



Львівська
Педагогічна
Спільнота

МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**ПСИХОЛОГІЯ ТА ПЕДАГОГІКА:
НЕОБХІДНІСТЬ ВПЛИВУ НАУКИ
НА РОЗВИТОК ПРАКТИКИ В УКРАЇНІ**

21–22 лютого 2020 р.

Львів

**Громадська організація
«Львівська педагогічна спільнота»**

ЗБІРНИК ТЕЗ НАУКОВИХ РОБІТ

**УЧАСНИКІВ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**«Психологія та педагогіка:
необхідність впливу науки
на розвиток практики в Україні»**

21–22 лютого 2020 р.

Частина I

**Львів
2020**

УДК 159.9+37.01(477)(063)
П86

П86 Психологія та педагогіка: необхідність впливу науки на розвиток практики в Україні: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 21–22 лютого 2020 року). – Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2020. – Ч. 1. – 136 с.

У збірнику містяться матеріали, подані на міжнародну науково-практичну конференцію «Психологія та педагогіка: необхідність впливу науки на розвиток практики в Україні». Для студентів, аспірантів, викладачів навчальних закладів, науковців та представників громадських організацій.

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

УДК 159.9+37.01(477)(063)

© Автори статей, 2020
© Львівська педагогічна спільнота, 2020

НАПРЯМ 3. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

Лисенко Д. П.

ОПИС ПРОЦЕДУРИ СТВОРЕННЯ
АВТОРСЬКОЇ АНКЕТИ «ОЦІНКА РІВНЯ ДОВІРИ
ДО КОМАНДИРА (НАЧАЛЬНИКА)» 78

Пилипенко Н. Г.

ДО ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ УПРАВЛІННЯ
МЕДИЧНИМ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ
ЯКОСТІ МЕДИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ 82

Пустовий О. М.

ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ
У ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ – УЧАСНИКІВ БОЙОВИХ ДІЙ 84

НАПРЯМ 4. СОЦІАЛЬНА І ЮРИДИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Васильчук Г. В.

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ
НАСИЛЬНИЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ
У НЕПОВНОЛІТНІХ ПРАВОПОРУШНИКІВ 89

Лигоміна Т. А.

АНАЛІЗ МОТИВІВ ФОРМУВАННЯ
ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПРАКТИЧНИХ
ПСИХОЛОГІВ СИСТЕМИ ОСВІТИ 93

НАПРЯМ 5. СУЧАСНІ ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ПЕДАГОГІЧНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ

Васянович Г. М.

РОЗВИТОК ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УЧНІВ
МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ 98

Водяна О. В.

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 102

Дербак О. А.

ПРОЕКТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ
ГОТОВНОСТІ БАКАЛАВРІВ З ТУРИЗМУ
ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ 107

них впливів є запорукою успішного здійснення профілактичних заходів щодо подолання асоціальної поведінки підлітків.

Список літератури:

1. Кулакевич Т.В. Практикум з психології Курс лекцій. К.: КиМУ, 2019. – 247 с.
2. Кулакевич Т.В. Технології психологічного консультування: «Сімейне консультування»: Курс лекцій. – К.: КиМУ, 2017. – 260 с.
3. Тихомирова Є.Б. Конфліктологія та теорія переговорів: підручник / Є.В. Тихомирова, С.Р. Постолюк. – 2-ге вид., випр. – Суми: Університетська книга, 2018. – 240 с.
4. Юридична психологія: підручник / за заг. редакцією О.М. Бандурки; Харк. нац. ун-т внутр. справ. Харків: Майдан, 2018. – 684 с.

Лигоміна Т. А.
аспірантка кафедри практичної психології
Інститут людини
Київського університету імені Бориса Грінченка
м. Київ, Україна

АНАЛІЗ МОТИВІВ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПРАКТИЧНИХ ПСИХОЛОГІВ СИСТЕМИ ОСВІТИ

У сучасному навчальному закладі практичний психолог постає як організатор психологічної просвіти серед колег-педагогів, батьків та учнів, фахівець, що вчасно надає психологічну допомогу, сприяє **індивідуальному розвитку кожного учня/вихованця та його підготовці до самостійного свідомого життя** тощо.

