

УДК 338

Гупка В.В., Луциків І.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ФУНКЦІЇ ТА ЗНАЧЕННЯ ІМІДЖУ В ПРОЦЕСАХ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Hupka V.,Lutsyktiv I.

FUNCTIONS AND IMPORTANCE OF IMAGE IN THE FORMATION OF PUBLIC OPINION

Громадська думка – це сукупність думок, переконань, уявлень та поглядів, які виражає громадськість щодо певних питань, проблем або подій. Вона відображає загальну думку та настрої суспільства і може включати різноманітні погляди та позиції.

Громадська думка формується через взаємодію між людьми, обговорення, інформаційні засоби масової комунікації та інші фактори. Вона може впливати на прийняття рішень у політичній сфері, суспільних процесах, економіці та інших сферах життя.

Імідж відіграє важливу роль в формуванні та функціонуванні громадської думки, зокрема виконує різні функції у контексті сприйняття та взаємодії з громадськістю, зокрема:

- Інформаційну функцію. Імідж передає інформацію про певну особу, організацію, товар або послугу. Він допомагає створити враження і пояснити, хто вони є, що вони роблять і які цінності вони втілюють.

- Комунікативну функцію. Імідж слугує засобом комунікації з громадськістю. Він допомагає встановити зв'язок і комунікацію, створює сприятливу атмосферу для обміну ідеями та інформацією.

- Маркетингову функцію. Імідж використовується в маркетингових стратегіях для створення привабливості та конкурентних переваг. Він допомагає залучати та утримувати клієнтів, створюючи позитивне враження та довіру до бренду або продукту.

- Психологічну функцію. Імідж впливає на емоційний стан та настрої громадськості. Він може викликати симпатію, довіру, зацікавленість або навіть ентузіазм. Позитивний імідж допомагає створити емоційний зв'язок з аудиторією.

- Репутаційну функцію. Імідж впливає на репутацію особи, організації або бренду. Він допомагає будувати довіру, зміцнює відносини з громадськістю та впливає на сприйняття дій, повідомлень та рішень.

- Диференціюючу функцію. Імідж допомагає виділитися серед конкурентів і забезпечує унікальність. Він дозволяє вирізнитися на ринку та залучати увагу громадськості.

- Мотиваційну функцію. Імідж може стимулювати громадськість до певних дій, впливати на їхні рішення та поведінку. Позитивний імідж може надихати до підтримки, покупок, співпраці або участі.

- Соціальну функцію. Імідж може мати соціальний вплив, відображаючи цінності, погляди та ідеали. Він може стимулювати обговорення, активну участь та співпрацю у суспільних процесах.

– Імідж може впливати на формування громадської думки, оскільки він створює позитивне або негативне враження про певну особу, організацію, товар або послугу. Позитивний імідж може формувати довіру, зацікавленість та симпатію в громадськості, що може впливати на їхню думку та уподобання. З іншого боку, негативний імідж може викликати сумніви, недовіру та незадоволення, що може вплинути на формування негативної громадської думки. Таким чином, вплив іміджу на формування громадської думки може відбуватися наступними способами:

– Створення враження: Позитивний імідж може створювати сприятливе враження про особу, організацію або товар. Це може впливати на сприйняття громадськості і створювати позитивне відношення до них.

– Формування довіри: Імідж має значення у встановленні довіри між особою, організацією та громадськістю. Якщо у людей є довіра до певного іміджу, то вони більш схильні вірити його повідомленням та думці.

– Вплив на переконання: Імідж може впливати на переконання та уявлення громадськості. Якщо імідж пов'язаний з певними цінностями, ідеями чи прагненнями, то він може впливати на формування громадської думки відповідно до цих принципів.

– Громадська думка також може впливати на формування іміджу. Громадська думка виражає загальне уявлення та настрої суспільства, і це може вплинути на сприйняття та оцінку іміджу. Якщо громадська думка про певну особу, організацію або товар є позитивною, то це може підсилити позитивний імідж. Зворотний випадок також можливий, коли негативна громадська думка може погіршити імідж. Таким чином, у процесах формування громадської думки імідж відіграє наступні ролі, а саме:

– Комунікативну роль: Імідж може бути використаний для передачі повідомлень та інформації громадськості. Якщо імідж позитивний, то він може бути використаний для привернення уваги громадськості до конкретного питання або ініціативи.

– Політичну роль. У політичному процесі імідж може відігравати важливу роль у формуванні думки громадськості про політичних кандидатів, партії та певні питання. Позитивний імідж може збільшити підтримку політичного кандидата та сприяти його обранню.

– Економічну роль. У бізнесі імідж може відігравати ключову роль у приверненні клієнтів та розширенні ринку. Позитивний імідж допомагає зберегти довіру громадськості та залучити нових клієнтів.

– Соціальну роль. У суспільстві імідж може використовуватися для зміни думки та поглядів громадськості на певні питання. Наприклад, позитивний імідж громадських організацій може сприяти підвищенню зацікавленості громадськості в певних питаннях та зміні думки щодо них.

– Символічну роль. Імідж може мати символічне значення та відображати певні цінності, ідеї та прагнення. Наприклад, імідж боротьби за права людини може відображати цінності свободи, рівності та справедливості.

Отже, імідж і громадська думка взаємозв'язані поняття і впливають один на одного. Так, правильне управління іміджем може допомогти формувати позитивну громадську думку, а громадська думка, в свою чергу, може впливати на формування та зміну іміджу.