

**Министерство образования и науки РФ  
Томский государственный университет**

# **ИННОВАТИКА – 2010**

*Сборник материалов*

**VI Всероссийской научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых  
с элементами научной школы**

*12–16 апреля 2010 г.  
г. Томск, Россия*

## **Т. 2**

Под ред. проф. А.Н. Солдатова, доц. С.Л. Минькова

**Организаторы:**

- Томский государственный университет
- Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники
- Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства
- Сургутский государственный университет
- ООО «ЛИТТ»

При поддержке Администрации г. Томска и Томской области,  
Российского фонда фундаментальных исследований

**Томск  
2010**

# СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА

*И.Г. Кузьминых, Л.Л. Попова*

Томский государственный университет

Бесконечное разнообразие социальной жизни предусматривает наличие такого же множества вариантов, модификаций социальных технологий.

Социальные технологии рассматриваются как элемент человеческой культуры, возникающие эволюционно либо создаются искусственно. Их появление связано с потребностью быстрого и крупномасштабного тиражирования новых видов деятельности.

Понятие «технология» впервые появилось в Европе по одним источникам в 1772 г., по другим – 1777 г. В 40-е – 50-е гг. прошлого столетия происходит выделение технологии в самостоятельную научную дисциплину, отграничение ее от практической технологии и признание термина как самостоятельного понятия.

Социальная технология может рассматриваться: во-первых, как специально организованная область знания о способах и процедурах оптимизации жизнедеятельности человека в условиях нарастающей взаимозависимости, динамики и обновления общественных процессов; во-вторых, как способ осуществления деятельности на основе ее рационального разделения на процедуры и операции с их последующей координацией и синхронизацией и выбора оптимальных средств, методов их выполнения; в-третьих, как метод управления социальными процессами, обеспечивающий систему их воспроизводства в определенных параметрах – качества, свойства, объемы, целостности деятельности и т.п.

В описание технологий, составление их классификаций внесли свой вклад ряд таких ученых, как Е. Осипов, М. Флямер, Н. Хананашвили, В. Якимец и другие.

Из многочисленных определений отечественных и зарубежных ученых можно выделить основные особенности социальных технологий:

1. Социальная технология – это определенный способ достижения общественных целей.
2. Содержание этого способа состоит в пооперационном осуществлении деятельности.
3. Операции разрабатываются предварительно, сознательно и планомерно.

4. Эта разработка проводится на основе и с использованием научных знаний.

5. При разработке операций учитывается специфика области, в которой осуществляется деятельность.

6. Социальная технология выступает в двух формах: как проект, содержащий процедуры и операции, и как сама деятельность, построенная в соответствии с этим проектом.

7. Социальная технология – элемент человеческой культуры.

Социальная технология выступает в двух формах: как проект, содержащий процедуры и операции, и как сама деятельность, построенная в соответствии с этим проектом.

1) специально организованная область знания о способах и процедурах оптимизации жизнедеятельности человека в условиях нарастающей взаимозависимости, динамики и обновления общественных процессов;

2) способ осуществления деятельности на основе ее рационального расчленения на процедуры и операции с их последующей координацией и синхронизацией и выбора оптимальных средств и методов их выполнения;

3) метод управления социальными процессами, обеспечивающий систему их воспроизводства в определенных параметрах качества, свойства объема, целостности деятельности и т.п.

Объект социальной технологии: социальная группа, социальный институт, социальная организация, социальное отношение, социальное взаимодействие.

Жизненный цикл любой технологии, состоит из планирования, организации, мотивации, контроля, оценки, реализованных в определенный период времени.

Особенности социальной технологии «встроенность» в социальный проект, обеспечивающий ее гуманитарную составляющую, рефлексивный способ функционирования и высокая степень контекстуальности.

Социальная технология является составной частью методологии социального проекта. Социальные технологии позволяют формировать социальную реальность и достигать запланированных перемен на основе рациональных принципов деятельности.

Однако не стоит и преувеличивать ее роль. Технология, как последовательность этапов определенной деятельности обеспечивающая конкретный результат, реализуется в социуме каждый раз в новом контексте, который также подвержен динамике.

Особенностью социальной технологии является не жесткость ее конструкции. Нарушение технологического цикла может не привести к запланированному результату, исказить смысл технологии. В реализации социальной технологии процесс не менее важен, чем результат. Но и слепое следование ей, без учета долгосрочных целей, конкретных факторов и местных условий, возможных интересов и их конфликтов, всего сложного процесса социального взаимодействия не будет успешным и обратится в имитацию, бурную деятельность без результата.

Привлекательность любой технологии состоит в том, что она объективирует последовательность выполнения профессиональных действий, благодаря чему в итоге получается заранее программируемый результат. Предметно технология предстает в виде *технологической карты* как логически продуманной, имеющей финансовое, материальное и кадровое обеспечение документально оформленной процедуры создания конкретного продукта. Существует общая карта его создания. Имеются и ее составляющие: определенного производственного цикла, конкретного рабочего места, отдельных технологических операций.

