

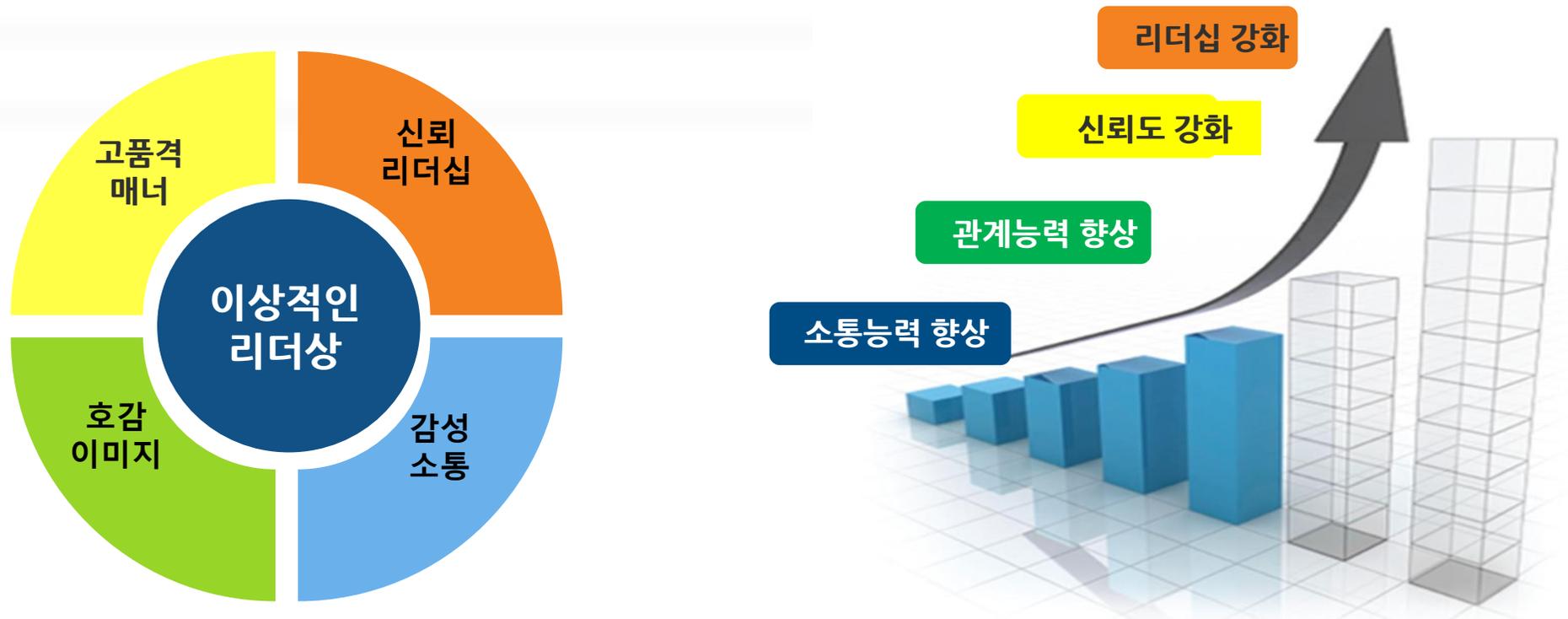
당신의 매력을 브랜딩하라

한국이미지메이킹센터 원장
송실대 이미지경영학과 교수

송 은 영

 momoey@naver.com

Leader의 Image는 곧 그 기업의 브랜드와 가치를 대변한다. 사회적 신분이 높아질수록 권위의 법칙이 작용하여 사소한 부분이라도 조직에 미치는 영향이 크므로 정제된 이미지를 갖추어야 한다. 따라서 리더의 이미지는 세심한 관리가 필요하며, 정확한 진단도구를 통해 자신이 보는 주관적인 자아상과 조직 내부와 외부 사회에서 보는 객관적인 자아상의 차이를 파악하고 개선시켜 나가는 것이 필요하다. Image Leadership 프로그램은 리더의 매너, 외적 이미지, 소통능력 등 이미지 브랜딩 A-Z를 세심하고 체계적으로 진단함으로써 이상적인 목표 이미지를 설정하고 리더로서 품격 있는 매너와 매력적인 이미지 파워를 높여 즉각적인 변화를 이끌어 내는 데 목적을 둔다. 따라서 변화 없는 교육은 낭비라는 이념 아래 체득화를 통한 변화를 이끌어 낼 수 있도록 개별 진단 후 각자의 솔루션을 제공하고 훈련과 실습을 중심으로 진행한다. 따라서 이 프로그램은 리더의 품격과 신뢰도 및 리더십 역량을 강화시키는데 직/간접적으로 도움을 주는 프로그램이다.



