

ІМІДЖ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО СВІТУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Вивчення іміджу, як важливий інструмент впливу на сучасний світ, формуючи сприйняття особистостей, брендів. Його створення і підтримка є необхідними для досягнення успіху в умовах глобальної конкуренції та цифрової комунікації.

Ключові слова: імідж, феномен, сучасний світ, комунікація, сприйняття, репутація, брендинг.

Abstract

The study of image as an important tool of influence on the modern world, forming the perception of personalities and brands. Its creation and support are necessary to achieve success in the conditions of global competition and digital communication.

Keywords: image, phenomenon, modern world, communication, perception, reputation, branding

Вступ

У сучасному світі імідж став невід'ємною частиною життя як окремих людей, так і організацій. Він розуміє, як індивід чи компанія сприймаються суспільством і впливає на їх стосунки з оточуючими, рівень довіри та можливості для розвитку. Імідж є складним феноменом, який охоплює безліч аспектів — від зовнішнього вигляду і манери поведінки до цифрового сліду та присутності в соціальних мережах. Завдяки розвитку технологій і глобалізації, формування та підтримка позитивного іміджу стали важливими, ніж будь-коли. Це зумовлює потребу у розумінні складових іміджу, механізмів його формування та впливу на сферу різного життя, а також етичних і стратегічних підходів до його побудови. [1]

Результати дослідження

1. Значення іміджу в сучасному суспільстві. Імідж займає особливе місце в сучасному світі як ключовий аспект комунікації, що впливає на соціальне та професійне становище індивідів і організацій. Імідж вважає, як людина чи

компанія сприймається оточуючими, формуючи враження та емоційне ставлення, що може мати значний вплив на успіх у різних сферах життя. Сучасні технології, розвиток соціальних мереж і глобалізація роблять імідж ще важливим фактором, ваша інформація розширюється миттєво та охоплює значні аудиторії. [2]

2. Імідж як засіб особистісної та професійної ідентифікації. Імідж може бути одним інструментом самовираження, за допомогою якого людина демонструє свою цінність, переконаність та індивідуальність. Для фахівців у певних сферах, таких як бізнес, політика чи шоу-бізнес, створення позитивного та привабливого іміджу є частиною професійної стратегії. Такий імідж може посилювати довіру аудиторії, підвищувати пізнаваність і відкривати нові можливості для кар'єрного зростання. [3]

3. Складові та механізми формування іміджу. Імідж складається з ряду елементів, таких як зовнішній вигляд, манери поведінки, мови, комунікаційні навички та цифровий слід. Важливими аспектами є вербальні та невербальні компоненти комунікації, які впливають на сприйняття оточуючих. Крім того, велику роль у формуванні іміджу виконують засоби масової інформації та соціальні мережі, де створено і підтримується репутація та популярність.

4. Психологічні аспекти сприйняття іміджу. Імідж будується на взаємодії між тими, як людина хоче себе представити, та тим, як її сприймають інші. Психологічні фактори, такі як перше враження, стереотипи та особисті установки, суттєво впливають на формування іміджу. Люди роблять висновки про інших на основі зовнішніх проявів протягом першої секунди зустрічі, що підкреслює важливість збереження позитивного іміджу.

5. Імідж у цифрову еру: нові виклики та можливості. Сучасні технології змінили підхід до створення та підтримки іміджу. Соціальні мережі та платформи для особистого брендингу можна контролювати та керувати власним іміджем у реальному часі. Проте це також створює нові виклики, такі як кібербулінг, зловживання особистою інформацією та вплив на дезінформацію. В умовах, коли віртуальне сприйняття можна переважати над реальним, вміння ефективно керувати своєю присутністю в Інтернеті є ключовою навичкою. [4]

6. Роль іміджу в бізнесі та маркетингу. Для компаній імідж має критичне значення, порушуючи він впливає на довіру споживачів, лояльність та брендове позиціонування. Фірми інвестують значні ресурси у створення позитивного корпоративного іміджу, що відображають їх цінність, місію та стратегічні цілі. Репутаційні ризики, пов'язані з негативним іміджем, можуть призвести до суттєвих втрат, тому управління іміджем є важливою складовою кризового менеджменту.

