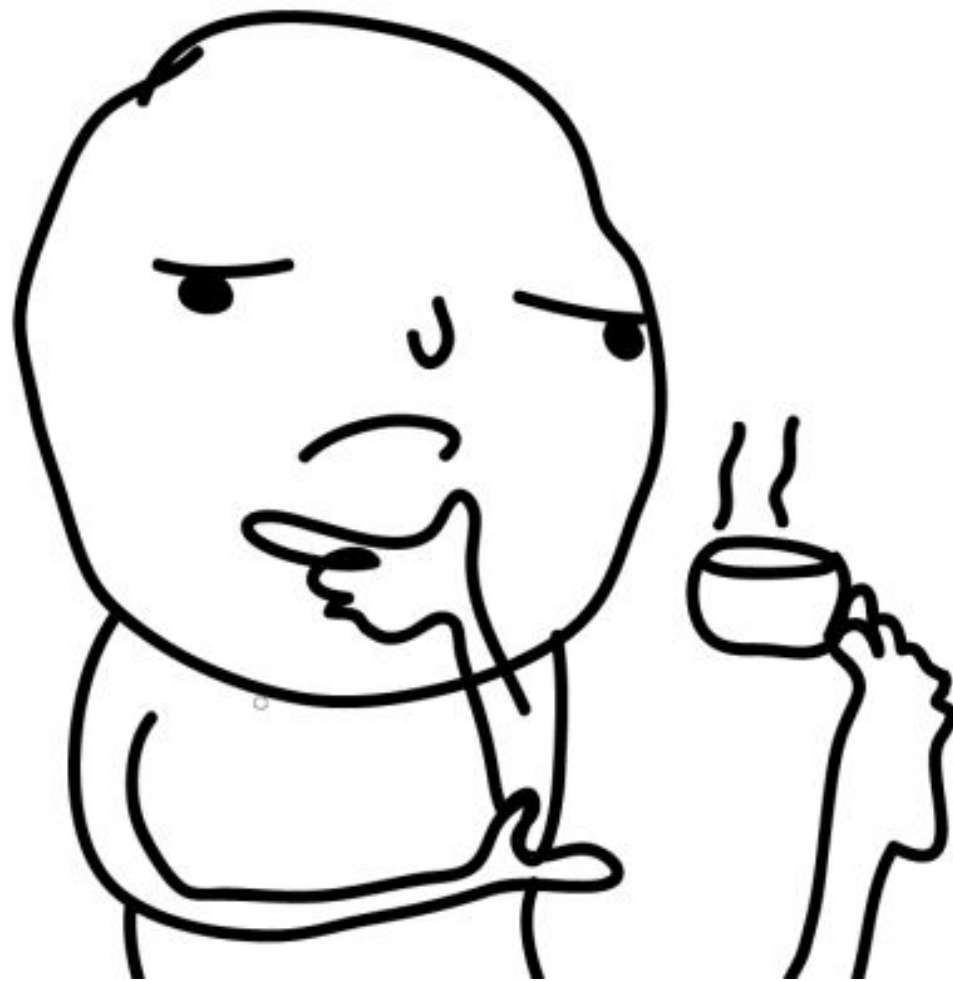


Снегирёва С.С.
Б4205а

Понятия образа и имиджа. Общее и особенное в их формировании

Образ и имидж
– не одно и то
же?



ОБРАЗ ЧЕЛОВЕКА

Это система знаков, которые в какой-то момент времени транслирует человек, и которые отражают отдельные свойства его личности, акцентируемую социальную роль и текущие коммуникативные установки. Эту систему знаков составляют такие элементы, как телосложение, черты лица, походка, жестикуляция и манера двигаться, особенности речи, голос и манера говорить, выражение лица, взгляд, причёска, макияж, одежда, обувь, аксессуары, украшения, степень ухоженности и аккуратности и т.д. и т.п. Список можно расширить, включить в него машину, дом, круг общения и тому подобные вещи. Широкую трактовку образа, учитывающую широкий контекст и все каналы коммуникации, применяют в своей работе имиджмейкеры.

...если в
двух словах

Образ - это совокупность транслируемых человеком знаков, выраженных визуальным языком.

Таким образом, трактуя понятие более узко, можно ограничиться работой с внешностью, одеждой, причёской, макияжем и т.д. При этом важно отдавать себе отчёт в том, что идёт работа только над частью образа.