누가 진정한 리더인가?

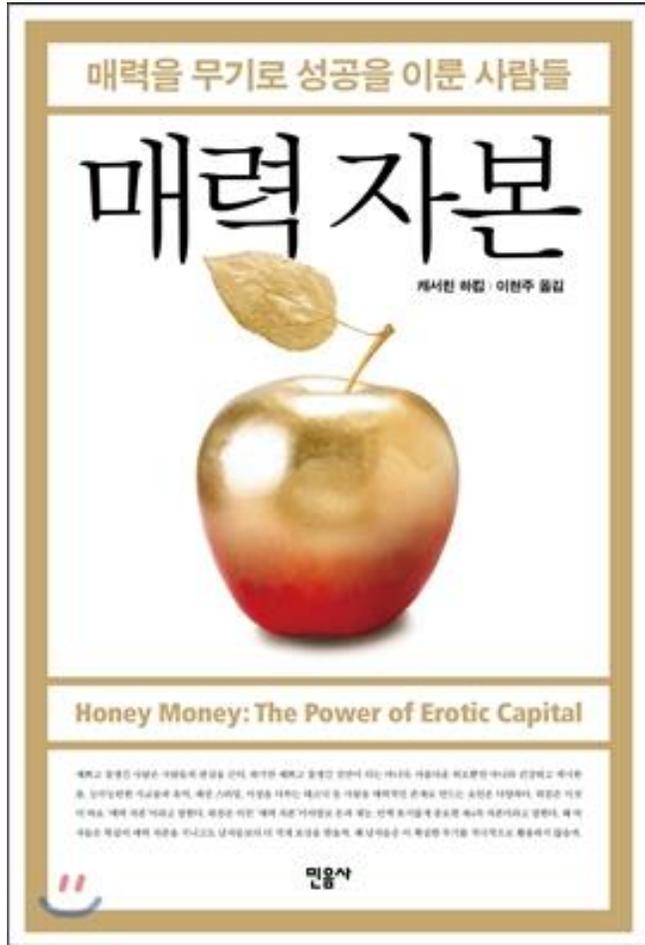


정치학자이자 리더십 전문가인 조지프 나이(85: 하버드대 케네디스쿨 교수)는 지난 30여 년간 역대 미국 대통령들의 멘토이기도 하다.

그는 ‘어떻게 나를 따르게 할 것인가?’ 를 고민하다가 “권력이란 강요와 보상이 아니라 매력으로 상대를 움직여 원하는 것을 얻는 것” 이라고 하였고 이를 ‘소프트 파워’ 라 하였다.

출처:EBS 위대한 수업 – Great Minds
“누가 리더인가?” 중에서

마음을 얻는 매력 자본



- 대니얼 카너먼-(2002년 노벨 경제학상 수상)

- 21세기 성공의 조건 : 능력, 성실한 자세, 운, 호감, 매력

- 캐서린 하킴(Catherine Hakim, 영국의 사회학자)

매력은 잘생긴 외모만을 뜻하는 것이 아니다. 유머 감각과 활력, 세련미, 상대를 편안하게 대하는 인간관계 기술 등 다른 사람에게 호감을 살 수 있는 멋진 태도와 기술을 말한다. 매력자본은 사람의 마음을 얻는 조용한 권력이다. 이런 멋진 태도나 기술은 나이가 많다고 쇠퇴하는 것이 아니라 오히려 더 좋아질 수 있고 그것이 바로 연륜이다. 매력은 나이와 타고난 외모와 상관 없이 후천적으로 길러지는 능력이고 경쟁력이다.

