



Личный имидж

Обзор

1. Сущность и структура понятия “имидж”;
2. Глубинные характеристики имиджа;
3. Функции имиджа и имиджевые эффекты;
4. Типология имиджа.

Имиджелогия

- наука, занимающаяся изучением закономерностей формирования и воздействия внешнего облика человека на психику людей, их восприятие и поведение;
- выделяет основные аспекты обаятельного облика;
- изучает вопросы оптимизации взаимоотношений людей друг с другом

Что такое имидж?

1. Э. Гоффманн: *искусство управлять впечатлением;*
2. В.М. Шепель: *форма жизнепроявления* человека, с помощью которой на люди выставляются *сильнодействующие личностно-деловые характеристики;*
3. Е.В. Змановская: *эмоционально-окрашенный публичный образ* кого-либо, принимающий *форму стереотипа;*
4. А. Пелих, Т. Кизилова: *оценка морально-личностных, интеллектуальных, профессиональных качеств* окружающими людьми, умение держаться в деловой и неофициальной обстановке

ИМИДЖ:

- формируется в *процессе взаимодействия людей*;
- *требует специальных усилий* со стороны носителя;
- имеет *символическую* форму;
- *вариабельный*;
- имеет характер *стереотипа*;
- включает *ограниченное количество компонентов*;
- *эмоционально окрашенный* (зависит от эмоциональных реакций)
- *прагматичный* (создается для конкретных целей)

Имидж как социальный стереотип

- *Позитивные стороны:*
- ускоряют восприятие;
- приобретают форму полезного знания;
- ориентируют в социальных ценностях
- *Негативные стороны:*
- сужают восприятие;
- формируют неточное или ложное мнение

Устойчивые социальные стереотипы

• Гендерные:

- женщины -слабый пол;
- предназначение женщины – быть матерью и женой;
- все женщины хотят выйти замуж;
- умная женщина не может быть счастлива в личной жизни;
- мужчины не плачут;
- мужчина имеет право на то, на что не имеет права женщина

• Возрастные:

- все дети – чисты душой;
- все подростки – трудные;
- молодые люди легкомысленны;
- сороколетние мужчины пребывают в кризисе;
- старики -ворчуны



- Культурный стереотип восприятия:
- высокий мужчина;
- невысокая женщина

Структура имиджа:

В.М. Шепель:

- коммуникабельность,
- эмпатичность,
- рефлексивность,
- красноречивость;
- биоэнергетика (флюидное излучение)
- нравственные ценности (воспитанность)
- психическое здоровье;
- жизненный и профессиональный опыт;
- эрудиция

личное
обаяние

Структура имиджа по Змановской Е.В.

1. Внешний облик

- физические данные;
- костюм (одежда, обувь);
- манера поведения, жесты, взгляд, мимика;
- особенности голоса; запах.

2. Имиджевая символика

- личные символы (имя, цвет);
- личная атрибутика;
- социальные символы (деньги, марка машины. положение в обществе)

3. Социально-ролевые характеристики:

- ∞ - репутация, амплуа (разыгрываемая социальная роль);
- ∞ - миссия (полезность для общества)

4. Индивидуально-личностные свойства: профессионально-важные качества;

- стиль взаимоотношения с людьми; пропагандируемые идеи и базовые ценности

Структура имиджа

- **И. Ладанов:**

- - уверенность в себе;
- позитивная энергетика

- **И.Носков**

- *поле*

жизнедеятельности
(положение, круг знакомых, увлечения)

- *психологические характеристики*
(интеллект, воля, информированность, самооценка)

- **Г.Нолл, К. Тенкерслей:**

- - коммуникативные способности
(письменные и устные формы выступления)
- - ухоженность (элементы личной гигиены);
- - внешний облик (фигура, физическая форма, одежда);
- хорошие манеры

Глубинные характеристики имиджа



- **Близость:**
доступность образа,
его *способность*
вызывать
ощущение свой

Глубинные характеристики имиджа



- *Экспрессивность:*
ПЫЛКОСТЬ,
ДИНАМИЧНОСТЬ,
ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ,
яркость образа

Глубинные характеристики имиджа:



- ***Сексуальность***
(эротичность):
чувственность
образа, способность
притягивать и
стимулировать
возбуждение







Глубинные характеристики имиджа



- ***Доминантность:***
властность, сила
образа, его
способность вызывать
желание подчиняться
и следовать за
прототипом