7. Етика та автентичність у побудові іміджу. У сучасному світі дефальшиві новини та маніпуляції є поширеними, справжність та етика у створених іміджу набувають особливого значення. Люди все більше цінують чесність та прозорість, тому імідж, побудований на неправдивих даних або маніпулятивних практиках, можуть швидко призвести до втрати довіри. Стійкість і

довготривалість позитивного іміджу забезпечують автентичність та відповідність між реальними діями та заявками.

8. Майбутнє іміджу: нові тенденції та перспективи. Із розвитком технологій, таких як штучний інтелект та віртуальна реальність, формування іміджу продовжує дізнаватися зміни. Автоматизовані алгоритми вже змінюють роль у відборі контенту, що впливає на формування суспільної думки. Персоналізація та адаптація під цільову аудиторію стають головними інструментами у створеному ефективному іміджі. У майбутньому ті, хто зможе поєднувати автентичність із технологічними можливостями, матимуть значну перевагу в суспільстві, що швидко змінюється. [5]

Висновки

У швидкій світовій комунікації та глобалізації імідж стає елементом, який формує взаємодію між людьми, компаніями та їхніми аудиторіями. Сучасні технології розширюють можливості управління іміджем, але також створюють нові виклики, включаючи питання етики та автентичності. Для забезпечення тривалого успіху імідж має бути не тільки привабливим, а й відповідати реальним діям та цінностям особи чи організації. Таким чином, імідж стає своїм рідним мостом між особистістю або брендом і суспільством, визначальним рівень довіри, визнання та впливу в сучасному світі. Він формується під впливом безлічі факторів, включаючи особистий досвід, соціальні стереотипи, масову культуру та цілеспрямовану комунікацію. Соціальні мережі відіграють все більшу роль у цьому процесі, формуючи нові норми і стандарти краси, успіху та соціального статусу. Уміння керувати своїм іміджем та іміджем свого бренду є важливою компетенцією в сучасному світі. Однак, при цьому необхідно пам'ятати про відповідальність, яка покладається на тих, хто формує імідж, і про необхідність захисту особистої свободи та індивідуальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гриценко, І. О. «Психологічні аспекти іміджу в сучасному світі» . Харків: Психологічний центр, 2020. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/4266>
2. Коваль, М. С. «Імідж у цифрову еру: виклики та можливості» . Журнал соціальних наук, 2021, вип. 5, с. 45-59. URL: https://vspu.edu.ua/content/specialized_academic_council/doc/2020/Koval_M_S/dis.pdf
3. Шевченко, Л. п. «Етика та автентичність у сучасному бізнесі» . Дніпро: Бізнес-школа Дніпра, 2018. URL: https://confcontact.com/2024-kolektyvna-monographiya/kolektyvna_monohrafiia_2024.pdf
4. Ткаченко, Р. Г. «Комунікаційні стратегії для підтримки корпоративного іміджу» . Маркетинг і управління, 2020, т. 25, № 3, с. 20-35. URL:

<https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/23949/Тkachenko%20N.%20M..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

5. Бебик, В. М. «Імідж та репутація: сучасні підходи до формування» . Київ: Вид-во Київського університету, 2019. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/1117584/mod_resource/content/0/2021-zbirnyk-imidzh-i-reputatsiia.pdf

Боковець Вікторія Вікторівна – доктор екон. наук, професор, в. о. завідувача кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, e-mail: bokovets.v@ukr.net.

Кравчук Анастасія Володимирівна – здобувач 4 курсу, гр. Л-216, факультет менеджменту та інформаційної безпеки Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Україна, e-mail: nastiakravchukk@gmail.com.

Vikoriia Bokovets - Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Management and Information Security of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Ukraine.

Anastasiia Kravchuk - student, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Ukraine.