Имидж – слово с латинским корнем – imago, которое значит «образ, вид». По сути русское «образ» содержит все компоненты смысла этого заимствования, кроме одного – человек может входить в образ и безо всякой корысти, а имидж необходим исключительно для того, чтобы произвести на кого-либо заранее спланированное впечатление. А поскольку любой бизнесмен знает, как важно понравиться партнеру или инвестору, то и мысль о том, что даже владельцу небольшой компании нелишне обратиться к имиджмейкеру, представляется отнюдь не лишенной смысла.

**Три уровня (не)соответствия имиджа сотрудника требуемым компетенциям**

Понимание имиджа, как устойчивого положения личности в пространстве личностных характеристик (компетенций), позволяет изучать имидж как объект психологического исследования, соотносить его с другими психологическими и социально-производственными параметрами (например, текучесть кадров), выявлять его значение в психологическом механизме формирования зрелой личности.

Мы предлагаем рассматривать соответствие или несоответствие имиджа сотрудника относительно трех социально-психологических фаз развития личности; *адаптации*, *индивидуализации* и *интеграции3*, где профессиональная деятельность становиться необходимым условием развития личности.

Первая фаза – *адаптация,* где человек вступая в новый коллектив, либо принимает ценности коллектива компании и занимает определенное статусное положение в группе, либо остается изгоем. Эта фаза может быть охарактеризована ***социометрическим уровнем соответствия имиджа сотрудника идеальному образу сотрудника компании****.*

Вторая фаза развития личности – *индивидуализация*, соответствует обособлению имиджа в группе, как устойчивого образа «Меня». Это обособление позволяет развивающейся личности соотносить образ «Я» с образом себя как коллективным образом «Меня» в глазах социальной группы. Каждая социальная группа разворачивает свои отношения в пространстве характерных для нё ценностей, то есть «что для бухгалтера хорошо, для менеджера-смерть». Эта фаза развития специалиста может быть охарактеризована ***уровнем установки сотрудника на профессиональную ориентировку в компетенциях****.*

Рассматривая третью фазу развития личности – *интеграцию*, А.В. Петровский уделяет особое значение развитию личности в соответствии с логикой развития коллектива. Способность сотрудника использовать свой имидж и имидж других сотрудников в организации деятельности определяет успех сотрудника в выполнении профессиональной деятельности. Успешность этой деятельности зависит от адекватности его самооценки по профессиональным компетенциям – ***уровня индивидуального соответствия****.*

Итак, мы можем сделать вывод: формирование имиджа – необходимое условие вхождения в коллектив и условие профессионального роста сотрудника. При этом сотрудник только тогда сможет проявить себя с профессиональной стороны, когда освоит все общепринятые корпоративные ценности, нормы и правила. С другой стороны, у каждого человека в процессе его развития формируются базовые ценности, соответствующие тому традиционному обществу, где он воспитывался. Традиционные ценности лежат в основе его личной мотивации на достижения как в профессиональной сфере, так и в личной жизни. Корпоративные и традиционные ценности, часто противоречат друг другу. Соотнесение этих ценностей в коллективе через индивидуальную оценку имиджа каждого сотрудника с идеальным образом позволяет формировать корпоративную культуру компании в соответствии с новыми эффективными технологиями.