케네디를 역전승으로 이끈 것은?



Smile Power

“내가 보낸 미소는
상대방을 행복하게 하고
상대방이 느낀 행복은
몇 배가 돼서 다시 내게로 와
내 인생을 바꿔 놓는다.”

Me First!

자기 이미지(Self Image)

자기 이미지(self-image)		
내적 이미지 (본질)	자아 개념	자아존중감, 자아정체감, 비전설정 등
	인지적 요소	교육수준, 신념, 의지, 지식, 리더십 등
	정서적 요소	심성, 감정, 자신감, 욕구, 열등감, 책임감 등
	성격 및 성향	천성, 기질, 내향성, 외향성, 적극성 등
외적 이미지 (현상)	신체적 요소	얼굴 이미지, 키, 체형, 피부색, 생김새 등
	표현적 요소	표정, 메이크업, 옷차림, 헤어, 컬러, 액세서리 등
	행동적 요소	걸음걸이, 제스처, 태도, 자세 등
	청각적 요소	목소리, 억양, 말의 속도, 말의 내용, 말투 등
사회적 이미지 (관계)	사회적 환경	직업, 부서, 역할, 의무, 사회, 문화, 경제력 등
	커뮤니케이션	유머, 대화수준, 의사소통 수준, 적응수준 등
	매너, 에티켓	직장예절, 공공질서, 에티켓, 배려, 매너 등
	대인관계수준	인맥, 인간관계능력, 신뢰감, 호감도, 친밀성 등

이미지 메이킹 정의와 개념

1) 이미지 메이킹의 정의

이미지 메이킹이란 개인이 추구하는 목표를 이루기 위해 자기 이미지를 통합적으로 관리하는 행위이자(김경호, 2004), 자신의 능력과 진가를 오해 없이 연출하고 표현하는 능력을 기르는 것이다. 즉 자기의 내면과 외면을 조화롭게 표현하는 능력을 길러 매력적으로 표현하는 것이다.

2) 이미지 메이킹의 개념

- ① 자신의 참 자아, 즉 자아 정체성을 발견해야 한다.
- ② 주관적 자아와 객관적 자아의 차이를 제거하여 자신의 능력과 진실을 오해 없이 연출하는 것이다.
- ③ 이상적인 자아상을 구축하고 끊임없이 자신을 향상시켜나가는 것이다.

