

ИМИДЖ и культура общения



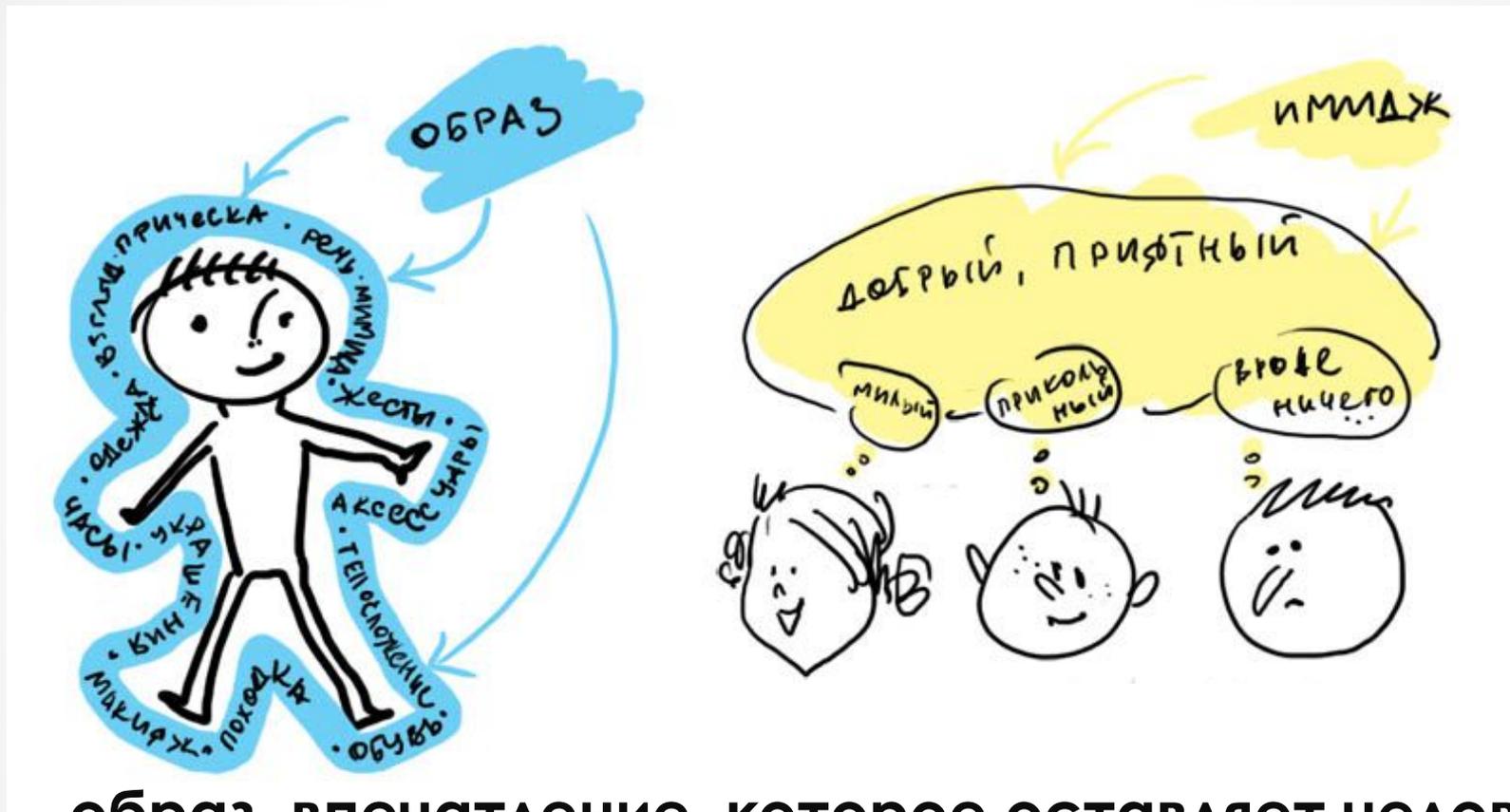
Основные понятия

- **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 впо следствии

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.

