



## ИМИДЖ КАК СРЕДСТВО ВЛИЯНИЯ НА УВЕРЕННОСТЬ ЧЕЛОВЕКА

А.А. Шилова, студент,

e-mail: alex\_shilova@inbox.ru

ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет»

Н.Ю. Бугакова, доктор пед. наук, профессор

e-mail: bugakova@klgtu.ru

ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет»

Имидж является одним из главных факторов, формирующих уверенность человека в себе. Проведенные исследования показывают влияние имиджа на формирование уверенности человека, которое позволяет не только определить его потребности, но и дать позитивную оценку собственных навыков и умений. Автором разработана анкета и проведен опрос о роли имиджа в формировании уверенности. Полученные сведения позволяют оценить уровень сформированности уверенности индивидуума в зависимости от его должности на работе и внешнего вида, что указывает на результативность исследований. Показана корреляция между занимаемой должностью и мнением респондентов о влиянии внешнего вида на успехи в карьере.

*Ключевые слова:* имидж, уверенность, комфорт, благополучие

### ВВЕДЕНИЕ

Каждый из нас хотя бы раз в своей жизни задавался вопросом: «Уверен ли я в себе?». Ответ может быть неоднозначным: «уверен», «не уверен», «возможно» и т.д. Для того чтобы найти ответ на поставленный вопрос, необходимо определить, какие факторы формируют уверенность человека. Таковыми могут являться окружающие нас люди, сила воли, внутренний голос, уровень сомнений, а также страха.

Одним из самых важных факторов является имидж человека. Имидж (от англ. – «образ», «изображение», «отражение») – это совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом [1]. Именно образ личности человека, порой созданный нами искусственно, позволяет в обществе привлечь к себе внимание. В современных реалиях правильно созданный имидж – это залог успеха. Он помогает нам при устройстве на работу, знакомстве, создании своего бизнеса или ведении переговоров. Ведь если вы производите на людей впечатление эрудированного, ухоженного человека, вы сможете легко добиться желаемого, а также будете себя чувствовать на сто процентов уверенным в себе. В России имидж стал предметом общественного внимания и научного анализа в конце XX в. В середине 1990-х гг. были предприняты первые серьезные отечественные разработки по имиджированию Е.В. Гришуниной, Ф.А. Кузина, Е.И. Манякиной, Л.М. Митиной, В.Д. Попова, Р.Ф. Ромашкиной, Б.Г. Ушикова, И.А. Федорова, В.М. Шепеля и др. [2].

Актуальность влияния имиджа на уверенность человека не вызывает сомнения. Ведь мы каждый день при выборе прически и одежды по утрам определяем уровень своего комфорта в течение дня. Стоит отметить, что Топоркова Л.М. и Теплякова Л.П. изучали «Влияние имиджа на самооценку», в их исследованиях прослеживается очень хорошая закономерность [2]. У человека под влиянием оценки окружающих постепенно складывается собственное отношение к себе, а также самооценка. Формирование нормальной (адекватной) самооценки напрямую зависит от общественного мнения.

Уверенность в себе – это свойство личности, в основе которого лежит позитивная оценка человеком собственных навыков и умений, как достаточных для достижения целей и удовлетворения собственных потребностей [3]. Она является главным свойством в формировании психологического благополучия человека. Уверенность в себе позволяет человеку поддерживать чувство собственного достоинства, относиться к себе с уважением, строить открытые и честные отношения с другими. Основой для создания уверенности в себе является позитивный опыт при решении определенных задач. Это может быть что угодно в обычной жизни, будь то обычная задача по физике, или даже экономический проект. Любой положительный исход из любой ситуации добавляет уверенности в себе.

Проблема исследования состоит в изучении факторов, влияющих на уверенность человека, определении личностного имиджа как средства формирования уверенности.

## **ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Объектом исследования в данной работе является имидж человека.

Предметом исследования является формирование уверенности человека и ее связь с имиджем.

