать в себя проведение классных часов, различных квестов по теме «Имидж», чтобы школьники хорошо освоили эту тему.

В этих целях разработан план мероприятий на следующий учебный год для старших классов (Таблица 2).



Таблица 2 - План мероприятий на 2020-2021 год

Дата, месяц	Вид мероприятия	Участники	Организатор
Октябрь	Викторина на тему: «Имидж делового человека»	9-11 классы	Классный руководитель
Февраль	Классный час на тему: «Школьная форма как часть имиджа»	9-11 классы	Классный руководитель
Март	Игра на тему: «Формирование положительного имиджа рабочих профессий»	10 класс	Ученик
Апрель	Квест на тему: «Ваш имидж — путь к успеху»	9 класс	Ученик
Май	Классный час на тему: «Внешний имидж менеджера образования»	11 класс	Классный руководитель

Проведём более детальную разработку одного из предложенных мероприятий — викторину на тему «Имидж делового человека». Данная разработка может быть использована для проведения внеклассных мероприятий. Участие принимают ученики 9-11 классов. От каждого класса нужно 6 человек. Участники придумывают название команды и девиз. Организаторы по очереди задают вопрос к каждой команде. Если команда ответила верно, то они получают жетон, если участники не смогут ответить на вопрос или ответили неверно, то этот вопрос задаётся другой команде. В итоге у какой команды окажется больше жетонов, та и выиграет. Викторина будет проводиться в несколько этапов.

1 этап: Ответы на вопросы по данной теме;

2 этап: Разгадывание кроссвордов и другие задания;

3 этап: Задание на знание жестов, мимики, правил расположения, в различных жизненных ситуациях.

Всего будет 10 заданий, где первые 5 вопросов на теорию имиджа; 6 вопрос — в форме кроссворда, 7 вопрос — где участники команды рассказывает характерные черты имиджа той или иной профессии, которую вытянул капитан команды; последние 3 вопроса будут проводиться следующим образом, где участники должны разгадать значение показанного жеста.

После проведения этой викторины, у учащихся возникает интерес к созданию своего индивидуального имиджа.

### **Заключение**

Благодаря опросу мы выявили отношение подростков к своему имиджу, их субъективную оценку и объективную с помощью тестов. Многие из учащихся ответили, что возможно самостоятельно создать успешный имидж, тем самым, подтверждая гипотезу. Таким образом, можно сделать вывод о том, что данная проблема актуальна сейчас, её нужно решать с раннего возраста.

## Список литературы

1. Аристотель. Поэтика // Аристотель. Соч.: В 4 т. М., 1984.
2. Великие мысли великих людей. Антология афоризма: В 3 т / Сост. А.П. Кондрашов. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 1998. Т. 1. 512 с.
3. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека бизнесмена, политика. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.: ил.
4. Лимонова О.О. Консультативная деятельность учителя в работе с подростками в вопросах выбора профессии / Министерство образования и науки Российской Федерации. Московская открытая социальная академия, калмыцкий филиал // Экономическое, правовое и социальное развитие регионов: этапы становления, взаимосвязи, современное положение и перспективы: матер. IV межрегион. науч.-практ. конф. Посвящается 15-летию образования Калмыцкого филиала Московской открытой социальной академии. – 2008. – С. 263-267.
5. Самонова К.В. Проблемы формирования эффективного имиджа современного специалиста // Психология, социология и педагогика. – 2012. – № 5.
6. Шепель В.М. Управленческая этика. – М., 1989.
7. Колганов И.В. Влияние литературы на формирование имиджа личности / И.В. Колганов, Н.А. Туранина // II Всероссийская детско-юношеская научно-практическая конференция «Слово, время, мир». – Старый Оскол, 2015.
8. Колганов И.В., Галиченко А.Ю. Политическая социализация как составляющая имиджа современной библиотеки / И.В.Колганов, А.Ю.Галиченко // «Молодой ученый: вызовы и перспективы: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф.». – М., 2016.
9. Колганов И.В. Имидж: из прошлого в настоящее / И.В. Колганов, Н.А. Туранина // «Культурные тренды современной России: от национальных истоков к культурным инновациям»: Сб. докладов научно-практ. конференции» – Белгород: БГИИК, 2016.

10. Колганов И.В. Проблемы формирования эффективного имиджа современного специалиста / И.В.Колганов, Н.А.Туралина // «Культурные тренды современной России: от национальных истоков к культурным инновациям: сб. докладов научн. - практ. конференции». – Белгород: БГИИК, 2017.