

Имиджелогия и ее технологическое
обеспечение

Имиджелогия как наука и практика

В.В.Власенко

План

1. Место имиджелогии среди общественных наук
2. Философия имиджелогии
3. Антропологическая основа имиджелогии
4. Функции имиджа

Место имиджелогии среди общественных наук

Место имиджелогии среди общественных наук

Понятие «имидж» ввели в обиход Зигмунд Фрейд (30-е годы XX века) и Кеннет Болдуинг (60-е годы XX века). З. Фрейд издавал журнал с одноименным названием, а в результате понятие имиджа перестало быть только психологическим термином, но широко в оборот он не вошёл. Только в 60-е годы XX века американский экономист К. Болдуинг ввёл в деловой оборот термин «ИМИДЖ».

Место имиджелогии среди общественных наук

Имиджелогия – это новая научно-прикладная дисциплина, возникающая на стыке психологии, социологии, философии, культурологии, костюмологии и ряда других наук.

Место имиджелогии среди общественных наук

- Имиджелогия изучает закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара и услуги, раскрывает общее, особенное и единичное в онтологии всех видов имиджей.

Место имиджелогии среди общественных наук

- Таким образом, имиджелогия есть *комплекс знаний и учений о создании управляемого образа предмета, человека или организации; наука об эффективном управлении образом объекта.*

Место имиджелогии среди общественных наук

- Имиджелогия имеет явно выраженные практико-ориентированные направления: *имидждагностику, имиджконсультирование, имиджмейкинг (технологии построения и управления имиджем), имиджпрогностику.*

Место имиджелогии среди общественных наук

- В то же время существуют следующие теоретические ответвления имиджелогии:
 - персональная,
 - профессиональная,
 - семейная,
 - реабилитационная.
 - историческая,
 - корпоративная,
 - гендерная,
 - политическая,

Место имиджелогии среди общественных наук

- **Объект** изучения имиджелогии — *имидж как коммуникативная единица, предмет – средства формирования положительного образа индивида, территориального образования, корпорации, товара и общественных сфер.*

Место имиджелогии среди общественных наук

- В переводе с английского имидж – это образ, изображение. В самом же деле – это непосредственно или преднамеренно создаваемое *визуальное впечатление* о личности или социальной структуре.

Место имиджелогии среди общественных наук

- Имидж – это не психологическое средство для достижения каких-то прагматических задач, а *этическая содержательность* личности, которая *внешне представлена соответствующими средствами.*

- **«Заботясь о красоте, надо начинать с сердца и души, иначе никакая косметика не поможет»**

Габриэль Бонёр

Шанель

Место имиджелогии среди общественных наук

- В политической рекламе и шоу-бизнесе имидж часто выступает как образ, наделённый характеристиками, которые лежат за пределами душевной сущности личности. Не случайно имидж понимают как «легенду» или как идол времени.

Место имиджологии среди общественных наук

- *Имиджология* – это обращённый к каждому призыв быть обаятельным и уметь нести свет людям. Она способствует внешнему проявлению глубинной потребности человека быть достойной личностью.

Место имиджелогии среди общественных наук

- *Имиджелогия* – это мечта о благородном облике каждого гражданина, обладать которым – неременное условие создания демократического и гуманного общества.

Место имиджелогии среди общественных наук

- *Имиджелогия* – это технология воздействия. Блез Паскаль писал, что существуют два способа воздействия на людей: «способ убеждать» и «способ понравиться». Из них последний наиболее эффективный – утверждал он.

Место имиджелогии среди общественных наук

- Имиджелогия – система различных знаний и умений. Она выступает теоретико-прикладной основой проектирования и использования технологии личного обаяния, научно-технологической дисциплиной современного знания о человеке.

Философия имиджелогии

Философия имиджелогии

- Имиджелогия требует разработки собственной философии с того момента, когда на передний план выходит проблема формирования специалиста-имиджеолога, призванного реализовать, практически воплотить в жизнь её принципы и требования.

