



Имидж - ничто? Как нравиться людям? Практические задачи и их решения

Кандидат социологических наук, доцент
Федулова Алла Викторовна

- 
- ▶ **Что такое имидж?**
 - ▶ **Зачем нужен имидж?**
 - ▶ **Как построить имидж?**





Благородный муж должен быть «в труде не расточителен, принуждая к труду не вызвать гнева; в желаниях не алчен, в величии не горд; вызывая почтение не жесток».

(Конфуций)



dreamstime.com



Государю не обязательно обладать всеми желательными качествами, но крайне необходимо производить впечатление обладания ими.
Никколо Макиавелли







Что такое обаяние?

- ▶ личное притяжение, которое испытывает человек к человеку;
- ▶ устойчивая симпатия, проявляемая к конкретному человеку;
- ▶ умение «светиться людям», т.е. излучать тепло.





«*image*» (англ.) - «*образ, облик*».

- ▶ визуальное впечатление
- ▶ представление
- ▶ психологическая продукция.

Душевная красота: правда и
целомудрие, разум и мужество,
благостность и человеколюбие.
Максим Грек



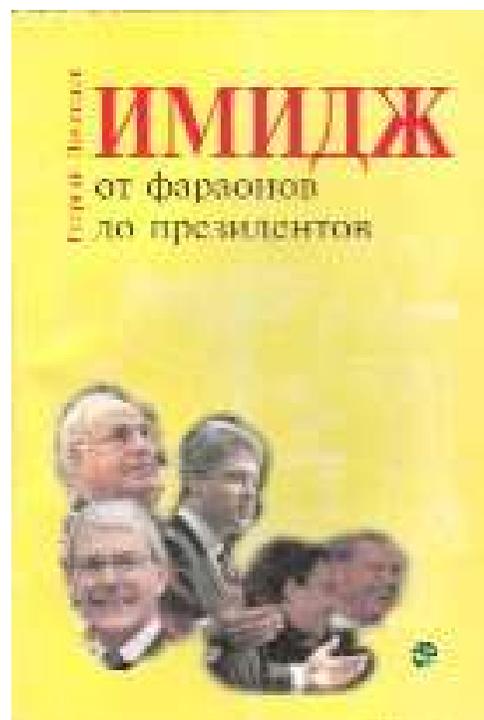
«...под внешностью разумею не только грим лица, цвет волос и тому подобное, но манеру персонажа *быть*: ходить, слушать, говорить, смеяться, плакать».

Ф.И. Шаляпин



В.М. Шепель - создатель Лиги профессиональных имиджмейкеров





Имидж (образ)

- это индивидуальный облик или ореол, создаваемый СМИ, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания.

(В.М. Шепель).

Можно ли управлять имиджем?



Функции имиджа

▶ **Ценностные:**

- ▶ лично-но-возвышающая;
- ▶ комфортизация межличностных отношений;
- ▶ психотерапевтическая.

▶ **Технологические:**

- ▶ акцентирование внимания аудитории на наиболее положительных качествах образа и сглаживание негативных качеств образа;
- ▶ организация внимания к образу;
- ▶ транслирование созданного образа.

ЦЕННОСТНЫЕ ФУНКЦИИ ИМИДЖА

Личностно-возвышающая функция имиджа



ЦЕННОСТНЫЕ ФУНКЦИИ ИМИДЖА

Функция комфортазации межличностных отношений



ЦЕННОСТНЫЕ ФУНКЦИИ ИМИДЖА

Психотерапевтическая функция



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ИМИДЖА

Функция межличностной адаптации



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ИМИДЖА

Функция акцентирования внимания на наиболее положительных качествах человека и сглаживания негативных характеристик



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ИМИДЖА

Функция организации внимания к образу



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ИМИДЖА

Транслирование созданного образа



СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИМИДЖА:



По характеру взаимодействия с аудиторией различают два вида имиджа:

- ▶ **непосредственный;**
- ▶ **опосредованный.**

По характеру эмоционального воздействия на аудиторию:

- ▶ **ПОЗИТИВНЫЙ**
(привлекательный);
- ▶ **НЕГАТИВНЫЙ**
(отталкивающий).



По степени достижения цели субъекта имидж бывает:

- ▶ **эффективный;**
- ▶ **неэффективный.**

По охвату имиджевой аудитории:

- ▶ **прицельно-точечный;**
- ▶ **массовый.**

По соотношению индивидуальных особенностей и социальных требований выделяют:

- ▶ конъюнктурный (подчиняющийся требованиям окружающей среды и ожиданиям имиджевой аудитории);
- ▶ органичный (ориентированный на самоощущение и самовыражение);
- ▶ сбалансированный (сочетающий обе ориентации).