Багатовекторність професійної діяльності спрямовує психологів закладів освіти на постійний пошук ефективних технологій удосконалення власної професійної діяльності і формування привабливого професійного іміджу як умови покращання професійних результатів.

Вважаємо, професійний імідж є ключовим елементом для успішного саморозвитку, самовираження та реалізації особистості в професії, формування якого сприяє ефективному виконанню психологом своєї професійної діяльності.

Формування іміджу – це діяльність, спрямована на створення у людей, що є аудиторією іміджу певного образу носія іміджу, в нашому дослідженні це практичні психологи, і певної оцінки цього образу – думки про цей образ.

Одним із провідних факторів формування іміджу є мотивація. У психологічній літературі мотивацію визначають як процес, в результаті якого, певна діяльність набуває для індивіда особистого сенсу, створює стійкість його інтересів до неї і перетворює зовнішню задану мету його діяльності у внутрішню потребу особи.

Різноманітні мотиви особистості виступають спонукальною силою в досягненні мети. Б. Ломов визначає, мотив і мету як вектор діяльності, що визначають її напрямок, а також зусилля, які вкладає особистість виконуючи її. Цей вектор виступає в ролі системоутворюючого фактора, що організовує всю систему психічних процесів і станів, які формуються і розкриваються в процесі іміджевої діяльності [1, с. 13].

За С. Рубінштейном серед мотивів, що сприяють підвищенню професійної кваліфікації фахівця, є і мотиви зміни його іміджу.

А. Маслоу виділяє два типи мотивації:

- психологічний – імідж орієнтований на самовідчуття і самооцінку, в основі його лежить особиста інтуїція;
- прагматичний – імідж орієнтований на сприйняття – для більш ефективного соціального впливу і досягнення зовнішньої мети, в його основі лежать знання і досвід [2, с. 187].

Переважає більшість науковців (О. Перелігіна, І. Сімонова, С. Яндарова, А. Калюжний та інші) виділяють мотивацію діяльності по створенню іміджу. Мотивація діяльності по створенню психологом власного професійного іміджу є цілком природною, а вже ступінь вираженості, характер і тип цієї мотивації залежить від групових правил та норм прийнятних для професійної групи практичних психологів, а також цінностей, що декларуються в закладі освіти, де працює психолог.

Під спеціально діяльнісною мотивацією по створенню іміджу, розуміється сукупність факторів і процесів, які, відбиваючись у свідомості, спонукають і скеровують особистість до діяльності зі створення або перетворення іміджу. При цьому під мотивами діяльності по створенню іміджу розуміється усвідомлення актуальних потреб особистості, що задовольняються за допомогою досягнення позитивних результатів цієї діяльності [3, с. 266].

Провідна роль у створенні власного професійного іміджу психолога, відводиться мотивам, які можна розглядати як найважливіші внутрішні умови його формування, оскільки мотив – це завжди спонукання до дії, динамічний процес, який керує поведінкою людини і визначаючий її активність.

За природою мотиви формування іміджу можна розділити на зовнішні, коли ініціюючі і регулюючі фактори знаходяться у зовнішньому середовищі, і внутрішні, коли фактори ініціації і регуляції знаходяться всередині особистості.

Зовнішня мотивація створення іміджу заснована на різних видах зовнішньої стимуляції, які ініціюють і спрямовують бажану поведінку, діяльність, пов'язану, зокрема, з вибором і використанням засобів зовнішньої виразності, або навпаки, гальмують небажані дії тощо. Створення іміджу психолога, в основі якого лежить зовнішня мотивація, засноване не на вимогах, свідомих чи несвідомих очікуваннях групи (аудиторії іміджу), а залежить від характеру взаємодії і спілкування з групою.