## **ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Изучение влияния имиджа человека на формирование его уверенности в себе. Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

- разработать анкету, основываясь на ретроспективном методе регистрации (анализе частоты потребления), для изучения влияния имиджа на уверенность в себе;
- провести анкетирование среди жителей Калининграда и области в соответствии с определенной выборкой, позволяющей с вероятностью 95,4 % говорить о достоверности полученных данных;
- провести анализ данных опрошенных респондентов.

## **МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Для изучения особенностей имиджа как средства влияния на уверенность человека был использован ретроспективный метод регистрации (метод анализа частоты потребления), разработана анкета, позволяющая провести одномоментный поперечный анализ жителей Калининградской области. Анкетирование было проведено с использованием программы Google Формы. Обработку данных производили в приложениях MS Excel, Google Таблицы с применением сводных таблиц.

Было опрошено 160 респондентов.

Объем выборки из генеральной совокупности 1 027,678 тыс. жителей Калининградской области на 2022 г. (данные Калининградстат) обеспечивает достоверность предоставленных данных с вероятностью  $P = 0,954$  и величине предельной ошибки  $\Delta = 0,1$  % (не превышающей 10 % выборочной доли). Выборка рассчитана по формуле, где значение выборочной доли  $w$  соответствует доле трудоспособного населения от генеральной совокупности:

$$n = \frac{2^2 * w * (1-w) * 1027,678}{1027,678 * 0.04539^2 + 2^2 * w * (1-w)} = 160 \text{ человек.}$$

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

В анкетировании принимали участие 160 респондентов. Из которых 81,3 % женщины, 18,8 % мужчины. Возраст 18-29 лет (60 % от числа опрошиваемых), 30-44 года (18,8 % от числа опрошиваемых), 45-64 года (8,1 % от числа опрошиваемых), 65 и старше (5,6 % от числа опрошиваемых), до 18 лет (7,5 % от числа опрошиваемых). 24 % всех опрошиваемых респондентов занимают руководящую должность, 76 % сотрудники. Социальный статус участников анкетирования: студенты (57,5 %), работники бюджетной сферы (15,6 %), работники сферы услуг (11,9 %), предприниматели (5 %), государственные служащие (2,5 %), неработающие респонденты (4,4 %).

На рисунке 1 представлены данные о наличии имиджа/стиля у участников анкетирования.

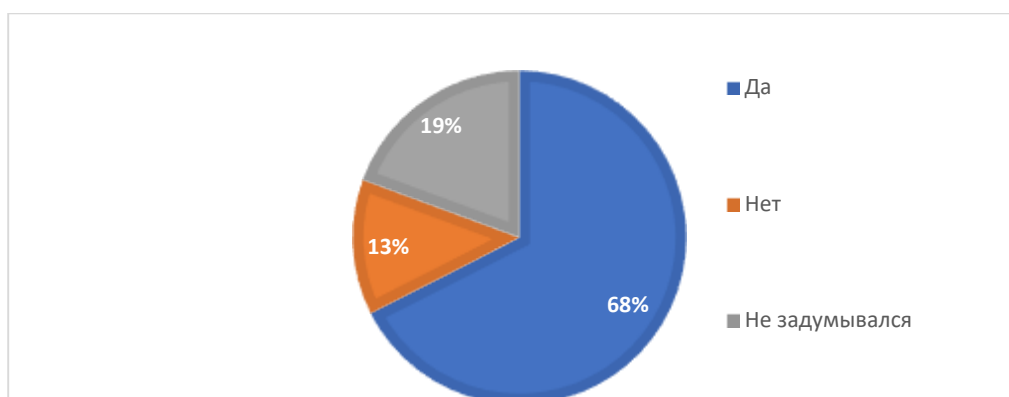


Рисунок 1 – Наличие имиджа/стиля, %

Из представленных данных видно, что большинство опрошенных респондентов (68 %) считают, что у них есть свой имидж/стиль. 19 % вообще не задумывались об этом. 13 % отметили отсутствие определенного имиджа/стиля.

На рисунке 2 представлены данные, позволяющие понять, сколько % респондентов уверены в себе.

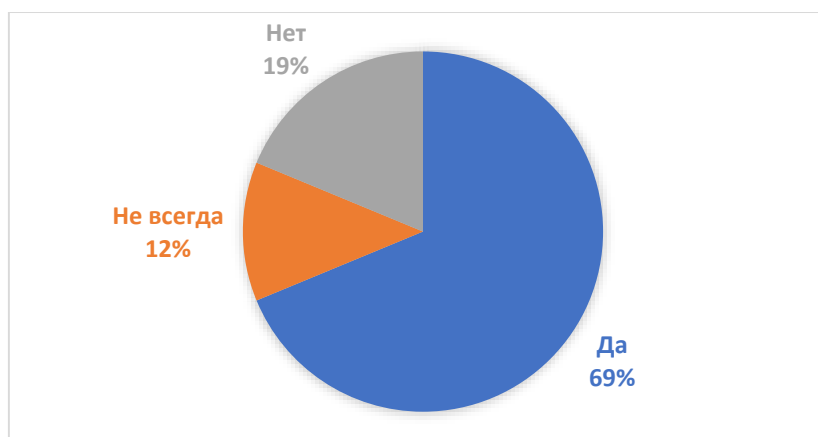


Рисунок 2 – Наличие уверенности в себе, %.

Анализируя данные, можно с уверенностью сказать, что преобладающее количество респондентов уверены в себе (69 %). 12 % отмечают, что не всегда испытывают это чувство, и 19 % опрошиваемых абсолютно не уверены в себе.

На рисунке 3 представлена информация, позволяющая понять, влияет ли внешний вид опрошенных на их настроение.

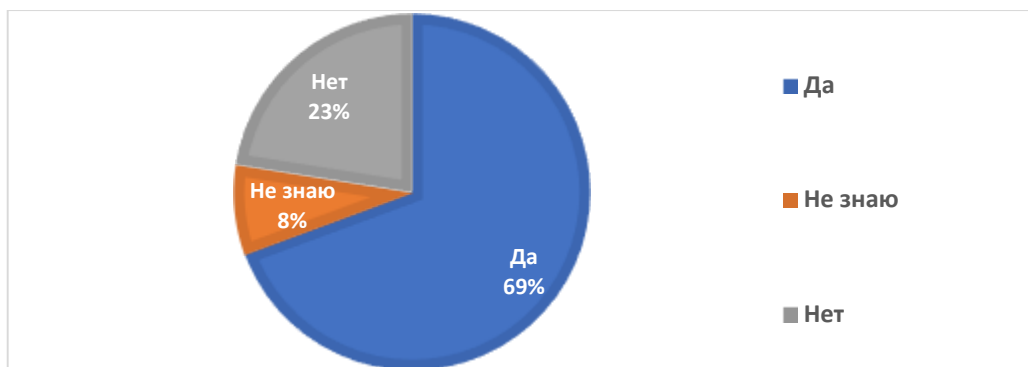


Рисунок 3 – Зависимость настроения от внешнего вида.

Производя анализ данных, можно заметить, что преобладающее количество (69 %) респондентов уверены в прямой зависимости настроения от внешнего вида. 23 % считают, что внешний вид никак не влияет на их настроение. И 8 % респондентов не знают ответа на данный вопрос.

Интересно заметить, что большинство участников анкетирования (71,3 %) переживают, когда плохо выглядят. 22,5 % не испытывают тревоги в этот момент, и 6,3 % не задумывались о том, что они чувствуют, когда плохо выглядят. Чуть больше половины опрошенных (51 %) беспокоятся о том, что об их внешнем виде подумают люди. 41 % не знают ответа на поставленный вопрос. А 8 % также отметили, что для них абсолютно неважно, что об их внешнем виде думают окружающие.

При анализе данных анкетирования был выявлен еще один интересный факт. На вопрос «Как вы считаете, могут ли вещи рассказать о своём владельце больше, чем скажет о себе он сам?», преобладающее число респондентов (61 %) ответили положительно, и лишь 11 % дали отрицательный ответ.

В таблице 1 представлены данные, которые показывают, какие факторы наиболее значимы в формировании имиджа респондентов, (%).

