

ТЕМА

ИМИДЖ И ОБРАЗ ЛИДЕРА

ПРЕПОДАВАТЕЛЪ:

ИСМАНОВА ТАТЪЯНА НИКОЛАЕВНА

РАССМАТРИВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ:

- ✓ **Термин «Имидж». Понятие «Я-образ».**
- ✓ **Социальные роли и их значимость в работе над собственным имиджем.**
- ✓ **Имиджеформирующая информация, как основа создания мнения о себе.**
- ✓ **Имидж, ориентированный на восприятие. Факторы, значимые для восприятия и оценки человека.**
- ✓ **Имидж и выбор своей модели поведения.**
- ✓ **Имидж, ориентированный на самоощущение.**



ЦИТАТА ДНЯ:

ИСКУССТВО НРАВИТСЯ ЕСТЬ ВЕЛИКАЯ ТАЙНА, КОТОРАЯ, ДАРУЕМАЯ ЛИ ПРИРОДОЮ ИЛИ ПОХИЩАЕМАЯ УПОРНЫМ УСИЛИЕМ, В ОБОИХ СЛУЧАЯХ ДОСТОЙНА УВАЖЕНИЯ И ЗАВИСТИ; В ПОСЛЕДНЕЙ ДАНИ ЕЙ НЕМНОГИЕ И ОТКАЗЫВАЮТ.

П.А. ВЯЗЕМСКИЙ

ИМИДЖ – ЭТО ИСКУССТВО УПРАВЛЯТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЕМ.

Э. ГОФМАН



Термин «Имидж». Понятие «Я-образ».

Имидж лидера

Имидж – от лат. imitary или imago , что означает имитировать, или же англ. image - образ.

Имидж - это внешний образ, формируемый субъектом с целью создания определенного впечатления, мнения, отношения у других.

ТЕРМИН «ИМИДЖ». ПОНЯТИЕ «Я-ОБРАЗ».

Итак:

Имидж является разновидностью образа.

Образ, в толковых словарях русского языка определяется,

- **как облик, вид, подобие,**
- **«живое наглядное представление о ком или о чём-нибудь»,**
- **«обобщённое художественное отражение действительности»,**
- **тип, характер, воплощённый в художественном произведении.**

Все эти характеристики применимы по отношению к имиджу.

Но, слово «имидж» не является синонимом слова «образ».



Термин «Имидж». Понятие «Я-образ».

Имидж:

- целенаправленно созданная или стихийно возникшая форма отражения объекта в сознании людей;**
- он информативен, сообщает нам некоторую совокупность признаков, присущую человеку;**
- динамичен и видоизменяется;**
- в имидже заложена знаковая, информационно-символическая природа, т.к. через имидж мы передаём информацию о себе, своих устоях, идеалах, планах – значит это сообщение должно передаваться на понятийном языке для другого человека.**

Родственным понятием имиджа является «мнение», «репутация», «авторитет».



Термин «Имидж». Понятие «Я-образ».

Индивидуальный имидж:

- мнение о вас, которое сложилось у определённой группы людей или публичное «Я», чем и кем я кажусь в своём окружении;**
- чувственно-воспринимаемые проявления человека: его внешность (черты лица, жесты, голос, одежда); любые события, мнения, характеризующие человека с тех или иных сторон, создающие представления о его ценностях;**
- речь человека, «Заговори – и я скажу кто ты» (Сократ);**



ТЕРМИН «ИМИДЖ». ПОНЯТИЕ «Я-ОБРАЗ».

ИТАК, существует три «Я»:

«Я»-реальное – каким я себя вижу и как оцениваю;

«Я»-зеркальное – каким меня видят и как оценивают другие;

«Я»-идеальное – каким бы я хотел быть в глазах других..

Чтобы скорректировать и привести в гармоническое соответствие эти три «Я», необходим формирующий имидж, который укрупнил бы ваши достоинства и скрыл недостатки.

Стремление приблизить «Я»-реальное к «Я»-идеальному – это универсальная мотивация создания имиджа.



