

6. Концепция гуманизации и гуманитаризации высшего медицинского образования / С.П. Кулик [и др.] / Под ред А.Н.Косинца. – Витебск, 2005.

УДК 375

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА БУДУЩИХ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

*Т.С. Онискевич*

*УО «БрГУ им. А.С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь*

Рассуждая о том, каким должен быть современный молодой специалист, мы говорим не только о его профессиональной компетентности, знаниях, умении их применять на практике, способности творчески развиваться. В современном мире в более выгодной ситуации оказывается тот специалист, который умеет себя преподнести, с выгодой для себя презентовать свои лучшие качества. Это так называемый имидж человека. К сожалению, созданию собственного имиджа, самопрезентации не учат в высшем учебном заведении. Да и наука имиджелогия является сравнительно молодой отраслью знания. Поэтому в настоящей статье пойдет речь о проблемах формирования имиджа молодого специалиста, теоретических основах его формирования.

Обратимся к определению. Имидж – это целенаправленно сформированный интегральный образ, обусловленный соответствием внутренних и внешних качеств субъекта, призванный обеспечить гармоничное взаимодействие субъекта с окружающим миром. Представляя собой систему взаимосвязанных характеристик субъекта, имидж становится средством решения личностных и профессиональных проблем [2, с.103]. Выделяют основные группы качеств, определяющих индивидуальный имидж:

Природные качества личности: коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, красноречие – то, что позволяет „нравиться людям”.

Качества личности, являющиеся следствием полученного образования: нравственные ценности, психическое здоровье, умение общаться, предупреждать и преодолевать конфликтные ситуации.

Характеристики личности, определяемые ее жизненным и профессиональным опытом [3].

В педагогической литературе [1] выделяют также следующие составные части имиджа:

1. Габитарная часть (от лат. *Habitus* – внешний вид): фигура, одежда, обувь, прическа, макияж.
2. Кинетическая часть, включающая в себя манеру двигаться, мимику, жестикуляцию, выражение лица, особенности взгляда.
3. Речевая часть, которую составляют уровень культуры устной и письменной речи, грамотность, стилистические характеристики, почерк.
4. Средовая часть, состоящая из среды обитания человека, созданной им самим (это может быть внутренний вид жилья, порядок и оформление рабочего кабинета).
5. Овеществленная часть – продукты труда конкретного человека.

Причем для получения информации о первых трех составных частях имиджа необходим личный контакт с человеком, представление же о четвертой и пятой его составных частях может быть получено в отсутствие человека. Все вместе эти атрибуты имиджа формируют личный имидж (представление о человеке как о личности) и профессиональный (мнение о нем как о профессионале).

С формированием собственного имиджа связано формирование знаний человека о себе самом. По Аронсону [5], к числу главных способов формирования знаний о самом себе являются:

1. Интроспекция или процесс, в котором человек заглядывает внутрь себя и исследует свои мысли, чувства и мотивы.

Когда люди осуществляют интроспекцию, мотивы их поведения могут быть скрыты от сознания. Теория сознания начинает реализовываться тогда, когда человек концентрирует внимание на себе самом, начиная оценивать собственное поведение и соотносить его со своими внутренними нормами и ценностями. Самосознание может припоминать нам, что мы не выполнили наши ожидания. Такая неудовлетворенность собой бывает болезненной, поэтому часто человек уходит от самоанализа, погружаясь в другие дела. Но когда мы в состоянии задействовать самосознание, то осуществляем наиболее точную диагностику своих чувств и черт характера.

Однако необходимо помнить о том, что наши схемы и теории не всегда уместны, а поэтому могут привести к ошибочным суждениям о причинах нашего поведения.

## 2. Наблюдение за собственным поведением.

Это один из способов формирования знаний о самом себе, раскрыть который можно с опорой на следующие теории:

Теория самовосприятия: когда мы не уверены в своих чувствах или в отношении к чему-либо, или имеем неоднозначную позицию, то получить правильный вывод о ситуации можно через наблюдение собственного поведения в этой ситуации. Причем чем больше примеров такого поведения найдем в себе, тем более будем убеждены в данной черте характера. В самовоспитании используются приемы:

- Гипотеза возвратного мимического влияния – изменение собственного выражения лица может повлечь за собой изменение испытываемых эмоций.
- Уменьшение – это сознательное недооценивание одной из причин нашего поведения, в то время когда другая является особенно выраженной и легко определяемой.
- Внутренняя мотивация – проявляется тогда, когда мы занимаемся чем-то не по причине давления извне или для достижения внешнего результата, а из-за того, что это нам нравится или доставляет удовольствие. Когда мы вовлечены в какую-либо деятельность по своей внутренней причине, мы сосредотачиваем все свое внимание на этой деятельности, блокируем восприятие других стимулов и концентрируемся без остатка, вследствие чего формируется чувство собственной значимости.
- Внешняя мотивация, или вовлеченность в какую-то деятельность вследствие внешних натисков или для внешнего результата. Если случается замещение внутренней мотивации внешними мотивами, это ведет к утрате интереса к действию.

Двухфакторная теория эмоций, основанная на том, что испытываемые эмоции являются результатом двухфазового процесса самовосприятия – сначала люди испытывают физиологическое возбуждение, а затем ищут ему разумное объяснение. Если приписывают это чувство возбуждения источнику эмоциональной природы, то переживают соответствующие эмоции. Причем реакция на очень сильное возбуждение обычно негативная, поскольку связанные с этим состояния не приятны. Здесь психологи предостерегают от ошибочного определения причин нашего возбуждения. Это ничто иное, как приписывание собственного возбуждения несоответствующему источнику, последствием чего является фальшивая или слишком сильная эмоция.

