

# Лекция №8

Тема:

**Имидж делового  
человека**

# План:

- **1. Психологические детерминанты имиджа делового человека.**
- **2. Внешний вид делового человека: имидж делового мужчины и деловой женщины.**

# Ключевые слова

- Имидж
  - Самоимидж
    - Социальный имидж
      - Профессиональный имидж
        - Аттракция
          - Элегантность



*Hoffmann*

# Эрнст Теодор Гофман (1776 - 1822)

**ИМИДЖ - ЭТО  
ИСКУССТВО  
УПРАВЛЯТЬ  
ВПЕЧАТЛЕНИЕМ**

# **Понятие «имидж» ввел в деловой оборот**

**американский экономист Стэнли Болдуин в 1960-х гг. и обосновал его полезность для процветания бизнеса.**

**Имиджелогия** (понятие введено в науку в 1990 г.) — цель - научное обоснование создания привлекательного имиджа, модели достойного поведения.

**Имидж** (от англ. *image* [imɪdʒ] — «образ», «облик», «изображение», «отражение») -

- это сознательно создаваемое **визуальное впечатление о личности** или социальной структуре;
- это самопрезентация, технология самоподачи личности;
- это искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия.

# Синонимы понятия «имидж»: «мнение», «репутация», «авторитет».

Цель имиджа – формирование в массовом сознании определённого отношения к объекту.

Имидж создается: пиаром, пропагандой, рекламой и может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые.

# Особенности / свойства имиджа:

- 1. Имидж **информативен**, он сообщает о некоторой совокупности признаков, которые присущи самому объекту, но эти признаки могут существовать **объективно** или же произвольно **приписываться** объекту создателями имиджа.
- 2. Имидж **динамичен**, его атрибуты преобразуются, видоизменяются в соответствии с изменениями в самом носителе или в групповом сознании (**пластичен**).



# Особенности имиджа

**3. Имидж активен.** Он способен воздействовать на сознание, эмоции, деятельность и поступки как отдельных людей, так и целых групп населения. Следствие - люди отдадут предпочтение тем или иным товарам, фирмам, банкам или политическим партиям.

**4. Имидж функционален.** При его помощи мы сможем достичь определенных целей, более эффективно решить какие-то задачи .

# Функции имиджа:

- **1. Ценностно-номинативная функция** - создание благоприятного впечатления, ореола привлекательности и раскованности в проявлении своих лучших качеств
- **2. Технологическая функция**— это особая самопрезентация, технология самоподачи с помощью «правильных» макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, причёски и т.д.

# Виды имиджа

1. **Групповой (корпоративный) имидж** - специально проектируемый в интересах фирмы, основанный на особенностях деятельности, внутренних свойствах, достоинствах, качествах и характеристиках образ, который целенаправленно внедряется в сознание (подсознание) целевой аудитории и соответствует ее ожиданиям

# Групповой (корпоративный) имидж

- **Вербальный имидж** - это то мнение, которое сложилось об организации на основании информации.

- **Невербальный имидж** — это непосредственный имидж организации - корпоративная культура (этическая сторона)

# Виды имиджа

**2. Личный (индивидуальный) имидж руководителя - это совокупность требований, которые предъявляются деловому человеку, соотнесенные с его индивидуальными особенностями**

# Содержательная характеристика имиджа

Самоимидж –  
представление о себе

<sup>Т</sup>  
Воспринимаемый  
социальный имидж

Требуемый  
профессиональный  
имидж

И  
М  
И  
Д  
Ж

# ТРИ стороны личностного имиджа

- **1. Самоимидж** – - это «Я - образ», **желаемое представление о себе**, это то, как человек стремится выглядеть перед людьми, как он видит себя и показывает людям.
- Это результат изучения самого себя – своих внутренних психологических особенностей, преодоление своих недостатков, **выработка самоуважения к СЕБЕ**

- -

# ТРИ стороны личностного имиджа

- **2. Воспринимаемый социальный имидж** - имидж человека со стороны окружающих, как видят, оценивают другие.
  - Основывается на прямой (непосредственной) и косвенной (коллеги, соседи, слухи, сплетни) информации.





