

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології та соціальної роботи

Кваліфікаційна робота на тему:

**ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТИСЬКОГО
ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА: ВІД САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ДО БРЕНДУ ТА
АВТОРИТЕТУ/ PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF FORMING A
PSYCHOLOGIST'S PERSONAL IMAGE: FROM SELF-PRESENTATION TO
BRAND AND AUTHORITY**

Спеціальність 053 Психологія

Освітня програма «Психологія»

Освітній рівень вищої освіти – бакалавр

Виконала:

студентка групи ПСЗ-41

Розум Д.Р.

Науковий керівник:

доктор філософії у галузі психології

Крижановська А.В.

Тернопіль, 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА	7
1.1. Поняття, сутність та значення іміджу.....	7
1.2. Основні чинники формування особистісного іміджу психолога.....	17
Висновки до розділу 1	25
 РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА	 26
2.1. Критерії, показники та рівні прояву психологічних механізмів особистісного іміджу психолога.....	26
2.2. Аналіз результатів дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога	31
Висновки до розділу 2	39
 РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА	 40
3.1. Обґрунтування програми формування особистісного іміджу психолога.....	40
3.2. Прикладні рекомендації фахівцям-психологам щодо формування особистісного іміджу.....	46
Висновки до розділу 3	52
 ВИСНОВКИ	 53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

Актуальність дослідження.Сучасне суспільство переживає період значних соціальних, культурних і ціннісних трансформацій, що суттєво впливають на уявлення про роль фахівців допоміжних професій, зокрема психологів. Умови глобальної нестабільності, зростання соціальної напруги, інформаційного перевантаження та психологічної вразливості населення актуалізують потребу в професійній психологічній допомозі, яка ґрунтується не лише на знаннях і навичках, а й на довірі, авторитеті та професійному іміджі спеціаліста. В умовах відкритого інформаційного простору психолог дедалі частіше постає не лише як консультант чи терапевт, а як публічна особистість, експерт, комунікатор і носій певних цінностей. Саме тому проблема формування особистісного іміджу психолога набуває особливої суспільної значущості.

Зазначимо, що зростання конкуренції на ринку психологічних послуг, активний розвиток соціальних мереж, цифрових платформ і онлайн-консультування змінюють традиційні уявлення про професійну репутацію психолога. У таких умовах імідж психолога стає важливим чинником його професійної успішності, соціальної впізнаваності та стійкої взаємодії з клієнтами. Разом із тим поверхнєве або маніпулятивне конструювання іміджу може призводити до знецінення психологічної професії, втрати довіри клієнтів та значних морально-етичних ризиків. Вказане зумовлює необхідність наукового осмислення психологічних механізмів формування іміджу як цілісного, внутрішньо узгодженого та професійно обґрунтованого явища.

Попри зростаючий інтерес до проблеми іміджу в соціальній та організаційній психології, питання психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога залишаються недостатньо розробленими. У наукових дослідженнях переважають описові підходи, зосереджені на окремих аспектах самопрезентації чи професійного позиціонування. Водночас бракує цілісного аналізу внутрішніх психологічних процесів, які забезпечують перехід від ситуативної самопрезентації до стійкого бренду та визнаного авторитету. Особливої уваги потребує питання узгодженості зовнішнього іміджу психолога з його особистісними характеристиками, професійними цінностями та

етичними нормами. Невідповідність між декларованим образом і реальним професійним функціонуванням може спричиняти внутрішні конфлікти, професійне вигорання та зниження ефективності фахової діяльності психолога.

У психологічній науці імідж особистості традиційно розглядається як складне багатовимірне утворення, що поєднує когнітивні, емоційні, мотиваційні та поведінкові компоненти (С. Архипова, Г. Балл, Н. Барна, П. Берд, С. Болсун, О. Бухаркова, О. Винославська, Л. Данильчук, З. Капустіна, Ф. Кузін, Ю. Пелеха та ін.). Для професії психолога імідж набуває особливого значення, оскільки безпосередньо пов'язаний із феноменом довіри, терапевтичного альянсу та ефективності психологічної допомоги та ін. Особистісний імідж психолога формується не лише через зовнішні атрибути або комунікативні стратегії взаємодії з клієнтами, а передусім через внутрішні психологічні механізми самопрезентації, професійної ідентичності, рефлексії та ціннісної саморегуляції.

Як показує аналіз наукових джерел, особливої значущості в аспекті аналізованої проблеми набуває розмежування понять самопрезентації, особистісного бренду, професійного авторитету психолога. Так, самопрезентація виступає первинною формою взаємодії психолога з професійним середовищем і клієнтами, відображаючи його уявлення про себе та бажаний образ. Професійний бренд є більш стійким утворенням, що формується на основі повторюваного досвіду, експертності та послідовності професійної поведінки. Професійний авторитет фахівця-психолога, своєю чергою, є результатом довготривалого визнання його компетентності, етичності та особистісної зрілості. Водночас наявні освітні програми часто не містять системного підходу до розвитку цих професійно та особистісно значущих якостей і властивостей.

Таким чином, дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога є своєчасним у контексті сучасних суспільних викликів, трансформацій професійної діяльності та зростання вимог до особистісної зрілості фахівців психологічного профілю. Комплексне осмислення цього феномену дає змогу не лише поглибити наукові уявлення про професійну самореалізацію психолога, а й створити підґрунтя для розробки ефективних психологічних технологій формування професійного бренду та авторитету, що

відповідають гуманістичним засадам психологічної практики. Вказане вплинуло на вибір теми кваліфікаційної роботи – **«Психологічні механізми формування особистісного іміджу психолога: від самопрезентації до бренду та авторитету».**

Об’єкт дослідження – імідж особистості як соціально-психологічний феномен.

Предмет дослідження – психологічні механізми формування особистісного іміджу психолога в контексті його самопрезентації, професійного бренду та авторитету.

Мета дослідження – теоретичне обґрунтування та емпіричне дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога, а також розробка психологічних технологій й практичних рекомендацій щодо його цілеспрямованого розвитку.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукові підходи до розуміння поняття, сутності та функцій іміджу в психологічній науці.
2. Визначити основні чинники формування особистісного іміджу психолога в сучасних соціально-професійних умовах.
3. Виокремити критерії, показники та рівні прояву психологічних механізмів особистісного іміджу психолога.
4. Провести емпіричне дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога та здійснити аналіз отриманих результатів.
5. Охарактеризувати психологічні технології формування особистісного іміджу психолога й розробити практичні рекомендації фахівцям щодо формування та підтримання професійного іміджу, бренду й авторитету.

Теоретичне значення дослідження полягає в поглибленні наукових уявлень про психологічні механізми формування особистісного іміджу психолога, розкритті взаємозв’язку між самопрезентацією, професійним брендом і авторитетом, а також у систематизації чинників, критеріїв і показників іміджу в контексті професійної діяльності психолога. Зокрема, проаналізовано наукові підходи до розуміння поняття, сутності та функцій іміджу в психологічній науці, визначено основні чинники формування особистісного іміджу психолога в сучасних соціально-

професійних умовах, розроблено критерії, показники та рівні прояву психологічних механізмів особистісного іміджу психолога, запропоновано дієві психологічні технології формування особистісного іміджу психолога.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання отриманих емпіричних результатів і розроблених психологічних технологій у практичній діяльності практикуючих психологів, у системі професійної підготовки та підвищення кваліфікації фахівців психологічного профілю, у консультуванні з питань професійного розвитку, самопрезентації та побудови особистісного бренду. Матеріали даного дослідження також можуть бути використані при розробці навчальних курсів, тренінгових програм і методичних рекомендацій для покращення особистісного іміджу майбутніх та практикуючих психологів.

Методи дослідження: *теоретичні* – аналіз, синтез, класифікація, систематизація і узагальнення даних наукової літератури з теорії і практики формування професійного іміджу особистості, що дало змогу визначити наукові підходи до розуміння поняття, сутності та функцій іміджу в психологічній науці, охарактеризувати основні чинники формування особистісного іміджу психолога в сучасних соціально-професійних умовах, розробити критерії, показники та рівні прояву психологічних механізмів особистісного іміджу психолога, запропонувати психологічні технології формування особистісного іміджу психолога; *емпіричні:* психодіагностичні методики (Додаток А), спрямовані на емпіричне вивчення психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога; *статистичні* – кількісний і якісний аналіз емпіричних даних, метод графічного представлення результатів, що уможливило емпіричне з'ясування психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога.

Базою емпіричного дослідження виступив ВВО «Західноукраїнський національний університет». Зокрема, емпіричним дослідженням було охоплено 50 студентів – майбутніх психологів, віком 19-23 роки.

Структура та обсяг дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи складає 68 сторінок, основний – 78 сторінок. У списку використаних джерел – 73 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА

1.1. Поняття, сутність та значення іміджу

В сучасному суспільстві, що характеризується інтенсивними соціальними змінами, глобалізаційними процесами та зростанням ролі публічної комунікації, особливого значення набуває феномен іміджу як соціально-психологічного механізму взаємодії між особистістю та соціальним середовищем. Імідж перестає бути зовнішньою характеристикою або інструментом самореклами, натомість постає як складне, багатовимірне утворення, що відображає систему цінностей, установок, поведінкових стратегій і способів саморепрезентації особистості в суспільстві. В умовах інформаційної відкритості та високої конкуренції у професійному просторі саме імідж значною мірою визначає рівень довіри, соціального визнання та ефективності міжособистісної взаємодії.

У науковій літературі імідж розглядається як складне соціально-психологічне утворення, що формується в процесі взаємодії особистості з соціальним середовищем. В. Шепель визначає імідж як інтегрований образ суб'єкта, який виникає в свідомості інших людей на основі сукупності зовнішніх проявів, поведінкових характеристик та комунікативних стратегій. Такий образ не є механічним відображенням реальних якостей особистості, а постає результатом інтерпретації, узагальнення та соціального приписування. Імідж, у цьому розумінні, виконує регулятивну функцію, впливаючи на очікування, ставлення та поведінку оточення. Водночас він зумовлюється й активною позицією самої особистості щодо власної самопрезентації [73].

О. Пенькова трактує імідж як психологічно сконструйований образ, що поєднує в собі реальні, приписувані та очікувані характеристики особистості. На його думку, імідж формується на перетині індивідуального досвіду суб'єкта та колективних уявлень соціальної групи. Він підкреслює, що імідж завжди має оціночний характер і охоплює емоційне ставлення до носія цього образу. У такому контексті імідж виступає не лише засобом соціальної ідентифікації, а й

чинником соціального впливу. Важливою ознакою іміджу є його відносна стійкість, яка забезпечує впізнаваність особистості в різних ситуаціях. Разом із тим імідж зберігає здатність до трансформації під впливом цілеспрямованих зусиль та змін соціального контексту [57].

У працях І. Ніколаєску імідж визначається як символічна репрезентація особистості, що відображає її соціальну роль, статус і систему цінностей. Така репрезентація формується через вербальні та невербальні засоби комунікації, стиль поведінки та професійну діяльність. Автор наголошує, що імідж не зводиться до зовнішнього вигляду, а охоплює глибинні характеристики, зокрема установки, мотиви та рівень самосвідомості. Імідж у цьому значенні виступає посередником між внутрішнім світом особистості та її соціальним образом. Він забезпечує цілісність сприйняття суб'єкта іншими людьми. Через це імідж розглядається як важливий ресурс соціальної адаптації та самореалізації [48].

Згідно з позицією Г. Почепцова, імідж є результатом цілеспрямованого або спонтанного процесу самопрезентації, у межах якого особистість конструює бажаний образ для соціального оточення. Автор підкреслює, що імідж завжди співвідноситься з очікуваннями аудиторії та нормами соціального середовища. У цьому сенсі імідж виконує функцію соціального сигналу, який полегшує взаєморозуміння та прогнозування поведінки. Він формується поступово, через повторювані акти взаємодії та підтвердження заявленого образу. Важливою характеристикою іміджу є його комунікативна ефективність, тобто здатність впливати на сприйняття й рішення інших людей [61; 67a].

Т. Лайко розглядає імідж як системне утворення, що інтегрує особистісні риси, професійні компетентності та соціальні ролі суб'єкта. На його думку, імідж виникає внаслідок узгодження внутрішнього «Я» особистості з зовнішніми вимогами соціального середовища. Він підкреслює, що дисгармонія між цими складовими може призводити до нестійкості або суперечливості іміджу. Імідж у такому підході виступає показником зрілості особистості та рівня її соціальної адаптованості. Особливе значення надається ролі рефлексії в процесі формування іміджу. Завдяки рефлексивному усвідомленню власного образу особистість здатна коригувати свою поведінку та стратегії взаємодії [40].

У роботах Б. Джи імідж визначається як соціально значущий образ, що формується в колективній свідомості та має нормативний характер. Автор наголошує, що імідж завжди співвідноситься з певними зразками, ідеалами та очікуваннями, притаманними конкретному суспільству або професійній спільноті. У цьому контексті імідж виконує функцію соціального регулятора, задаючи рамки допустимої та бажаної поведінки. Він формується не лише через індивідуальні дії особистості, а й через оцінки, чутки, репутаційні наративи [23].

Нарешті, О. Бухаркова трактує імідж як психологічний конструкт, що поєднує образ «для себе» та образ «для інших». Вона підкреслює, що імідж формується на основі внутрішньої Я-концепції, але набуває завершеності лише у процесі соціального сприйняття. Авторка акцентує увагу на двосторонньому характері іміджу, який одночасно відображає самосприйняття особистості та реакції соціального оточення. Імідж є показником узгодженості внутрішніх і зовнішніх аспектів особистості, і може виступати джерелом психологічної стабільності або, навпаки, внутрішньої напруги [10].

Важливим аспектом дослідження є функції іміджу, які відображають його роль у взаємодії особистості з соціальним середовищем і розкривають значення цього феномену як регулятора соціальних відносин.

1. Ідентифікаційна функція – імідж забезпечує впізнаваність особистості та дає змогу іншим швидко віднести її до певної соціальної або професійної категорії. Завдяки цьому формується цілісне первинне уявлення про суб'єкта, що зменшує невизначеність у міжособистісній взаємодії. Така функція особливо значуща в умовах соціальної мобільності та публічної професійної діяльності.

2. Комунікативна функція іміджу – полягає в передачі соціально значущої інформації про особистість через вербальні та невербальні засоби. Імідж виступає своєрідним «повідомленням» для соціального оточення, сигналізуючи про цінності, наміри, рівень компетентності та стиль взаємодії суб'єкта. Через цю функцію імідж полегшує встановлення контакту, сприяє формуванню довіри та визначає характер подальшої комунікації.

3. Регулятивна функція – імідж впливає на поведінку як самої особистості, так і її соціального оточення. Усвідомлення власного іміджу спонукає суб'єкта

коригувати свою поведінку відповідно до очікувань і норм, що існують у певному соціальному чи професійному контексті. Водночас імідж регулює ставлення інших людей, задаючи рамки взаємодії та визначаючи допустимі форми поведінки щодо носія цього образу.

4. Оцінна функція іміджу – полягає у формуванні ставлення до особистості та впливі на рішення й дії інших людей. Імідж значною мірою визначає рівень довіри, авторитету та привабливості суб'єкта, що особливо важливо в професіях, орієнтованих на міжособистісну взаємодію. Через імідж особистість може посилювати свій вплив, переконливість і здатність мотивувати інших.

5. Адаптаційна функція – імідж сприяє пристосуванню особистості до вимог соціального середовища. Завдяки сформованому іміджу суб'єкт легше інтегрується в нові соціальні групи, професійні спільноти та організаційні структури. Імідж допомагає узгодити індивідуальні особливості з соціальними очікуваннями, знижуючи рівень соціальної напруги та невизначеності.

6. Ціннісна функція іміджу – полягає у відображенні та трансляції системи цінностей особистості. Через імідж суб'єкт демонструє своє ставлення до норм, етичних принципів і соціально значущих ідеалів, що надає іміджу глибинного змісту та забезпечує його смислову наповненість. Саме ціннісна узгодженість іміджу сприяє його стійкості та довготривалому позитивному сприйняттю.

7. Рефлексивна функція – імідж слугує об'єктом усвідомлення та самооцінки особистості. Аналізуючи власний імідж, суб'єкт отримує зворотний зв'язок щодо ефективності своєї поведінки та самопрезентації. Все це створює умови для особистісного й професійного розвитку, самокорекції та підвищення рівня психологічної зрілості [1; 13; 20; 38 та ін.].

У науковому осмисленні феномену іміджу доцільним є використання типологічного підходу, який дає змогу систематизувати різноманітні прояви іміджу залежно від суб'єкта, мети, емоційного наповнення, способу формування та характеру його сприйняття. Така типологізація сприяє глибшому розумінню психологічної природи іміджу та особливостей його функціонування.

Так, за суб'єктом іміджу розрізняють особистий, товарний і груповий імідж. Особистий імідж стосується окремої людини та відображає сукупність уявлень

про її особистісні якості, стиль поведінки, систему цінностей і соціальні ролі. Він формується в процесі міжособистісної взаємодії та залежить від самопрезентації, рефлексії й соціального досвіду суб'єкта. Товарний імідж пов'язаний із сприйняттям продукту або послуги та охоплює уявлення про їхню якість, корисність, надійність і символічну цінність. Груповий імідж охоплює образи організацій, корпорацій або націй і формується через колективні дії, корпоративну культуру, історію, цінності, репутацію відповідної спільноти [16].

За ступенем досягнення мети суб'єкта імідж поділяється на ефективний та неефективний. Ефективний імідж відповідає поставленим цілям суб'єкта, сприяє досягненню бажаного соціального результату та забезпечує позитивну динаміку взаємодії з оточенням. Такий імідж характеризується узгодженістю між заявленим образом і реальною поведінкою, а також стабільним позитивним сприйняттям. Неефективний імідж, навпаки, не виконує покладених на нього функцій, викликає недовіру, суперечливі оцінки або не відповідає соціальним очікуванням. У результаті він може ускладнювати комунікацію суб'єкта [3; 15a].

За емоційним забарвленням імідж може бути позитивним або негативним. Позитивний імідж викликає схвальне ставлення, довіру та симпатію, сприяє формуванню стійких позитивних очікувань щодо суб'єкта. Він ґрунтується на поєднанні професійної компетентності, моральної надійності та привабливості образу. Негативний імідж, навпаки, асоціюється з недовірою, відторгненням або настороженістю та може формуватися як внаслідок реальних негативних дій, так і під впливом стереотипів чи викривленої інформації. Такий імідж істотно ускладнює соціальну взаємодію та потребує корекції [28].

За цільовою установкою розрізняють природний і штучний імідж. Природний імідж формується спонтанно, у процесі повсякденної діяльності та взаємодії, і відображає реальні особистісні та професійні якості суб'єкта. Він, як правило, є більш автентичним і стійким, оскільки ґрунтується на внутрішній узгодженості образу. Штучний імідж створюється цілеспрямовано з використанням спеціальних стратегій і технологій самопрезентації. Такий імідж може бути ефективним у короткостроковій перспективі, однак потребує постійного підтримання та узгодження з реальними діями суб'єкта [48].

За ступенем раціональності сприйняття імідж поділяється на когнітивний та емоційно-чуттєвий. Когнітивний імідж орієнтований на раціональне сприйняття та надає структуровану, «суху» інформацію про характеристики, компетентності та функціональні можливості суб'єкта. Він зазвичай адресований вузькому колу фахівців або обізнаній аудиторії, для якої важливими є факти, показники та професійні критерії оцінки. Емоційний і чуттєвий імідж, навпаки, спрямований на широку аудиторію та апелює до почуттів, вражень і символічних асоціацій. Такий імідж здатний викликати сильний емоційний відгук і формувати стійке ставлення навіть за мінімальної інформації [69].

У межах аналізу численних підходів до структурування іміджу в системі практичної діяльності особливої уваги потребує вибір такої моделі, яка вирізняється прикладною цінністю. З огляду на це доцільним є звернення до структури особистісного іміджу, запропонованої Н. Барною, яка вибудована за принципом руху від зовнішніх проявів особистості фахівця до внутрішніх, відносно стабільних психологічних рис.

Першим компонентом іміджу є зовнішній вигляд, який виступає доступним для сприйняття та найбільш динамічним елементом іміджу. Сюди належать фізичні дані особистості, зокрема зріст, вага та особливості фігури, а також костюм, що охоплює одяг, взуття та аксесуари. Важливу роль відіграють зачіска, манера поведінки, особливості мовлення, жестикуляція, міміка, голос.

Другим компонентом іміджу є символіка, яка надає образу впізнаваності, стійкості та символічної насиченості. До неї належать ім'я особистості та індивідуальні символи, зокрема певні кольори, числа, герб або логотип, а також особиста «марка», з якою людина асоціюється у соціальному просторі. Важливим елементом іміджевої символіки є особиста атрибутика – деталі та ознаки зовнішнього вигляду, що стають характерними рисами образу. Окрему групу становлять соціальні символи престижу, такі як матеріальний добробут, соціальний статус, професія, посада або атрибути, що їх символізують.

Третім компонентом є соціальні характеристики іміджу, що відображають місце особистості у системі соціальних відносин та її функціональну значущість. Сюди належить репутація як узагальнена громадська думка про людину, що

формується на основі її вчинків, професійних досягнень і соціальної активності. Важливу роль відіграє амплуа – відносно стійка соціальна роль або образ, з яким асоціюється особистість у певному середовищі. Значущим є також легенда, тобто життєва історія або наратив, що пояснює шлях особистості та надає її образу смислової цілісності. Доповнює цей компонент місія, яка відображає соціально важливі цілі, цінності та усвідомлену користь для суспільства.

Четвертим компонентом іміджу є індивідуальні властивості. До них належать професійно важливі якості, що визначають ефективність діяльності та виступають домінантними у характеристиці особи. Важливими є стиль взаємин, характер взаємодії з оточенням, а також ідеї та смисли, які особистість транслює у професійному й соціальному просторі. Базові цінності виступають ядром цього компонента, забезпечуючи внутрішню узгодженість іміджу та його відповідність етичним і світоглядним орієнтирам. Саме індивідуально-особистісні властивості визначають автентичність іміджу та його довготривалу стійкість [4].

У межах дослідження професійного іміджу заслуговує на увагу структурна модель, запропонована Л. Поповою, яка розглядає професійний імідж як складне, багатовимірне утворення, що формується у процесі безпосередньої та опосередкованої взаємодії особистості з соціальним середовищем.

Першу групу компонентів становлять зовнішні складові іміджу, до яких належать зовнішність і манери, особливості мовлення та голосу, міміка й хода. Саме ці елементи є найбільш доступними для безпосереднього сприйняття та формують первинне враження про фахівця. Вони виконують сигнальну функцію, передаючи інформацію про соціальний статус, професійну роль і загальний стиль особистості. Попри відносну мінливість, зовнішні компоненти істотно впливають на сприйняття компетентності, впевненості та надійності спеціаліста.

Другу групу утворюють внутрішні компоненти професійного іміджу, які відображають глибинні психологічні характеристики особистості. До них належать інтелектуальний рівень, спосіб мислення, коло ідей та інтересів, а також ерудиція. Ці складові визначають змістовне наповнення професійної діяльності та є підґрунтям для формування довіри й авторитету. Внутрішні компоненти менш

помітні на початкових етапах взаємодії, однак поступово набувають провідного значення у стабільному професійному сприйнятті.

Третю групу складають процесуальні компоненти, що відображають динаміку професійної поведінки та стиль взаємодії. До них належать форми спілкування, темпераментні особливості, рівень професіоналізму й виразності, а також темп діяльності та дотримання професійних традицій. Ці компоненти проявляються безпосередньо у процесі виконання професійних функцій і визначають, яким чином фахівець реалізує свої знання та вміння на практиці. Такі характеристики впливають на емоційне сприйняття та співпрацю.

Особливе місце у структурі професійного іміджу займає образ, який формується під впливом реального спілкування з людиною та зберігається у свідомості оточення навіть після завершення взаємодії. Образ є інтегральним результатом взаємодії зовнішніх, внутрішніх і процесуальних компонентів та відображає узагальнене уявлення про фахівця. Він має відносну стійкість і виступає своєрідним «психологічним слідом», що визначає подальше ставлення, очікування та готовність до повторної взаємодії. Саме образ, за Л. Поповою, є важливим показником сформованості професійного іміджу [58].

У контексті дослідження професійного іміджу доцільним є звернення до моделі, запропонованої Ф. Кузіним, яка ґрунтується на розмежуванні характеристик іміджу залежно від позиції об'єкта та суб'єкта професійної діяльності, а також соціально-комунікативного контексту взаємодії.

Першу складову структури професійного іміджу становлять особистісні характеристики, які застосовуються безпосередньо до об'єкта іміджу, тобто до конкретного фахівця. До цього блоку належать індивідуально-психологічні якості особистості, стиль мислення, ціннісні орієнтації, рівень самосвідомості та особливості самопрезентації. Саме особистісні характеристики визначають автентичність професійного іміджу та його внутрішню узгодженість.

Другим елементом структури є професійні характеристики, які також стосуються об'єкта іміджу й відображають його компетентність у межах конкретної спеціальності. До них належать рівень професійної підготовки, спеціальні знання, практичні навички, досвід діяльності, а також здатність

ефективно виконувати професійні функції. Професійні риси формують уявлення про експертність і надійність фахівця та є основою для визнання його авторитету.

Окрему групу в структурі професійного іміджу становлять соціальні характеристики, які стосуються вже не лише особистості фахівця, а ширшого соціального контексту його діяльності. Вони охоплюють соціальний статус, роль у професійній спільноті, належність до певної організації або інституції, а також репутаційні аспекти, що формуються у суспільній свідомості.

Важливим компонентом професійного іміджу є соціально-комунікативні риси, які відображають особливості взаємодії фахівця з іншими учасниками професійного процесу. До них належать стиль спілкування, комунікативна компетентність, здатність до встановлення професійних контактів, ефективність передачі інформації. Ці характеристики виявляються безпосередньо у взаємодії та значною мірою визначають емоційне й оцінне сприйняття фахівця [38].

А. Панфілова доводить, що імідж для психолога має особливе значення, оскільки ця професія передбачає безпосередню роботу з людьми, високий рівень міжособистісної взаємодії та вплив на емоційний, когнітивний і поведінковий стан клієнтів. Професійний імідж психолога формує перше враження та впливає на довіру клієнтів, колег і суспільства загалом. Він є важливим комунікативним ресурсом, що дає змогу ефективніше встановлювати контакт, мотивувати до співпраці та забезпечувати безпеку у процесі консультацій чи тренінгів. Імідж також має регулятивне значення для самого психолога, адже усвідомлення власного образу стимулює професійну рефлексію, розвиток комунікативних навичок і самоконтроль у взаємодії з різними групами клієнтів [55].

Узагальнюючи, зазначимо, що імідж психолога – це цілісне соціально-психологічне утворення, яке відображає зовнішні прояви, професійні та особистісні якості фахівця, а також його соціально-комунікативний стиль і репутацію, формуючи у свідомості клієнтів, колег та суспільства стійке уявлення про його компетентність, етичність і авторитет. Він поєднує автентичні характеристики особистості, професійні навички та способи самопрезентації, забезпечуючи довіру, ефективну взаємодію та психологічний комфорт у процесі професійної діяльності. Імідж психолога є динамічним, багатовимірним і

водночас стабільним у сприйнятті оточення, слугуючи засобом соціальної ідентифікації, регуляції взаємодії та підвищення професійної ефективності.

Структура професійного іміджу психолога, з урахуванням представлених критеріїв, може бути розглянута як багатовимірна система, що охоплює мотиви, знання та практичні дії, які взаємопов'язані та забезпечують формування цілісного професійного образу. Такий підхід дає змогу виділити три основні компоненти професійного іміджу психолога: стимулюючий, когнітивний і діяльнісний, кожен із яких формує узгоджений, ефективний професійний образ.

Перший компонент – стимулюючий – пов'язаний із мотивацією психолога працювати над собою та своїм образом. Він базується на прагненні до гармонії між внутрішньою культурою особистості та зовнішніми проявами, а також на усвідомленні значущості формування професійного іміджу. До стимулюючого компоненту належать професійно значущі потреби, які спонукають психолога інтегрувати набуті знання у стійкі професійні переконання, ідеали та цінності.

Другий компонент – когнітивний – охоплює знання та усвідомлення, необхідні для формування та вдосконалення професійного іміджу. Він охоплює психолого-педагогічні, методичні та професійні знання про себе, професію та специфіку психологічної діяльності, а також розуміння структури та чинників формування індивідуального іміджу. Цей компонент забезпечує цілісність професійної культури психолога, дає змогу критично оцінювати власні дії, сприймати і коригувати власний образ, а також створювати новий імідж.

Третій компонент – діяльнісний – полягає у практичному застосуванні знань та реалізації задумів щодо власного іміджу. Він передбачає активну роботу над собою, прояв творчості, використання професійно-педагогічних і методичних знань у повсякденній діяльності, а також уміння впроваджувати методи та прийоми формування індивідуального іміджу у професійній взаємодії. Діяльнісний компонент визначає рівень професійної майстерності психолога, його здатність передавати знання, організовувати взаємодію з клієнтами та колегами і підтримувати стійкий позитивний образ у професійному середовищі.

Отже, імідж психолога є багатовимірним соціально-психологічним феноменом, який поєднує зовнішні прояви, внутрішні особистісні та професійні

характеристики, соціально-комунікативні аспекти та стійкий образ у свідомості оточення. Його сутність полягає у формуванні цілісного уявлення про фахівця, що визначає сприйняття його компетентності, етичності та авторитету, а також впливає на ефективність міжособистісної взаємодії.

1.2. Основні чинники формування особистісного іміджу психолога

В сучасному суспільстві, де послуги психологів стають затребуваними, а довіра до фахівця є важливим чинником ефективності професійної взаємодії, особливого значення має формування особистісного іміджу психолога. Адже через імідж відбувається перше сприйняття фахівця, оцінка його компетентності, етичності та здатності забезпечити психологічний комфорт клієнтів. Вивчення чинників, що визначають формування особистісного іміджу, дає змогу системно аналізувати, яким чином внутрішні якості, професійні навички, зовнішні прояви та соціально-комунікативні аспекти взаємодіють у створенні цілісного образу.

Зазначимо, що формування особистісного іміджу психолога є надзвичайно важливим у сучасному професійному середовищі, адже від того, як фахівець сприймається клієнтами, колегами та суспільством, залежить ефективність його діяльності. Особистісний імідж виступає першою точкою контакту між психологом та клієнтом, формуючи первинне враження про компетентність, надійність та етичність фахівця. У професії, де довіра є важливим фактором успіху, відсутність цілісного та позитивного іміджу може знижувати мотивацію клієнта до співпраці та впливати на результати психологічної допомоги [65].

Крім того, формування власного іміджу сприяє професійному розвитку самого психолога. Усвідомлення того, як сприймають фахівця інші, стимулює саморефлексію, самоконтроль та прагнення до вдосконалення навичок спілкування, професійної компетентності та етичної поведінки. Особистісний імідж не лише демонструє зовнішні ознаки майстерності, але й відображає внутрішні цінності та мотивацію психолога, що сприяє узгодженості між професійним і особистим Я [72]. Таким чином, робота над іміджем є невід'ємною

частиною саморозвитку та підтримки високого професійного рівня.

Важливість формування іміджу також проявляється у соціальному вимірі професії психолога. Позитивно сприйнятий імідж підвищує авторитет фахівця у колі колег, зміцнює довіру суспільства до психологічної практики та сприяє популяризації психологічної науки. Крім того, цілісний імідж дає змогу психологу ефективніше взаємодіяти з різними аудиторіями, адаптуватися до різних соціальних контекстів і впливати на емоційний та когнітивний стан клієнтів. Тому формування іміджу є необхідним як для забезпечення професійної ефективності, так і для підвищення соціальної значущості діяльності психолога.

Щонайперше виділимо особистісні чинники формування особистісного іміджу психолога, які відіграють важливу роль у визначенні того, як фахівець сприймається клієнтами, колегами та суспільством загалом. Такі чинники об'єднують внутрішні психологічні риси особистості, що проявляються у поведінці, спілкуванні та прийнятті професійних рішень. Вони формують основу іміджу, адже саме особистісні якості забезпечують автентичність і цілісність професійного образу психолога. Одним із найважливіших компонентів є характер і темперамент фахівця, оскільки вони визначають індивідуальний стиль взаємодії з клієнтами та колегами, способи вирішення конфліктів, адаптацію до професійних вимог і стресових ситуацій [73].

Емоційна стабільність і самоконтроль є невід'ємними складовими, оскільки психолог працює з людьми, які часто перебувають у стані емоційного дискомфорту або психологічної нестабільності. Вміння регулювати власні емоції, адекватно реагувати на провокації чи складні ситуації, зберігати спокій і внутрішню рівновагу безпосередньо впливає на довіру клієнтів і ефективність терапевтичного процесу. Психолог, який демонструє високу емоційну стійкість, створює атмосферу безпеки та психологічного комфорту, що є невід'ємним елементом формування позитивного професійного іміджу. Самоконтроль дає змогу фахівцеві проявляти компетентність у складних умовах, водночас підтримуючи власну репутацію та авторитет у професійній спільноті [56].

Моральні та етичні якості психолога, а також його ціннісні орієнтації виступають ще одним важливим чинником формування іміджу. Такі

рисивизначають поведінку фахівця у професійних ситуаціях, його здатність дотримуватися етичних стандартів, проявляти чесність, справедливість і повагу до клієнта. Психологічний імідж, сформований на основі високих моральних стандартів, сприяє розвитку довіри клієнтів і колег, забезпечує позитивне сприйняття професії суспільством та підвищує авторитет фахівця. Ціннісні орієнтації, що включають повагу до людської гідності, прагнення допомагати та дотримання професійних норм, формують внутрішню узгодженість іміджу та забезпечують стабільність поведінкових проявів [40].

Рівень самосвідомості, самооцінки та рефлексії психолога також належить до числа особистісних чинників. Високий рівень самосвідомості дає змогу фахівцеві адекватно оцінювати власні сильні та слабкі сторони, визначати власні професійні цілі та шукати шляхи їх досягнення. Самооцінка впливає на здатність будувати ефективні міжособистісні стосунки, приймати конструктивну критику та підтримувати авторитет у професійному середовищі. Рефлексія сприяє аналізу власних дій, оцінюванню результатів професійної діяльності, корекції поведінки та вдосконаленню способів самопрезентації. Цей процес самостереження і самокорекції безпосередньо впливає на стійкість іміджу психолога, оскільки забезпечує відповідність внутрішніх цінностей і зовнішніх проявів [55].

Професійні чинники формування особистісного іміджу психолога також є одними з найважливіших, оскільки вони визначають не лише сприйняття фахівця оточенням, але й його ефективність у професійній діяльності. Ці чинники безпосередньо пов'язані з рівнем компетентності, обсягом знань і практичними навичками психолога, що формують його здатність надавати професійно обґрунтовану допомогу та приймати адекватні рішення у різних ситуаціях. Компетентність психолога охоплює володіння теоретичними знаннями, практичними методиками, психологічними техніками та сучасними підходами до вирішення проблем клієнтів. Вона також передбачає здатність інтегрувати різні знання та досвід у практичну діяльність, що дає змогу психологу демонструвати професіоналізм у будь-якому робочому контексті.

Фундаментом професійного іміджувиступає рівень знань та практичних навичок, адже клієнти та колеги оцінюють фахівця не лише за зовнішніми

проявами, а передусім за результатами діяльності та глибиною експертності. Психолог, який володіє широким спектром знань, здатний пропонувати адекватні методи вирішення психологічних проблем, ефективно застосовувати терапевтичні та консультативні техніки, а також оперативно адаптувати підхід до конкретних ситуацій. Практичні навички дають змогу демонструвати компетентність у реальних умовах роботи з клієнтами, створюючи відчуття надійності та професійної довіри. Високий рівень знань і навичок формує основу для авторитету психолога, що є невід'ємною складовою його іміджу [62].

Досвід роботи та професійні досягнення також належать до важливих професійних чинників формування іміджу. Тривала практика та накопичений досвід дають змогу психологу ефективно застосовувати різні підходи, уникати типових помилок, прогнозувати наслідки своїх дій та враховувати індивідуальні особливості клієнтів. Професійні досягнення, включаючи успішно реалізовані проекти, наукові публікації, участь у конференціях та здобуття сертифікатів, підкреслюють експертність психолога і створюють додаткову цінність його іміджу. Досвід і досягнення формують уявлення оточення про професійну зрілість психолога, що впливає на довіру клієнтів, готовність колег до співпраці та позитивне сприйняття фахівця в суспільстві [73].

Не менш важливим є чинник спеціалізації, методів роботи та стилю діяльності психолога. Спеціалізація визначає сфери професійної діяльності, у яких фахівець володіє найбільшими знаннями та компетенціями. Вона впливає на формування цільового іміджу, адже клієнти оцінюють психолога за його здатністю вирішувати конкретні проблеми у визначеній галузі. Методи роботи, які використовує психолог, відображають його професійний підхід, стиль взаємодії з клієнтами та ефективність практичної діяльності. Стиль діяльності охоплює спосіб організації роботи, манеру спілкування, підхід до прийняття рішень та реалізацію професійних стратегій [48].

Важливе місце серед комплексних характеристик професійного образу займають презентаційні чинники формування особистісного іміджу психолога, оскільки вони є першою видимою складовою, яку сприймають клієнти, колеги та суспільство загалом. Ці чинники відображають зовнішні

прояви особистості та професійної ідентичності психолога, забезпечуючи формування первинного враження та підкріплюючи довіру до фахівця. Презентаційні елементи іміджу створюють комунікативний ефект, через який відбувається соціальна взаємодія, і вони є невід'ємною складовою міжособистісного контакту, що впливає на ефективність психологічної допомоги та консультативної роботи.

Зовнішній вигляд психолога є одним із важливих чинників презентації, адже він безпосередньо впливає на перше враження та сприйняття професійної компетентності. Одяг, стиль, зовнішні дані та манера поведінки формують уявлення про рівень естетичної та професійної культури, що є важливим для створення позитивного іміджу. Одяг психолога, як правило, має бути стриманим, акуратним і відповідати соціально-професійному контексту, адже він сигналізує про серйозність і відповідальність фахівця. Манера поведінки, включаючи жести, поставу та рухи, також впливає на сприйняття психолога, оскільки вона підкреслює впевненість, відкритість до взаємодії та контроль над собою [64].

Мова, жести, міміка, голос і хода психолога є наступною складовою вказаних чинників, вони безпосередньо впливають на процес комунікації, дають змогу передавати емоційні та смислові сигнали, а також підтримують психологічний контакт із клієнтом. Чітка, спокійна і аргументована мова формує уявлення про інтелектуальну компетентність, володіння знаннями та професійною етикою. Жести і міміка допомагають відобразити емоційну відкритість, емпатію та увагу до клієнта, що сприяє формуванню довіри. Голос психолога – його тембр, темп, інтонація та чіткість вимови – визначає емоційне забарвлення спілкування, а хода, поза та загальна моторика підкреслюють впевненість і професійну дисциплінованість. Усі ці елементи разом роблять імідж психолога впізнаваним і цілісним у сприйнятті оточення [39].

Особисті символи та атрибутика – значущий чинник презентаційного іміджу психолога. До них належать індивідуальні ознаки зовнішнього вигляду, що повторюються, аксесуари, особисті речі, логотипи або стилістичні деталі, які підкреслюють унікальність і впізнаваність фахівця. Такі символи виконують функцію психологічної маркування особистості, дозволяючи оточенню швидко

ідентифікувати психолога та асоціювати образ із професійною компетентністю та авторитетом. Атрибутика та особисті символи створюють додатковий рівень комунікації, допомагаючи передавати цінності, стиль роботи та професійний підхід психолога навіть без прямої взаємодії [57].

Соціально-комунікативні чинники формування особистісного іміджу психолога визначають ефективність професійної взаємодії та сприйняття фахівця клієнтами, колегами. Вони безпосередньо впливають на те, наскільки психолог здатний налагоджувати взаєморозуміння, підтримувати довіру та забезпечувати стабільний позитивний образ у професійній спільноті. Соціально-комунікативні навички є складовою частиною професійної компетентності, адже вони забезпечують не лише передачу знань і допомогу клієнтам, а й створення стійкого іміджу, який сприймається як ознака авторитету та надійності.

Однією із складових соціально-комунікативних чинників є здатність психолога встановлювати контакт із різними категоріями клієнтів, підтримувати довіру протягом усього процесу взаємодії. Вміння налагоджувати ефективний контакт передбачає чутливість до емоційного стану інших, здатність слухати, емпатію та адекватне реагування на потреби співрозмовника. Довіра, що формується завдяки цьому вмінню, є основою професійної діяльності психолога, оскільки клієнт, який відчуває себе зрозумілим і підтриманим, легше відкривається, приймає рекомендації та активно залучається до терапевтичного або консультативного процесу. Відповідно, ці навички безпосередньо впливають на ефективність професійної роботи та сприйняття психолога як фахівця [2].

Другий важливий компонент соціально-комунікативних чинників – стиль спілкування психолога та активність у професійних колах. Стиль спілкування визначає, як фахівець передає інформацію, підтримує діалог, пояснює складні концепції та демонструє професійний етикет. Від цього залежать ефективність комунікації, сприйняття психолога як авторитетного та компетентного, а також його здатність досягати взаєморозуміння з різними аудиторіями. Активність у професійних колах охоплює участь у конференціях, семінарах, науково-практичних заходах, обмін досвідом із колегами та публікації у фахових виданнях. Вона формує уявлення про психолога як про активного, ініціативного

та професійно зацікавленого фахівця, що підвищує його репутацію та авторитет.

Репутація, оцінка колег та клієнтів, соціальний статус психолога є третім елементом вказаних чинників. Репутація формується на основі професійних досягнень, етичної поведінки, якості наданих послуг та взаємодії з оточенням. Вона виступає своєрідним індикатором довіри та поваги, що виникає у клієнтів і колег, і безпосередньо впливає на можливість професійного зростання та самореалізації психолога. Оцінка, яку надають колеги та клієнти, визначає, наскільки імідж психолога є стійким і позитивним, а також сприяє формуванню професійної впізнаваності та довіри у соціальному контексті. Соціальний статус підкреслює значущість психолога, його роль у професійних спільнотах та здатність впливати на формування стандартів професійної діяльності [11].

Соціокультурні чинники формування особистісного іміджу психолога відіграють важливу роль у процесі створення професійного образу, оскільки вони визначають, як фахівець сприймається не лише окремими клієнтами чи колегами, а й суспільством загалом. Такі чинники враховують культурний, соціальний та історичний контекст діяльності психолога, його взаємодію з ціннісними орієнтаціями та очікуваннями оточення. Соціокультурний вимір іміджу відображає узгодженість внутрішніх професійних цінностей психолога з нормами та очікуваннями суспільства, що забезпечує ефективну комунікацію, довіру та авторитет фахівця у соціальному середовищі [20].

Ставлення суспільства до професії психолога є однією з важливих складових соціокультурних чинників іміджу. У суспільстві, де психологічна допомога високо цінується і розглядається як необхідна складова підтримки особистісного та соціального благополуччя, імідж психолога автоматично набуває значущості та авторитетності. Позитивне ставлення до професії сприяє формуванню довіри до фахівця, підвищенню його соціального статусу та готовності громадян звертатися за допомогою у складних життєвих ситуаціях. Водночас негативне або стереотипне сприйняття професії психолога може знижувати ефективність взаємодії, зменшувати готовність клієнтів довіряти фахівцю та обмежувати можливості професійного розвитку. Тому формування іміджу психолога пов'язане з усвідомленням суспільного ставлення до професії та

роботою над власним авторитетом і довірою в соціальному просторі.

Соціальні норми, цінності та очікування оточення є другим важливим компонентом вказаних чинників. Психолог функціонує у межах конкретного соціального контексту, де діють правила поведінки, професійні стандарти та етичні вимоги. Врахування цих норм дає змогу фахівцеві узгоджувати власні дії з очікуваннями клієнтів, колег та суспільства загалом. Наприклад, у культурному середовищі, яке високо цінує конфіденційність, психолог демонструє увагу до етичності, що підвищує довіру та формує позитивний імідж. Окрім цього, дотримання соціальних норм сприяє стабілізації професійного статусу психолога та забезпечує цілісність і послідовність його іміджу у свідомості оточення [2].

Соціально значущі ролі та місія психолога у суспільстві виступають ще одним важливим чинником формування іміджу. Психолог виконує не лише функції консультанта чи терапевта, але й соціального експерта, педагога, науковця та просвітителя. Його діяльність спрямована на підтримку психічного здоров'я, розвиток особистості, запобігання психологічним проблемам та підвищення загального рівня соціального благополуччя. Усвідомлення цієї соціально значущої ролі дає змогу психологу формувати імідж фахівця, який не лише володіє професійними компетенціями, а й діє на користь суспільства, демонструючи соціальну відповідальність і високі моральні стандарти. Місія психолога у суспільстві підкреслює його внесок у розвиток соціальної культури та формування довіри до професії загалом [36].

Основні чинники формування особистісного іміджу психолога узагальнено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні чинники формування особистісного іміджу психолога

Чинники формування іміджу	Складові й характеристики іміджу
Особистісні	Характер, темперамент, емоційна стабільність, самоконтроль. Моральні та етичні якості, ціннісні орієнтації. Рівень самосвідомості, самооцінки та рефлексії.
Професійні	Компетентність, рівень знань і практичних навичок. Досвід роботи та професійні досягнення. Спеціалізація, методи роботи, стиль діяльності.
Презентаційні	Зовнішній вигляд: одяг, зовнішні дані, манера поведінки. Мова, жести, міміка, голос і хода.

	Особисті символи та атрибутика, що формують впізнаваність.
Соціально-комунікативні	Вміння встановлювати контакт і підтримувати довіру. Стиль спілкування, активність у професійних колах. Репутація, оцінка колег та клієнтів, соціальний статус.
Соціокультурні	Ставлення суспільства до професії психолога. Соціальні норми, цінності та очікування оточення. Соціально значущі ролі та місія психолога у суспільстві.

Отже, особистий імідж психолога формується через поєднання низки особистісних, професійних, презентаційних, соціально-комунікативних та соціокультурних чинників. Характер, емоційна стабільність, цінності та самосвідомість визначають внутрішню основу іміджу, компетентність і досвід підкреслюють експертність, а зовнішній вигляд, мова та поведінка створюють перше враження. Уміння встановлювати контакт, підтримувати довіру забезпечує гармонійний, комплексний і соціально значущий образ психолога.

Висновки до розділу 1

1. Імідж психолога є багатовимірним соціально-психологічним феноменом, який поєднує зовнішні прояви, внутрішні особистісні та професійні характеристики, соціально-комунікативні аспекти та стійкий образ у свідомості оточення. Його сутність полягає у формуванні цілісного уявлення про фахівця, що визначає сприйняття його компетентності, етичності та авторитету, а також впливає на ефективність міжособистісної взаємодії.

2. Особистий імідж психолога формується через поєднання особистісних, професійних, презентаційних, соціально-комунікативних та соціокультурних чинників, які взаємодіють між собою. Характер, емоційна стабільність, цінності та самосвідомість визначають внутрішню основу іміджу, компетентність і досвід підкреслюють експертність, а зовнішній вигляд, мова та поведінка створюють перше враження. Уміння встановлювати контакт, підтримувати довіру забезпечує гармонійний, комплексний і соціально значущий образ психолога.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА

2.1. Критерії, показники та рівні прояву психологічних механізмів особистісного іміджу психолога

Формування стійкого та авторитетного іміджу фахівця визначає не лише ефективність його професійної діяльності, а й рівень довіри клієнтів, сприйняття колег та соціальну значущість його роботи. Дослідження цих механізмів дає змогу системно виявляти, оцінювати та коригувати психологічні компоненти іміджу, що забезпечує гармонійну інтеграцію особистісних, професійних, презентаційних, соціально-комунікативних та соціокультурних аспектів. Крім того, визначення критеріїв і показників прояву іміджу психолога сприяє розвитку професійної компетентності, підвищенню ефективності взаємодії та формуванню позитивного соціального сприйняття психолога як фахівця.

Спочатку виокремимо критерії і показники діагностики особистісного іміджу психолога. Поняття «критерій» (від грецького *kriterion* – засіб судження, міра) визначає мірило для оцінки предмета чи явища, що виступає базою для класифікацій і систематизації спостережуваних ознак. У контексті психологічної практики критерії особистісного іміджу дають змогу визначити закономірності розвитку професійного та соціально значущого образу психолога, його готовність до ефективної взаємодії з клієнтами, колегами та суспільством, а також наявність необхідних особистісних і професійних характеристик [12].

Дослідники виділяють різні критерії сформованості професійного іміджу психолога, які відображають комплексні психологічні механізми, що впливають на сприйняття фахівця оточенням. Зокрема, можна виділити критерії, що охоплюють особистісні, професійні, соціально-комунікативні та презентаційні аспекти діяльності психолога. Серед них – рівень самосвідомості та рефлексії, наявність моральних і етичних цінностей, компетентність і професійна майстерність, уміння встановлювати контакт і підтримувати довіру, володіння

вербальними та невербальними засобами комунікації, а також здатність ефективно поєднувати внутрішні якості з соціальною роллю [2].

Критерії іміджу психолога дають змогу оцінити не лише наявність конкретних професійних і особистісних характеристик, а й ступінь інтеграції цих компонентів у єдиний цілісний образ. Це дає змогу визначити рівні прояву психологічних механізмів іміджу: від базового рівня, коли психолог демонструє окремі риси та навички, до високого рівня, що характеризується інтеграцією особистісних, професійних, презентаційних і соціально-комунікативних складових у професійній діяльності. Визначення цих рівнів є важливим для практичної роботи психолога над собою, вдосконалення професійного образу та формування стійкого авторитету у професійному та соціальному середовищі.

Грунтуючись на аналізі сучасних наукових поглядів щодо визначення критеріїв сформованості професійного іміджу психолога, можна виокремити три основні критерії: мотиваційний, когнітивний та діяльнісний. Вони дають змогу оцінити реальний стан особистісного іміджу психолога, визначити рівень інтеграції його професійних та особистісних якостей, а також окреслити напрями цілеспрямованого вдосконалення іміджу у професійній діяльності.

1. Мотиваційний критерій – відображає внутрішнє прагнення психолога до самовдосконалення та розвитку професійного образу. Він охоплює усвідомлення важливості формування власного іміджу, прагнення гармонізувати внутрішню культуру та зовнішнє враження, а також наявність професійно значущих потреб, які сприяють інтеграції знань, досвіду та особистісних якостей у цілісний образ.

2. Когнітивний критерій – визначає рівень знань психолога про структуру професійного іміджу, психологічні механізми його формування, методи роботи та вплив іміджу на професійну діяльність, охоплює знання про себе та власну професію, володіння психологічними підходами, усвідомлення ролі іміджу у міжособистісній взаємодії, що забезпечує цілісність професійного образу.

3. Діяльнісний критерій – полягає у практичному застосуванні знань, умінь та особистісних ресурсів психолога для формування свого іміджу у професійній діяльності. Він передбачає здатність реалізовувати власні професійні плани, проявляти творчість, використовувати різні прийоми для вдосконалення іміджу, а

також демонструвати професійний авторитет через конкретні дії, результати роботи та взаємодію з клієнтами. Важливим є вміння психолога передавати знання та досвід щодо формування іміджу колегам та молодшим фахівцям, що підкреслює соціальну значущість та професійну компетентність.

Особистий імідж психолога формується під впливом низки психологічних механізмів, що можна оцінювати через виділення відповідних показників. Зокрема, мотиваційний критерій проявляється через орієнтацію психолога на власний особистісний і професійний розвиток, а також через усвідомлену мотивацію до формування власного професійного іміджу. Психолог прагне справляти позитивне враження на клієнтів, колег і соціальне оточення, демонструючи відповідальне і етичне ставлення до своєї діяльності. Когнітивний критерій охоплює обізнаність психолога про стратегії, умови та технології формування іміджу, а також усвідомлення впливу власного образу на професійну діяльність. Показниками є здатність системно планувати власні дії для побудови і вдосконалення іміджу, відповідне розуміння ролі іміджу у міжособистісній взаємодії, а також наявність знань про способи інтеграції особистісних і професійних якостей у єдиний професійний образ. Діяльнісний критерій характеризує наявність досвіду формування іміджу, зокрема культури зовнішнього вигляду, володіння вербальними та невербальними засобами спілкування, здатності інтегрувати професійні компетенції у власну практику. Сюди належить достатній рівень сформованості професійних якостей психолога, здатність демонструвати етичність, компетентність та відповідальність у діяльності. Крім того, важливим показником є участь у професійних і наукових заходах – конференціях, тренінгах, публікаціях наукових статей або тез – що підкреслює експертність і авторитет психолога у професійному середовищі.

Таблиця 2.1

Критерії та показники прояву психологічних механізмів особистісного іміджу психолога

Критерій	Показники	Методи і засоби діагностики
Мотиваційний	орієнтація на особистісний та професійний розвиток у межах психологічної практики;	Модифікований варіант методики О. Бондарчук і Л. Карамушки «Мотиви формування професійного іміджу», спрямований на оцінку значущості різних

	усвідомлена мотивація формування власного професійного іміджу; прагнення справляти позитивне враження на клієнтів, колег та соціальне оточення через професійну діяльність	мотивів у професійній діяльності психолога
Когнітивний	рівень знань про сутність професійного іміджу, його компоненти, функції та класифікації; усвідомлення ролі іміджу у професійній діяльності психолога; планування власних дій щодо побудови та вдосконалення професійного іміджу	Анкети та опитувальники для вивчення уявлень психологів про структуру, складники та значення професійного іміджу; методи самооцінки та аналіз усвідомлення ролі іміджу в професійній діяльності
Діяльнісний	наявність досвіду формування іміджу; сформованість професійних якостей, що визначають імідж психолога; інтеграція іміджевих складників у професійну діяльність	Опитувальники, методи аналізу продуктів діяльності психолога, спостереження за професійною поведінкою та міжособистісною взаємодією

Зазначимо, що сформованість особистісного іміджу психолога можна розглядати як динамічний процес, що відображає інтеграцію мотиваційних, когнітивних та діяльнісних компонентів у цілісний образ.

1. Низький рівень сформованості іміджу – характеризується слабкою усвідомленістю значення власного іміджу для професійної діяльності психолога. Психолог на цьому рівні проявляє мінімальну мотивацію до розвитку власного образу, не планує дії щодо його формування, не відслідковує вплив зовнішнього вигляду та поведінки на оточення. Когнітивний компонент представлений обмеженими знаннями про структуру, функції та способи формування іміджу, а діяльнісний – мінімальним досвідом вербального та невербального спілкування, практично відсутньою участю у професійних заходах або публікаціях. Такий рівень не забезпечує належної ефективності у взаємодії з клієнтами та колегами та обмежує авторитет психолога у професійному середовищі.

2. Середній рівень сформованості особистісного іміджу – передбачає помірну усвідомленість його значення іміджу. Психолог демонструє мотивацію до самовдосконалення, планує окремі дії щодо формування професійного образу, прагне підтримувати позитивне враження у професійних взаємодіях. Когнітивний компонент охоплює достатнє розуміння основних структурних елементів іміджу, способів його формування та ролі у професійній діяльності. Діяльнісний компонент представлений помірним рівнем володіння навичками вербальної і невербальної комунікації, підтримкою професійного зовнішнього вигляду та участю у деяких наукових або професійних заходах. Психолог здатний реалізовувати частину іміджевих стратегій, однак їхня послідовність та цілісність можуть бути недостатньо високими.

3. Високий рівень сформованості особистісного іміджу – характеризується повною усвідомленістю ролі власного образу у професійній діяльності та соціальній взаємодії. Психолог проявляє системну мотивацію до розвитку та вдосконалення власного іміджу, здійснює цілеспрямоване планування та корекцію дій для підтримки позитивного професійного враження. Когнітивний компонент передбачає глибокі знання про сутність і структуру іміджу, його функції, методи та технології формування, а також розуміння впливу іміджу на клієнтів і колег. Діяльнісний компонент відображається високим рівнем культури зовнішнього вигляду, майстерним володінням невербальними, вербальними засобами комунікації, активною участю у наукових та професійних заходах, публікаціях і тренінгах, що забезпечує комплексне формування професійного авторитету. Такий психолог демонструє високу компетентність, соціальну впізнаваність та довіру з боку клієнтів і колег.

Отже, формування цього іміджу є комплексним процесом, що поєднує мотиваційний, когнітивний і діяльнісний критерії. Мотиваційний критерій визначає спрямованість психолога на самовдосконалення та створення позитивного професійного враження, когнітивний – відображає рівень знань про структуру, функції та методи формування іміджу, а діяльнісний – демонструє практичну реалізацію цих знань через професійні дії, комунікацію та продуктивну діяльність. Показники кожного критерію дають змогу оцінити індивідуальні

особливості іміджу психолога, його компетентність, рефлексію, здатність до самоконтролю та ефективного впливу на оточення, а прояв цих критеріїв забезпечує диференційовану характеристику ступеня сформованості особистісного іміджу, що дає змогу виявляти сильні та слабкі сторони професійної самопрезентації психолога та визначати напрями цілеспрямованого розвитку його особистісного та професійного потенціалу.

