

УДК 159.99

Ждан В.М.¹

Кузьмін В.В.²

¹ студ. гр. СНЗ-112м НУ «Запорізька політехніка»

² канд. соц. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ІМІДЖ ОСОБИСТОСТІ ЯК ФЕНОМЕН КАР'ЄРИ В СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

У сучасному науковому просторі особистість має бути готовою не тільки до внутрішніх змін, а також до інших викликів суспільства. Професійний саморозвиток паралельно з якісною освітою – це імідж особистості в цілісному відображенні, який і забезпечує її ідентифікацію в суспільно – економічному колі, кар'єрному зростанні, а також визначає рівень культури і статусу.

Імідж – це враження, вироблене людиною, компанією або інститутом для однієї або кількох груп громадськості, соціального середовища [2].

Сучасне поняття іміджу особистості включає в себе здатність презентувати себе в контексті здійснення того чи іншого виду діяльності. Імідж відноситься до групи соціальних та психологічних феноменів. Досліди по психології говорять про те, що знаходячись у групі, особистість веде себе зовсім по іншому, ніж залишаючись на одинці.

Теоретичну основу вчення про феномен іміджу складають наукові роботи вітчизняних та зарубіжних фахівців, а саме з питань іміджу, формування іміджу, складових успішної кар'єри. Дана проблематика висвітлена у працях П. Гуревича, Г. Почепцова, Р. Борецького, Л. Брауна, Ю. Палехи, Т. Парсонса, Дж. Сьюпера, Е. Шейна та інших.

Дослідження наукової літератури показало, що вперше означення «іміджу» висунули зарубіжні науковці, насамперед – Ф. Дж. Роджерс, П. Берд, К. Болдінг, Д. Бурстин, П. Друкер, Ф. Котлер, Е. Семпсон, Д. Ягер. Проблематиці становлення й формування іміджу, психологічних

особливостей, процесів міжособистісного сприйняття також приділили увагу Д. Френсіс, С. Соловйов, Р. Кричевський, Л. Браун тощо [1, с. 160].

Попри наявність великої кількості наукових робіт, які присвячені іміджу, деякі питання все ж таки, вимагають подальшого вивчення й розгляду. Зокрема, не вивченими є засади ділового іміджу в умовах сучасності, пов'язані зі швидким розвитком та зі змінами у засобах комунікації, зі зростанням часу перебування людей в глобальній мережі, з трансформацією звичних засобів донесення інформації та інструментарію впливу на цільові аудиторії. Недостатньо дослідженими залишаються питання сутності, змісту та технології управління діловою кар'єрою особистості. Також важливим постає питання виявлення безпосередньо особливостей формування ділового іміджу в новітню епоху.

Теоретичне дослідження наукових робіт згаданих вище вчених надає можливість обґрунтувати, що керування кар'єрою через імідж є провідним елементом системи розвитку особистості, який потребує пошуку нагальних рішень щодо його поліпшення та розвитку у зв'язку з новими задачами, які постають перед науковцями в умовах сучасності.

В проблематиці продукування іміджу особистості, в умовах наукових досліджень сьогодення, варто враховувати низку факторів: великі об'єми інформації, що надходять з різних осередків; багатогранність та різнобічність комунікацій; системи відбору і блокування інформації, які адресат вважає небажаними тощо. Саме тому процес формування ділового іміджу особистості ускладнюється інформаційними подразниками.

З огляду на це еволюція ділового іміджу в сучасних умовах потребує розробки нових підходів та механізмів, які б дозволили донести необхідний бажаний образ особистості до конкретних аудиторій.

Архітектоніка особистісного іміджу включає, насамперед, зовнішні ознаки, тобто ті цінності, які людина хоче показати світові й навколишнім [1, с. 162]:

Зовнішній вигляд ділової людини, портретні характеристики, на думку фахівців, звичайно включають: фізичні дані (зріст, фігура); костюм (одяг, взуття, аксесуари); зачіску й манікюр; манеру поведінки й мови; жести.

Соціально-рольові характеристики: репутація (суспільна думка про людину, особисті досягнення і заслуги); ампуа; легенда (історія життя); місія (корисність для суспільства).

Символи іміджу: ім'я; особистісна символіка (колір, числа, логотип); індивідуальна атрибутика (деталі, які повторюються й ознаки зовнішнього вигляду); символи соціального престижу (положення в суспільстві, посада).

Особистісно-індивідуальні властивості: професійні та індивідуальні характеристики; стиль взаємин; ідеї, які пропагуються; базові цінності.

За допомогою проведеного дослідження наукових праць на базі теоретичного та загально-наукового методів, було отримано наступні доводи відносно впливу іміджу на успішність кар'єри. Таким чином, для забезпечення наступного необхідно освоїти:

- проникнення в творчий психологічний простір особистості та опановування нових поведінкових стереотипів;
- синхронність об'єктивної самооцінки, корекцію психоемоційних станів особистості, граничних деструктивів, афективних комплексів, вербальних та невербальних елементів комунікації;
- вдосконалення глибинних практик структурної співпраці, перебудови системи відносин з іншими та ставлення до себе;
- персональний розвиток елементів самовираження внутрішніх здібностей особистості (через стиль, зачіску, аксесуари);
- розвиток рівня свідомого управління людиною власними діями, поведінкою і самокоординацією, пристосованості до мінливих змін життя;
- моделювання індивідуального стилю поведінки у різних буденних ситуаціях;
- опанування техніки захисту іміджу в ситуаціях суперечності.

Отже, комплексне втілення вказаних елементів іміджу дасть змогу гармонізувати психологічні стани особистості, її внутрішній світ із зовнішністю та поведінкою. А також використання запропонованих кроків значно вплине на підвищення конкурентності особистості. Демонструючи власний імідж, людина показує суспільству себе як особистість, своє ставлення до оточуючих та очікування від них. Правильно підібраний імідж і манери впливають на формування успішної кар'єри та ділового просування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики: Міжнар.наук.-практ. конф. Київ, 20–21 березня 2020 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури України. Київ. Нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2020. 274 с.
2. Іміджологія. Соціокультурний вимір: навч. посіб. / ред В.П. Дячук. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с.