



ПЕРСОНАЛЬНА ІМІДЖЕЛОГІЯ

Структура особистісного
іміджу

Персональний імідж

свідомо або підсвідомо створений образ людини, що формується через її зовнішність, поведінку, комунікацію, досягнення та соціальні контакти. Імідж є важливим інструментом для досягнення особистих та професійних цілей.



Імідж особистості формується багатьма складовими, до яких можна віднести такі (за А. Панасюком).

1. Габітарний імідж (від лат. habitus – зовнішність, зовнішній вигляд) – власне зовнішність (одяг, аксесуари, зачіска, макіяж).

2. Імідж середовища – створене людиною штучне середовище існування (оселя, кабінет, автомобіль).

3. Оречевлений імідж – створені й підібрані людиною предмети, речі.

4. Вербальний імідж – усне та письмове мовлення.

5. Кінетичний імідж – жести, рухи, міміка.



До цієї класифікації варто додати ще два важливі пункти (за Г. Монаховим).

1. Ментальний імідж – світоглядні та морально-етичні установки особи, притаманні їй соціальні стереотипи.

2. Фоновий імідж:

а) дистантно-опосередкований – та інформація, яку суспільство отримує не власне від носія іміджу, а зі ЗМІ чи інших джерел;

б) контактено-неопосередкований – ті люди, які утворюють оточення та коло спілкування носія іміджу.



У свою чергу, вербальний імідж складається з двох компонентів (за М. Збронською):

а) звуковий компонент (свобода створення звуків, дикція, діапазон інтонацій);

б) мовленнєвий компонент (словниковий запас, логічність і аргументованість мовлення).

У ментальному іміджі можна виділити:

а) комунікативний компонент (бажання та вміння спілкуватися, знання норм етикету та володіння ними);

б) моральний компонент (те, що людина про себе говорить і те, що вона реально робить).



Структура особистого іміджу



01

Зовнішній
вигляд
(портретні
характерист
ики)



02

Іміджева
символіка



03

Соціально-
рольові
характеристики



04

Індивідуально-
особистісні

01. Зовнішній вигляд (портретні характеристики):
- фізичні дані (зріст, вага, фігура тощо);
 - костюм (одяг, взуття, аксесуари та ін.);
 - зачіска;
 - манера поведінки й мовлення;
 - жести;
 - погляд і міміка;
 - особливості голосу;
 - запах.

02. Іміджева символіка:
- ім'я;
 - особисті символи (колір, числа, герб, логотип, марка тощо);
 - особиста атрибутика (деталі зовнішнього вигляду);
 - соціальні символи, або символи соціального престижу (гроші, статус у суспільстві, професія, посада, марка автомобіля, вид спорту, якому надається перевага, тощо).

- 03.** Соціально-рольові характеристики:
- репутація (громадська думка про людину, що ґрунтується на історії її життя та особистих досягненнях);
 - ампула (соціальна роль, яку виконує людина);
 - легенда (історія життя людини, представлена в іміджі);
 - місія (соціально важливі цілі, корисність для суспільства).

- 04.** Індивідуально-особистісні властивості:
- професійно-важливі якості;
 - домінуючі індивідуальні характеристики;
 - стиль стосунків із людьми;
 - пропаговані ідеї;
 - базові цінності

Формулювання «Я-концепції» передбачає осмислення власного світогляду, довгострокових цілей та принципів, переваг та недоліків, особливостей характеру та темпераменту. «Я-концепція» включає три складові:

«внутрішнє Я»
(який я у
власних очах)

«дзеркальне Я»
(яким мене
бачать інші)

«Ідеальне Я»
(яким я хочу
бути)