Имидж по степени самоконтроля:

- ▶ спонтанный;
- ▶ управляемый.

Имидж по своему назначению:

- ▶ **самовозвышающий;**
- ▶ **самоутверждающий;**
- ▶ **целевой.**

Самовозвышающий имидж («имидж-комфорт»)



Самоутверждающий (статусный) имидж



Целевой имидж



Эффективный имидж — это то представление о нас в обществе, которое помогает нам успешно решать следующие задачи:

- ▶ *достигать самоуважения и внутреннего комфорта;*
- ▶ *продвигаться вверх по социальной лестнице;*
- ▶ *улучшать профессиональные результаты.*

Человек особо чувствителен к социальному влиянию



Социальный стереотип - относительно устойчивый и упрощенный образ социального объекта (личности, группы людей, события...).

Формы социальных стереотипов:

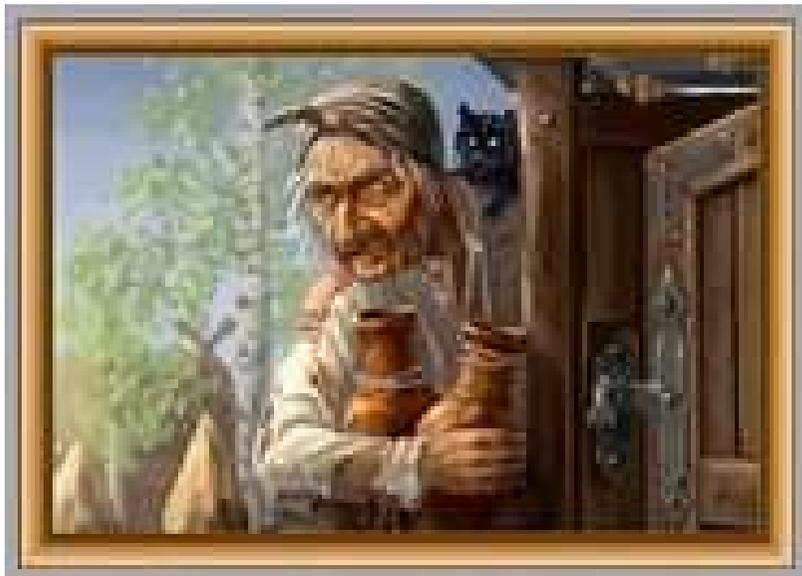
- ▶ типичные эмоциональные реакции и доминирующие чувства;
- ▶ обобщенные представления;
- ▶ стереотипные действия и ритуалы;
- ▶ устойчивые предписания и запреты;
- ▶ социальные ярлыки;
- ▶ общественное мнение;
- ▶ доминирующие ценности.

Гендерные стереотипы



dreamstime.com

Возрастные и этнические стереотипы



Влияние стереотипов на искажение восприятия:

- ▶ эффект первичности;
- ▶ эффект последнего впечатления;
- ▶ эффект ореола (гала-эффект);
- ▶ эффект новизны;
- ▶ эффект социального контекста;
- ▶ эффект бумеранга;
- ▶ эффект повторения.

Эффект первичности



Эффект ореола (гала-эффект)



Эффект новизны



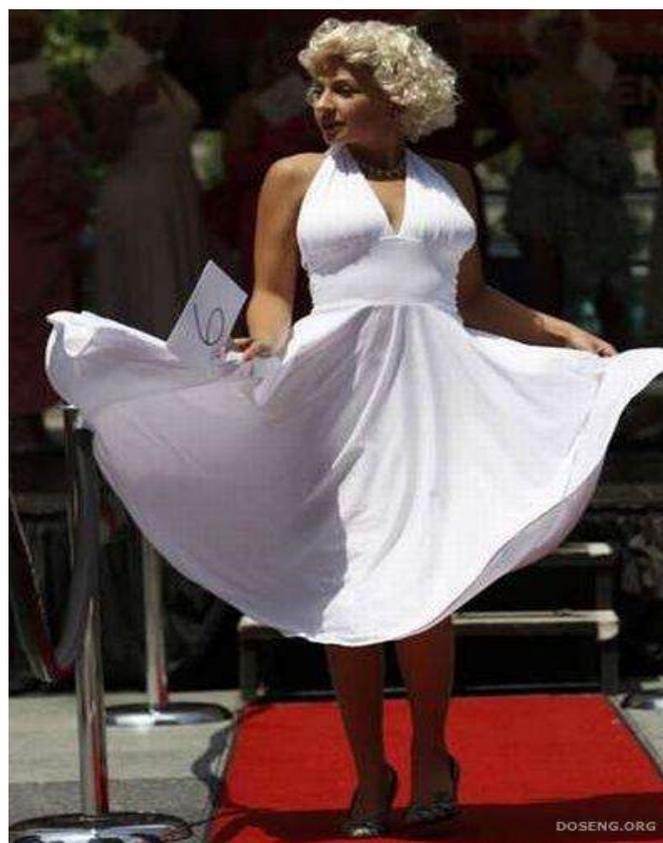
Эффект социального контекста



Эффект бумеранга



Эффект повторения



Технология личного имиджирования:

- ▶ «Я-концепция»
- ▶ фейсбилдинг
- ▶ кинетика
- ▶ дизайн одежды
- ▶ владение словом
- ▶ флюидное излучение

«Я-концепция» - это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряжённая с его отношением к себе или к отдельным своим качествам, это называют самооценкой».

(Р. Бернс)

Элементы «Я-концепции»:

- ▶ 1. образ Я;
- ▶ 2. самооценка;
- ▶ 3. потенциальная поведенческая реакция.

Формула Уильяма Джеймса

$$\text{Самооценка} = \frac{\text{Достижения (то, чего мы добились)}}{\text{Притязания (то, чего мы хотели бы добиться)}}$$

«Я-концепция»

способствует достижению внутренней согласованности личности, определяет интерпретацию опыта и служит источником ожиданий.



Самоустановки:

Социальное
окружение
(Условное
отношение других)

Реальное Я

Идеальное Я



Упражнение «Я-реальное»

- ▶ 1. Задайте себе вопрос: «Кто я?» и запишите 10 первых пришедших в голову ответов.
- ▶ 2. Представьте себе значимого человека для Вас, какую характеристику он дал бы Вам? Запишите 10 ответов.
- ▶ 3. Сопоставьте и сравните ответы 1-го и 2-го пунктов.

Упражнение «Я-идеальное»

Цель этого упражнения - исследовать свой прошлый опыт, обнаружить упущенные возможности, найти способы их реализации и т.д.

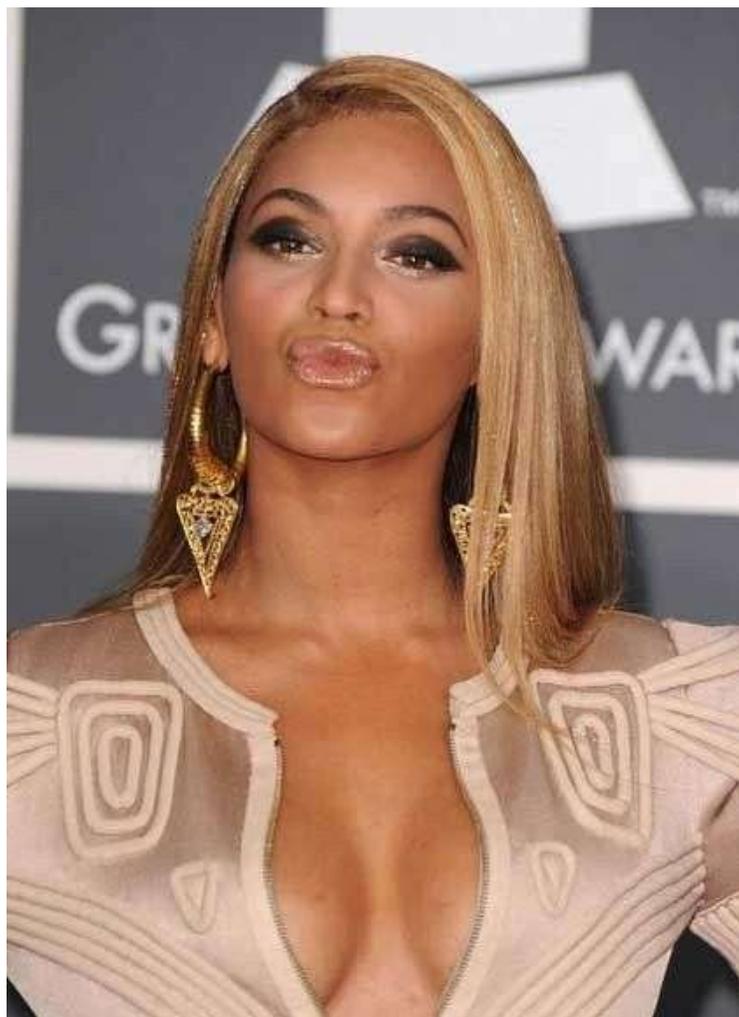
Задайте себе вопрос: «Кем бы я мог стать, если реализовал бы все свои возможности?» и запишите 10 ответов.

Фейсбилдинг

«Что внутри, то и снаружи, что
снаружи, то и внутри».

(Гермес Трисмегист)





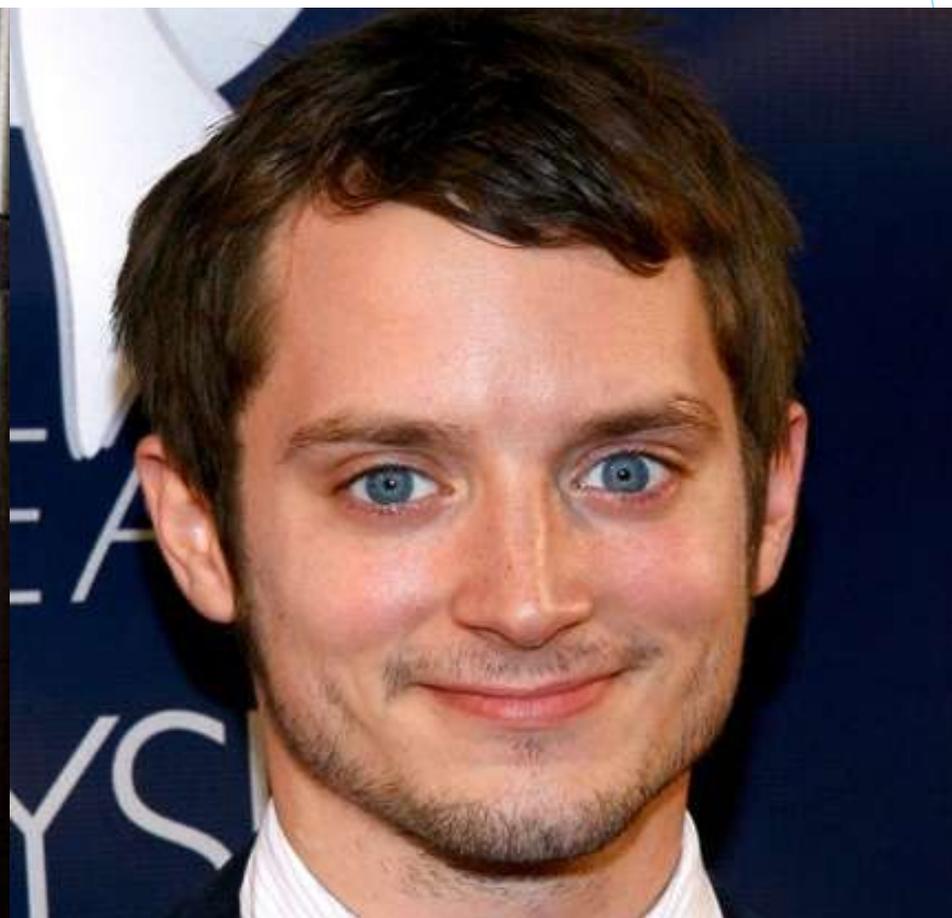




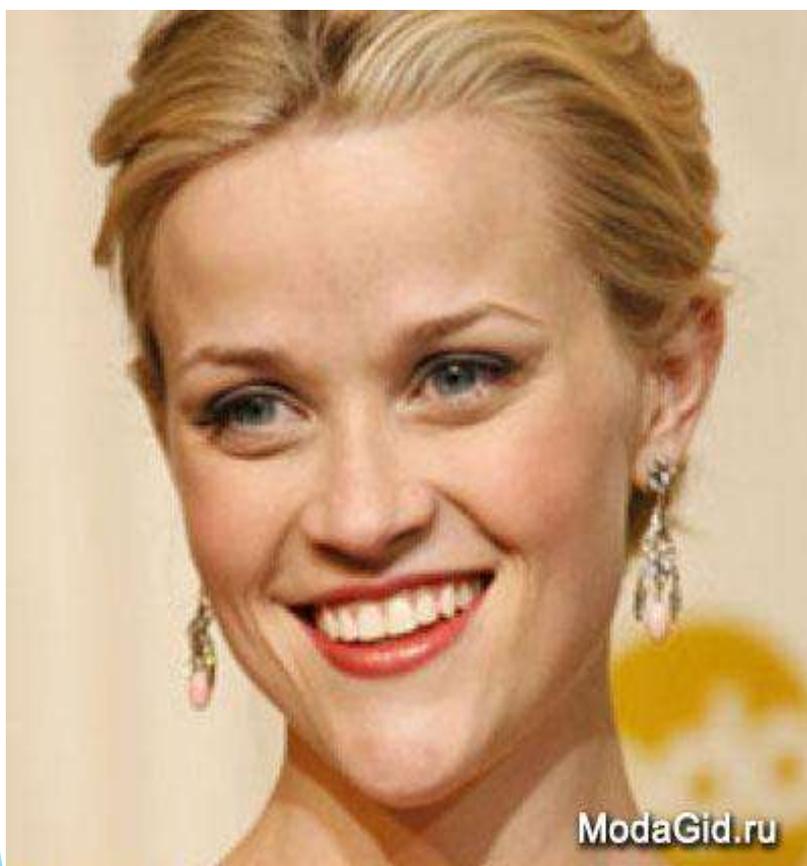




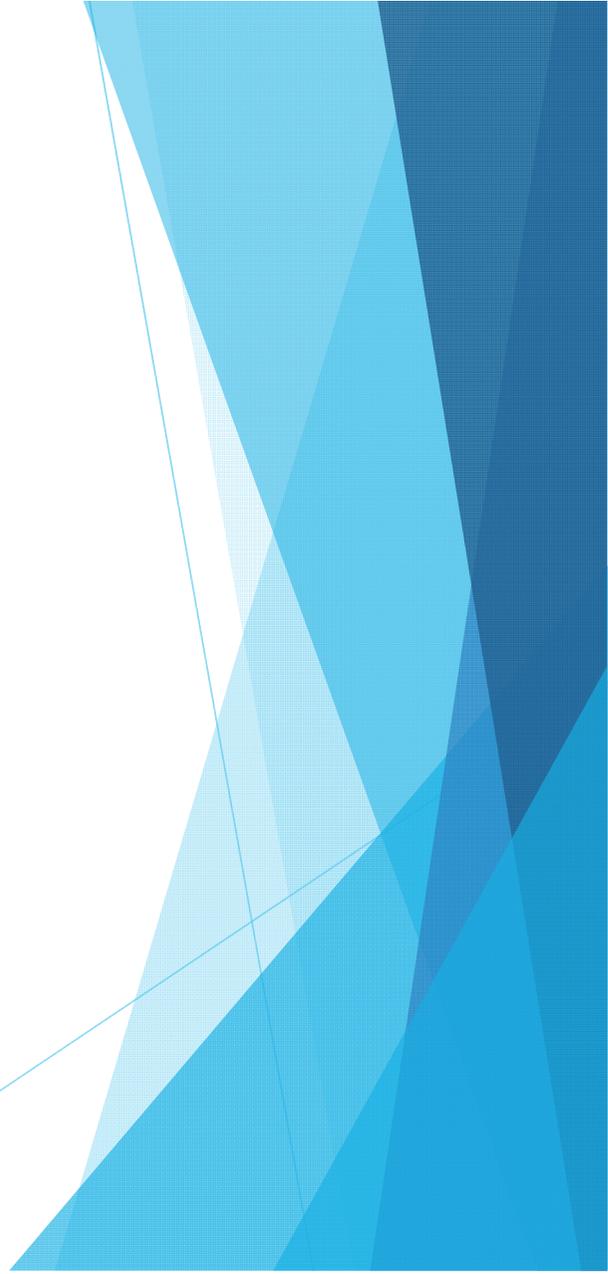
ModaGid.ru















Кинесика - язык тела.





















