

image not found or type unknown



Слово «имидж» недавно появилось в нашем языке, но очень быстро заняло прочные позиции. В переводе с английского «имидж» означает «образ», «изображение», «точное подобие». Большинство подразумевает под словом «имидж» внешний облик. Любое толкование будет правильным, но следует пояснить все же, что понимается под определением «имидж».

Итак, человек создает определенный образ, внешний облик может быть каким угодно. Все зависит от желания человека выглядеть именно так или иначе. У каждого из нас свой собственный имидж. Некоторые люди мало обращают внимания на свой внешний облик, другие уделяют своему имиджу весьма пристальное внимание.

Для того, кто хочет заняться своим имиджем, следует прежде всего уяснить, каким вы себя хотите видеть. Ведь *имидж* – это гармоничное сочетание внешнего облика, внутреннего содержания и манеры поведения.

Имиджей огромное количество. Нужно только подобрать тот, который будет идеально соответствовать вашему внутреннему миру.

Выбор имиджа – достаточно сложное дело, ведь последний обязательно должен соответствовать мироощущению человека, в противном же случае лишь вызовет неловкость и дискомфорт.

Распространенной ошибкой является представление о том, что только одежда и прическа работают на имидж человека. Но *личный имидж* – это самый сложный набор как внешних, так и внутренних факторов, которые определяют имидж. Имидж определяется системой впечатлений, значений, представлений и эмоционального восприятия, которые связываются с определенной личностью (а не просто с хорошо одетым и великолепно причесанным человеком).

Понятие «имидж» является синонимом понятий «образ», «персонификация», но оно более обобщенное, включающее не только естественные свойства личности, но специально выработанные, созданные, сформированные. Оно связано как с внешним обликом, так и с внутренним содержанием, наполнением и спецификой человека, его психологическим типом, его индивидуальностью, соответствием его личности запросам времени и общества.

Имидж становится целостным и действенным лишь в том случае, когда он базируется не только на совокупности внешних данных и внешнего облика, но и на психологических особенностях и индивидуальных характеристиках данной личности, что возможно только при условии целенаправленной работы с профессиональным имиджмейкером.

Конечно, услуги парикмахера, визажиста, косметолога и стилиста очень важны для создания и усовершенствования имиджа. Но иногда бывает так, что одежда и прическа не соответствует манере поведения, стилю общения, индивидуально-психологическим особенностям человека.

В результате, вместо того, чтобы выглядеть естественно, непринужденно, достойно, привлекательно и уверенно, человек выглядит смешно, нелепо, неловко, неуклюже. Поэтому, только профессиональный имиджмейкер поможет человеку комплексно оценить и соотнести его внешние данные, осанку, походку, манеру поведения, стиль общения, профессию, социальный статус, возраст, гармонично соединить внешние и внутренние достоинства, скорректировать и усовершенствовать имидж, выявить потенциальные возможности с учетом индивидуального стиля деятельности, органично интегрируя внешний облик с индивидуально-психологическими характеристиками.

Рекомендации профессионального имиджмейкера помогут человеку изменить свою жизнь и бизнес к лучшему, насладиться успехом в любой жизненной сфере (здоровье, бизнес, карьера, семья, отношения с коллегами и подчиненными, повышение квалификации, этикетное и публичное поведение, творчество и самореализация).

Программу формирования имиджа можно условно подразделить на пять этапов:

1. Изучение себя (прежде чем создавать имидж, надо объективно оценить свои внешние данные).
2. Определение цветовой гаммы имиджа.
3. Отражение психологического портрета во внешнем облике (следует учитывать характер, темперамент, внутренний мир личности; известно, что имиджи двух сестер-близнецов с одинаковой внешностью, но разными характерами будут совершенно различными).

4. Приведение имиджа в соответствие с той социальной ролью, которую избирают (любая выбранная роль требует соответствующих антуража и «сценического костюма» – почти всем нам приходится становиться собственными костюмерами, играя в «пьесе из своей жизни»).

5. Выбор и создание прически и макияжа (свой облик можно успешно менять).

