

УДК 331

Луциків І.В., Котовська І.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІМІДЖМЕЙКІНГ ЯК ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ІНСТРУМЕНТ ОСОБИСТІСНОГО ЗРОСТАННЯ

Lutsyktiv I., Kotovska I.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

IMAGE-MAKING AS A PROFESSIONAL ACTIVITY AND A TOOL FOR PERSONAL GROWTH

Іміджмейкерство – це професійна діяльність, спрямована на створення, розвиток та підтримку позитивного іміджу особистості, компанії чи бренду в очах суспільства або цільової аудиторії. Воно поєднує в собі різноманітні елементи психології, маркетингу, комунікацій, стилю, соціології та PR-технологій, сприяючи формуванню привабливого та впізнаваного образу.

Окрім професійної діяльності, іміджмейкерство можна розглядати як елемент PR та маркетингу, інструмент особистісного зростання, а також як культурне та соціальне явище. Розглянемо кожен з них детальніше.

Елемент PR та маркетингу: У бізнесі та політиці іміджмейкерство відіграє важливу роль у просуванні бренду або політичної фігури. Воно є частиною ширшої стратегії PR, що спрямована на зміцнення довіри та репутації. Разом з тим, іміджмейкерство допомагає підвищити впізнаваність, встановити правильні асоціації та керувати враженнями цільової аудиторії.

Інструмент особистісного зростання: Для окремих осіб іміджмейкерство може стати способом самовдосконалення. Робота над власним образом через стиль, манери та комунікацію дозволяє покращити особисті та професійні взаємодії. Це особливо актуально для публічних осіб, політиків, акторів, бізнесменів.

Культурне та соціальне явище: Іміджмейкерство впливає на те, як сприймається людина або компанія в контексті соціальних і культурних норм. Воно відображає сучасні тренди і стандарти, пропонуючи моделі поведінки, які відповідають суспільним очікуванням.

З огляду на вищевикладене, основними завдання іміджмейкерства є:

Створення першого враження: Іміджмейкерство допомагає сформувати позитивне перше враження, яке може мати вирішальне значення для подальшого сприйняття особи чи бренду.

Розробка унікального стилю: Створення образу, який буде підкреслювати унікальні риси та характеристики особистості або компанії, допомагає відрізнитися від конкурентів та запам'ятатися.

Комунікація з аудиторією: Ефективне іміджмейкерство забезпечує правильне позиціонування в медіа, соціальних мережах та інших каналах комунікації, підсилюючи бажані повідомлення.

Керування репутацією: Іміджмейкерство дозволяє формувати та підтримувати довіру, репутацію та впізнаваність бренду або особистості. Воно також передбачає оперативне реагування на кризові ситуації та негативні коментарі.

До основних напрямків іміджмейкерства можна віднести:

Особистісне іміджмейкерство: Орієнтоване на окремих людей (політиків, бізнесменів, громадських діячів), допомагає створити образ, який відображає їхні цінності, компетенції та особистість.

Корпоративне іміджмейкерство: Спрямоване на формування образу компанії або організації. Важливо для створення довіри серед клієнтів, партнерів та громадськості.

Політичне іміджмейкерство: Фокусується на формуванні іміджу політичних діячів або партій, щоб вони виглядали привабливо в очах виборців та суспільства.

Брендингове іміджмейкерство: Застосовується до комерційних товарів або послуг, допомагаючи створити позитивний образ бренду на ринку.

Така спеціалізована сфера діяльності вимагає від фахівців ґрунтовних знань у сфері психології, соціології, маркетингу, журналістики та PR. Спеціалістів в області іміджмейкінгу називають іміджмейкерами. Вони допомагають створювати образи політичних діячів, бізнесменів, знаменитостей та організацій, а також консультують з питань побудови іміджу.

В процесі своєї діяльності іміджмейкери використовують такі основні іміджологічні інструменти як: комунікативні та професійні навички, лідерські якості, соціальні мережі та публічні виступи [1].

Іміджмейкери відіграють важливу роль у створенні та підтримці образу людини, бренду чи організації. Їхня професійна діяльність спрямована на формування позитивного враження, яке викликає довіру та підвищує рівень сприйняття в очах цільової аудиторії. З огляду на це, можна виділити наступні ролі іміджмейкерів:

Аналіз та діагностика: Іміджмейкери досліджують особистість або компанію, вивчають цільову аудиторію, конкурентів та ринкову ситуацію, щоб виявити сильні й слабкі сторони. Це допомагає визначити, який образ буде найбільш ефективним.

Стратегічне планування: Після аналізу іміджмейкер розробляє концепцію іміджу, враховуючи специфіку клієнта та цільової аудиторії. Це включає визначення основних цінностей, які потрібно передати, та вибір засобів для їх комунікації.

Розробка зовнішнього образу: Іміджмейкери працюють над створенням візуального образу, що включає стиль одягу, манери поведінки, невербальну комунікацію та навіть мовлення. Вони допомагають підібрати такі елементи, які будуть підкреслювати особистість або характер бренду.

Медіа та комунікаційний супровід: Іміджмейкери сприяють просуванню в медіа-просторі, формують позитивні новини та події, а також займаються кризовим менеджментом для запобігання негативного впливу на імідж.

Підтримка та корекція іміджу: Іміджмейкери постійно стежать за змінами в суспільній думці та вносять необхідні коригування, щоб імідж залишався актуальним та позитивним.

Таким чином, головною метою іміджмейкера є сформувати та просувати позитивний і привабливий образ, який сприятиме досягненню поставлених цілей, будь то зростання популярності, підвищення довіри чи збільшення продажів.

Отже, іміджмейкерство є важливою частиною сучасного суспільного та бізнесового життя, оскільки правильне позиціонування та ефективна презентація можуть значно підвищити успіх та популярність.

Список використаних джерел:

1. Луциків І.В. Особливості формування позитивного іміджу та репутації керівника. *Реалії та пріоритети розвитку науки та освіти* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Міжнародний гуманітарний дослідницький центр (Чернігів, 7 березня 2024 р). 2024. С. 109-112.