Таблица 1 – Значимость факторов в формировании имиджа человека

Факторы, влияющие на имидж	Баллы (где 5 – самый важный, 1 – совсем не важный)					Значимость
	1	2	3	4	5	
Звучание вашего голоса	6,9	15,6	26,9	28,1	22,5	8
Искусство общения (письменная и устная речь)	0,6	3,8	18,1	22,5	55,0	3
Умение произвести первое впечатление	3,8	7,5	18,1	20,6	50,0	4
Умение вести себя за столом	2,5	8,1	21,9	30,0	37,5	6
Рукопожатие, осанка	3,1	12,5	26,9	28,1	29,4	7
Уход за собой (волосы, кожа, руки)	0,0	3,1	18,8	17,5	60,6	2
Одежда и индивидуальный стиль (в одежде)	1,9	6,9	19,4	30,6	41,3	5
Манеры поведения	1,3	0,6	18,8	13,1	66,3	1

Наиболее значимым фактором в формировании имиджа для респондентов являются манеры поведения (66,3 %), также немаловажным для опрошенных оказался уход за собой (60,6 %). Далее респонденты отметили искусство общения (письменная и устная речь) (55 %) и умение произвести первое впечатление (50 %). Однако практически неважны оказались рукопожатие, осанка (29,4 %) и звучание голоса (22,5 %).

При ответе на вопрос о важности работы на своей речи, для более уверенного выступления на публике, почти все участники анкетирования (94,5 %) ответили положительно. Лишь 3,4 % ответили отрицательно. А 2,1 % респондентов не знают ответа на данный вопрос.

На рисунке 4 представлены данные, позволяющие понять, влияет ли внешний вид респондентов на их уверенность в себе.

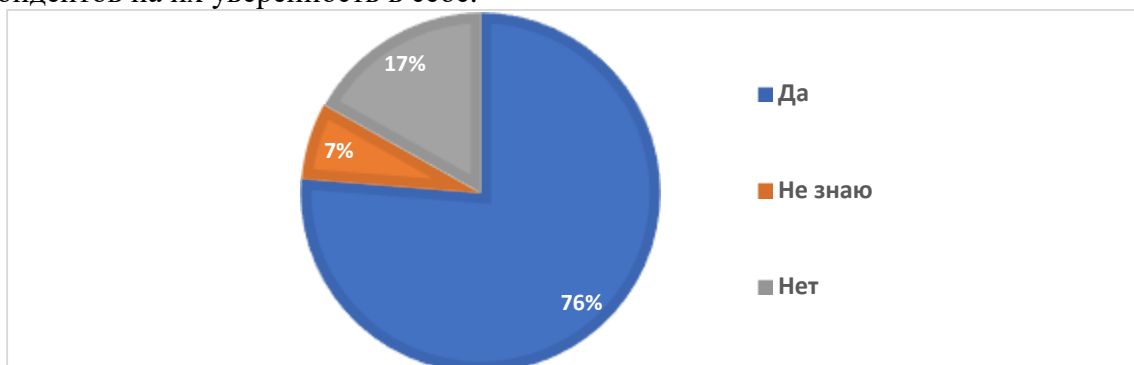


Рисунок 4 – Влияние внешнего вида на уверенность в себе, %.

Анализируя данные важно заметить, что 76 % опрошиваемых отметили непосредственное влияние внешнего вида на уверенность в себе. 7 % не знают ответа на данный вопрос. И только 17 % указали, что внешний вид никак не влияет на их уверенность в себе. Интересным наблюдением стало то, что именно респонденты, занимающие руководящие должности, ответили, что внешний вид влияет на их уверенность в себе.

Таблица 2 содержит данные, позволяющие понять, насколько важным является влияние внешнего вида респондентов (одежда, обувь, причёска) при формировании уверенности в себе.

Таблица 2 – Значимость влияния внешнего вида человека (одежда, обувь, причёска, осанка) на его уверенность в себе, %

Значимость фактора	% от числа опрошенных респондентов
40-60%	13
60-80%	43
80-100%	44
Итого	100

Полученные данные хорошо коррелируют с данными в таблице 1 по влиянию внешнего вида (одежда, обувь, причёска) на имидж.