Глубинные характеристики имиджа



Агрессивность:
разрушительный
потенциал,
способность
вызывать страх и
провоцировать гнев

Глубинные характеристики имиджа



- ***Эталонность:***
воплощение в имидже
родительских
предписаний,
доминирующих
социальных ценностей и
установок

Глубинные характеристики имиджа



- *Архетипичность:*
отражение в образе
древнейших
представлений и
ИМПУЛЬСОВ

Архетипы

- Архетип (от греч. arche -начало; typos – образ) связывают с *бессознательной активностью* людей;
- *глубинный*, начальный *образ*, который человек воспринимает *интуитивным путем*;
- архетипы являются *врожденными психическими структурами*, находящимися в глубинах коллективного бессознательного;
- К.Юнг понимал архетип как *концентрированное выражение психической энергии*; подчеркивал его символический характер
- К.Юнг первым увидел аналогию между архетипом и образцами поведения.

Ангел



- Чистота, непогрешимость, претензия на истину;
- *нравственность*

Дитя

- *Оптимистичность*
Спонтанность,
Неустойчивость
интересов
Эмоциональная
вовлеченность
- **Любопытство**



Маг



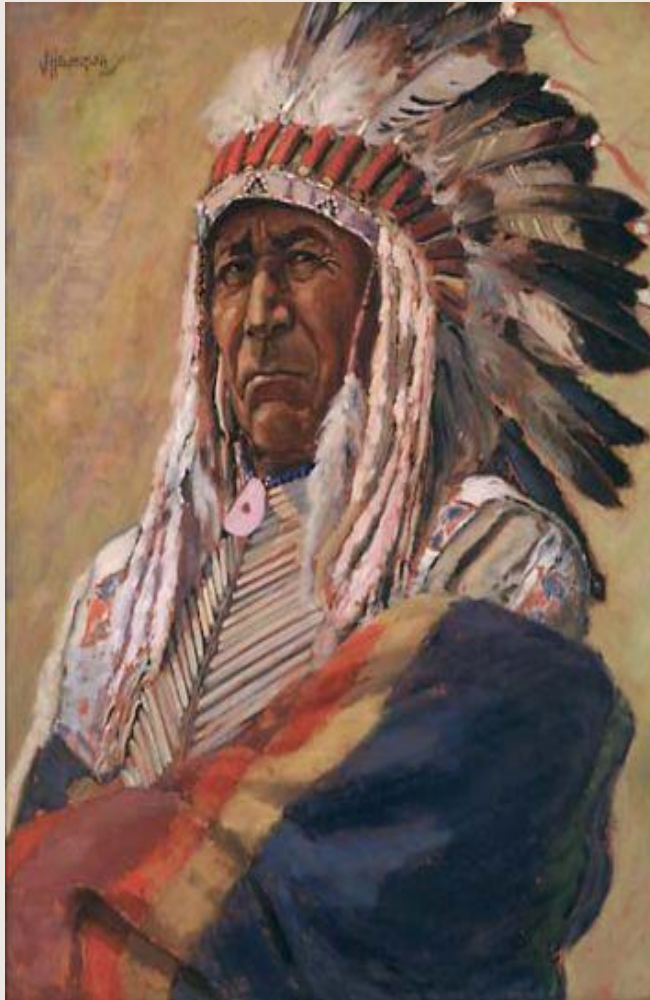
- умение сделать невозможное, сотворить чудо;
- *уверенность*

