

image not found or type unknown



Существует несколько технологий создания имиджа. Есть, например, технологии создания имиджа для начинающих и для обогащенных собственным опытом. Зная некоторые закономерности формирования имиджа, можно говорить о том, какие мини-технологии должен освоить каждый работник, чтобы создать свой успешный и достойный имидж.

В специальной литературе описано множество соответствующих технологий.

В.М. Шепель, например, считает, что создание имиджа – это последовательное исполнение шести мини-технологий.

К ним относятся:

1. подтверждение стартовых условий освоения технологии;
2. «строительство» внешности;
3. «коммуникативная механика»;
4. «флюидное излучение»;
5. отработка риторических приемов;
6. сведение всех мини-технологий в одно целое.

Имиджмейкер **Л. Браун** строит свою технологию создания имиджа, учитывая сильно возросшую в последние десятилетия роль СМИ.

В связи с этим она предлагает при формировании имиджа положить в его основу следующие факторы:

- 1) внешний вид;
- 2) голос;
- 3) публичные выступления;
- 4) общение с представителями прессы;
- 5) поведение перед телеэкраном;
- 6) поддержание постоянной формы.

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).

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.

Так, проф. **Р. Бердвистел** обнаружил, что вербальный компонент разговора занимает 35%, а невербальный – 65%.

Проведенное исследование зависимости жестов от социального или служебного положения людей показало, что человек, находящийся на вершине служебной лестницы, в разговоре больше использует слова, в то время как менее образованные люди больше полагаются на жесты.

Следовательно, чем выше служебное или общественное положение человека, тем меньше он делает жестов и телодвижений.

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.

Наполеон Бонапарт говорил: «Кто не умеет говорить, тот карьеры не сделает».

Поэтому на третьем этапе необходим интенсивный коммуникативный тренинг. От выбора правильного слова зависит сила его воздействия.