

ТРЕНИНГ НАВЫКОВ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА

Мельникова А.А.

Работа выполнена при поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках Программы развития деятельности студенческих объединений ЮФУ на 2012-2013 гг.

Конкуренция за внимание потребителей, соперничество в политике, работе – все это ставит людей и организации перед фактом необходимости постоянного развития. В связи с этим спрос на развитие имиджа набирает все большие обороты. Как известно, спрос рождает предложение. Одними из наиболее быстрых и эффективных способов формирования имиджа стали тренинги. Такие тренинги сочетают в себе теорию, практику, а также возможность раскрытия потенциала.

Ключевые слова: формирование имиджа, тренинг.

Термин «имидж» стал объектом повышенного интереса в конце прошлого столетия. Причиной тому стали изменениями, происходившие в экономической и социальной сфере жизни.

Политическая, социальная и экономическая ситуация привела к изменениям в жизни отдельных индивидов, а также в социальных группах. Личность стала восприниматься как центральное звено в общественной системе [15]. Это, в свою очередь, привело к росту значимости индивидуальности. Высокой социальной значимостью стали обладать отличительные особенности личности, гибкость мышления, профессионализм, открытость новому и высокая коммуникабельность. Развитие рыночной экономики, а также демократических отношений привели к усилению внимания к имиджу. Новый уровень конкуренции в политике, рынке труда и на потребительском рынке поставили организации и людей перед необходимостью постоянного развития и наиболее выгодного самопрезентирования в различных сферах социальных отношений.

Формирование новых образцов общественного поведения стало одним из факторов, способствующих повышению интереса к успешности человека [14]. Необходимо, чтобы такое поведение соответствовало новому этапу развития социума и его задачам. А это значит, что особую актуальность приобретают проблемы, связанные с формированием имиджа, механизмов его построения, условий и принципов создания, адаптации к социуму, на которое он ориентирован.

Существенными в жизни каждого становятся самореализация, умение преподать себя, самопрезентация, признание, принятие обществом. Одним из неотъемлемых факторов успеха становится

удачный имидж [12]. Ценность финансовых активов по-прежнему является крайне неустойчивой, многие сферы жизни подвержены нестабильному колебанию цен. При этом ценность репутации, которая является одной из ключевых составляющих имиджа, почти не зависит от экономических факторов. Это дает основание предполагать, что продолжающая свой рост конкуренция все больше будет способствовать росту значимости имиджа. Речь, в данном случае, идет не только о формировании и развитии имиджа компании, бренда, но также и об имидже личности.

Внимание к имиджу позволяет с большей вероятностью рассчитывать на успехи в бизнесе, а также на достойную репутацию в деловых кругах общения [3, 4]. Грамотно построенный имидж – залог перспектив профессионального роста и востребованности.

Именно так можно объяснить резкие взлеты молодых специалистов. Они добиваются успеха в бизнесе не своим опытом, респектабельностью или очень глубокими знаниями. Их секрет кроется в умело выстроенном имидже, который позволяет им обходить даже тех, кто имеет гораздо больше знаний и опыта. Значимость гендерного имиджа также довольно высока, ведь успехи (или их отсутствие) в личной жизни оказывают влияние и на другие сферы [11].

Человек, стремящийся к достижению своих целей, использует различные ресурсы. Среди них: деньги, связи, время, а также – имидж. Когда люди видят человека впервые, у них складывается о нем первое впечатление. Оно диктует им как себя вести с этим человеком, какими качествами, вероятно, он обладает. При долгосрочном знакомстве о субъекте имиджа также складывается определенное мнение: его профессионализм, личностные качества, степень его компетентности в той или иной области.

Как известно, человек – существо социальное. Поэтому, живя в обществе, мы, желая того или нет, подвергаемся влиянию этого общества. Мы принимаем его нравственно-эстетические эталоны красоты, поведения, норм, ценностей. Все это оказывает влияние на наше отношение к тем, кто соответствует или не соответствует этим эталонам. Чем более значим для человека его имидж, чем больше он над ним работает, тем с большей вероятностью он будет успешен в жизни [13].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что положительный имидж личности – неоспоримо важный ресурс в вопросах достижения профессионального и личностного успеха.

Рассмотрим вопрос о важности тренинговых технологий в формировании имиджа личности. В самом общем виде тренинг представляет собой краткий интенсивный курс обучения, в котором сочетаются небольшие теоретические экскурсы и практическое апробирование полученных знаний, закрепление ранее не использовавшихся (или мало использовавшихся) навыков [10].