Герой



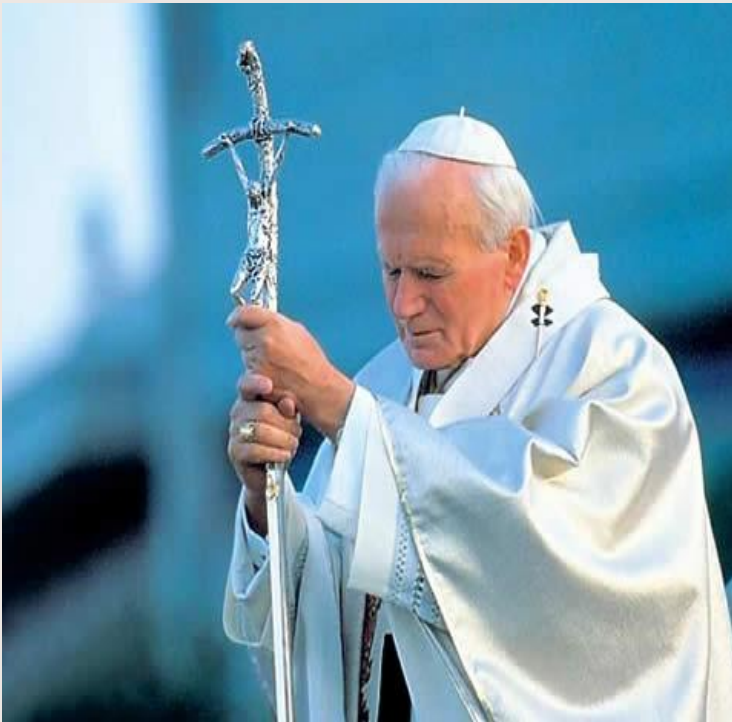
- Сила,
мужественность,
ГОТОВНОСТЬ К
самопожертвованию;
- *смелость*

ВОЖДЬ



- мудрость, умение
взять на себя
ответственность;
- *лидерство*

Отец



- Сила, строгость, требовательность
- *Активность*

Мать



- Доброта, забота, внимание;
- *любовь*

ДЬЯВОЛ



- Сила, которой трудно противостоять;
- *агрессия*

Архетип низкой престижности

- быстрые, резкие движения, семенящая походка, громкий голос или смех, бурное проявление эмоций, бегающий взгляд – вертлявый, юлящий черт



Архетип высокой престижности



- замедленность движений (вплоть до полной неподвижности, статичность), тихий голос, сдержанность в движениях, прямой, неподвижный взгляд, сведенная к минимуму жестикуляция;
- усеченность в движениях

Архетипы

- человек может иметь несколько архетипов, как доминирующих базовых устремлений (необходимы для публичности, социального успеха и признания);
- сочетание женского и мужского начала, с сохранением собственной полоролевой доминанты - идеально для стрессоустойчивости и публичного успеха.

Харизма



- харизматический имидж вызывает сильные иррациональные переживания людей, сравнимые со *священным трепетом*;

Харизма



- М.Вебер: « качество личности, признаваемое **необычным**, благодаря которому она воспринимается как **одаренная сверхъестественными способностями**, специфическими или особыми силами, недоступными другим»

Харизматическая личность



- Исключительные волевые способности;
- лидер, выступающий за свои интересы и интересы своей касты;
- бойцовские качества;
- идеологическое поле;
- аскетизм;
- безразличие к роду деятельности и ее морально-этическому содержанию;
- способность вызывать «бинарный аффект»

Харизматический имидж



- привлекает внимание;
- вызывает сильные чувства;
- удовлетворяет явные и скрытые потребности;
- предлагает идеи;
- убеждает;
- демонстрирует уверенность;
- ведет за собой

Имиджевые цели и эффекты:

- 1. Привлечь внимание, выделиться из общей массы (*яркость*)
- 2. Вызвать ощущение простоты, однозначности и близости (*понятность*);
- 3. Расположить к себе, сформировать ощущение симпатии и доверия (*позитивность*);
- 4. Вызвать ощущение силы, значительности и авторитета (*влиятельность*);
- 5. Запомниться, стать узнаваемым и привычным (*популярность*)

Яркость



- внешняя броскость;
- необычная внешность;
- оригинальное поведение;
- физическая красота;
- яркие идеи;
- выразительная речь

Понятность



- прост и доступен;
- не вызывает напряжения;
- и порождает ощущение безопасности;
- способствует появлению ощущения сходства с прототипом.

Позитивность



- *вызывает позитивные чувства: любовь, интерес, симпатию, уважение, доверие;*
- *обращенность к общечеловеческим ценностям;*
- *колоссальная позитивная энергия*

Влиятельность



- возбуждает *сильные чувства;*
- ассоциируется с *силой и значительностью;*
- побуждает к *конкретным действиям;*
- приводит к *изменению в людях и окружающем мире*

Популярность



- *Насколько привлекателен и любим конкретный человек в конкретной аудитории;*
- *степень привлечения внимания;*
- *степень узнаваемости образа*

Популярность может достигаться:



- *усилением личной привлекательности;*
- *увеличением частоты появления перед имиджевой аудиторией;*
- *позиционированием своих преимуществ и ЛИЧНЫХ ДОСТОИНСТВ и особенностей;*
- *использованием запоминающихся деталей одежды или ВНЕШНОСТИ*

