

О. А. В'юн

Формування та функціонування іміджу публічної та непублічної людини

Протягом усього *життя* ми перебуваємо в пошуках своєї індивідуальності, образу, який подобатиметься нам, буде комфортним і привабливим для оточуючих. Будувати свій *імідж* можна протягом багатьох років, знаходячи вдалі рішення, повільно просуваючись до усвідомлення того, що ми шукаємо в собі. Коли народжується чітка картина самопрезентації, то з'являється легкість і впевненість, віра у власні сили.

Образ, який свідомо формується з розрахунком на сприйняття іншими, називають *іміджем*. Це узагальнений та емоційно за-

барвлений образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості. Первісно імідж формують зовнішній вигляд та манери поведінки людини, а потім він доповнюється рядом більш семантичних факторів.

Соціально-психологічний феномен іміджу полягає в тому, що він живе в уявленнях людей, хоча вони його чітко не усвідомлюють. В основу іміджу покладено формальну систему ролей, які людина грає в своєму житті, котра доповнюється внутрішніми особливостями особистості, зовнішніми даними, одягом. Імідж має створювати певні позитивні асоціації, бути розрахованим на конкретну аудиторію й адекватним реальному станові речей. Остання вимога найскладніша, бо імідж повинен говорити про нас те, що ми самі хотіли б сказати, а це вже перебуває на межі маніпулювання людьми. Майже кожен, спілкуючись з іншими, почасті усвідомлено чи ні підлаштовується під їхні очікування.

Імідж є важливим і для публічної, і для непублічної людини, проте він суттєво відрізняється в цих двох випадках: цьому сприяють і оточення, і професійна сфера, і самовідчуття. Звичайно, імідж публічної людини більш важливий при формуванні та стабільному функціонуванні кар'єри, адже за життям таких осіб завжди уважно стежить соціум. Публічність створює більше обмежень, тому лише правильно вибудований імідж є запорукою тривалих позитивних стосунків із цільовою аудиторією, здатних забезпечити довготривалу підтримку.

Що стосується непублічної людини, то тут ситуація дещо інша: імідж важливіший більше для самої особи, ніж для соціуму. Створений образ практично ніхто не наслідує, тому тут важливо зосередитися на саморозвиткові, самовдосконаленні.

Імідж і публічної, і непублічної людини виконує ряд різноспрямованих функцій. Назвемо основні з них.

Професійна функція дозволяє людині реалізуватись у конкретній галузі: менеджменті, бізнесі, виробництві, політиці тощо. *Адаптаційна функція* необхідна для швидкого й комфортного пристосування до певного середовища, ситуації чи форми комунікації (прес-конференція, публічний виступ, лекція, дебати тощо). *Функція особистісної реалізації* дозволяє людині максимально розкрити індивідуальні особливості й задатки щодо конкретного виду діяльності. *Аксіологічна функція* орієнтує людину на

індивідуальні професійні цінності, цілі, особистісну мотивацію, сенс життя. *Комунікативна функція* дозволяє людині позитивно організовувати конструктивне, партнерське спілкування на всіх рівнях взаємодії, ефективно обмінюватись інформацією. *Евристична функція* зосереджує увагу людини на реалізації свого креативного потенціалу в професійній, науковій, комерційній діяльності. *Психотерапевтична функція* полягає в усвідомленні своєї значимості, психологічної та емоційної стійкості, упевненості в своєму призначенні.

При формуванні іміджу все вирішує мета, яку людина поставила перед собою. У будь-якому разі, створюючи образ для оточуючих, слід все чітко продумати, адже якась деталь може викликати цілу низку асоціацій, у тому числі й негативних.

Щоб визначити, наскільки люди обізнані з категорією іміджу, було проведено опитування двадцяти семи осіб. Виявилось, що всі обізнані з категорією іміджу. Більшість намагається формувати певний образ завдяки відповідній ситуації, не задумуючись над ним кожного дня. Цікавим виявилось і те, що, на думку респондентів, передусім імідж формується за допомогою зовнішнього вигляду та на основі вчинків особи в тій чи тій ситуації. Звичайно, формуючи універсальний образ, людина спирається на власні смаки, приклад друзів та знайомих, старших за віком людей, досвід батьків, стиль відомих людей. Більшість опитуваних вважають, що сформувати імідж можливо лише завдяки всьому перерахованому вище.

Як вважають опитані, імідж має бути присутній у кожній людині. Він важливий як для публічної, так і для непублічної особи. З розвитком системи масової інформації, особливо її електронних засобів, з'явилася реальна можливість психологічного впливу на інших. Тому слід зазначити, що неабиякий вплив на формування та функціонування іміджу відбувається за допомогою Інтернету. З кожним днем користувачів стає все більше – і людина, представлена у всесвітній мережі, формує імідж почасти вже як публічна особа.

Імідж здійснює вплив не лише на те, як людину сприймають інші, але й на її самопочуття і настрій, на те, як вона сприймає саму себе. Імідж людини впливає також і на оточуючих – спеціалісти вважають, що, якщо виглядати гарно, привабливо, бути

в добрій формі, то можна отримати більше визнання від інших. Тож підтримка та вдосконалення іміджу є важливими у повсякденному житті, і результати анкетування засвідчили, що на сьогодні більшість людей усвідомлюють категорію іміджу як виключно важливий фактор соціальної та індивідуальної комунікації.