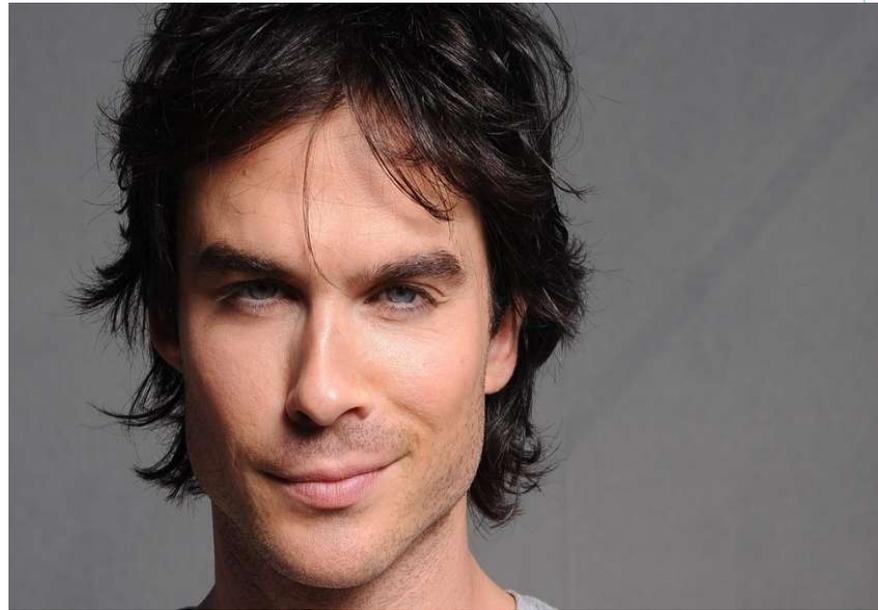


Владение словом

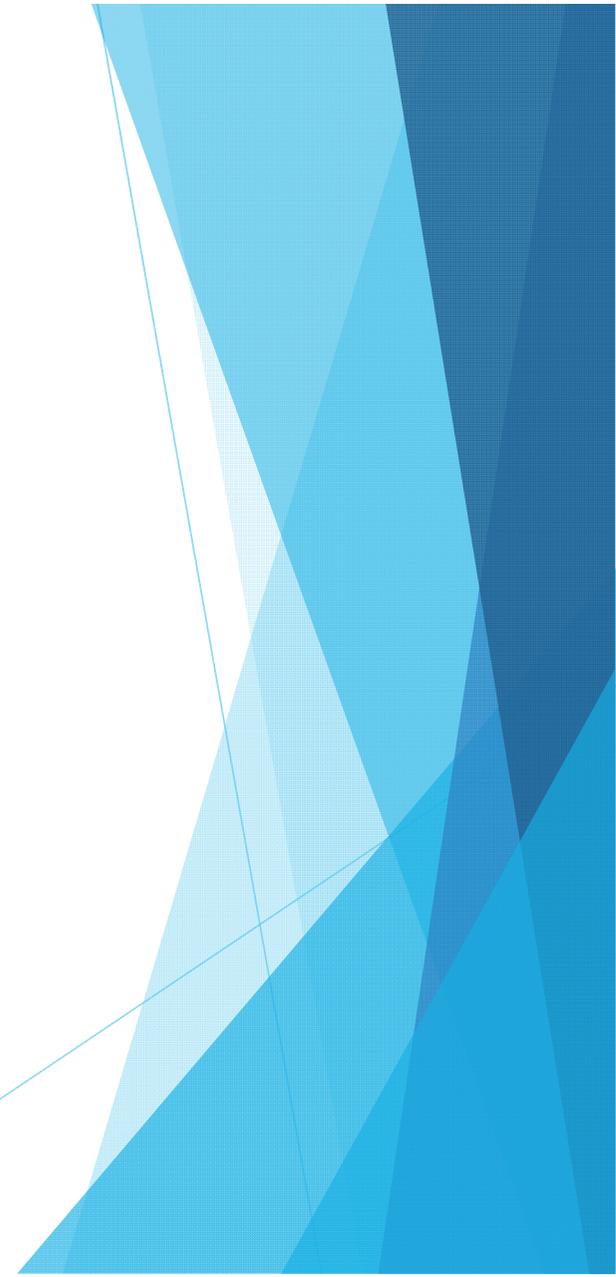
40% успеха в речевом общении зависит от звуковой стороны произносимого слова.

Приемы флюидного излучения:

- ▶ улыбка;
- ▶ воспламенение взглядом;
- ▶ элегантность манер;
- ▶ эффектное интонирование;
- ▶ экспрессия тела.







Элегантность манер



Экспрессия тела



Эффективность имиджа

№	Характеристика образа	Степень выраженности				
		1	2	3	4	5
1.	Яркость					
2.	Понятность					
3.	Позитивность					
4.	Влиятельность					
5.	Популярность					
6.	Естественность					

Nosce te ipsum!