СОЦИАЛЬНЫЕ РОЛИ И ИХ ЗНАЧИМОСТЬ В РАБОТЕ НАД СОБСТВЕННЫМ ИМИДЖЕМ

Чтобы сознательно начать работать над собственным имиджем, необходимо определить свои социальные роли сегодня, в соответствии с возрастом, социальным, профессиональным и общественным статусом.

«Весь мир театр, все люди в нём актёры, и каждый не одну играет роль»



СОЦИАЛЬНЫЕ РОЛИ И ИХ ЗНАЧИМОСТЬ В РАБОТЕ НАД СОБСТВЕННЫМ ИМИДЖЕМ

Латинское слово «persona», сегодня обозначающее личность, в Древней Греции и Риме обозначало маску актёра.

Социальная роль и есть маска, в которую облачается человек выходя на публику.

Социальная роль – это шаблонный тип поведения или модель поведения, ориентированная на данный статус, содержащая права и обязанности, предписанные этому статусу.

Поведение учителя, врача, продавца, ученика и т.д. предсказуемо, т.к. они – это определённая роль и их роли заранее прописаны.

А, имидж их зависит, в большей степени, от их профессиональных действий.



ИМИДЖЕФОРМИРУЮЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ОСНОВА СОЗДАНИЯ МНЕНИЯ

Мнение о вас создаётся на основе имиджеформирующей информации двумя способами:

- 1) осознанно, обдуманно;**
- 2) подсознательно, необдуманно.**

Информация, в свою очередь, воспринимается теми же двумя способами.

При сознательном создании имиджа появляется четвёртое «Я» – образ себя для других



ИМИДЖЕФОРМИРУЮЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ОСНОВА СОЗДАНИЯ МНЕНИЯ

Для чего нужно искусственно что-либо делать для себя?

Какова мотивация работы над имиджем?



ИМИДЖЕФОРМИРУЮЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ОСНОВА СОЗДАНИЯ МНЕНИЯ

Во-первых, использование имиджа необходимо для более эффективного социального влияния и достижения тех или иных внешних целей (победы на выборах, получения должности, карьерного роста и т.д.)

Во-вторых, существует мотивация, связанная с потребностью повышения самооценки и достижения психологического комфорта.

В зависимости от преобладающего типа мотивации различают два типа индивидуального имиджа:

- 1) имидж, ориентированный на восприятие;**
- 2) имидж, ориентированный на ощущение.**



ИМИДЖ, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ВОСПРИЯТИЕ

Л. Гольберт, в конце 80-х выявил пять факторов, значимых для восприятия и оценки другого человека:

- 1) пылкость, экстраверсия;**
- 2) дружелюбность;**
- 3) совестливость, сознательность;**
- 4) эмоциональная стабильность;**
- 5) интеллект.**



ИМИДЖ, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ВОСПРИЯТИЕ

А. Шмелёв, на материале русской лексики, соответствующей русским реалиям, так же получил аналогичные результаты:

- 1) альтруизм, дружелюбие;**
- 2) интеллигентность;**
- 3) активность, экстраверсия;**
- 4) самоконтроль, сознательность.**



ИМИДЖ, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ВОСПРИЯТИЕ

Структурные компоненты имиджа, ориентированные на восприятие:

- 1. Харизма**
- 2. Целеустремлённость**
- 3. Ощущение своей миссии (люди с миссией сосредотачиваются на развитии своих способностей, талантов, на получение знаний в разных направлениях и т.д., т.к. большинство других людей просто ходят в школу или на работу.**



ИМИДЖ, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА САМООЩУЩЕНИЕ

Формирование этого имиджа связано с расширением своей субличности, своих внешних и внутренних способностей, с «вживанием в роль».

Пример – актёры. «Вживаясь» в роль, они присваивают себе черты характера и даже внешние особенности персонажа.

И, уже не понятно, где актёр-человек, а где актёр-образ – всё сливается и на наших глазах рождается другой человек.

Построение имиджа, основанного на самоощущении, можно представить как цепочку последовательных действий: наблюдение – мысленный образ – копирование – присвоение – изменение.