Популярность может достигаться:



- *Эпатажем* –
стимулированием
сильных эмоцией

Органичность



- указывает на степень *его соответствия своему прототипу*;
- человек с **конгруэнтным** имиджем ощущает *комфорт и раскованность*;
- у окружающих возникает **чувство доверия и комфорта**

Неорганичность



- *Искусственный имидж, навязанный человеку, делает его противоречивым, неестественным, отталкивающим*

Позитивный имидж

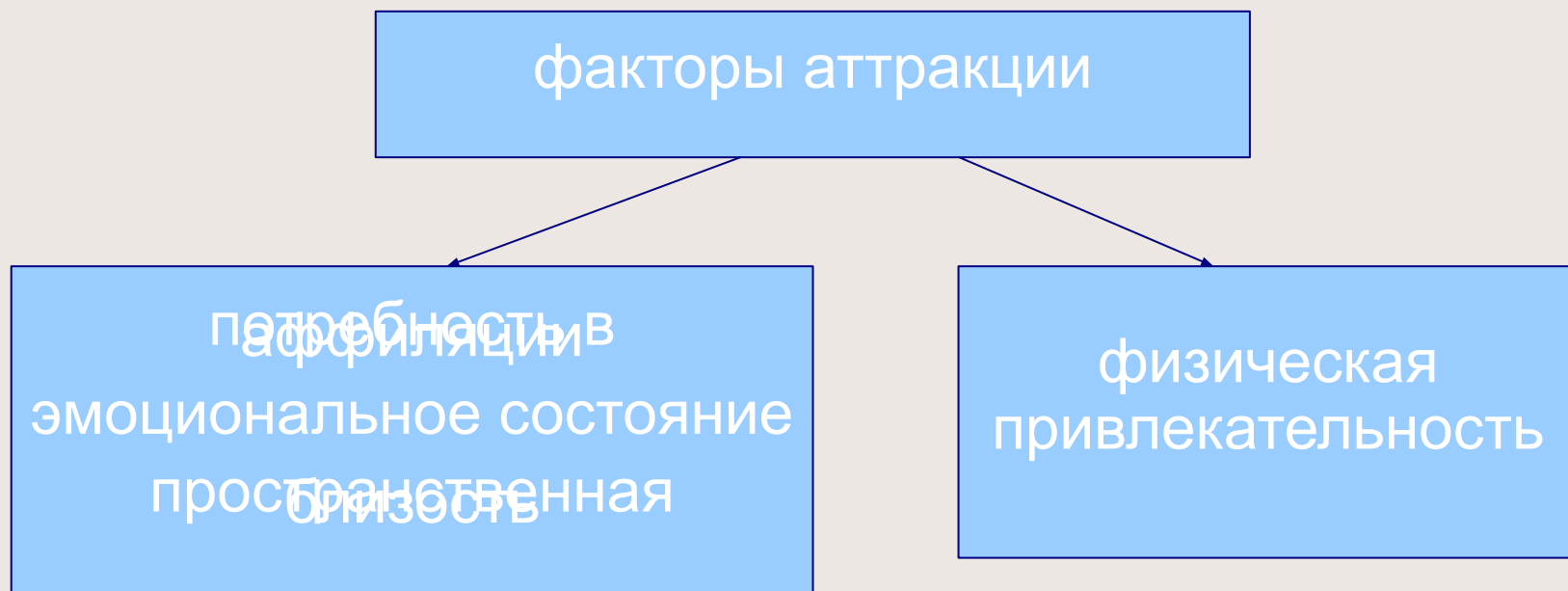
Аттракция

Фасцинация

Ассертивность

Аттракция

- от лат. *attrahere* -привлекать, притягивать;
- умение нравиться другим людям, процесс формирования *привлекательности*



Привлекательные люди

- веселы, жизнерадостны и оптимистичны;
- быстро вызывают человека на разговор о нем самом;
- уверены в себе, дружелюбны и контактны;
- откликаются на просьбы;
- приятны внешне (эстетичны, со вкусом одеты)



Фасцинация

- (от англ. fascination – очарование) – специально *организованное вербальное воздействие на поведение человека* с целью формирования доверия и повышения эффективности взаимодействия информации
- В момент взаимодействия фасцинация осуществляется *через приятный тембр голоса, контакт глаз, улыбку*, предназначенные для уменьшения потерь значимой информации при восприятии сообщения.