첫인상과 전달 특성

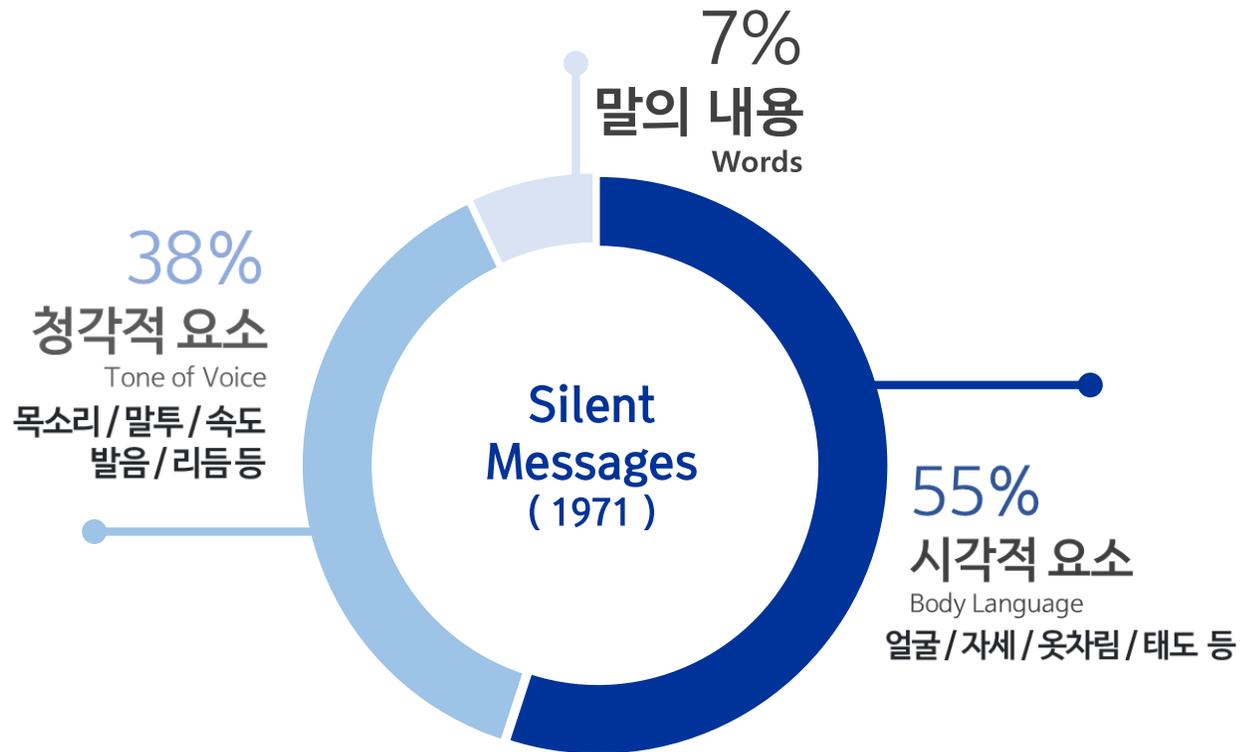
1) 첫인상

사람들은 처음 보는 상대방에 대한 인상을 통해 짧은 시간에 그 사람의 지능, 연령, 출신, 인종, 종교, 교육수준, 정직성, 온전성 등에 대해 확신을 못하지만, 이와 같은 판단과 평가를 하려고 든다 (홍대식, 2001). 첫인상은 개인에 대한 주관적인 정보이자 인간관계의 출발점이다. 첫인상이 중요한 이유는 자칫 잘못 비쳐지면 상대방의 기억 속에 오랫동안 각인되어 회복이 어려워지기 때문이다(김경호, 2004).

2) 첫인상 전달 특성

- 일회성 -- 한번 밖에 보여줄 수 없다.
- 신속성 -- 아주 짧은 순간에 신속하게 전달되고 형성된다.
- 일방성 -- 상대방의 주관적 관점에서 일방적으로 형성된다.
- 연관성 -- 상대방의 경험과 연관 지어 형성된다.

인간은 시각적인 동물



사람은 시각적인 존재이기 때문에 누군가를 만나면 맨 먼저 본능적으로 상대방의 외적 이미지에 의해 자극을 받고 반응하며, 관계를 지속할지와 업무를 함께 할 것인가 등을 판단하므로 신분과 상황에 적합한 이미지를 관리하는 것은 사회인으로서 경쟁력을 높이고 소통 능력과 관계 능력을 향상시키는 일이자 자기 브랜드 가치를 올리는 일이다.

첫인상의 핵심, 얼굴 이미지



맨 먼저 어디를 보느냐는 질문에 79.1%가 얼굴을 본다고 하였다. 얼굴은 첫인상의 핵심이자 나를 대표하는 기관이다. 얼굴은 영혼의 통로이며, 내면을 반영하는 거울이므로 개인의 이력서이자 개인을 판단하는 기초적인 단서이고, 선천적인 요소와 후천적인 요소의 상호작용을 통해 형성되어 얼굴로 표현되는 것이다(송은영,2008). 얼굴은 부모로부터 물려 받았기 때문에 선택의 여지는 없으나 어떻게 사느냐에 따라 얼굴은 변하게 마련이므로 결국 매일 자기 얼굴을 조각 하며 사는 셈이다(문국진, 2007). 또한 얼굴은 영혼을 드러내 주는 곳이므로 얼굴과 외모에서 영혼을 판단하는 인상학이 생겨난 것이다(Avrill,2001).