Одним из направлений применения социальных технологий является формирование имиджа. Если на Западе проблему имиджа рассматривают уже более 50 лет, то в России понятие «имидж» стало предметом общественного внимания и научного анализа лишь в конце XX столетия. Массовый читатель был осведомлен в этой сфере благодаря отдельным популярным публикациям зарубежных практиков (П. Берд, Б. Джи, Л. Браун и др.). В середине 1990-х гг. появились и первые серьезные отечественные разработки по имиджированию, посвященные психологическим аспектам (М.В. Шепель, Г.Г. Почепцов, С.Е. Ананьев, А.Ю. Панасюк и др.).

Первые научные разработки, выполненные с прямым использованием категории «имидж», в отечественной науке были связаны с проблематикой лидерства и ориентированы преимущественно на изучение индивидуальных имиджей политиков и общественных деятелей, государственных служащих, телеведущих, учителей, педагогов высшей школы и др. (Е.И. Манякина, Е.В. Егоров-Гатман, А.Ю. Кошмаров, Р.Ф. Фурс, В.М. Мааркин и др.).

В настоящее время в имиджировании активно используются различные социальные *технологии*, то есть упорядоченные во времени и пространстве последовательность процессов социальной деятельности, совокупность навыков, методов, приемов, направленных на достижение определенной цели, реализацию социального заказа.

Существует высокоэффективная технология имиджирования, разработанная В. Шепелем, посредством телесно ориентированной терапии и личностно-центрированной психокоррекционной работы с учетом психологических закономерностей взаимосвязи духовной сущности и внешнего облика человека.

Имиджирование проводится в двух формах: групповой и индивидуальной.

*Групповая форма* осуществляется в виде групповых консультаций и занятий, основными задачами которых являются реклама современных средств и технологий имиджирования, информирование об основных приемах самоимиджирования, правилах предъявления новых элементов скорректированного имиджа в общении в рамках требований этикета.

*Индивидуальное имиджирование* бывает двух видов: телесно ориентированное и личностно ориентированное.

*Телесно ориентированное имиджирование* включает две стадии: моделирование (определение психотипа, подбор на основе результатов диагностики стрижки, макияжа, одежды, аксессуаров и пр.) и консультирование (обучение приемам овладения скорректированного имиджа и способам самоимиджирования)

*Личностно ориентированное имиджирование* представляет собой научно обоснованную и экспериментально апробированную технологию, включающую ряд самостоятельных этапов: 1) разработка идеального имиджа клиента, 2) формирование на этой основе развивающегося имиджа и навыков его предъявления, 3) обучение приемам самоимиджирования и создания имидж-ориентированной среды.

В процессе создания имиджа *выделяется несколько последовательных стадий*: создание *имитационного образа* – работа воображения, мыслительный анализ, воплощение идеального образа на бумаге, аудио- и видеопленке, отбор манер, анализ их совместимости со своей личностью. *Ролевой образ* предполагает практическое освоение, приобретение первичного опыта «нахождения» в образе, построение манер, тренировка овладения ими, обобщение, оценка. *Жизненный образ* – стереотип поведения в созданном образе, полная живаемость, обкатка манер, фиксация, корректировка.

В результате формируется определенная модель поведения личности. Модель, или *паттерн*, поведения – это комплекс поведенческих элементов. Существуют стратегические профессиональные модели поведения (врача, юриста, дипломата, учителя и т.д.) и тактические модели поведения – агрессивная, оборонительная, авторитарная и т.д.

Модель поведения избирается в соответствии со сформулированной идеей и чертами делового имиджа. Она может быть построена с учетом советов специалистов, личных наблюдений, литературных источников. Выбор модели зависит от цели, ситуации и возможностей личности. Так, поведение, в котором демонстрируется веселость и напористость может быть приемлемо с коллегами, но будет скорее раздражать начальника или клиента. Универсальные составляющие паттерна профессионального поведения – простая вежливость, дружелюбие.

В процессе имиджирования модели поведения вырабатываются с помощью специальных приемов. К ним относятся следующие: мысленное проигрывание вариантов поведения в тех или иных ситуациях, апробация в воображении; запись на видеомagneтoфон, анализ и коррекция; построение ролевых образов под конкретные ситуации; тренинг на практике; сбор и анализ сторонних оценок. Выработанные в процессе имиджирования модели поведения поддерживаются в процессе непрерывного самоконтроля и самооценки.

Таким образом, имидж – сложное явление, не только средство, инструмент управления. С помощью различных социальных технологий становится возможным целенаправленное формирование имиджа как объекта. Практическое значение персонального имиджирования состоит в том, что оно помогает человеку приобрести симпатии, сделать общение между людьми более комфортным, более эффективно воздействовать на других людей, увлечь их интересами своего дела, успешно реализовывать деловые цели и решать деловые проблемы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Панасюк А.Ю.* Я – ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. М.: Дело, 2003.
2. *Почепцов Г.Г.* Имиджология. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2002.
3. *Технологии корпоративного менеджмента:* Учеб. пособие / Под ред. И.В. Мишуровой, Н.Ф. Новосельской. М.: ИКЦ МарТ; Ростов н/Д: МарТ, 2004.
4. *Тимова Л.Г.* Технологии делового общения: Учеб. пособие М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
5. *Шарапов В.М., Шарапова Е.В.* Универсальные технологии управления. М.: Техносфера, 2006.