Ассертивность

- *ассертивность (assert - утверждать) - уверенное поведение, умение постоять за себя в межличностных отношениях, защищая свои права и уважая права других (я важен, вы важны, мы важны).*
- *Отсутствие ассертивности может помешать человеку достичь цели и снизить его самооценку*
- *В общении ассертивные люди не манипулируют психикой другого человека*

Характеристики асертивного поведения:

- *асертивные люди подчеркивают, что выражаемые мысли и чувства принадлежат им;*
- *не используют угрозы, оценки или высказывания, не допускающие возражений;*
- *смотрят собеседникам в глаза, не прячут взгляд, не раскачиваются взад и вперед, не сутулятся и не используют других сигналов, которые могут быть восприняты как нерешительность;*
- *говорят твердо, с нормальной высотой и силой голоса, в нормальном темпе;*

Типология имиджа

- ***Самоимидж*** вытекает из прошлого опыта, отражает нынешнее состояние самоуважения, существенно преувеличивает и конденсирует положительные качества и свойства;
- ***воспринимаемый имидж*** – то, как на видят другие;
- ***требуемый имидж***: ряд профессий требует определенных имиджевых характеристик (судьи, военные);
- ***желаемый имидж*** – исходит из идеала, из желаний и стремлений, опирается на архетип лидера.

Желаемый имидж



- семейственность;
- общительность;
- демократизм;
- неофициальность;
- спокойствие;
- доверительность;
- дружелюбие;
- типичный образ жизни (упорядоченность, здоровье, деятельный характер);
- простой язык;
- надежность; чувство юмора

Мужской имидж



- подчеркиваются маскулинные характеристики:
- агрессивность;
- решительность;
- наступательность;
- доминантность;
- храбрость;
- презрение к мелочам

Гендерные особенности мужского поведения

- **высокие показатели:**
- ***предметной эргичности*** (широта сферы деятельности, жизненного тонуса, активности);
- ***пластичности*** (степень переключения с одних программ поведения на другие);
- ***индивидуального темпа*** выполнения операций при осуществлении предметной деятельности;
- основные достижения измеряются профессиональными успехами, личное счастье на втором плане.

Женский имидж



- МЯГКОСТЬ,
- ОТЗЫВЧИВОСТЬ,
- ДОБРОСЕРДЕЧНОСТЬ;
- ПОКРОВИТЕЛЬСТВО;
- ЛЮБОВЬ

Гендерные особенности женского поведения

- **высокие показатели:**
- ***социальной пластичности*** (переключаемость в общении, склонность к взаимодействию);
- ***социальной эмоциональности*** (чувствительность к неудачам, неуверенность, тревога);
- ***распознавание эмоциональных сообщений.***
- Мерило жизненного успеха – ***отношения с другими людьми***; одиночество рассматривается как несчастье;
- профессиональные неудачи не абстрагируются на всю жизнь



- Высокообразованные женщины обнаруживают
- большие маскулинные характеристики (в поведении и внешности)



- Мужчины, у которых развиты интересы культурного и художественного содержания
- демонстрируют феминные показатели