По итогам анализа рисунков 3, 4 и таблиц 1 и 2 стоит отметить, что большинство респондентов чувствуют себя уверенно именно тогда, когда хорошо выглядят. В этот момент у них нет беспокойства по поводу того, что об их внешнем виде подумают окружающие. Это доказывает, что уверенность большинства участников анкетирования напрямую зависит от их внешнего вида.

Рисунок 5 содержит в себе информацию о том, что думают респонденты о влиянии внешнего вида на успехи в карьере.

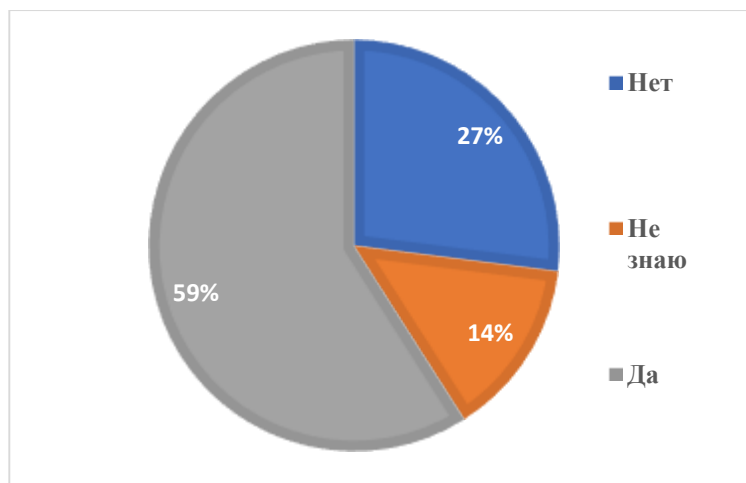


Рисунок 5 – Влияние внешнего вида на успехи в карьере, %.

Из рисунка 5 видно, что большее количество респондентов (59 % от числа опрошенных) считают, что внешний вид влияет на успех карьеры. Почти треть уверена, что внешний вид не связан с продвижением по карьерной лестнице. Только 14 % опрошенных не могут ответить на этот вопрос. Стоит отметить, что большинство респондентов, отметивших влияние внешнего вида на успехи в карьере, занимают руководящую должность.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- 1) Показано, что внешний вид человека напрямую влияет на настроение и уверенность в себе (69 % и 76 % опрошенных соответственно).
- 2) Выявлена корреляция между занимаемой должностью респондентов и их мнением о влиянии внешнего вида на успехи в карьере. 75 % опрошиваемых, занимающих руководящую должность, в вопросе о влиянии внешнего вида на успех в карьере дали положительный ответ.
- 3) Показано, что наиболее значимыми факторами, формирующими имидж человека, являются манеры поведения, уход за собой, искусство общения (письменная и устная речь).

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Валеева, О.Н. Педагогический потенциал образовательной организации как средство формирования имиджа студента: дис. ... канд. пед. наук / О.Н. Валеева. – Оренбург, 2016. – 183 с.
2. Вечедов, Д.М. Формирование имиджа учителя в процессе обучения студентов в колледже / Д.М. Вечедов, А.Д. Вечедова // СПО. – 2011. – No 5. – С. 64-67.
3. Абрамова, Г. С. Возрастная психология: учебник для студентов вузов. / Г. С. Абрамова // Психологический журнал. – 2001. – No 5. – С. 44–50.

### IMAGE AS A MEANS OF INFLUENCING A PERSON'S CONFIDENCE

A.A.Shilova, student,  
 e-mail:alex\_shilova@inbox.ru  
 Kaliningrad State Technical University

N.Y.Bugakova, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor  
 e-mail:bugakova@klgtu.ru

Image is one of the main factors that form a person's self-confidence. The conducted studies show the influence of image on the formation of a person's confidence, which allows not only to determine his needs, but also to give a positive assessment of his own skills and abilities of personal image. The author has developed a questionnaire and conducted a survey on the role of image in the formation of human confidence. The information obtained allows us to assess the level of confidence formation of an individual depending on his position at work and appearance, which indicates the effectiveness of research. The correlation between the position held and the respondents' opinion about the influence of appearance on career success is shown.

***Keywords:*** *image, confidence, comfort, well-being*