# ТРИ стороны личностного имиджа

**3. Требуемый профессиональный имидж** - востребуемые профессией имиджевые характеристики.

**Форма** (военные, судья в мантии, звезды ток-шоу); манера общения - менеджеры, политики, журналисты, юристы, медики.

# Содержательная характеристика имиджа

**1 группа приоритетных качеств - это набор природных дарований - аттракция ("умение нравиться людям").**

**ОБАЯНИЕ – душевная расположенность к людям**

- коммуникабельность (способность легко сходиться с людьми);
- эмпатичность (способность к сопереживанию);
- рефлексивность (способность понимать другого человека);
- красноречивость (способность воздействовать

# Содержательная характеристика имиджа

- **2 группа приоритетных качеств –это характеристики личности, которые являются следствием ее образования и воспитания – широкие гуманитарные знания.**
- К ним относятся:
  - - нравственные ценности;
  - - психическое здоровье;
  - - способность к межличностному общению.

# Роль гуманитарного (духовного) знания

- **Информация подвергается как чувственной так и рациональной обработке.** В Японии имидж считается важнейшим компонентом внутреннего мира менеджера. Глаз японца способен различать 47 оттенков цвета, а русского - только 7. Это расценивается как следствие недостаточной гуманитарной образованности людей в нашей стране (так, с 1940-х гг. количество предметов гуманитарного цикла в наших школах уменьшилось на 1/3).

# Содержательная характеристика имиджа

- **3 группа приоритетных качеств, которые приобретаются с жизненным и профессиональным опытом личности.**
- Компетентность – профессионализм
- Проницательность и самокритичность
- 99 человек из 100 не имеют возможности проявить свой истинный талант и всю жизнь занимаются не своим делом.

# **Формирование имиджа делового человека**

- 1. Формирование внешнего облика**
- 2. Обучение тактике общения**
- 3. Знакомство с правилами и нормами делового этикета и протокола, умение вести себя в соответствии с ними.**
- 4. Знание нравственных принципов и ценностей делового общения, их использование на практике**

# Вывод

- Грамотно созданный привлекательный имидж делового человека, знание способов и техники эффективной самоподачи позволят личности выбирать адекватные модели искусства самопрезентации и рассчитывать на достойную репутацию в обществе.

# Составляющие имиджа:

## 1. Внешний вид

**Габитарный имидж** – это оформление внешности – одежда (вкус), прическа, аксессуары и стиль.

Это визитная карточка человека

**2. Речь** - голос, тон, тембр, интонация, темп и **речевой эткет** – приветствие....

**3. Хорошие манеры** - способы обращения с другими людьми:



Платье и облачает, и разоблачает  
Человека.

Мигель де Сервантес

-Хорошо одетый человек - это тот,  
на чью одежду не обращают  
внимание.

Уильям Сомерсет Моэм

# Габитарный имидж: «О вкусах не спорят, если они есть»

Внешний вид – визитная карточка, презентация вашей работоспособности, аккуратности и надежности.

**Деловой мужчина** полон энергии и жизнерадостности, удачлив, предприимчив, обладает достойной репутацией надежного человека.

**Деловая женщина** должна олицетворять уверенность в себе, собранность, организованность, погруженность в дело.

# Швейцарский психолог Макс Лютер:

## Одежда подчеркивает:

- **1. Эстетическую элегантность -** качество, при котором каждый элемент одежды подобран по цвету, форме, рисунку и все элементы согласуются друг с другом.
- **2. Психологическую элегантность -** умение создавать собственную гармонию, "изюминку", присущую только вам.