Помимо высокой скорости без потери эффективности, весомым аргументом в пользу тренингов является тот факт, что во время их прохождения тренер не ставит перед собой задачу «научить жить». Выполняя упражнения под руководством тренера, участники пользуются возможностью посмотреть на одну проблему с разных точек зрения, благодаря другим членам группы [8]. Каждый может обнаружить что-то новое для себя, принять или не принять чью-либо сторону, прочувствовать действенность того или иного навыка на практике.

Еще один плюс тренинговых занятий – так называемый принцип «здесь и сейчас». Этот принцип предполагает, что участники тренинговой группы не могут ссылаться на свой опыт в прошлом, либо на возможный результат в будущем. Таким образом, пресекаются некоторые механизмы психологической защиты, позволяя актуализировать человека в происходящем на данный момент в группе, в нем самом.

Также принято считать важными следующие принципы тренинговой работы:

- персонифицированные высказывания, т. е. обращение происходит не к группе, не к кому-то неопределенному, а к конкретному человеку;
- конфиденциальность, при которой участники обязуются не раскрывать происходящее в тренинге за его пределами, что позволяет группе иметь больше возможности раскрыться;
- не осуждение личности, настраивающее участников на то, что в тренинге можно критиковать поступки, но личность – критиковать запрещено;
- уважение чужого мнения, предполагающее, что каждый участник будет иметь возможность

высказаться по поводу происходящего и будет услышан другими, а также сможет узнать, как к нему относятся члены группы.

Основной целью тренинга формирования имиджа является, как правило, содействие направленному созданию или коррекции индивидуального имиджа. Считается, что со временем имидж «устаревает» и нуждается в адаптации к постоянно изменяющимся условиям социального окружения. Необходим непрерывный процесс контроля над его эффективностью и соответствующая корректировка. Однако следует отметить, что подобные изменения возможны лишь в случае бессознательной готовности к ним индивида (при коррекции имиджа человека). Степень такой готовности определяется ментальными установками подсознания, уровнем тревожности, потребностью в признании, социальной принадлежности, одобрении [2]. При достижении бессознательной готовности определенного уровня, индивид формирует свои запросы относительно имиджевой проблематики, проводит мониторинг рыночных предложений и подбирает оптимальные для себя способы развития. Одним из наиболее востребованных запросов на современном этапе считаются именно различные виды тренингов по формированию имиджа. И это не случайно, т. к. такой тренинг позволяет за короткое время добиться максимально эффективных результатов, раскрыть потенциал каждого участника тренинговой группы, создать свой неповторимый образ, стать более уверенным в себе, более привлекательным в глазах окружающих и успешным человеком [7].

Поскольку формирование имиджа включает в себя множество различных аспектов, чаще всего тренинговые программы на эту тему осуществляются в несколько этапов, несколько занятий. Эти занятия могут быть посвящены работе с габитарными, психологическими, вербальными, кинетическими и средовыми аспектами имиджа. Разнообразие изучаемого материала определяет и разнообразие принципов и подходов, используемых для его освоения. К ним относятся принципы саморегуляции, подходы различных психологических направлений, методы саморазвития и т. д. [5].

Обычно тренера тренинговых групп стремятся завоевать потенциальных потребителей тем, что умеют лучше всего или тем, что им самим было бы интересно более подробно рассмотреть. В зависимости от этих индивидуальных предпочтений и определяется уклон тренинга формирования имиджа в какую-либо сторону. Примеров существует довольно много: «Имидж и Ваш цветовой тип поведения», «Как грамотно презентовать себя?», «Нормы делового стиля», «Корпоративный имидж», «Сам себе имиджмейкер», «Деловая женщина – это красиво» и т. п.

Тематика определяет и набор тех или иных упражнений, особый подбор теории и сочетание теории с практическими упражнениями. Рассматривая тренинг формирования имиджа в общем виде, следует описать основные задачи и этапы, встречающиеся наиболее часто.

