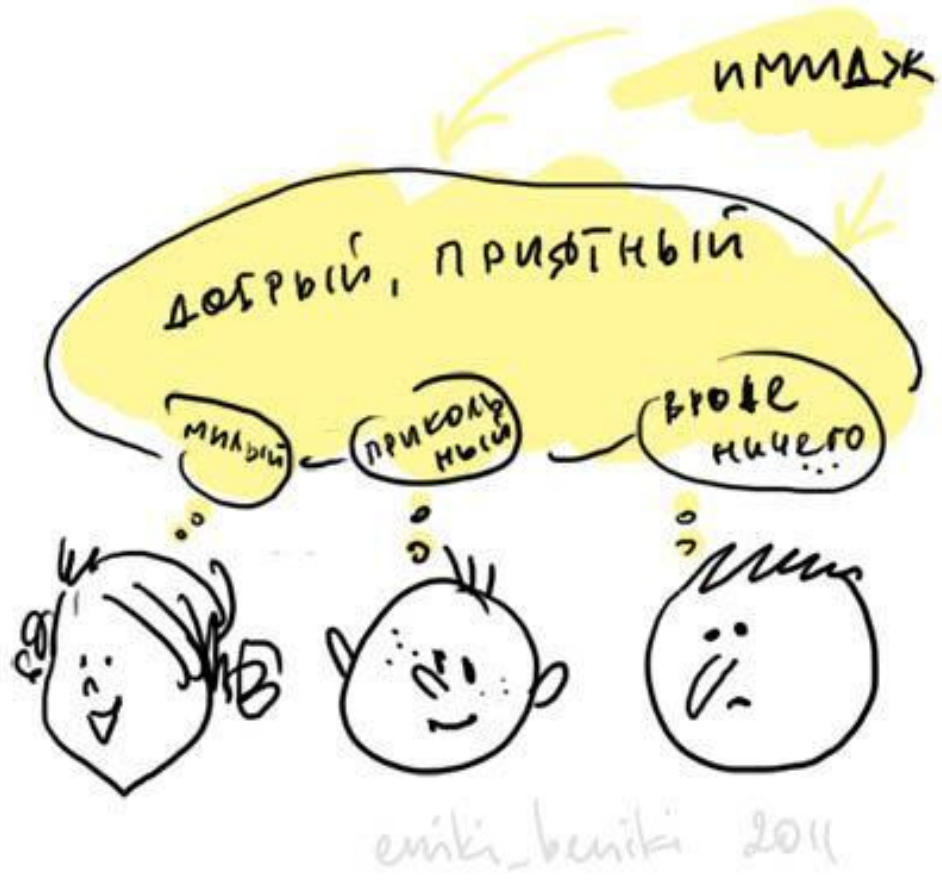

Классификация имиджа по направленности

Работу выполнил студент 12 НБ Масликов

▶ Николай

Имидж - искусственный образ,
формируемый в общественном или
индивидуальном сознании средствами
массовой коммуникации
и психологического воздействия.





Латинский термин *imago* чаще всего можно встретить в значении - хитиновый покров, оболочка насекомых. Попробуем провести параллели, навеваемые родством слов: *imago* - *image*. Это то, что привлекает и скрывает, что красиво само по себе либо оправдано обстоятельствами: граница, переход от внешнего к внутреннему, и наоборот. Важное, как для находящегося «в» имидже, так и наблюдающего его «извне».



Классификация имиджа

С точки зрения направленности, имидж его можно разделить на две категории :

Искусственный **Естественный**



Естественный имидж

Естественный

имидж складывается без целенаправленных усилий субъекта или специалиста, в наибольшей степени отвечая потребности в самопрезентации, активизации социальных связей.



Искусственный имидж

Искусственный имидж - продукт целенаправленных специальных усилий самого субъекта или профессионала, заручившегося поддержкой этого субъекта. Рождается в процессе творчества и со-творчества. Нуждается в постоянной поддержке, с которой сопряжены основные усилия и затраты.



Искусственный имидж

В создании искусственного имиджа используются различные методы и технологии (PR, реклама, пропаганда)



Пропаганда



Пропаганда

Пропаганда - распространение взглядов, фактов, аргументов и других сведений, в том числе слухов или заведомо ложных сведений, для формирования общественного мнения или иных целей, преследуемых пропагандистами.



