

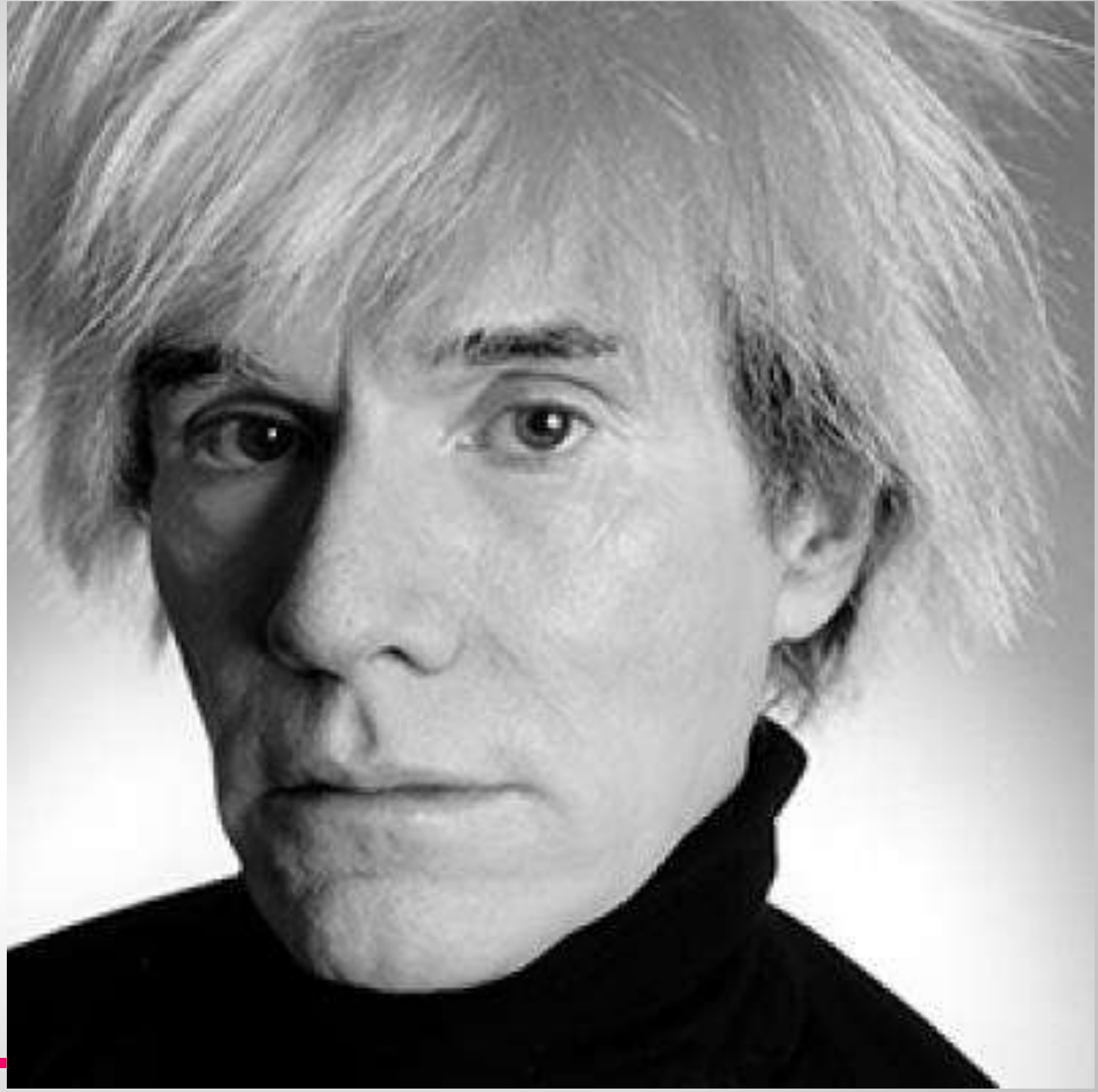
Neredzamo fenomens mūsdienu slavas arēnā.

Lolita Ozoliņa, Mg.sc.soc.

Biznesa vadības koledža, 14/04/2018

«In the future, everyone will
be world-famous for 15
minutes.»

