

ИМИДЖ и культура общения



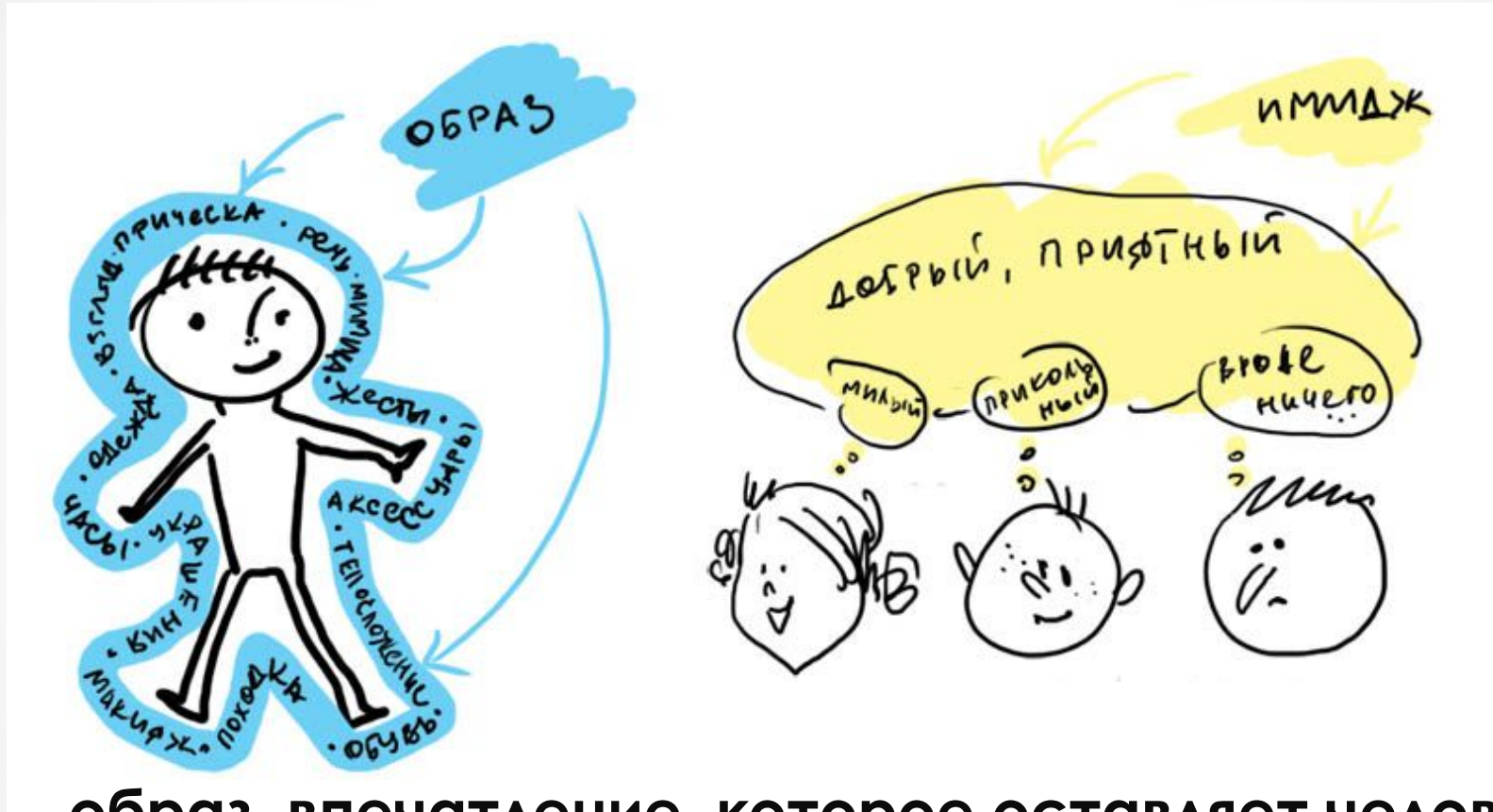
Основные понятия

- **Имидж**
- Имидж профессионала
- Корпоративный имидж
- **Имидж организации**
- **Имидж государства**
- **Имиджмейкер**
- **Шоппер**
- **Репутация**
- **Дресс-код**
- **Брэнд**
- **Имиджелогия**



*«Никто не может
ничему научиться
у человека, который не
нравится»*

Имидж



образ, впечатление, которое оставляет человек в воспоминаниях и представлениях о нём.