**Элегантность (от фр. *élegant*,  
«изысканный, грациозный,  
утончённый, изящный»)**

**— ЭТИКО-ЭСТЕТИЧЕСКАЯ  
категория, выражающая  
цивилизованную красоту с  
консервативным элементом  
классики**

# При выборе одежды необходимо учитывать:

- 1. Функциональное назначение (работа, дом, гости, официальный прием);
- 2. Возраст;
- 3. Свои физические данные-форма тела.

# Социально-ролевое назначение деловой одежды

«Воротнички» - обозначения отдельных категорий лиц наемного труда, применительно к их профессиональной принадлежности:

белые, золотые, серые и синие  
воротнички

# Социально-ролевое назначение деловой одежды

1. «Белые воротнички» - работник умственного труда.

Служащие, чиновники, работники аппарата управления, менеджеры, инженерно-технические работники, работники умственного труда, входящие в состав непроизводственного персонала предприятий.

# Социально-ролевое назначение деловой одежды

2. **«Золотые воротнички»** - высококвалифицированные ученые и специалисты, обладающие предпринимательскими чертами использования своих профессиональных знаний.
3. **«Серые воротнички»**- работники отраслей социальной инфраструктуры



# Социально-ролевое назначение деловой одежды

4. **«Коричневые воротнички»** - работники сферы обслуживания
5. **«Синие воротнички»** - работник физического труда.
6. **«Розовые воротнички»** - в западных странах - секретари, машинистки, телефонистки и т.п.

# Социально-ролевое назначение одежды

Салонная одежда - для официальных  
посещений

**Фрак** - укороченный спереди пиджак  
с длинными узкими полами сзади (во  
фраке без пальто или плаща по  
улицам не ходят)

**Смокинг** - не надевается на меропри-  
ятия, начинающиеся до 17 часов.

# Принципы самоподачи делового человека

- 1. Респектабельный вид.
- 2. Ваша одежда сегодня должна соответствовать той должности, которую вы хотели бы занять завтра.
- 3. Консерватизм в одежде руководителя обычно воспринимается как символ стабильности.

# Имидж делового мужчины

**Внешний вид - прическа, одежда и аксессуары.**

- **Деловой костюм (цвет, размер, фасон).**
- **Рубашка однотонная – не темнее пиджака.**
- **Галстук либо одного цвета с костюмом, но светлее или темнее по тону либо полный контраст**
- **Обувь и носки под цвет костюма**

# Имидж деловой женщины.

- Деловая женщина должна олицетворять уверенность в себе, собранность, организованность, погруженность в дело.
- **Основа** – костюм в деловом стиле или бизнес-стиле– это смесь элегантности классики и удобства спортивного стиля. Силуэт должен быть прямым, полуприлегающим, трапециевидным.

# Имидж деловой женщины.

- **Виды одежды:** жакет с юбкой или брюками, платье в тон с жакетом, плюс блузки.
- Использование делового платья с жакетом или юбки с жакетом поднимает доверие и авторитет.
- Брючный костюм по типу «мужского» признается допустимым, но меньше подчеркивает авторитет.

# Рейтинг деловых цветосочетаний

- - темно-коричневый/ синий – усиливает восприятие бескомпромиссности;
- – коричневый с оливковым или зеленым – усиливает восприятие практичности, приземленности;
- – синий с серым или черным – подчеркивает официальность, нейтральность и холодность.
- Чем ярче цвета, тем ниже рейтинг деловых качеств. Нежелательно использовать зеленый, желтый, бордовый, бирюзовый – для костюмов.

# Комплекты украшений в деловом классическом стиле

- 1) серьги, кольцо и цепочка;
- 2) серьги, кольцо и бусы среднего размера;
- 3) брошь, серьги, кольцо;



# ВЫВОД

Создание делового имиджа начинается с оформления внешнего облика. Одежда в деловом стиле должна быть функциональной и в тоже время элегантной, подчеркивающей ваши деловые качества.