Andy Warhol, 1968



Varas autoritāte

Nosaka ieņemamais amats, statuss, darbības jomas specifika: jo lielākas iespējas «apbalvot vai sodīt» citus cilvēkus, jo lielāka ir autoritāte.

Rezultāts: bailes, atkarība, kontrole.

Personības autoritāte

Nosaka indivīda zināšanas, prasmes, psiholoģiskās un morālās īpašības.

Rezultāts: cieņa, harizma, sekošana un motivācija.

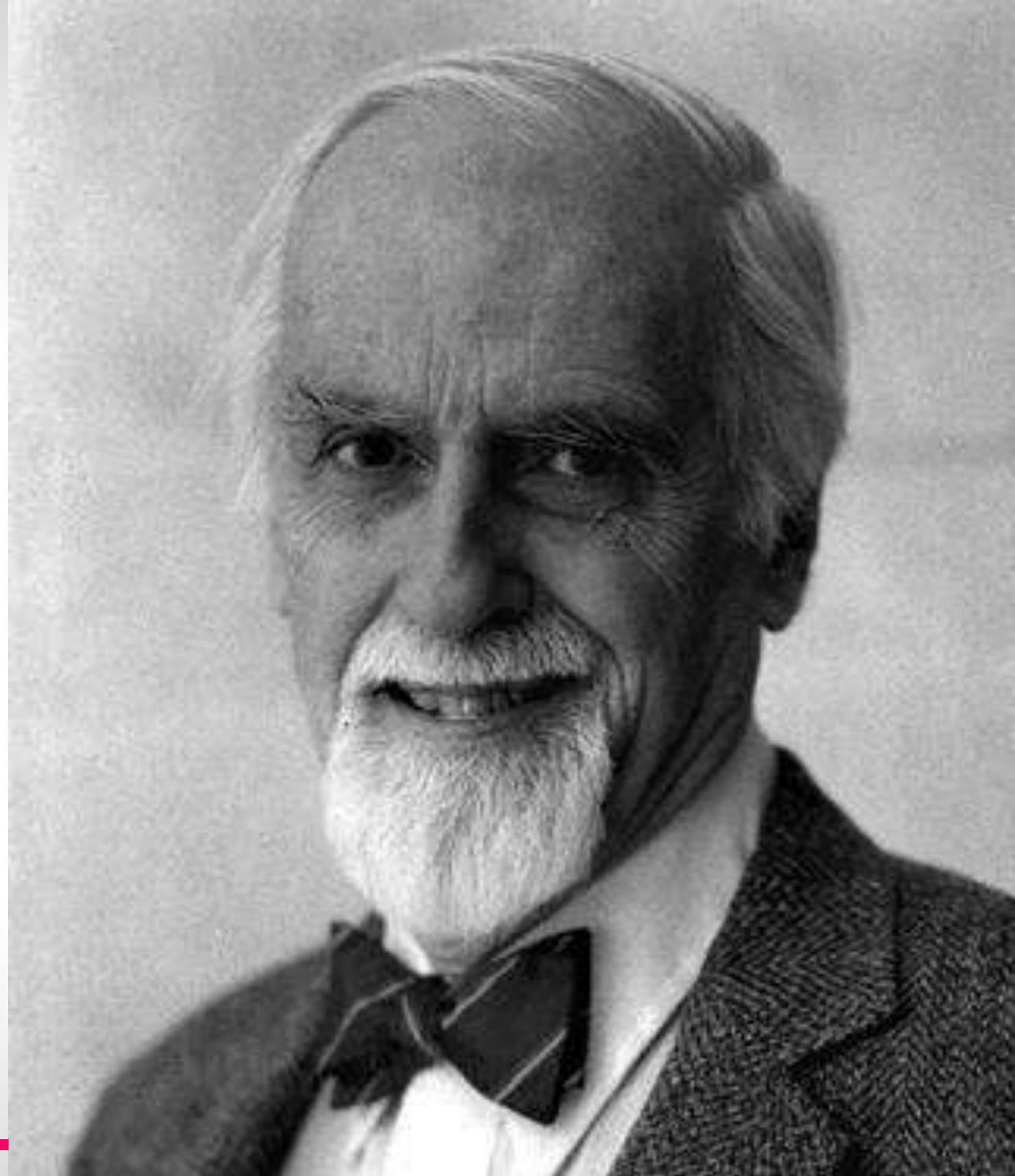
Slavas autoritāte

Nosaka indivīda pašslavināšana, tiekšanās pēc atpazīstamības un publicitātes, statusa un sociālās pievilcības.

