




Управление ЛИЧНЫМ ИМИДЖЕМ

План:

- ▶ Объективные и субъективные факторы построения личного имиджа.
- ▶ Имидж-эффекты и имидж-цели
- ▶ Технологии построения личного имиджа

- ▶ Личный имидж – это эмоционально-окрашенный, стереотипный образ личности, который сложился в сознании окружающих в результате воздействия множественных факторов, играющий существенную роль в социальном взаимодействии.
- ▶ **Личный имидж можно описать по осознаваемым характеристикам.** Все то, что можно описать словами, пронаблюдать – это личный имидж.
- ▶ И бессознательные свойства, скрытый уровень, одни из них могут быть исследованы и перейти на осознаваемы уровень, о других мы можем судить только гипотетически. Иррациональные составляющие личного имиджа: универсальные и групповые символы, используемые в имидже;
- ▶ Типичные ассоциации, порождаемые конкретным человеком (прежние впечатления людей неосознанно проецируются на конкретную личность, ассоциативный комплекс практически не контролируется волей. Он переживается как кратковременный наплыв чувств)
- ▶ Доминирующие чувства и аффекты, возникающие в ответ на данного человека.
- ▶ Иррациональные групповые стереотипы.
- ▶ Бессознательные фантазии имиджевой аудитории (дорисовываем)

Я другие	Знаю о себе	Не знаю о себе
Знают обо мне	Открытая область	Скрытая область
Не знают обо мне	Скрываемая область	Слепая область

- 
- ▶ Социально-психологическая сущность имиджа раскрывается в его адресности, привязанности, приверженности к культурно-историческим реалиям; в его ориентированности на временной фактор; в его зависимости от возможностей и внутренних установок личности, от того в каком социальном контексте протекает его жизнь, деятельность, от того какие роли он выполняет и от того какой Я-концепцией обладает.

- ▶ Имидж как вид активности интегрирует потребности, способности и отношения личности к жизни, с одной стороны и требования к личности общества и обстоятельств – с другой.
- ▶ Поведение человека регулируется не только социальной ролью, которую в данный момент он выполняет, но и тем, как он сам себя определяет. **В выборе внешнего имиджа – критерий вкуса, в выборе внутреннего имиджа значение имеет критерий смысла.**
- ▶ Имидж – интегрированный элемент идентификационной символики, упорядочивающей социальное пространство. Человек формирует свой Я-образ, Я-концепцию, которая представляет собой воспринятый и усвоенный индивидом обобщенный образ его самого в восприятии социальной группы (Я-реальное, Я-идеальное, Я-зеркальное)

Объективные и субъективные факторы

ЛИЧНОГО ИМИДЖА

- ▶ Временные реалии (исторический контекст, возрастной контекст)
- ▶ Культурный контекст
- ▶ Социальный контекст
- ▶ Профессиональный контекст (групповой)
- ▶ Индивидуальный контекст

ИМИДЖ-ЭФФЕКТЫ И ИМИДЖ-ЦЕЛИ

Имиджевые эффекты	Имиджевая цель
Яркость	Привлечь внимание, выделиться из общей массы
понятность	Вызвать ощущение простоты, однозначности или близости
позитивность	Расположить к себе, сформировать ощущение симпатии и доверия
Влиятельность	Вызвать ощущение силы, значительности и авторитета, побудить к конкретным действиям
Популярность	Запомниться, стать узнаваемым и привычным
Органичность	Стать естественным, максимально близким к своей сущности

Построение и управление ЛИЧНЫМ ИМИДЖЕМ

- ▶ **Управление имиджем – управление впечатлением**
- ▶ Управляемость – специальная деятельность по проектированию, диагностики и коррекции имиджа.
- ▶ Оценка имиджа с позиции управления предполагает
4 показателя: эффективность; результативность;
позитивность; гармоничность

Технология построения личного имиджа по Е.В. Змановской

Выделяют три этапа управления личного имиджа

- ▶ 1 Проектирование желательного имиджа с учетом личных целей и особенностей имиджевой аудитории;
- ▶ 2 Реализация желательного имиджа в деятельности и жизни
- ▶ 3 Получение обратной связи, корректировка и дальнейшее развитие имиджа.

Проектирование включает в себя:

- ▶ 1. Формулировки имиджевых целей и имиджевой стратегии;
- ▶ 2 Описание имидж-портрета (содержательные характеристики желательного образа)
- ▶ 3 Выбор способов, каналов и средств продвижения личного имиджа.

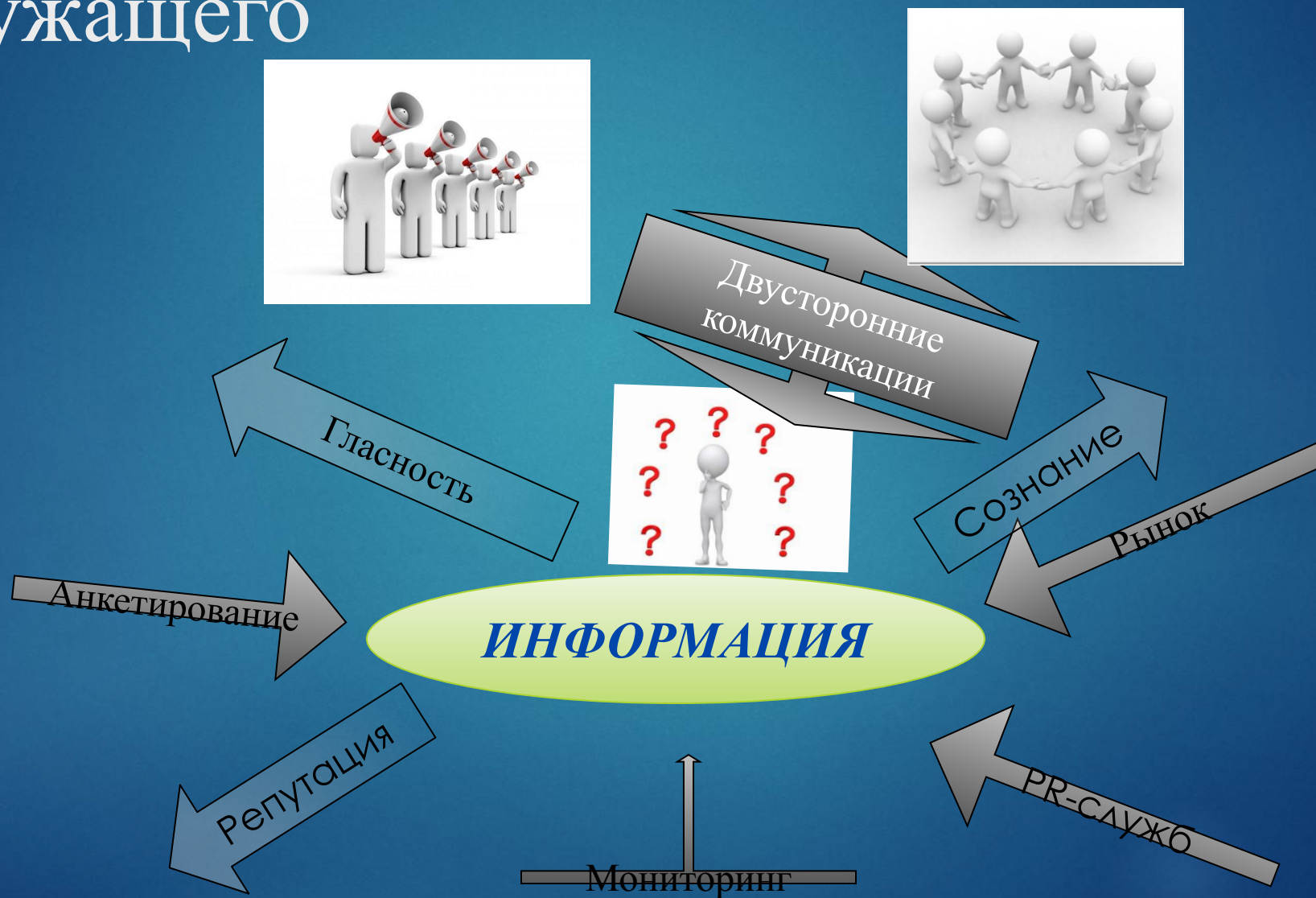
Технология построения личного имиджа по В.Г. Горчаковой

- ▶ Технология работы над образом включает три этапа: этап внутренней работы над образом; этап внешней работы над образом; этап управления имиджем.
- ▶ **Этап внутренней работы над образом обеспечивает имиджевое развитие респондента и включает в себя:** имиджевый анализ, имиджевую трансформацию и имиджевую активацию.
- ▶ **Внешняя работа над образом предполагает стилизацию образа, ресурсное обеспечение имиджа, профессиональную индивидуализацию имидженосителя, актуализацию цели создания имиджа, высвобождение имиджевых ресурсов.**
- ▶ Этап управления имиджем включает создание материальных информационных имиджевых носителей, наполнение внешнего имиджевого пространства необходимыми материальными и информационными носителями, оперативное произвольное регулирование имиджевым пространством.

Каналы воздействия на имидж госслужащего:

- ▶ По работе государственных служащих и в целом всех руководителей государственных органов власти оценивают действенность власти, ее умение откликнуться на нужды людей. Имидж госслужащего - это часть имиджа государства.
- ▶ Выделяемые каналы воздействия на имидж госслужащего:
 - Качество, оказываемой государственной услуги (профессионально, быстро, доступно);
 - Качество коммуникации (профессионально, корректно, в соответствии с правилами этикета, социальными нормами);
 - Качество презентации себя во вне организации (в профессиональном взаимодействии, в других соц.институтах)
 - Качество габитарного и средового имиджа.

Методы управления имиджем госслужащего





▶ Спасибо за внимание!