Пропаганда



PR



PR

PR(Public Relations)-

технологии создания и внедрения при общественно-экономических и политических системах конкуренции образа объекта (идеи, товара, услуги) в ценностный ряд социальной группы, с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни.



PR



ЧЁРНЫЙ PR

Реклама



Реклама

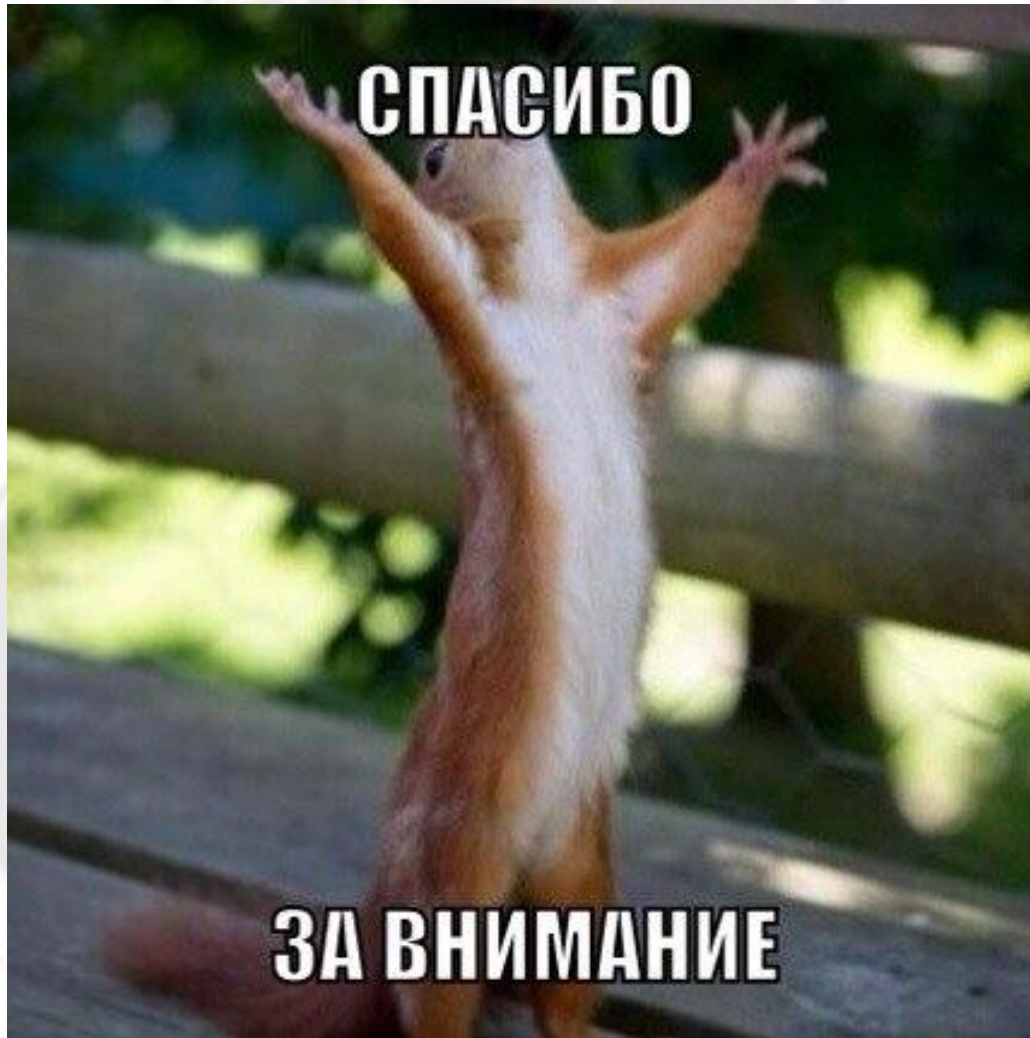
Реклама - оплаченное известным спонсором распространение неперсонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему.



Реклама



THE END



СПАСИБО

ЗА ВНИМАНИЕ