1. Раскрытие составляющих имиджа, а также факторов, оказывающих влияние на его формирование.
2. Повышение самооценки, уверенности в себе.
3. Рассмотрение особенностей невербального общения (жесты, взгляды, мимика, позы, движения). На невербальном уровне имиджеформирующей информацией становится мимика, контакт глаз, движения тела, позы, осанка, жесты, и другие проявления кинетики. Не многие люди способны сказать, какой конкретно невербальный сигнал за что отвечает. Однако многие склонны судить о человеке по этим проявлениям.
4. Анализ особенностей вербального имиджа (развитие навыков эффективного общения). Стоит обратить внимание на то, что всего 16 % успеха на этом этапе составляет смысл слов. Остальные 84 % зависят от того, как говорит субъект. Объекты имиджа слышат тон, тембр, скорость, громкость, интонации, ритмику, четкость и уверенность в произношении. Голос – основное средство, с помощью которого привлекаются слушатели, активизируются или усыпляются, притягиваются или отталкиваются объекты имиджа. Голос отражает гораздо больше информации, чем может показаться: эмоциональное и физическое состояние, менталитет, духовность, темперамент, характер, самооценку.
5. Разбор особенностей успешной самопрезентации (включает в себя эффект первого впечатления, компетентность и др.)
6. Создание «Я-образа», т. е. имидж-конструирование, габитарный имидж (уникальный привлекательный для окружающих образ с неповторимыми личностными чертами, включающий в себя психологические особенности личности, а также стилизацию, колористику, подбор оптимальной прически, аксессуаров, макияжа, способов коррекции недостатков фигуры, привлечения внимания к ее достоинствам и т. д.).

Такие ученые, как В.М. Шепель, Л. Браун, И. Крикунова, А.С. Пелих, А.Г. Пронченко, Т.Г. Кизилова, В.Г. Горчакова во многом описали схожие с представленными выше задачами этапы формирования имиджа.

Все это говорит о том, что при выборе тренинга формирования имиджа следует обращать внимание на личность тренера, ведь каждый накладывает на тренинг отпечаток своей личности. Руководствоваться в выборе можно чем угодно:

рекомендациями знакомых, финансовыми возможностями, списком проведенных тренером занятий, рекламой или разговором с администратором тренингового центра. Тренер по имиджу должен быть одновременно PR-менеджером, дизайнером-модельером, стилистом, социологом, оратором, а самое главное – психологом или даже психотерапевтом.

Создать новый образ самому себе чрезвычайно трудно, практически невозможно, т. к. совсем немногие обладают всеми вышеперечисленными профессиональными навыками и знаниями. Вот почему тренинг в работе над образом (при наличии профессионального тренера) является самым оптимальным выбором [9].

При этом следует учесть, что новый образ может полноценно функционировать только тогда, когда он соответствует внутреннему состоянию человека, его темпераменту, характеру и образу жизни [6]. Внешность отражает внутреннее состояние, а внутреннее состояние отражает внешность. Часто, сменив свой образ жизни, поменяв мировоззрение, мы, сами того не замечая, меняем и все вокруг себя: обновляем гардероб, делаем новую стрижку, меняем цвет волос, делаем перестановку в доме или затеваем ремонт. Этот процесс может быть и обратным – изменив свое окружение, мы меняемся сами.

В заключение, хотелось бы еще раз подчеркнуть огромное значение имиджа для различных сфер жизни личности. В современном мире имидж становится таким же важным ресурсом успешности, как деньги, время, связи. Он является одним из составляющих образованности и воспитанности человека, способом выстраивания моделей социального поведения [1]. Имидж – показатель успешности в профессиональной и личной жизни индивида. Тренинг формирования имиджа – один из наиболее эффективных способов работы над образом. Будьте успешными!

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учебное пособие. – Новосибирск: НГАЭиУ, 1999.
2. Анцыферова Л.И. Личность в трудных жизненных условиях: переосмысление, преобразование ситуаций и психологическая защита // Психологический журнал. – 2004. – Т. 15. – № 1. – С. 3–16.
3. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 2000.
4. Вемъ А. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 2010.
5. Гильманов С.А. Структура имиджа и способы его функционирования // Имиджология-2006: актуальные проблемы социального имиджмейкинга: Материалы Четвертого Международного симпозиума по имиджологии. – М.: РИЦ АИМ, 2006. – С. 55–59.

6. Горчакова В.Г. Имидж личности // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 3.
7. Горчакова В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа? – Ростов-на-Дону: Феникс, 2011.
8. Горчакова В.Г. Техника перевоплощения. Имидж-тренинг в 33 шага. – USA, Charleston, SC, 2010.
9. Дэвис Ф. Создай себе имидж. – Минск: Попурри, 1998.
10. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. – М.: Омега-Л, 2008.
11. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002.
12. Пикулева О.А. Гендерные, возрастные и профессиональные особенности тактик самопрезентации: дис. ... канд. психол. наук. – СПб., 2005.
13. Спиллейн М. Создай свой имидж. – М.: Олма-пресс, 1996.
14. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002.
15. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.