

Економічні науки

УДК 658.8:347.715

Патюк Яна Сергіївна

студентка факультету маркетингу

Київського національного економічного університету

імені Вадима Гетьмана

Патюк Яна Сергеевна

студентка факультета маркетинга

Киевского национального экономического университета

имени Вадима Гетьмана

Рatyuk Yana

Student of the Faculty of Marketing of the

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Науковий керівник:

Окунєва Ольга Володимирівна

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ОСОБЛИВОСТІ ІМІДЖУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У НАУКОВІЙ

ДІЯЛЬНОСТІ

СУЩНОСТЬ ИМИДЖА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В НАУЧНОЙ

ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE ESSENCE OF THE IMAGE AND ITS VALUE IN SCIENTIFIC

ACTIVITIES

Анотація. В статті розглянуто погляди науковців які досліджують імідж. Дослідження сутності іміджу має ряд особливостей на які впливає сфера досліджень. На думку багатьох українських вчених імідж тісно пов'язаний зі стереотипом, тобто це певне спрощення дійсності, її

схематичність як невід'ємний атрибут людської психіки. Виходячи з цього науковий імідж та імідж науки умовно можна віднести до громадського іміджу, оскільки наукова діяльність має вплив не тільки на громаду, а і на націю загалом.

Саме активність громадянської позиції науковців, на мою думку, і визначає імідж науки. В працях сучасних вчених імідж науки відзначається дублювання визначень іміджу із загальноприйнятих визначень. Сьогодні найчастіше відбувається дослідження іміджу науки з гуманітарної точки зору та трактується як: образ, установка, інтерес до науки, думка, ставлення.

Основні трактування поняття «імідж науки» запозичені із загальноприйнятих визначень та адаптовані під наукову діяльність як сферу суспільного виробництва. В процесі дослідження було визначено, що існує певна невизначеність наукового трактування понять «імідж науки» та «науковий імідж», що потребує подальшого дослідження, конкретизації та визначає подальші напрями досліджень.

Ключові слова: *імідж, наука, наукова діяльність, поняття.*

Анотація. *В статье рассмотрены взгляды ученых исследующих имидж. Исследование сущности имиджа имеет ряд особенностей на которые влияет сфера исследований. По мнению многих украинских ученых имидж тесно связан со стереотипом, то есть это определенное упрощение действительности, ее схематичность как неотъемлемый атрибут человеческой психики. Исходя из этого научный имидж и имидж науки условно можно отнести к общественному имиджу, поскольку научная деятельность влияет не только на общество, а и на нацию в целом.*

Именно активность гражданской позиции ученых, по моему мнению, и определяет имидж науки. В трудах современных ученых имидж науки отмечается дублирование определений имиджа из общепринятых

определений. Сегодня чаще всего происходит исследования имиджа науки с гуманитарной точки зрения и трактуется как: образ, установка, интерес к науке, мнение, отношение.

Основные трактовки понятия «имидж науки» заимствованы из общепринятых определений и адаптированы под научную деятельность как сферу общественного производства. В процессе исследования было определено, что существует некоторая неопределенность научного трактовки понятий «имидж науки» и «научный имидж», что требует дальнейшего исследования, конкретизации и определяет дальнейшие направления исследований.

Ключевые слова: *имидж, наука, научная деятельность, понятие.*

Summary. *The article discusses the views of scientists studying the image. The study of the essence of the image has a number of features that are affected by the scope of research. According to many Ukrainian scientists, the image is closely related to the stereotype, that is, it is a certain simplification of reality, its sketchiness as an integral attribute of the human psyche. On the basis of this, the scientific image and image of science can be conventionally attributed to the public image, since scientific activity affects not only society, but also the nation as a whole.*

The very activity of the community position on my thoughts is in my imagination of science. In the practice of every day in the world of science, it was assumed to be double-valued to the minister to the world from the head of the office. Synergy to understand the vision of the science from the humanitarian point of view and interpretation: image, installation, interest to science, thought, stave.

The main interpretations of the "image of science" are based on the initial assignment and adaptation of the scientific discipline to the sphere of suspension of social activities. In the course of the progress of the book, it was assigned, because it is the singular unwillingness of the scientific treatise to understand the

"image of science" and the "name of science", which is needed for a complete report, specificity of work.