3. Схемы «Я», опирающиеся на наш прошлый опыт. Это организованные структуры знаний о нас самих, которые помогают нам понять, объяснить и предвидеть наше поведение. Одна из таких структур – автобиографическая память, содержащая фрагменты, касающиеся собственного поведения, мыслей и чувств, пережитых ранее. Она определяет наше поведение, и наоборот, наше поведение влияет на нашу автобиографическую память.

Схемы «Я» помогают нам организовать автобиографическую память о нашей деятельности в прошлом.

## 3. Социальное взаимодействие. В его рамках «работают» теории:

- ✓ «Я» отраженное – это восприятие себя глазами других людей и включение их мнения в структуру собственного «Я».
- ✓ Теория социального сравнения, согласно которой познаем свои собственные возможности и позиции через сравнение себя с другими. Мы прибегаем к социальному сравнению в тех случаях, когда нет объективного стандарта, критерия, в соответствии с которым можно было бы оценить себя, а также когда не уверены в себе в определенных обстоятельствах.
- ✓ Социальные сравнения, направленные вверх: сравниваем себя с людьми, которые превосходят нас по какой-то способности или черте характера. При этом мы как бы определяем для себя стандарт совершенства.
- ✓ Социальные сравнения, направленные вниз, – это сравнение себя с людьми, которые стоят ниже нас в рейтинге какой-то способности или черты. Целью таких социальных сравнений является получение чувства удовлетворенности собой, поддержки самого себя.

5. Руководство впечатлением. Это сознательное либо несознательное проектирование тщательно сконструированной презентации собственного «Я», которая создаст у окружающих определенное впечатление, соответствующее нашим целям или потребностям во взаимодействиях с другими людьми. Основным методом руководства впечатлением является самопрезентация. Самопрезентация – это попытка сообщить другим с помощью вербальных и невербальных средств о том, кем мы являемся на самом деле, либо за кого хотим быть приняты.

Ученые, занимавшиеся изучением самопрезентации, выделяют ее стратегии, не всегда позитивные, но тем не менее являющиеся в ряде моментов результативными:

Эдинбургская стратегия – создание впечатления, что работник не занимается ничем, кроме работы.

Гарвардская стратегия – основывается на создании трепета в состоянии коллег по работе через внушение им, что никогда ничему не учимся, но, несмотря на это получаем высокие оценки.

Предложение себя – процесс, основанный на том, что человек старается создать положительное впечатление о себе, описывая собственные таланты и демонстрируя свои знания.

«Купание в чужой славе» – стремление поправить мнение о себе через поддержание контактов с людьми, достигшими успеха.

Восхваление, угождение человеку, часто с более высоким социальным статусом, с целью возбуждения симпатии к себе.

Поиск оправданий возможного поражения – создание помех, препон и выдумывание оправданий самому себе, с тем, чтобы в случае неудачи располагать готовым объяснением [4, с. 202].

Изложенные в данной статье теоретические основы создания имиджа молодого специалиста могут быть использованы для построения модели имиджа как совокупности взаимосвязанных компонентов – внутреннего, внешнего и процессуального. Внутренний компонент составляют знания, умения, способности, ценности, самооценка, концепция «Я». Внешний компонент состоит из названных выше частей: габитарной, вербальной, кинетической, средовой, овеществленной. Процессуальный компонент представляет собой стиль осуществления социальных контактов в обществе.

#### Список использованных источников

1. Панасюк, А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь / А.Ю. Панасюк. – М. : Рипол Классик, 2007. – 769 с.
2. Педагогический энциклопедический словарь / ред. Б.М. Бим-Бад. – М. : Большая Рос. Энцикл., 2002. – 528 с.
3. Шепель, В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – М. : ЮНИТИ, 1997. – 390 с.
4. Niebrzydowski L. „O poznaniu i ocenianiu samego siebie” / Niebrzydowski L. – Warszawa, 2006. – 298 с.
5. Aronson E. Serce i umysl. Psychologia społeczna. / Aronson E. Warszawa, 2001. – 523 s.

УДК 159.923

## ЧЕЛОВЕК КАК СУБЪЕКТ СОВЛАДАНИЯ: ПРОБЛЕМА ВЫРАЖЕНИЯ ГНЕВА И АГРЕССИИ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

А.А. Макарова

*УО «ВГУ им. П.М. Машерова», г. Витебск, Республика Беларусь*

Совладание (англ. coping) – психические процессы и поведение, направленные на преодоление и переживание стрессовых (кризисных) ситуаций, особенно психосоциального характера. Несмотря на непрерывный характер социальной адаптации, ее обычно связывают с периодами кардинальной смены деятельности индивида и его социального окружения

Подростковый возраст характеризуется значительным расширением социального окружения, которое зачастую воспринимается как пугающее, незнакомое и опасное. Когнитивные успехи подросткового возраста приводят к фундаментальному пониманию того, что другие люди являются средоточием разнообразных чувств и мыслей. Это открывает путь гневу и тревоге, которые ранее не осознавались..

Гнев является одной из составляющей физической агрессии. Это специфическая кратковременная реакция индивида на несправедливую или недопустимую, по его мнению, фрустрацию, наступившую в результате насилия, угрозы его ценностям, оскорбления, деструктивной критики и т.п. Гнев