Восприятие женщин

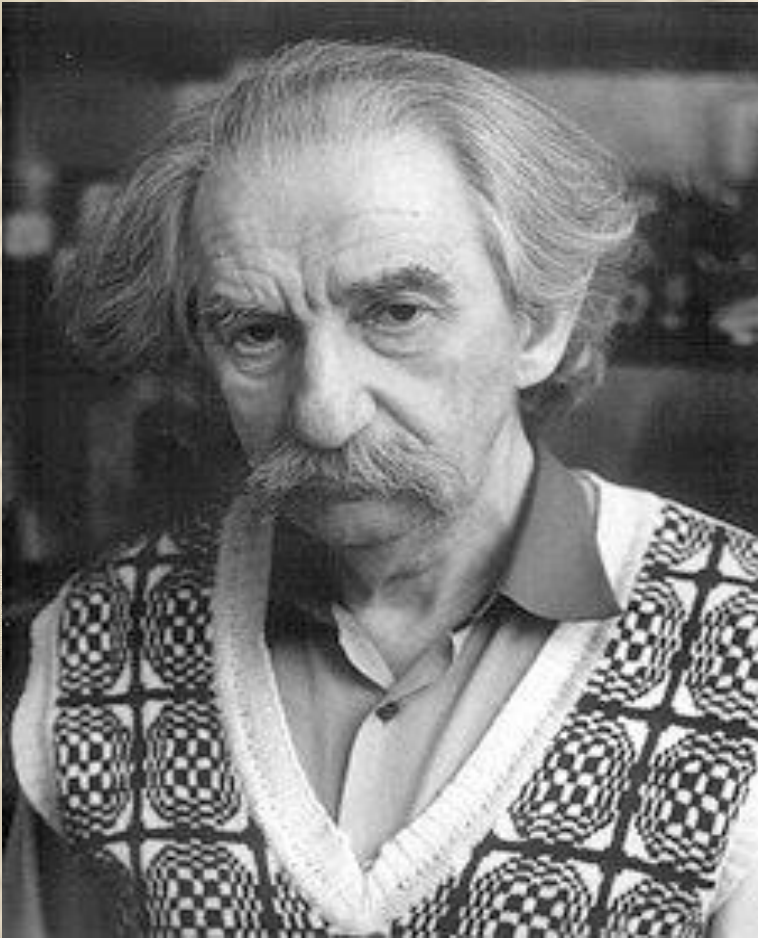
- **мужчины** обращают внимание на:
- **наличие сексуальной привлекательности**, детали одежды, грудь, ноги, т.е. тем притягательным качествам, которые связаны с ее репродуктивными функциями; также оцениваются *способности женщины к лидерству, профессиональные успехи*;
- **предметом внимания и зависти женщин** является:
 - привлекательная внешность,
 - хорошая фигура,
 - интересная работа,
 - молодость,
 - хороший муж,
 - элегантная одежда;
 - материальная независимость

Восприятие мужчин женщинами



- интеллект,
- благородство,
- мужественность;
- социо-экономический статус мужчины, его положение в обществе, престиж, богатство ценятся намного больше, чем мужская привлекательность

Имидж интеллигента



- неброская внешность;
- подчеркнутая деликатность;
- рефлексивность;
- жертвенное самоотречение;
- поиск духовной свободы, духовного роста;
- презрение к толпе, суете, карьеризму, политиканству

Имидж ученого



- акцентирует аналитичность;
- постоянный интеллектуальный поиск;
- положение в научном и преподавательском мире;
- связь с отечественной и зарубежной интеллектуальной традицией

Имидж руководителя



- *влиятельность;*
- *понятность;*
- *позитивность;*
- при достижении триединого эффекта существенно повышается удовлетворение не только руководителем, но и организацией в целом

Имидж воспитателя

- Понятность
- Позитивность
- Естественность



Функции имиджа:

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ

- *межличностной адаптации* — благодаря правильно выбранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду;
- *высвечивание лучших и затенение негативных личностно-деловых качеств;*
- *организация внимания;*
- *преодоление возрастных рубежей удачно выбирая модели поведения можно комфортно себя чувствовать с людьми разного статуса и положения.*

Функции имиджа

• ЦЕННОСТНЫЕ:

- личностно-возвышающая - благодаря созданию вокруг личности ореола привлекательности, она становится социально востребованной;*
- комфортизация межличностных отношений*
- психотерапевтическая – благодаря осознанию своей индивидуальности, незаурядности, личность приобретает мажорное настроение и уверенность в себе*

Эффективный имидж

- *управляемость* (необходима работа по диагностике и коррекции имиджа) ;
- *результативность* (определяется задачами деятельности и аудитории);
- *позитивность* (соответствие имиджа позитивным ценностям большинства);
- *гармоничность* (максимально отражать особенности и достоинства конкретного человека, ориентация на самоощущение) ;
- *уникальность* (элемент уникальности должен присутствовать в любом имидже, иначе он считается незавершенным)

Литература:

- Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия: учебное пособие.- М.: Академический Проект, 2007
- Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем; - СПб.: Речь, 2005.
- Калюжный А.А. психология формирования имиджа учителя.-М.: ВЛАДОС.2004.
- Орешкин В.Г. Тренинг формирования имиджа- Спб.: Речь,2008
- Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. -М.: Аспект Пресс, 2002.
- Почепцов Г.Г. Имджелогия. - М.:Рефл бук Ваклер, 2000
- Панфилова А.П. Имидж делового человека. - Спб.:2007
- Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния.