

ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
Науково-навчальний центр прикладної інформатики

---

ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ

**МІЖНАРОДНІ НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ:  
ІНТЕГРАЦІЯ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ ЯК  
МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ**

**МАТЕРІАЛИ**

**II Міжнародної науково-практичної конференції**

***24–25 квітня 2020 р.  
м. Київ***

Київ  
Інститут інноваційної освіти  
2020

*Т.А. Лигомина,*

аспірантка кафедри практичної психології Інституту людини  
Київського університету імені Бориса Грінченка

## **ГОТОВНІСТЬ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА ДО ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ**

**Анотація.** Стаття присвячена емпіричному дослідженню готовності практичного психолога до формування іміджу. Охарактеризовано поняття «психологічної готовності» до формування іміджу та проаналізовано бачення різних вчених концепції готовності до створення іміджу.

Представлено результати дослідження готовності практичних психологів щодо формування іміджу, визначено рівень готовності до формування іміджу та особистісні мотиви формування іміджу.

**Ключові слова:** професійний імідж, формування іміджу, психологічна готовність до формування іміджу, практичний психолог.

**Постановка проблеми.** Нові стандарти системи освіти підвищують рівень уваги й вимог до особистості сучасного психолога закладу освіти, його професіоналізму, рівня соціальної мобільності, процесів розвитку особистісної та інформаційної культури. Імідж практичного психолога являється інструментом спілкування психолога з аудиторією, результатом свідомої роботи, особливо, коли імідж виступає частиною професійного успіху психолога.

За таких умов виникає необхідність формування нового стилю соціальної поведінки психолога, яка б відповідала завданням розвитку суспільства, що, у свою чергу, вмотивовує розкриття проблеми, пов'язаної з формуванням іміджу, й актуалізує потребу її вивчення.

Для побудови успішного професійного іміджу психолог має бути обізнаний щодо методів, механізмів і закономірностей формування іміджу, прагнути до розвитку і постійного самовдосконалення та найголовніше – бути психологічно готовим до формування власного професійного іміджу.

**Стан дослідження.** Питання формування іміджу фахівців є предметом досліджень вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких: Ф. Котлер, М. Мескон, Ф. Хедоурі, О. Деркач, А. Калюжний, Н. Кузьміна, О. Панасюк, О. Перелигіна, О. Петрова, Г. Почепцов, О. Феофанов, І. Чертикова та інші.

Немає однозначності і в трактуванні поняття професійний імідж фахівця загалом та практичного психолога зокрема. У своєму дослідженні визначаємо професійний імідж практичного психолога як певний образ людини як фахівця, професіонала своєї справи, що формується у свідомості суб'єктів сприйняття під впливом його професійних та особистісних якостей.

Процес формування професійного іміджу практичного психолога закладу освіти неможливо охарактеризувати без визначення поняття психологічної готовності до формування іміджу. Психологічна готовність до формування іміджу – це стан мобілізації всіх ресурсів носія-прообразу іміджу націлений на формування власного позитивного іміджу.

Науковці (А. Калюжний, Л. Карамушка, М. Фадеева та ін.), що досліджують імідж, виділяють критерії готовності фахівців до формування власного професійного іміджу.

У структурі психологічної готовності керівників освітніх установ до формування власного позитивного іміджу науковці виокремлюють такі складові (Л. Карамушка і М. Фадеева): мотиваційну, когнітивну, операційну і особистісну [2, с.157].

Серед критеріїв психологічної готовності учителя до формування іміджу А. Калюжний виділяє: мотиваційний – наявність мотиву стати вчителем професіоналом; когнітивний – усвідомлення складових компонентів іміджу; операційний – вміння спланувати діяльність по створенню іміджу [1].

Отже, вивчаючи особливості формування професійного іміджу практичних психологів, ми дійшли висновку, що будемо притримуватися концепції психологічної готовності до створення іміджу [3, с. 149].