А также, на основе изучения соответствующей литературы можно предложить следующую технологию формирования имиджа, включающую шесть этапов:

1. Определение стартовых условий – задач, подготовленности человека (ему предлагается опросник, с помощью которого он сможет определить то, над чем ему необходимо работать, чтобы сформировать свой привлекательный имидж).

2. Создание внешности (подбор одежды, макияжа, прически, жестов, походки, мимики).

3. Отработка коммуникативной механики (на этом этапе необходимо совершенствоваться в искусстве публичных выступлений, ведении переговоров и бесед и т.п.).

4. Овладение эффективной поведенческой техникой (совершенствование культуры поведения, искусства оставлять хорошее впечатление о себе, изучение тактики действий в конфликтных ситуациях).

5. Изучение законов ортобиоза (т.е. здорового образа жизни, невозможного без рационального питания, систематических занятий спортом, освоения методов снятия напряжения и расслабления).

6. Совершенствование профессионализма (самообразование, участие в семинарах и т.д.).

Считается, что люди судят о нас по впечатлению, которое мы производим на них в первые пять-семь секунд знакомства, что нашло отражение в старой поговорке «по одежке встречают». Теперь «одежка» означает и костюм, и макияж, и походку, и мимику, и жесты.

«Сдержанная» одежда позволяет коллегам, клиентам видеть именно вас, а не то, что на вас. Таким путем можно ненавязчиво выразить свою индивидуальность. Если вы уверены в том, что ваша одежда работает на вас и соответствует вашему образу, то можете совершенно забыть о ней, сосредоточившись только на своей

работе.

«Аккуратный, со вкусом одетый, подтянутый!» – так должны говорить о работнике. Внешность такого человека свидетельствует о его уважении к окружающим. Одежде положено быть безукоризненно опрятной: неряшливость, небрежность ее всегда вызывает неприятное чувство у людей и воспринимается как неуважение к окружающим.

По тому, как человек стоит, как ходит, как держит руки и ноги, также судят о его уважении или пренебрежении к окружающим. Выбирая позу, необходимо помнить, что она должна быть корректной, естественной и гармонировать с обстановкой. Поза тоже часть того языка, на котором мы столь выразительно говорим без слов.

Имидж формируют не только манеры и позы, но и лицо. Современные исследования головного мозга со всей очевидностью свидетельствуют о том, что черты характера человека тесно связаны с его физическим строением и лучше всего они выражены в лице.

Физические черты, характеризующие способы словесного выражения, в основном сосредоточены в области рта; черты, связанные с логическими и оценочными способностями, – в области глаз.

Одна из важнейших составляющих имиджа – мимика, т.е. выразительные движения мышц лица. В мимике первую роль играют глаза. Поэтому ваш взгляд должен как можно чаще (на протяжении 60 – 70% времени общения) встречаться со взглядом собеседника. Ведя разговор, представьте, например, что на лбу вашего собеседника находится треугольник. Ваш взгляд, направленный на этот треугольник, будет восприниматься как очень серьезный, и собеседник почувствует, что вы настроены по-деловому.

Зрачки честнейшим образом рассказывают о вашей реакции на услышанное. Когда человек радостно возбужден, его зрачки расширяются (в четыре раза). Наоборот, когда он сердится или у него мрачное настроение, его зрачки сужаются.

В мимике очень важно положение губ. Растянутые в улыбке губы – показатель радости и дружелюбия; плотно сжатые – замкнутости; изогнутые – сомнения или сарказма. Опущенные уголки рта – свидетельство того, что человек расстроен.

Улыбка – это «половина обаяния». Нас оценивают по выражению лица: если мышцы его не напряжены, а губы все время готовы сложиться в улыбку, нас тут же

зачисляют в число симпатичных людей.

Одежда, мимика, жесты, походка очень многое передают непосредственно в подсознание собеседника независимо от его желания, т.е. визуальное воздействие имиджа происходит как «двойной вызов» – на уровнях сознания и подсознания.

Необходимо знать и типичные ошибки, допускаемые выступающими.

