**Кучеренко Н.С.**

**ЦІННІСНІ ФУНКЦІЇ ПСИХОЛОГІЇ ІМІДЖУ**

Прямий переклад слова «імідж» - образ або зображення. У реальності це навмисно створюване візуальне враження про особу або соціальну структуру, тобто це враження, а не оцінка, як раціональний факт діяльності свідомості.

Імідж, як конкретна психологічна продукція, є ціннісним стереотипом, соціальною установкою, метою, до якої прагне особистість.

До ціннісних функцій іміджу можна віднести:

Особистісно - звеличуваючу. Коли завдяки позитивному іміджу створюється образ особистості, який підкреслює її духовну гідність, візуально визначає її кращі психологічні характеристики і в цілому демонструє її індивідуальну непересічність.

Психотерапевтичну. У цьому випадку особа, що володіє чарівністю, отримує увагу і визнання оточуючих, яке дозволяє поповнити, а в деяких випадках відновити її біоенергетику, про що свідчить її стійкий позитивний настрій, оптимізм в досягненні своїх цілей і впевненість в собі.

Реалізація ціннісних функцій іміджу орієнтована на створення у особистості певного психологічного стану, за рахунок якого вона з меншими психофізичними витратами домагається успіху як в повсякденному житті так і професійної діяльності.

Основне призначення ціннісних функцій іміджу.

Суб'єктивне - створення такого виразного особистісного образу, який сприяє знаходженню найбільш оптимального контакту з людьми, полегшує з ними спілкування, стимулює більшу відкритість.

Об'єктивне - візуальна доброзичливість і техніка розташування до себе. З цією метою необхідно оволодіти технологією самопрезентації. Самопрезентація - це вміння подати себе, привернути до себе увагу, актуалізуючи інтерес людей до своїх зовнішніх якостей. Самопрезентація багато в чому визначає успіх політичних діячів, представників театру, шоу-бізнесу.

Необхідно враховувати і те, що в даний час в умінні створювати подібний успіх, професійно зацікавлені не тільки, вище перераховані фахівці, але і хороший менеджер, практично всі співробітники організації, він вкрай важливий для кожної людини і в повсякденному житті. Досягнення або невдачі в оволодінні самопрезентацією нададуть безпосередній вплив на особистісний авторитет в повсякденній і професійній діяльності, на ділове спілкування зі співробітниками та клієнтами. Однак, необхідно враховувати, що оволодіння ефективною самопрезентацією, можливо тільки після вивчення особливостей взаємозв'язку ціннісних і технологічних функцій іміджу.

**Література**

1. Атаманська К. І. Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія. 2012. Вип. 37 (2). С. 28–32.

2. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади. Вісник державної служби України. 2013. № 2. С. 20–23.