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)

Окно Джохаре

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 такого 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

- ► Временные реалия (историнеский 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 управлением личного имиджа

- Проектирование желательного имиджа с учетом личных целей и особенностей имиджевой аудитории;
- 2 Реализация желательного имиджа в деятельности и жизни
- З 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.

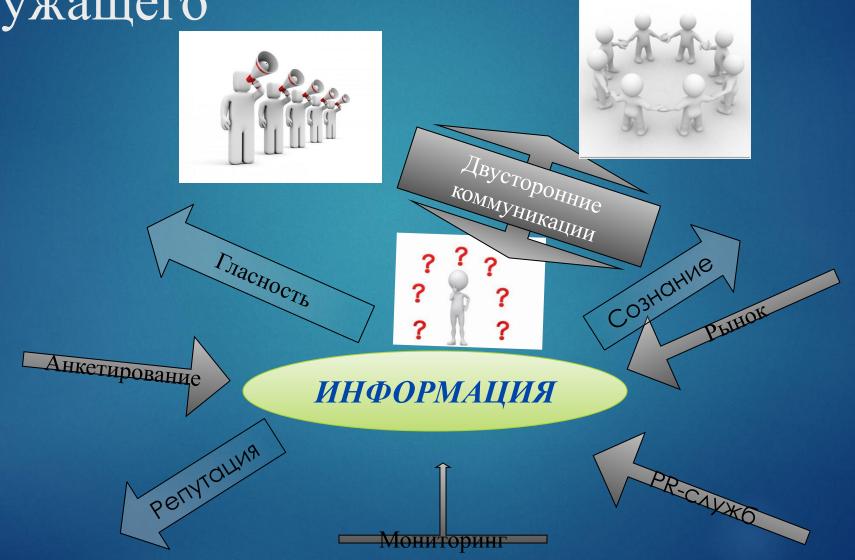
Технология построения личного имиджа по В.Г. Горчаковой

- 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 активация.
- 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 руководител ей государственных органов власти оценивают действенность власт и, 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!