Rezultāts: vajadzība pēc piederības, narcisms un pastāvīga redzamība.

Motivācija – Deivids Maklelands (*McClelland, 1985*) izšķir trīs galvenās personības vajadzības:

1. Vajadzība pēc sasniegumiem (achievements)
2. Vajadzība pēc varas (power)
3. Vajadzība pēc attiecībām, piederības (affiliation)





BERZINS

14

BEKIAN

9

MEJERIS

5

TIMINA

10

MEERS

33

alten
real gam

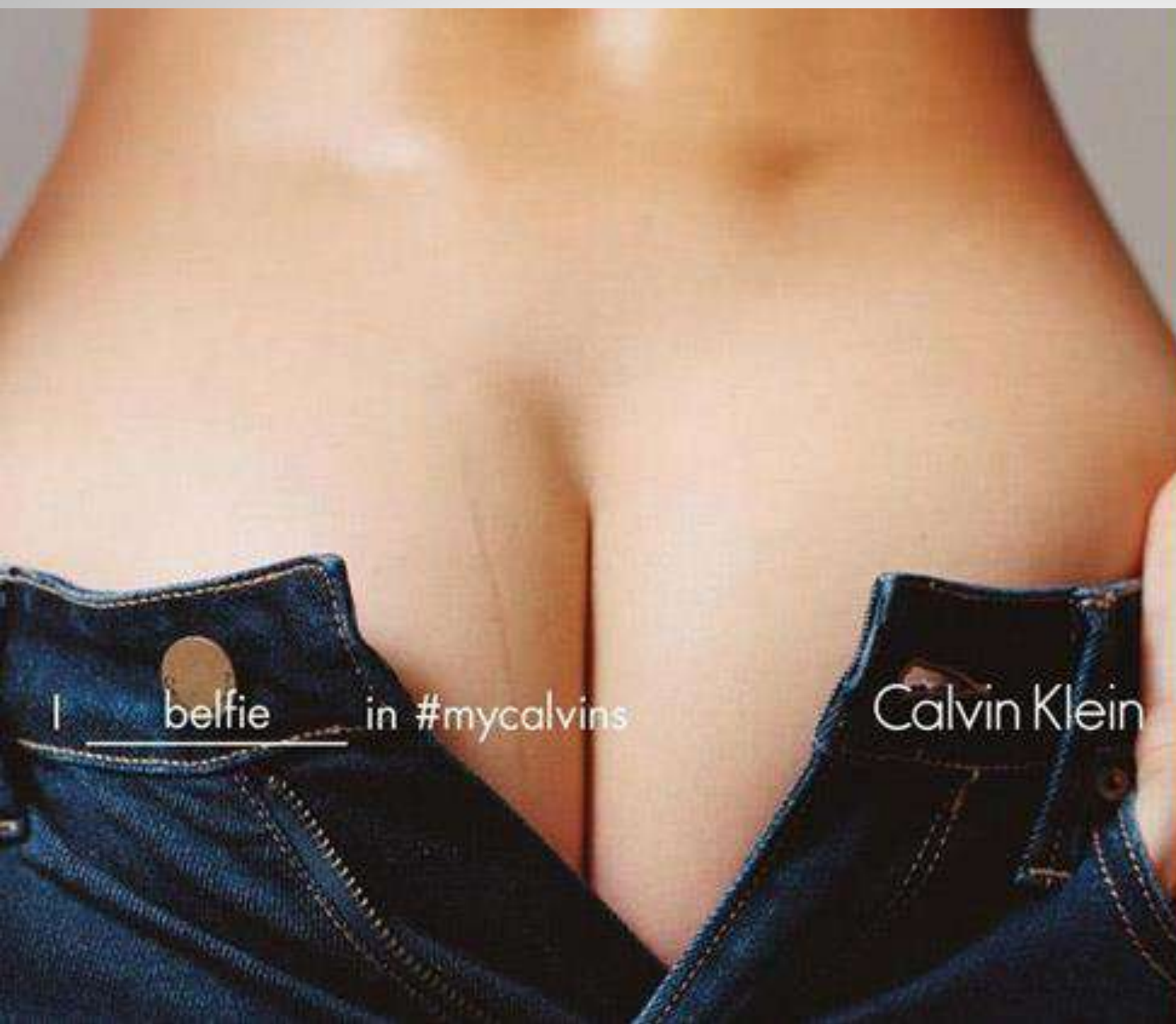
- Pirmās personas vārdu «es, man, mans» lietojums pieaudzis par 42% laika posmā no 1960 – 2008*
- 57% studentu piekrīt apgalvojumam, ka izmanto sociālos tīklus pašreklāmai, nacistiskām izpausmēm un uzmanības gūšanai**
- 2013. gadā Vācijā prezentētais pētījums par pašreklāmas iespējām Facebook vidē, liecināja par pieaugošām “skaudības” pazīmēm starp sociālā tīkla lietotājiem. Tie emocionāli reaģējot uz šo sajūtu, publicēja vēl vairāk pašreklamējošu saturu. Pētījuma autori šo fenomenu apzīmēja par *self-promotion envy spiral*.
- «Pašapzināšanās un pašvērtības trūkumi ir galvenie nosacījumi, kas ir saistīti ar pašapmierinātību!»***
- *Look at me generation* – dzīves mērķis ir kļūt slavenam.****