Может быть благоприятным или неблагоприятным

• Кто создает ваш имидж — вы сами или окружающие?

Случается, что человек надевает «не свой имидж», который в результате

становится негативной маской, что отрицательно сказывается на его психофизиологическом здоровье. Недопустимо выстраивать свой имидж,

основываясь только на ожиданиях окружающих вас людей.

• Имидж — это не «излишняя фантазия», но разумная необходимость, средство социальной коммуникации.

• Имидж — это компромисс, золотая середина, обеспечивающая социальное выживание.

• Имидж — это шанс обрести больше союзников и меньше врагов.

• Имидж — это рекламный ролик, message, послание, адресованное человечеству — не всему, конечно, а определенной его части, «целевой аудитории». Верно (кратко, емко, ярко) составленное послание гарантирует мгновенное запоминание и — успех.

• Грамотно выстроить имидж — значит верно, оценить ситуацию, перехватить инициативу, взять на себя ответственность за происходящее. И не позволить окружающим навязать нужный им образ.



Структура имиджа

- **ОБРАЗ**, который возникает при появлении человека и остается при его отсутствии. Образ как вершина айсберга, большая часть которого скрыта от нас, он может быть обманчивым, дезориентирующим. Он такой, как есть, и в то же время очень разный, в зависимости от того, кто и как его воспринимает.

Внешняя составляющая имиджа:

- от причёски до обуви, включая выражение лица, мимику, жесты, голос и его силу, тембр, а также костюм, манеры, походку.
- Красивым (по принятым в западной культуре стандартам) людям окружающие приписывают, как правило, гораздо больше позитивных личностных черт, чем некрасивым или «обыкновенным».
- Внешняя составляющая имиджа может сильно расходиться с внутренней. Можно иметь красивое лицо, замечательный костюм, прекрасную походку, но если внутреннее содержание расходится с внешним, это всегда обнаруживается в речи и поведении.



Внутренняя составляющая имиджа

- Это уровень духовного и интеллектуального развития, социального опыта и интересов личности – все то, что проявляется в поступках, речи и деятельности человека.
- Человеку, не обременённому духовным багажом, кругозором и эрудицией всё время приходится принимать «серьёзную мину при плохой игре», чтобы не оплошать, не опростоволоситься, не обнаружить элементарных пробелов в эрудиции, не выказать отсутствие самостоятельного мнения и вкуса.
- И наоборот: человек, по-настоящему причастный к культуре, всегда может позволить себе непринуждённую шутку по адресу бесспорных авторитетов, он легко и весело общается.

Процессуальная составляющая ИМИДЖА



показывает то, **как** человек делает что-либо: насколько он энергичен, как быстро он реагирует на ситуации, как легко умеет переключаться с одного вида действий на другие, насколько эмоционально он реагирует на какое-либо событие, какие эмоции преобладают в общении и т. д.