얼굴 이미지 특성

- 유일성 - 지구상에 내 얼굴은 하나 밖에 없다. 얼굴은 신분증이다.
- 다양성 - 인구 수만큼 생김새, 성격, 능력 등이 다양하다.
- 보편성 - 언어가 통하지 않아도 얼굴 표정은 통한다.
- 예측성 - 얼굴근육은 감정에 의해 움직이고 삶의 태도와 습관을 저장한다. 그것이 인상을 만든다.
- 전염성 - 얼굴은 만나는 순간 상대방에게 전이되어 자극하고 정서에 영향을 준다.
- 대표성 - 얼굴은 소속된 회사, 나라를 대표한다. 자기 얼굴에 책임져야 하는 이유다.

- 송은영 박사논문(2008)

“얼굴에 모든 것이 있다.” -키케로-

표정 근육과 인상의 원리



17 vs **43**

표정근육과 인상

사람의 얼굴 표정은 개인의 생각이나 심리상태 등이 나타나는 곳이다. 그 사람이 살아 온 생애의 흔적과 생활 정도 등을 엿볼 수 있는 곳이며, 대인관계에 있어서 자신의 생각과 정서 및 의도를 가장 훌륭하게 표현할 수 있는 곳이다. 얼굴 표정은 안면 전체에 퍼져있는 80여 개의 근육에 의해 표현되는데 호감을 줄 때에는 17개의 표정 근육이 움직이고, 거부감을 줄 때에는 43개의 근육이 움직인다고 한다. 따라서 무표정하면 중도의 인상이 아니라 43개의 부정적인 표정을 만드는 근육에 의해 부정적인 인상으로 변하기 때문에 호감 가는 표정을 만드는 근육을 빈번히 사용하고 표정 운동을 하면 얼마든지 좋은 인상을 만들 수 있다.

동양의 예절

약 2500년 전 공자는 <禮記>라는 책을 통해 사람을 바로 하는 법 가운데 예(禮)보다 더 필요한 것은 없다고 하였으며, 예(禮)가 모든 행위의 근본임을 강조한다.

예절의 근본 정신은 인간존중과 상대방에 대한 배려이다.

- 예절: 예의(정신)+범절(순서와 절차) = 예의범절의 준말
- 상대방의 인격을 존중하는 마음을 합당한 형식으로 표현하는 것으로 정신적인 측면과 형식적인 측면의 결합.
- 전통적인 문화유산이고 후손에게 물려줄 마음가짐과 행동양식
- 일시적인 것이 아니라 반복적으로 실천하여 습관이 되어야 한다.
- 시간과 공간에 따라 형식은 변화하지만 근본정신은 그대로이다.

서양의 매너와 에티켓

1. 매너(Manner)

- 어원: 라틴어 Manuarius
- Manuarius = manus(행동, 습관)+arius(방식, 방법)
- 행동하는 방식이나 습관 및 태도, 마음가짐
- 타인을 대하는 마음가짐과 태도
- 지키면 이미지에 플러스가 되는 선택 덕목 : 매너가 “좋다”, “나쁘다”

2. 에티켓(Etiquette)

- 어원: 프랑스어 'Estiquier'(팻말, 표:ticket)
- 사람과의 관계나 공공장소에서 반드시 지켜야 할 예절이나 예법, 형식(Form)
- 에티켓을 “지킨다”, “못 지킨다”

인사 매너

- 모든 인사는 인간관계의 시작과 끝이다.
- 정중하고 자연스러워야 한다.
- 인사는 당당하게 바른 자세로 한다.

1. 목례

15도 정도 숙인다./ 엘리베이터, 화장실, 복도 등 좁은 장소/ 두 번 이상 만나는 동료

2. 보통례

30도 정도 숙인다. 일반적인 고객과의 인사/ 일상생활에서 어른이나 상사를 만날 때

3. 정중례

45도 정도 숙인다./ 감사나 사과의 뜻을 표할 때/ 다수를 대상으로 할 때/ VIP고객을 배웅 할 때

명함 매너

1. 명함 전달 순서

아랫사람 -> 윗사람, 후배 -> 선배, 방문자 -> 주인, 하급자 -> 상급자

2. 명함 매너

- 명함지갑을 사용하며, 셔츠 주머니에 넣지 않는다.
- 명함을 건넬 때에는 상대방의 입장에서 바로 보이고 글자가 가려지지 않도록 양쪽 모서리를 잡는다.
- 항상 일어서서 가슴과 허리 사이의 높이에서 주고 받는다.
- 받은 명함은 상대방의 직함과 이름이 각인될 때까지 손바닥에 놓고 있다가 명함지갑에 넣는다.