Key words: *image, science, scientific activity, concept.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах, з урахуванням стрімких перетворень в Україні, проблема формування іміджу набула важливого як теоретичного, так і практичного значення. Імідж як науковий феномен не може розглядатися у відриві від сфери його формування, оскільки в цьому випадку він потрапляє в сферу теоретичних досліджень, та втрачає своє прикладне значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вчених, які досліджували проблеми формування іміджу слід виділити таких західних науковців, як П. Бірд, Д. Блені, Ф. Буарі, Д. Б'юкенен, Р. Верслін, Г. Бехер, Д. Герген С. Голдмен, Т. Грінберг, С. Катліп, Е. Кемпбелл, П. Лазарсфелд, Д. Моріс, Дж. Наполітан, М. Різ, Г. Ріс, Е. Семпсон, М. Сміт, Жак Сегела, Р. Фішер, Т. Шварц.

Серед російських фахівців в цій галузі привертають увагу праці К. Абашкіної, Є.Блажнова, А. Жмирікова, К.Єгорової-Гантман, В.Ільїна, А. Ковлера, І. Кріксунової, Т. Лебедевої, Л. Невзліна, К. Плешакова, О.Феофанова, П.Фролова, А.Цуладзе, В. Шепеля, О. Шестопала, А. Цуладзе.

Серед українських вчених привертають роботи таких дослідників, як В. Бебик, Д. Видрін, А. Гуцал, С. Денисюк, В. Королько, Н. Лікарчук, М. Михальченко, С. Недбаєвський, О. Петров, В. Полохало, Г. Почепцов, С. Телешун, М. Томенко.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Сьогодні економічні та соціальні труднощі є історичним наслідком трансформації посттоталітарного суспільства, але варто звернути увагу, що наука та її здобутки є позитивним надбанням від пострадянської економічної системи та її пріоритетів. Саме сучасний етап трансформації сучасного українського

суспільства актуалізує потребу формування іміджу українського науковця. Сьогодні питання створення позитивного іміджу науковця та наукових досліджень для українських наукових шкіл є першочерговою. У даній статті ми розглядаємо сучасний стан досліджень іміджу науки.

Виклад основного матеріалу. Поняття "імідж" походить від лат. *imago* (зображення, відображення, видимість), пов'язаного з латинським словом *imitare*, що означає "імітувати". Згідно з енциклопедичним словником Панасюк [3], імідж — це імітація, тобто подання зовнішньої форми якогось об'єкта чи особи. Він є уявленням про людину, товар чи інститут, що цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою засобів масової інформації, реклами або пропаганди.

Імідж – це об'єктивний фактор, який відіграє істотну роль в оцінці будь-якої особи, соціального явища чи процесу; це уявлення про людину, товар чи інститут, яке цілеспрямовано формується у масовій свідомості за допомогою реклами та пропаганди.

На думку багатьох українських вчених імідж тісно пов'язаний зі стереотипом, тобто це певне спрощення дійсності, її схематичність як невід'ємний атрибут людської психіки. Він полегшує людям сприйняття інформації, створює режим прийняття певної особи чи компанії, встановлює зв'язок з цільовою аудиторією, покращує сприйняття.

Виходячи досліджень українських вчених, що досліджують питання іміджу, репутації та управління ним, для цих понять характерно наступні властивості:

- неповнота – у декількох реченнях ЗМІ говорять найважливіше, читач робить власний висновок з обмеженої інформації, тому він не завжди вірний. Різні відомості з різних джерел.
- Забарвленість – імідж має різне забарвлення залежно від суміжних повідомлень.

- Неточність – увага часто акцентується не на тому, що прагнув сказати піармен.

Виходячи з цього науковий імідж та імідж науки умовно можна віднести до громадського іміджу, оскільки наукова діяльність має вплив не тільки на громаду, а і на націю загалом. Саме активність громадянської позиції науковців, на мою думку, і визначає імідж науки.