**Виклад основного матеріалу.** У своєму дослідженні ми вивчали психологічну готовність практичних психологів до формування власного професійного іміджу за такими складовими: внутрішню готовність особистості психолога до створення (зміни) власного професійного іміджу і потенційну активність психолога щодо формування його професійного іміджу.

В експериментальному дослідженні були використані методики: блок питань анкети «Формування та моделювання професійного іміджу» (О. Перелигіної у модифікації Т. Лигомини) [4, с. 794], що розкривають особистісні можливості створення або зміни професійного іміджу психолога (питання № 1, 3, 11) та блок питань «Опитувальника діагностики інтегрального задоволення іміджем» (О. Перелигіної у модифікації Т. Лигомини) [4, с. 805] щодо потенційної активності респондентів спрямованої на формування (коригування) власного професійного іміджу (питання № 3, 4, 9).

В експериментальному дослідженні взяли участь 103 практичних психологи системи освіти м. Києва та області. Серед яких 4 респондентів чоловічої статі, 99 – жіночої. Вік респондентів від 24 до 61 років. Стаж роботи на посаді від 1 до 27 років. Серед респондентів 70 осіб працюють в загальноосвітніх навчальних закладах, 33 – в дошкільних навчальних закладах.

Питання анкети «Формування та моделювання професійного іміджу» (О. Перелигіної у модифікації Т. Лигомини) фіксують внутрішню

готовність особистості психолога до створення або зміни власного професійного іміджу [4, с. 794].

Близько половини практичних психологів вважають, що постійно дбають про те, як їх сприймають оточуючі (59,22% респондентів). Частина респондентів зацікавлені у представленні себе в меншій мірі (37,83%). А решта взагалі не звертають увагу на те як їх сприймають оточуючі (2,91%).

Цю тезу підтверджують відповіді респондентів щодо впливу професійного іміджу на успіх їхньої професійної діяльності. Майже всі респонденти (94,17%) зазначили, що рівень сформованості професійного іміджу впливає на успіх їх професійної діяльності. Серед яких 60,19% респондентів – визнали провідну роль професійного іміджу в успішності їх як професіоналів і третина (33,98%) респондентів зазначили, що успіх професійної діяльності наполовину залежить від професійного іміджу.

Наступне питання характеризує мотиви, що впливають на формування професійного іміджу психолога. Психологам були запропоновані такі параметри відповідей: статус, місце у групі; соціальні ролі; професійні цілі, перспективи розвитку; поточні задачі, проблеми, конфлікти.

На рисунку 1. графічно відображено результати дослідження зазначеного питання.



Рис. 1.

Як видно з рисунку 1. провідним мотивом формування іміджу практичні психологи визначили – професійні цілі, перспективи розвитку (середньозважений бал 31,8), тобто в основі творення іміджу психолога закладена потреба у розвитку, самовдосконалення, що допомагає фахівцеві досягати власних професійних цілей.

Другий за значимістю мотив, обраний респондентами – соціальні ролі (середньозважений бал 28,2). У начальному закладі психолог виступає у

ролі наставника, радника, організатора психологічної просвіти, майстра своєї справи, людини, що підтримає та прийде на допомогу – прагнення відповідати зазначеним соціальним ролям і закладені в основу цього мотиву формування професійного іміджу психолога.

Не менш значимими для психологів виявились третій та четвертий мотиви – статус, місце у групі (27,8) і поточні задачі, проблеми, конфлікти (26,7) відповідно. Вони досить щільно пов'язані з попередніми двома мотивами та доповнюють їх.

Отже, можна констатувати, що практичні психологи позитивно налаштовані на формування (корегування) власного професійного іміджу. Більшість респондентів зазначили, що працюють над тим, яке враження вони справляють на оточуючих. Досліджувані вважають, що успіх їхньої професійної діяльності в цілому (94,17%) залежить від сформованості їх професійного іміджу, а провідними мотивами формування іміджу визначили – повну реалізацію в професії психолога; професійний розвиток та самовдосконалення; прагнення відповідати соціальній ролі психолога, майстра своєї справи, тобто представлення себе як психолога-професіонала.