Философия имиджелогии

- Личность имиджеолога должна характеризоваться как профессиональными знаниями и умениями, так и мировоззренческими исходными установками, изначально определяющими самую возможность и право осуществлять практическую деятельность.

Философия имиджологии

- Мир межличностных отношений, личностно значимых ценностей, личностных установок, привязанностей, убеждений – единственная объективно существующая с позиций имиджологии реальность, потребности которой нельзя не учитывать.

Философия имиджелогии

- Имиджеолог – не педагог и не воспитатель. У него нет и быть не может «своих» целей, «своих» задач, своих интересов, в чём-либо направленных против личности. Он изначально служит ей, и только ей. И выше её потребностей, её интересов у него ничего нет.

Антропологическая основа имиджелогии

Антропологическая основа имиджелогии

- ОРТОБИОЗ [\leftarrow гр. orthos - прямой, правильный + bios - жизнь] - термин, означающий здоровый, разумный образ жизни; о. включает заботу о физическом здоровье, оптимальный ритм работы и отдыха, двигательную активность, рациональное питание, культуру общения и личную гигиену.

Антропологическая основа имиджелогии

- С имиджелогией тесно связана ортобиотика – наука о технологии ортобиоза, так как назначение имиджелогии в том, чтобы, создав привлекательный имидж, помочь человеку психологически и нравственно чувствовать себя уверенно и

- Ортобиотика – это наука, синтезирующая обширный круг различных научных и технологических знаний. Она является антропологической основой для целого ряда теоретических и технологических дисциплин, в тесном соприкосновении с ней находится имиджелогия.

Функции имиджа

Функции имиджа

Ценностные функции имиджа:

1. Личностно-возвышающая

Положительный имидж создаёт облик личности, который подчёркивает её духовное достоинство, опредмечивает ее лучшие душевные характеристики и демонстрирует индивидуальную незаурядность.

Функции имиджа

2. Психотерапевтическая

Личность, обладающая обаянием, пополняет и восстанавливает биоэнергетику, о чем свидетельствует ее устойчивое положительное настроение, оптимизм в достижении своих целей и уверенность в себе

Функции имиджа

Технологические функции имиджа:

- 1. Социальная адаптация**
- 2. Высвечивание лучших личностно-деловых характеристик**
- 3. Сглаживание или сокрытие негативных личностных данных**
- 4. Концентрация внимания людей на себя**
- 5. Расширения возрастного диапазона общения**

Функции имиджа

- **Ценностные и технологические функции** являются приоритетными составляющими самопрезентации. С помощью этих функций можно выстроить свой индивидуально-личностный и профессиональный имидж.

Функции имиджа

- Самопрезентация — это искусство, владея которым, можно визуально выразить личностное величие и скрыть то обыденное или примитивное, что неизбежно имеет место в каждом человеке

Функции имиджа

- разработку настроек на создание личного имиджа;
- создание проекта собственного имиджа;
- подготовка условий для реализации технологий по формированию имиджа;
- реализация созданного имиджа в реальных условиях;
- сбор информации относительно эффективности своего имиджа.

Функции имиджа

Механизмы взаимоотношения можно разделить на две группы:

- ***личностные*** — привязанность, симпатия, любовь;
- ***социальные*** — популярность, авторитет, преклонение или почитание.

Функции имиджа

Технологические

позиции

самопрезентации:

Визуализация облика

Коммуникативная механика

Вербальный эффект

Флюидное излучение

Выводы:

Имидж – собирательное понятие. Это – облик, то есть та форма жизненного проявления человека, благодаря которой «на люди» выставляются лучшие личностно-деловые характеристики.

Выводы:

Имиджелогия – система различных знаний и умений. Её информационный банк составляют данные таких дисциплин, как психология, этика, педагогика, социология, риторика, театральная режиссура и актёрское мастерство, косметология, дизайн одежды и т.д.

Выводы:

Имиджелогия выступает теоретико-прикладной основой проектирования и использования технологии личного обаяния, что делает необходимым признать её **самостоятельной научно-технологической дисциплиной современного человековедения**

**Благодарю за
внимание!**