Найбільшу проблему дослідження наукового іміджу становить розмитість цього поняття. У наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених ключовими поняттями у визначенні сутності «іміджу» є:

- візуальне, вербальне, подієвий і контекстне вимірювання;
- думка;
- зовнішнє зображення, що відображає те, що знаходиться всередині;
- зовнішня привабливість, чарівність особистості;
- лічносноорієнтованна структура, еквівалент суб'єктивного ставлення особистості до інших, явищ, процесів;
- образ, уявлення;
- ореол, що формується судженням соціальної групи, демографічного шару, стараннями особистості;
- репутація; авторитет;
- стереотип;
- форма відображення об'єкта у свідомості людей; вигляд і т.д.

Такий підхід до визначення самого іміджу часто провокує феномен іміджу наукової діяльності. В працях сучасних вчених імідж науки відзначається дублювання визначень іміджу із загальноприйнятих визначень.

Сьогодні найчастіше відбувається дослідження іміджу науки з гуманітарної точки зору та трактується як: образ, установка, інтерес до науки, думка, ставлення.

Цікавим є те, що у російських авторів починає трансформуватися поняття «іміджу науки» в поняття «наукового іміджу», що переносити акцент визначення з розмитої, абстрактної сфери, до практичної і прикладної, оскільки відбувається конкретизація об'єкта іміджу. Так на думку Брумштейн [1], «науковий імідж» стосується іміджу наукових центрів, вузів, а Федотова [4], у своїх публікаціях конкретизує, що науковий імідж може вживатися також до: шкіл, напрямків, рад; провідних вчених, дослідників; конференцій, семінарів, форумів.

Таким чином, необхідно констатувати крайню убогість досліджень в області іміджу науки. Контент аналіз літературних джерел доводить маловивченою феномена «імідж науки» в українській науковій думці.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Дослідження генезису та сучасного стану феномену іміджу науки в Україні і за кордоном привело нас до наступних висновків.

- феномен «імідж науки» є маловивченим, окремі аспекти з проблеми можна знайти в руслі педагогічних та психологічних досліджень, з економічної точки зору імідж науки ґрунтовно не досліджувався.
- термін імідж історично видозмінюється, наповнюється новим змістом, розширюються кордони його практичного застосування.
- проблему іміджу науки можливо розглядати на основі логіки її розвитку та трансформації;
- основні трактування поняття «імідж науки» запозичені із загальноприйнятих визначень та адаптовані під наукову діяльність як сферу суспільного виробництва;
- існує певна невизначеність наукового трактування понять «імідж науки» та «науковий імідж», що потребує подальшого дослідження та конкретизації.

Література

1. Брумштейн Ю.М. Научный имидж региональных вузов: общий анализ проблематики управления / Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. - 2013. - № 1 (21). - С. 125-132.
2. Константинова В.Г. Феномен іміджу в наукових дослідженнях / Вісник Київського державного університету ім. Н.А. Некрасова: Педагогіка. Психологія. Соціальна робота. Ювенологія. Соціокінетика. 2011. №4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-imidzha-v-nauchnyh-issledovaniyah> (дата звернення: 17.11.2018).
3. Панасюк А.Ю. Імідж. Енциклопедичний словник. М.: Рипол Класик, 2017.
4. Федотова А.В. Формирование образа Мурманской области в полиграфической рекламе региона / Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2014. №2 (31). С. 112-116.
5. Шепель В.М. Іміджелогія: секрети особистого шарму. М .: лінк-ПРЕС, 2017.

References

1. Brumstein Yu. M. The scientific image of regional high schools: a general analysis of management issues // Caspian magazine: management and high technologies. 2013. No. 1 (21). 125-132 pp.
2. Konstantinova V. G. The phenomenon of image in scientific research / Bulletin of the Kiev State University named after. ON. Nekrasov: Pedagogy. Psychology. Social work. Juvenology Socio-kinetics. 2011. №4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-imidzha-v-nauchnyh-issledovaniyah> (application date: 17.11.2018).
3. Panasyuk A.Yu. Image. Encyclopedic Dictionary. M.: Ripol Classic, 2017.
4. Fedotova AV Formation of the image of the Murmansk region in the printing of the region / Society. The medium Development (Terra Humana). - 2014. - No. 2 (31). - С. 112-116.

5. Shepel V.M. Imageology: The secrets of personal charm. M .: link-press, 2017.