Блок питань анкети «Опитувальник діагностики інтегрального задоволення іміджем» (О. Перелігіної у модифікації Т. Лигомини) дозволяє розширити дослідження потенційної активності психолога до формування його професійного іміджу [4, с. 805].

Респонденти зазначають, що імідж стимулює психолога удосконалювати стосунки з колегами (86,4%) і допомагає у вирішенні професійних задач (81,55%). Проте підтримка професійного іміджу у конфліктних ситуаціях потребує від психолога значних зусиль, це відмітили 42,71% опитаних.

Незважаючи на те, що, в загальному, респонденти задоволені власним професійним іміджем, близько половини досліджуваних (58,25%) готові до корегування іміджу.

Підсумовуючи, все вище описане, можна зробити висновок, що професійний імідж допомагає психологам підтримувати власну репутацію та удосконалювати стосунки з колегами, проте це вимагає суттєвих зусиль від психолога, особливо під час конфліктних ситуацій. Близько половини респондентів (58,25%) зазначили, що готові корегувати власний професійний імідж.

**Висновки.** Отже, дослідження виявило досить високий рівень готовності практичних психологів до формування власного професійного іміджу: респонденти зазначають, що дбають про те, яке враження вони справляють на оточуючих та вважають, що успіх їх професійної діяльності залежить від сформованості професійного іміджу. Провідним мотивом формування іміджу визначили – повну реалізацію психолога у професійній діяльності, що підтверджує попередню тезу.

Потенційна активність психологів щодо формування власного професійного іміджу – близько половини респондентів (58,25%) зазначили, що готові до формування (корекції) власного професійного іміджу.

Проте дослідження виявило певні суперечності: респонденти зазначають, що володіють знаннями та вміннями творити власний професійний імідж на середньому та нижче середнього рівня. Тобто, психологи готові до формування (корекції) власного професійного іміджу, але їм не вистачає теоретичних знань та практичних умінь для цього.

Подальші дослідження вбачаємо у аналізі когнітивних та мотиваційних чинників формування іміджу практичного психолога.

#### Список використаних джерел

1. Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя / А. А. Калюжный. – М. : Владос, 2004. – 224 с.
2. Карамушка Л. М. Психология управления заведениями средней освіти : монография / Л. М. Карамушка. — К. : Ніка-центр, 2000. — 332 с.
3. Лигомина Т. А. (2019) Критерії формування професійного іміджу практичного психолога як соціально-психологічний феномен / Т. А. Лигомина – Теорія і практика сучасної психології, 2019. Вип. 1 (5). – С. 147–151.
4. Перельгина Е.Б. Имидж как феномен интересубъектного взаимодействия (Содержание и пути развития): Дис ... д-ра психол. наук. М., 2003. – 697 с.

***T. Chirkova,***

Candidate of Science Degree in Psychology,

G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAPS of Ukraine

Scientific Adviser: ***S.D. Maksimenko,***

Member of NAPN of Ukraine,

Doctor of Psychology, Professor, Director of the Institute of Psychology

G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAPS of Ukraine

#### FEATURES OF CONSTRUCTION OF THE CONSULTING ALGORITHM OF INTERNATIONAL COUPLES

To begin with, this is the basis of any other standard psychological counseling couple. The basis of the consultation should include the main stages and specific features in each case.

In the first stage, the primary task of the practicing psychologist is standard - to make contact with patients, that is, each partner in an inter-ethnic couple, and to understand what problem led them to consult. At this stage, the difficulty, as noted earlier, sometimes becomes a language barrier for the consultant psychologist when one of the partners does not speak the international language or the psychologist does not speak the international language.