Внутрішня мотивація пов'язана з орієнтацією на самовідчуття, самооцінку. Створення іміджу психолога, спрямованого на зміну Я-концепції з вектором напрямку до Я – ідеального, пов'язана з необхідністю зміни самооцінки, потребами у саморозвитку і самовдосконаленні, які стають самоціллю – первинним продуктом діяльності.

Існують також мотиви, пов'язані зі створенням іміджу, які можуть бути класифіковані, як соціальні мотиви суперництва (позиціонування, влади) і як мотиви соціального співробітництва (кооперації). Перші полягають у прагненні зайняти у процесі суперництва і конкуренції певну позицію, місце в ієрархії, отримати схвалення, визнання досягнень, мати авторитет, перевагу, домінувати тощо. Мотиви соціальної співпраці (афіліації) не виключають прагнення розраховувати на певний статус, але пов'язані з процесом взаємодії і співпраці з іншими людьми, розвитком способів і форм взаємин і спілкування. Саме професійне середовище є умовою формування та засобом існування професійного іміджу особистості.

В основі мотивації створення іміджу практичних психологів проявляються такі типи мотивів:

а) комунікативні:

- ставлення інших людей до практичних психологів;
- прагнення полегшити взаємодію з людьми, справити певне враження і регулювання ставлення до себе;

б) самовираження:

- внутрішній психологічний комфорт;
- потреба самореалізації;
- бажання заявити про себе, проявити себе;

в) соціально-нормативні:

- прагнення відповідати існуючому у суспільстві образу ідеального психолога;
- стереотипи, норми, традиції професійної групи.

Доцільно зауважити, що в основі формування професійного іміджу практичних психологів також лежать внутрішні потреби особистості. Цільова орієнтованість іміджу, що детермінується певним спектром потреб психолога, представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Цільова орієнтованість іміджу

№ з/п	Потреби, детермінанти формування іміджу:	Цільова орієнтованість іміджу
1.	Потреба досягнення	Прагнення влади
2.	Потреба визнання	Високий соціальний статус
3.	Потреба демонстративності	Бажання привернути увагу
4.	Потреба недоторканності	Захист від приниження
5.	Потреба переваги	Підвищення відчуття власної значимості
6.	Потреба домінування	Вплив на інших
7.	Потреба шанування	Подібність з лідером
8.	Потреба автономії	Супротив впливу
9.	Потреба протиріччя	Можливість виразити власні погляди
10.	Потреба підтримки	Захист і симпатія

Як видно з таблиці 1 в залежності від внутрішніх потреб особистості проявляється цільова орієнтованість іміджу. Наприклад якщо у практичного психолога домінує потреба у визнанні, то мотив формування професійного іміджу буде – високий соціальний статус, якщо потреба в демонстративності, відповідно мотив буде – бажання привернути увагу, потреба переваги мотив формування іміджу – підвищення відчуття власної значимості тощо.

Отже, проведений аналіз наукових розвідок підтверджує соціально-психологічну природу мотивації до створення іміджу. Переважна більшість науковців виділяють зовнішні, що відображають вплив соціальних чинників на формування іміджу та внутрішні, до яких відносяться особистісні потреби формування іміджу, мотиви створення професійного іміджу практичних психологів.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо в емпіричному дослідженні провідних мотивів формування професійного іміджу практичних психологів закладів освіти.

Список літератури:

1. Ломов Б.Ф. К проблеме деятельности в психологии / Б.Ф. Ломов // Психологический журнал. – 1981. – Т. 2, № 3. – С. 3-22.
2. Маслоу А. Мотивация и личность. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 352 с.
3. Перельгина Е.Б. Имидж как феномен intersубъектного взаимодействия (Содержание и пути развития): Дис ... д-ра психол. наук. М., 2003. – 697 с.