2.2. Аналіз результатів дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога

Дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога проведено на базі закладу вищої освіти «Західноукраїнський національний університет». Вибірка складала 50 майбутніх психологів. Для проведення емпіричного дослідження були застосовані модифікований варіант методики О. Бондарчук і Л. Карамушки «Мотиви формування професійного іміджу», спрямований на оцінку значущості різних мотивів у професійній діяльності психолога, а також анкети та опитувальники для вивчення уявлень психологів про структуру, складники та значення професійного іміджу; методи самооцінки та аналіз усвідомлення ролі іміджу в професійній діяльності; методи аналізу продуктів діяльності майбутнього психолога, спостереження за його професійною поведінкою та міжособистісною взаємодією.

Охарактеризуємо результати емпіричного вивчення мотивів формування професійного іміджу психолога (рис. 2.1). Отримані результати дослідження мотивів формування власного іміджу у майбутніх психологів свідчать про багатовимірність ієрархії спонук, що визначають їх ставлення до іміджевої діяльності. Результати дослідження демонструють, що мотиваційна структура формування особистісного іміджу майбутніх психологів характеризується перевагою зовнішньо орієнтованих мотивів (престижних і прагматичних) над внутрішніми (саморозвитку).

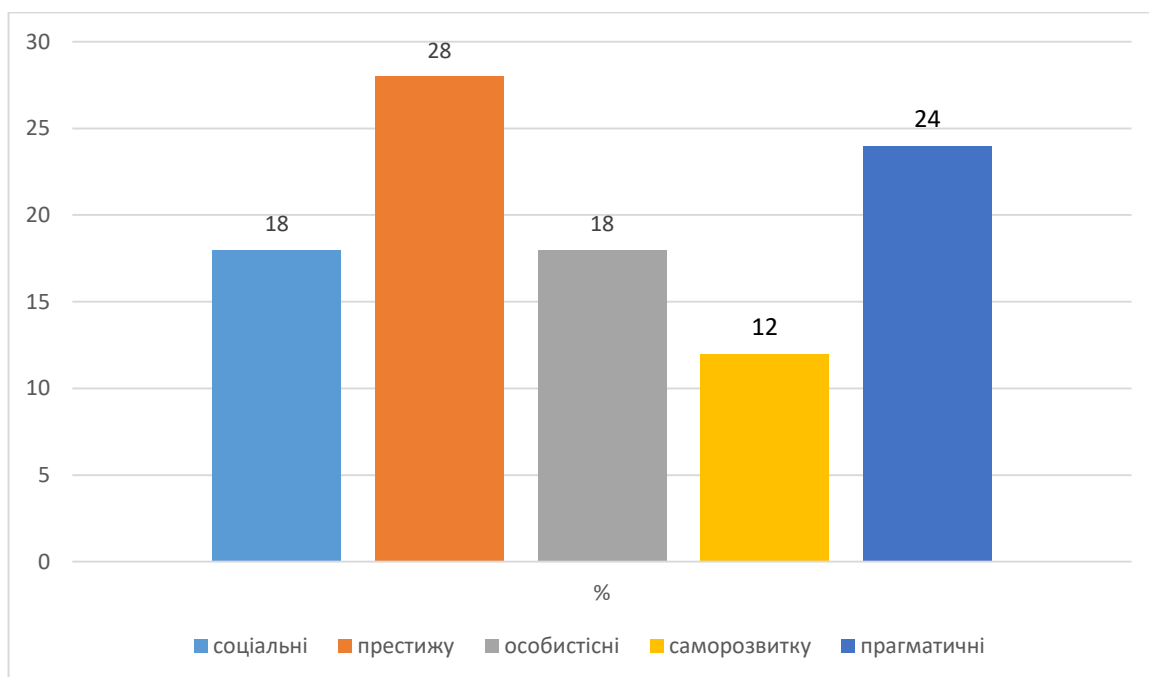


Рис. 2.1. Мотиви формування власного іміджу у майбутніх психологів, %

Так, домінуючими виявилися мотиви престижу (28%), що вказує на прагнення майбутніх психологів до професійного визнання, позитивних оцінок з боку клієнтів і колег, утвердження власного авторитету та репутації компетентного фахівця. Така орієнтація є закономірною для етапу професійного становлення, коли імідж розглядається як важливий ресурс самоствердження у фаховому середовищі та засіб підвищення конкурентоспроможності.

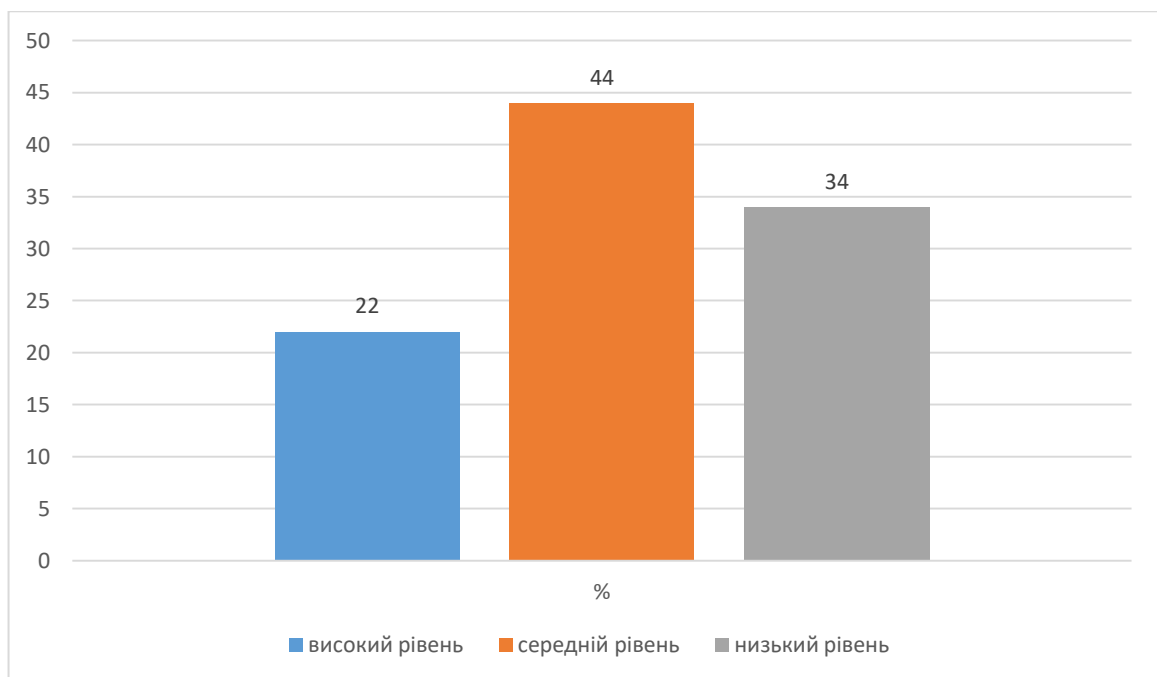
Другу за значущістю позицію посідають прагматичні мотиви (24%), що відображає усвідомлення майбутніми психологами інструментальної цінності іміджу для стабільності професійної діяльності, покращення матеріального становища та розширення соціальних і професійних контактів. Це свідчить про достатньо реалістичне бачення ролі іміджу як чинника професійної успішності та життєвої адаптації в умовах сучасного ринку психологічних послуг.

Соціальні та особистісні мотиви (по 18%) мають помірну вираженість, що вказує на поєднання орієнтації на суспільну значущість професії психолога з прагненням до внутрішньої самореалізації та збереження позитивної Я-концепції. Наявність цих мотивів свідчить про сформовані у майбутніх психологів уявлення

щодо соціальної відповідальності професії та значення іміджу для гармонізації взаємодії з клієнтами й професійним середовищем.

Найменш представленими є мотиви саморозвитку (12%), що може свідчити про недостатню усвідомленість ролі психологами системної роботи над власним іміджем як складника довготривалого професійного зростання. Це вказує на доцільність цілеспрямованого формування у майбутніх психологів установки на імідж як динамічний процес, пов'язаний із безперервним особистісним і професійним самовдосконаленням.

Невід'ємним складником дослідження професійного іміджу майбутніх психологів є визначення рівня засвоєння знань з іміджелогії. Для діагностики рівня знань з іміджелогії використано «Анкету для вивчення сформованості уявлень студентів про сутність, елементи та складові професійного іміджу» (додаток Б), а результати проведеного дослідження відображені на рис. 2.2.



**Рис. 2.2. Рівні сформованості знань з іміджелогії
у майбутніх психологів, %**

Низький рівень сформованості знань про особистісний імідж психолога (22%) характеризується фрагментарними та поверховими уявленнями про імідж як явище. Психологи, які демонструють цей рівень, здебільшого ототожнюють

імідж із зовнішнім виглядом або окремими поведінковими проявами, не розкриваючи його внутрішніх, ціннісно-смыслових та професійно-етичних складників. Відповіді на запитання анкети мають описовий характер, є недостатньо аргументованими, часто зводяться до переліку окремих якостей без їх системного поєднання. Домінуючими визнаються презентаційні елементи іміджу, тоді як роль професійної компетентності, емоційної стабільності, психологічної культури та ціннісної основи усвідомлюється слабо. У них не спостерігається чіткого розуміння специфіки професійного іміджу саме психолога, а також необхідності його свідомого і цілеспрямованого формування.