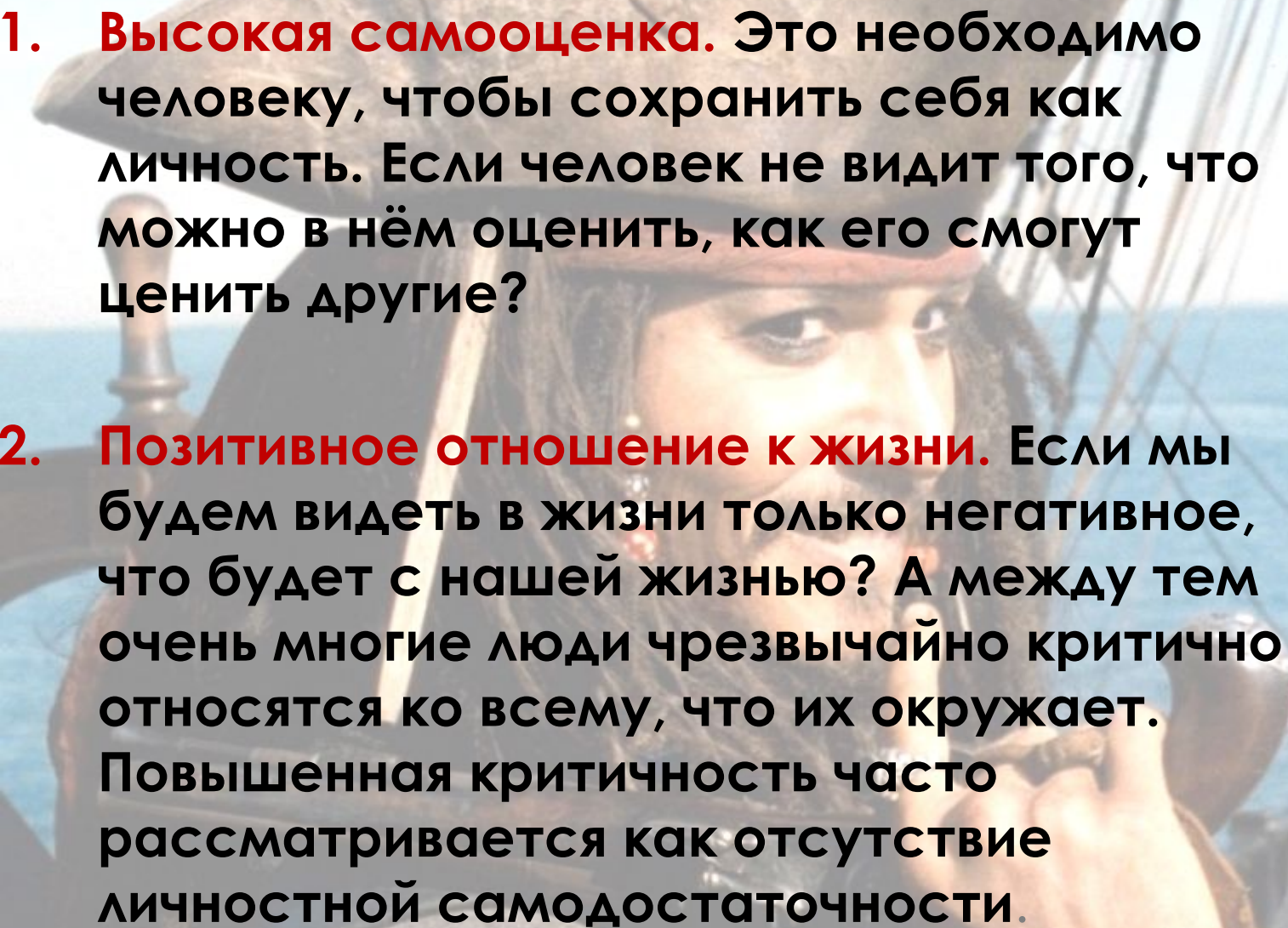
ИМИДЖ

Профессионал			Организация			Государство		
1	2	3	1	2	3	1	2	3

1. – внешняя сторона имиджа
2. – внутренняя сторона имиджа
3. – процессуальная сторона имиджа

Позиции, установки и легенда – ядро имиджа

- **Для современного имиджа очень важно, чтобы позиции и установки личности соответствовали психологии «победителя» - конкурентоспособной самодостаточной личности.**
- **Это люди без «комплекса неполноценности». Они добились положения, уважения и самоуважения, они живут в ладу со своей совестью. Их называют победителями.**
- **Общим у этих людей были основополагающие жизненные установки.**

- 
- 1. Высокая самооценка.** Это необходимо человеку, чтобы сохранить себя как личность. Если человек не видит того, что можно в нём оценить, как его смогут ценить другие?
 - 2. Позитивное отношение к жизни.** Если мы будем видеть в жизни только негативное, что будет с нашей жизнью? А между тем очень многие люди чрезвычайно критично относятся ко всему, что их окружает. Повышенная критичность часто рассматривается как отсутствие личностной самодостаточности.

3. Вера в добро. Это мораль сильного человека. Разуверившись в добре, мы уступаем место злу и становимся перед ним безоружными.

4. Умение чувствовать свою сопричастность к происходящему, даже, если кажется, что в той или иной ситуации мы были ни при чём. В этой установке — ответственность за происходящее, присутствие мудрости, ощущение себя частицей социального организма, всей Природы, Вселенной.

5. Умение меняться, учиться у жизни всю жизнь, умение рисковать, использовать новые нормы бытия. Иногда говорят: «Я к этому привык». А может быть стоит попробовать, может быть что-то пойдёт по-другому, гораздо успешнее, хотя, возможно, не сразу.

Организация

- руководитель,
- секретарь,
- сотрудники

Фирменный стиль

- отношения между сотрудниками,
- контакты между партнерами,
- дизайн интерьера

Внешние атрибуты имиджа

- название,
- символ,
- девиз,
- торговый знак

Личный имидж руководителя

- управленческая деятельность,
- публичные выступления и контакты

Рекламная кампания Общественные связи