*UCLA psychologist Patricia Greenfield’s study of word usage in over 700 000 American books

**2009 gada ASV nacionālā aptauja

***Jennifer Crocer, psychologist, University of Michigan

****Pew Research Center polling data. The main survey was conducted Sept. 6-Oct. 2, 2006 among 1,501 adults including 579 people ages 18-29



I belfie in #mycalvins

Calvin Klein



I flash in #mycalvins

«Facebook wants us to see
our profiles as brand
identities.»

Chris Baraniuk, a London-based writer



«It doesn't really matter whether or not you like to think of yourself as a brand or information about your life as a commodity. That's what you're within a network like facebook – a microfame.»

Chris Baraniuk, a London-based writer

Sociālo mediju ietekme ir mainījusi personības zīmola tradicionālo izpratni

«...nav svarīgi, ko tu pazīsti, bet kas pazīst Tevi!»*

«Personības zīmols ir uztvere citu cilvēku prātos – uztvere, kuru jūs varat palīdzēt radīt un kontrolēt. *Tirgū* neviens nelīdzinās jums. Personības zīmola izveide ir labākais veids, kā jūs varat izcelties un uzplaukt arvien skaļajā un straujajā biznesa pasaulē.»

«Kad man saka – jūs esat simbols, ikona, zvaigzne un tamlīdzīgi, man ir jānoskurinās. Jo es neesmu nedz pārāka, nedz gudrāka, tas vienkārši aug un veidojas – tāpat, kā aug koks, puķe. Faktiski tas nāk lēnām.»

Māksliniece Džemma Skulme



Ar ko sākt – ar izpratni

“Personal brands are distinctive, relevant, and consistent while your values and commitments are distinctive. It is not a veneer, but results from understanding the needs of others, wanting to meet those needs, and being able to do so **while staying true to your values**. Relevance is a process that starts by asking what others need, value or expect.»

(McNally & Speak, 2004)

«dziļāka un smalkāka sajūta par
laimi... sasniegt personības potenciāla
jēgpilnu izmantošanu.»

Personības labizjūta (Eidemoniskais virziens)

3 iezīmes iekšējai /intrinsic/ «neredzamo» motivācijai

- Ārējas (ārišķīgas) atzīšanas neesamība
- Absolūta pieķeršanās profesionālajam darbam
- Augsta atbildība





Autonomous Vehicle (AV) called Roo, named after our maternal animal friends that carry their passengers as they hop around town

www.creativereview.co.uk



*“Are You An Invisible In A
World of Visibles?”*