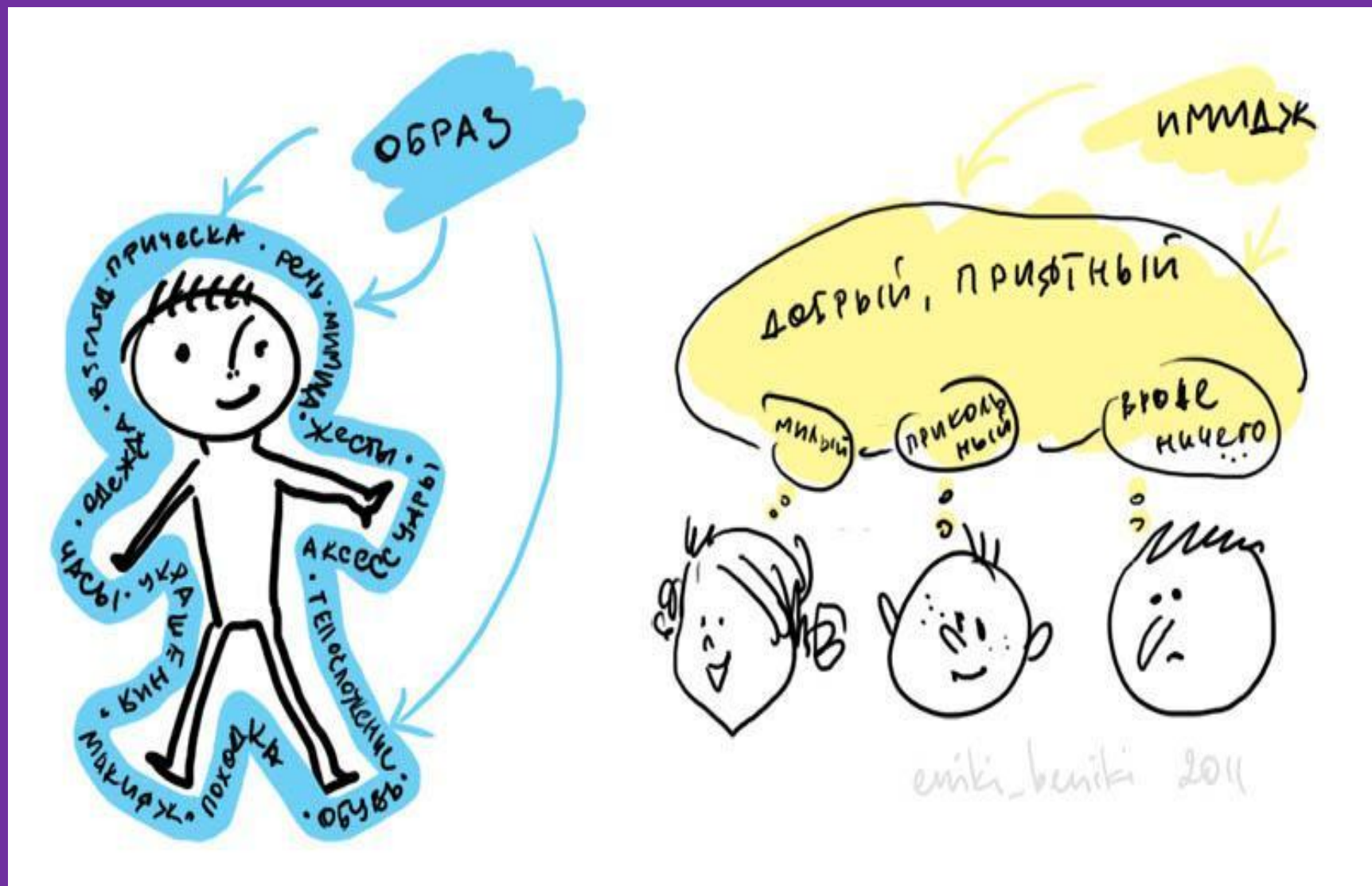
РАЗНИЦА?

Образ нередко путают с имиджем. Особенно усиливается путаница из-за того, что image можно перевести в том числе как "образ". Но в русском языке принято различать образ и имидж. Итак, имидж - это оценочное мнение о человеке, сложившееся в сознании другого человека или группы людей. Имидж формируется на основе информации о человеке, полученной в том числе от него самого. Образ оказывает решающее влияние на формирование имиджа.

Ключевое качество имиджа - знак: положительный или отрицательный. Знак имиджа определяет готовность целевой аудитории к неким действиям по отношению к носителю имиджа.

Итак, образ - это упрощённое внешнее отражение внутренней сущности человека.

Имидж - это оценка человека в сознании некоей целевой аудитории.



Создание образа

Профессиональным созданием образа занимаются стилисты и модельеры. Подобная работа ведётся преимущественно художественными средствами (форма, цвет, отношения, акценты и т.д.). Стилист отталкивается от особенностей внешности клиента, когда работает с его образом. Модельер может отталкиваться от любого источника вдохновения (человек, фильм, музыка, книга, визуальный образ и т.д.) и создавать костюм (и дальше - образ человека в костюме), следуя за своими ассоциациями. Но это уже отдельная тема :)



Основной вопрос при создании образа - "что я (или клиент) хочу (хочет) сказать о себе в данной ситуации?". Это послание становится основой образа и фильтром для выбора выразительных средств.

Создание имиджа

Как можно легко догадаться, созданием имиджа профессионально занимаются имиджмейкеры. Это каста специалистов, заметно отличающаяся от стилистов и модельеров. Сущность отличия в том, что они являются в первую очередь специалистами по межличностной коммуникации. Работа над внешностью клиента является для них не самоцелью, а всего лишь средством достижения неких социальных задач.



Если создать образ относительно легко, и результат хорошо поддаётся контролю, то с имиджем всё неоднозначно и порой непредсказуемо. Дело в том, что непосредственно залезть в мозги целевой аудитории и сформировать там нужное мнение невозможно. Чтобы склонить людей в пользу себя (своего клиента), можно всего лишь тщательно отфильтровать и красиво оформить информацию о себе (своём клиенте), но окончательные выводы целевая аудитория всё равно будет делать сама. Порой реакция бывает совсем не такая, как хотелось бы.

**Благодарю за
внимание!**

*да, здесь была отсылка к
Марафону Рекламы:)



План «Б»

(на случай, если презентация не понравится)

Почему презентация оформлена именно так:

- Я ~~художник~~ РЕКЛАМЩИК, Я ТАК ВИЖУ
- А вижу я, что эти цвета идеально гармонируют друг с другом, а также позволяют аудитории легко и непринуждённо запомнить информацию
- А ещё просто потому что такую презентацию будет вообще сложно не запомнить
- Моя презентация с претензией на креативность
- Возможно я самый несерьёзный человек, с самым серьёзным подходом к вещам, которого кто-либо когда-либо встречал из находящихся в этой аудитории. (Поэтому есть план «Б». Поэтому я буду защищать свою несерьёзную презентацию до последнего)