К ним относятся:

- 1) построение слишком длинных фраз;
- 2) использование слишком длинных слов (не следует употреблять, однако, только краткие слова);
- 3) введение в речь безличных предложений (лучше больше использовать определенно-личные местоимения);
- 4) частое использование безличных глаголов (вместо «Предлагается занять места» лучше сказать «Предлагаю вам занять места»);
- 5) нерешительность выступающего (впечатление нерешительности выступающего создается у слушателей, когда он часто прибегает к сослагательному наклонению);
- 6) чрезмерная вежливость (лучше избегать фраз вроде «Позвольте привлечь ваше внимание»);
- 7) злоупотребление модными словечками;
- 8) злоупотребление утверждениями (если часто прибегать к утверждениям, то в выступлении образуется много уязвимых мест – стоит попробовать чаще облекать свои мысли в форму вопросов);
- 9) использование только «закрытых» вопросов (если нужно активизировать внимание слушателей, не нужно задавать им только односложные вопросы); слишком быстрая, без пауз, речь (чем больше слушателей, тем медленнее следует говорить);
- 10) отсутствие зрительного контакта (если вас о чем-то спрашивают, не отводите глаза, чтобы лучше сосредоточиться).

Освоение способов делового общения обеспечивает наибольший успех. К ним прежде всего относится умение создать благоприятный психологический климат, производить хорошее впечатление о себе и выбирать линию поведения.

Важно обратиться к собеседнику по имени и как можно более непринужденно, давая понять, что его имя для вас значит многое: известно, что слушателя зачастую больше интересует он сам, чем его окружение.

Доверительное взаимопонимание обеспечивается выполнением некоторых правил, которые призывают:

- 1) сокращать физическую и социальную дистанцию;
- 2) приветствовать собеседника улыбкой, доброжелательным взглядом и крепким рукопожатием;
- 3) постоянно высказывать желание понять собеседника;
- 4) сразу же показывать, что вы оценили деловые качества собеседника, выразить заинтересованность в продолжении ваших взаимоотношений;
- 5) выражать собственные чувства, учитывая эмоциональное состояние собеседника;
- 6) вести себя уверенно, спокойно и доброжелательно, но без излишних уступок;
- 7) поддерживать собеседника эмоционально (показать, что внимательно слушаете, легкими кивками, доброжелательным выражением лица и т.п.).

Каждый человек – уникальное создание со своими слабыми и сильными сторонами, которыми необходимо умело пользоваться, т.е. демонстрировать свои достоинства и скрывать недостатки.

Важное значение имеет обучение личному ортобиозу, т.е. умению прежде всего поддержания здоровья: физического, психического и нравственного.

У здорового и жизнерадостного человека всегда больше шансов приобрести имидж привлекательной личности, излучающей обаяние и доброжелательность.

Здоровье человека влияет не только на его самочувствие, работоспособность, но и на его внешний вид, его настроение. Нельзя забывать и о силе воздействия красоты. Огромную роль в поддержании хорошей физической формы, помимо занятий спортом, играет правильное питание – разнообразное и регулярное, с

учетом возрастных, профессиональных, национальных, климатических, сезонных и других особенностей.

Правильно питаться – значит соблюдать элементарные гигиенические правила приготовления, обработки и сохранения пищевых продуктов, следить за их свежестью, содержать в чистоте посуду и т.п.

Кроме того, правильно питаться – это значит способствовать сохранению нормального веса тела, соответствующего возрасту и росту; не худеть в молодости, не полнеть в зрелом и пожилом возрасте.

Для работника очень важно и его психическое здоровье. Недаром же появилась в народе поговорка: «Все болезни – от нервов».

Поэтому на этой стадии самосовершенствования необходимо научиться методам самоуспокоения (рационализации, визуализации и релаксации).

Итак, мы рассмотрели все технологии создания имиджа. Безусловно, набор их может меняться, а содержание – дополняться. Предложенный набор можно расширить введением дополнительных технологий: технологии общения с представителями прессы, тренингов личностного роста, правил выступлений на телевидении и др.