색의 이해

1) 색의 삼속성

- 색상(Hue) : 명도와 채도에 관계없이 색이 구별되는 성질
- 명도(Lightness) : 색의 밝고 어두운 정도를 말함
- 채도(Chroma) : 색의 맑고 탁한 정도를 말함

2) 색의 감성

- 한색은 남성 색, 난색은 여성적인 느낌
- 원색은 원시적이고 덜 세련된 느낌
- 간색은 세련된 느낌을 주지만 시대나 사회에 따라 차이가 있다.

3) 색의 중량감

- 색상이 어둡고 명도가 낮은 색채는 무겁게 보임
- 색상이 밝고 명도가 높은 색채는 가볍게 보임

퍼스널 컬러

4) 퍼스널 컬러

타고난 피부 색과 눈동자 색, 머리카락 색을 통해 워톤과 쿨톤으로 나눌 수 있고, 다시 봄, 여름, 가을, 겨울로 구분할 수 있다. 어울리는 컬러는 젊고 건강하며, 매력적인 이미지로 연출해 준다.

5) 퍼스널 컬러의 중요성

색채가 인간에게 미치는 영향이 단순히 외형적으로 보여지는 이미지에 국한된 것이 아니라 정신적인 영역과 생물학적, 생리학적인 요인에까지 미치는 효과가 크다. 그래서 최근에는 컬러 테라피에 대한 연구와 프로그램이 활발히 이루어지고 있다. 퍼스널 컬러는 자기 이미지의 구성 요소 중 하나로써 자신의 정체성(self-identity)과 자기 가치감(self-worth)을 높여 사회적, 심리적으로 자신감과 건강함을 부여하고 매력을 더해 대인관계의 촉진과 자신의 능력을 최대한 발휘하는데 의의가 있다.