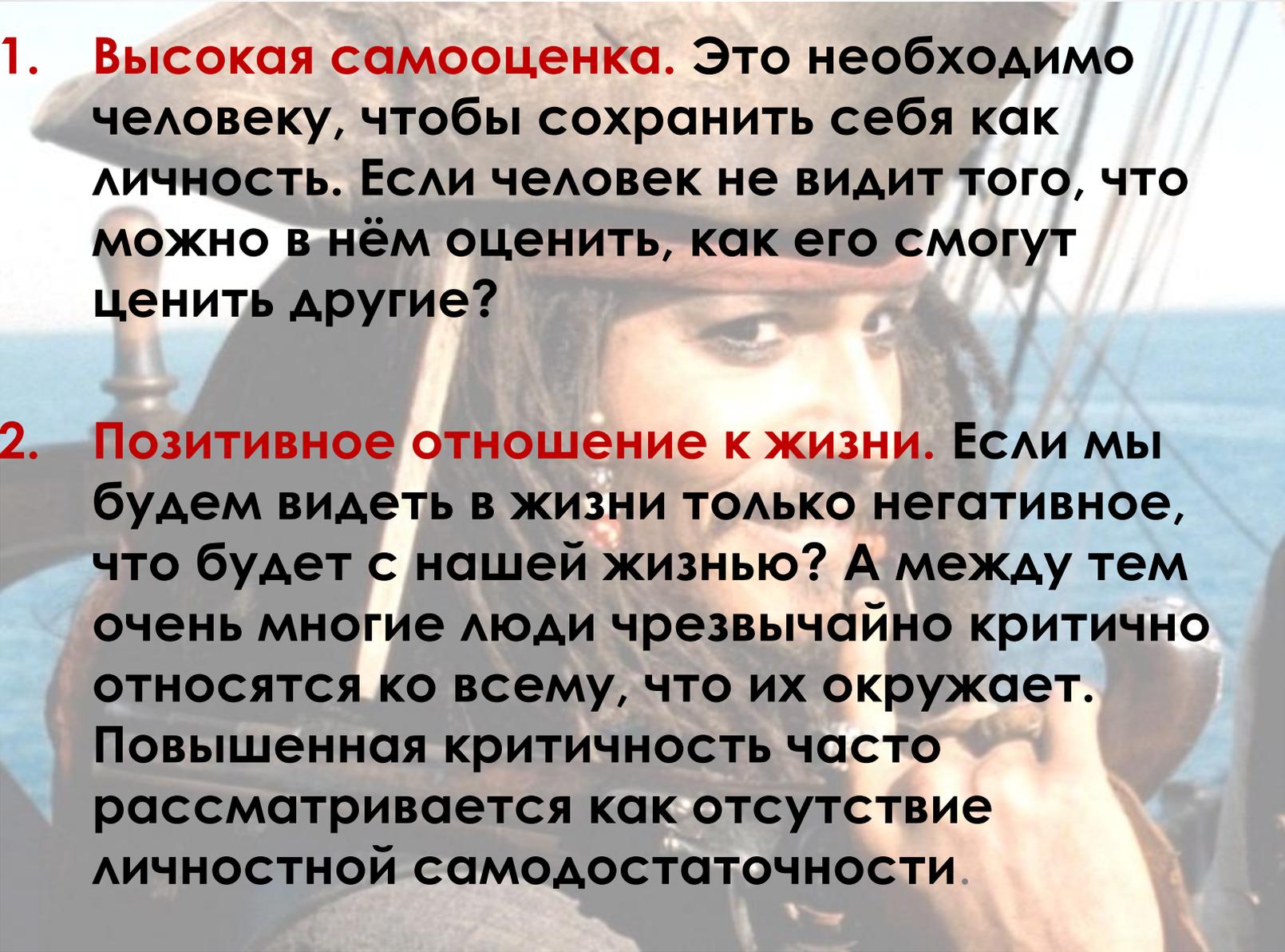
ИМИДЖ

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