퍼스널 컬러 4계절

웁톤. 봄 타입



- 밝고 맑은 색이 어울림
- 옷의 색이 조금만 어두워져도 안색이 칙칙해짐

쿨톤. 여름 타입



- 회색이 섞인 차분한 컬러가 어울림
- 비비드 톤의 선명한 컬러의 옷을 입으면 얼굴색과 조화가 되지 않고 창백해 보임

웁톤. 가을 타입



- 따뜻하고 차분한 컬러가 어울림
- 차갑고 시린 컬러의 옷을 입으면 안색이 칙칙해짐

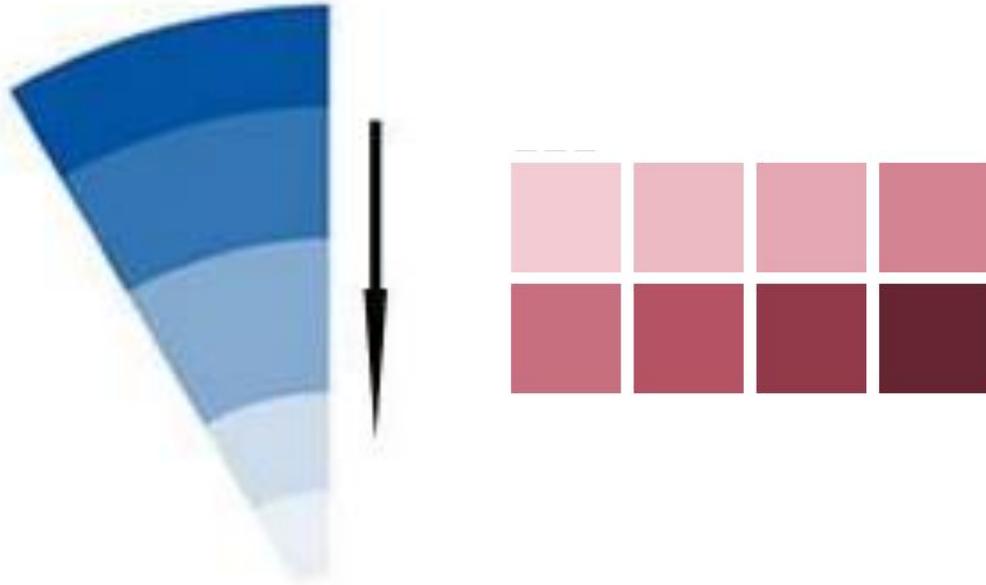
쿨톤. 겨울 타입



- 짙하고 시리도록 차가운 컬러들이 잘 어울림
- 회색이 섞인 부드럽고 차분한 컬러의 옷을 입으면 피부가 탁해 보임

컬러 배색 코디

TONE on TONE



침착, 안정감, 신뢰감을 주고 싶을 때 좋은 배색

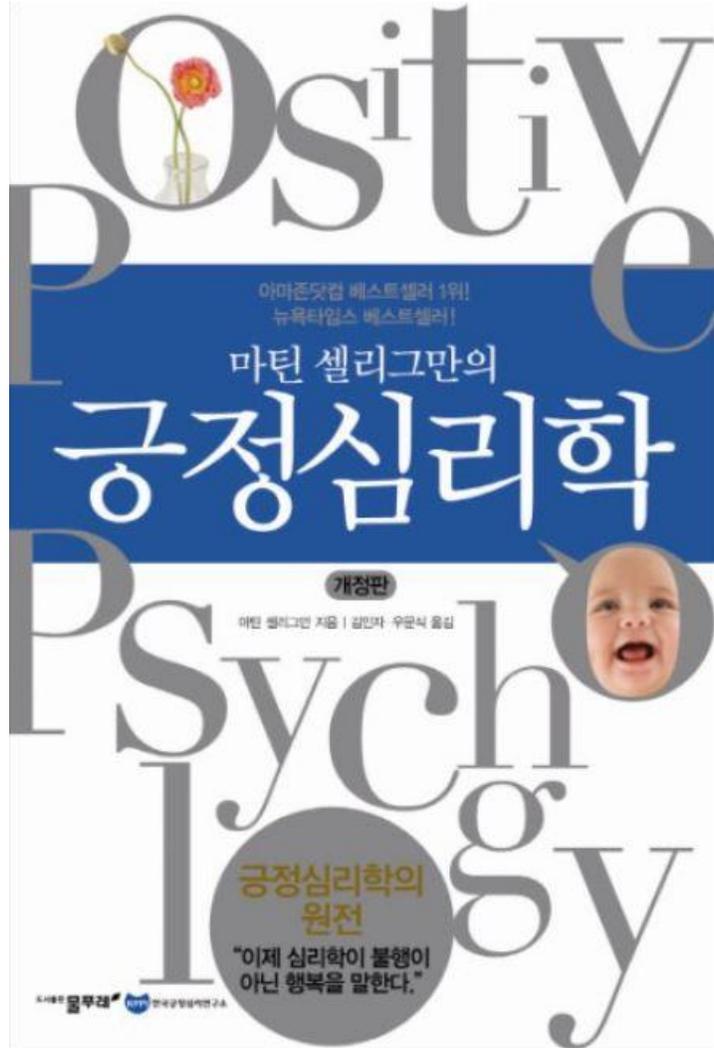
TONE in TONE



활동성, 에너지, 생기를 주고 싶을 때 좋은 배색

패션에서 고려해야 할 것들

1. 컬러와 패턴
2. 소재
3. 실루엣
4. 핏(Fit) : 핏이 작거나 크면 품격이 낮아 보이고 신뢰감이 떨어짐
5. T(Time), P(Place), O(Occasion)
6. 소품 : 허리 벨트와 구두 색, 가방은 같은 색 계열/ 액세서리 어울리게
7. 옷 관리 상태



진정으로 행복한 삶을 위해서는
삶의 의미가 중요하다.

삶의 의미란
누군가와 유대감을 느끼고
타인을 위해 봉사하며
자신 안에 있는 최고를 끌어내는 것이다

- Martin E. P. Seligman