Середній рівень сформованості знань про особистісний імідж психолога (44%) виявляється у більш цілісному, але ще не повністю інтегрованому розумінні іміджу як поєднання зовнішніх і внутрішніх характеристик фахівця. Респонденти усвідомлюють значущість своєї професійної компетентності, комунікативних умінь, етичності та емоційної стабільності, здатні виділяти домінуючі складники іміджу й частково обґрунтовувати власну позицію. Водночас їхні уявлення нерідко залишаються ситуативними, зосередженими на окремих аспектах професійної діяльності без глибокого осмислення системного характеру іміджу та його динамічності. Рефлексія щодо власних іміджевих характеристик є вибірковою, а усвідомлення іміджу як довготривалого ресурсу професійного розвитку ще не набуває повної сформованості.

Високий рівень сформованості знань про особистісний імідж психолога (34%) характеризується системним і рефлексивним розумінням іміджу як цілісного психосоціального утворення, що інтегрує професійні, особистісні, ціннісні, етичні та комунікативні складники. Психологи чітко розрізняють поняття «імідж» і «професійний імідж психолога», аргументовано визначають його специфіку, ієрархізують складники та усвідомлюють їх взаємозв'язок. У відповідях простежується розуміння ролі іміджу у формуванні довіри клієнта, професійного авторитету та соціальної значущості діяльності психолога. Такі фахівці демонструють високий рівень саморефлексії, а також усвідомлюють необхідність свідомого й безперервного формування власного

іміджу, розглядаючи його як важливий чинник професійного саморозвитку, власної ефективності та етичної відповідальності у психологічній практиці.

Діагностику вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу з урахуванням власних інтересів та особливостей у майбутніх психологів проведено за допомогою опитувальника, який складався з анкети (завдання для респондентів) та бесіди (допомагає уточнити, розширити та контролювати дані, одержані під час анкетування) (додаток В). Графічно результати проведеного дослідження відображені на рис. 2.3.

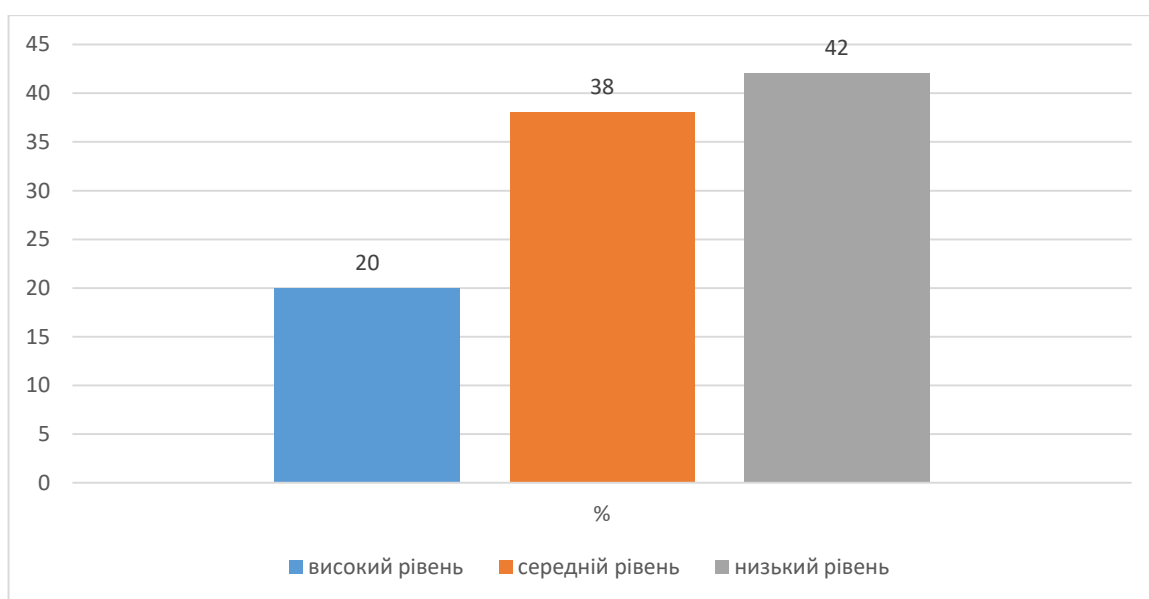


Рис. 2.3. Рівні сформованості вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу у майбутніх психологів, %

На основі результатів, отриманих за допомогою анкети «Послідовність створення професійного іміджу психолога», аналізу продуктів діяльності та бесіди щодо ставлення до продуктивної діяльності, було виокремлено три рівні сформованості вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу у майбутніх психологів: високий (20 %), середній (38 %) і низький (42 %). Їх змістовна характеристика відображає ступінь усвідомленості, системності та практичної зорієнтованості іміджевої діяльності.

Так, високий рівень сформованості вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу притаманний майбутнім психологам, які

демонструють цілісне й стратегічне бачення власного професійного образу. Вони здатні усвідомлено ранжувати структурні компоненти іміджу, а також аргументувати значущість кожного з них і розглядати імідж як динамічну систему, що потребує постійного розвитку та корекції. Такі респонденти надають пріоритет внутрішньому іміджу, професійним якостям і продуктивному іміджу, поєднуючи їх із вербальними і невербальними засобами самопрезентації. У плануванні власної іміджевої стратегії вони спираються на результати професійної діяльності, участь у наукових і практичних заходах, створення методичних матеріалів, а також усвідомлюють значення соціального визнання та професійної репутації. Для них характерна розвинена рефлексія, готовність інвестувати зусилля у довгострокове формування позитивного іміджу та відповідальне ставлення до власного професійного зростання.

Середній рівень сформованості вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу виявляється у частковому усвідомленні значущості іміджевої діяльності та її основних складників. Майбутні психологи загалом розуміють необхідність формування професійного іміджу, здатні визначати окремі пріоритети та визнавати роль продуктивної діяльності у створенні позитивного образу фахівця. Водночас їх планування фрагментарне і часто зосереджується на окремих компонентах іміджу, таких як зовнішній вигляд, комунікативні навички або участь у професійних заходах, без чіткої інтеграції у цілісну систему дій. Продукти професійної діяльності сприймаються як бажаний, але не завжди обов'язковий чинник іміджу, а рефлексія щодо власної іміджевої стратегії є вибірковою та ситуативною. Такий рівень свідчить про наявність потенціалу до розвитку іміджевої компетентності за умови цілеспрямованої психологічної та методичної підтримки.

Низький рівень сформованості вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу, характерний для найбільшої частки студентів, засвідчує недостатню усвідомленість іміджу як важливого ресурсу професійної діяльності психолога. Респонденти схильні розглядати імідж переважно як зовнішній атрибут або сукупність окремих характеристик, не пов'язуючи його з результатами професійної діяльності, репутацією, соціальною відповідальністю.

Ранжування компонентів іміджу є випадковим або слабо аргументованим, а продуктивний імідж часто недооцінюється або не включається у систему професійних пріоритетів. Планування своїх дій щодо формування іміджу носить несистемний характер або взагалі відсутнє, а участь у професійних спільнотах, проєктах чи публікаційній діяльності сприймається як другорядна. Вказане свідчить про потребу у спеціально організованій роботі, спрямованій на розвиток рефлексії та здатності до цілеспрямованого професійного самопроєктування.

Зазначимо, що узагальнені рівні сформованості особистісного іміджу психолога, здобуті на основі систематизації результатів усіх використаних методик, відображено на рис. 2.4.

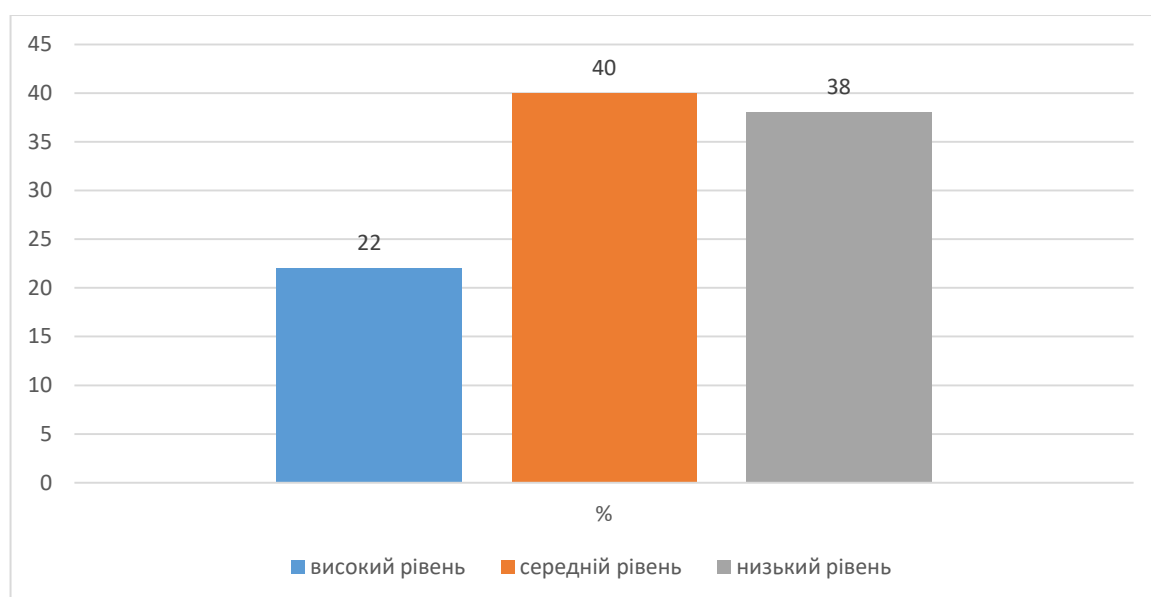


Рис. 2.3. Рівні сформованості вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу у майбутніх психологів, %

Низький рівень сформованості іміджу, який характеризується слабкою усвідомленістю значення власного іміджу для професійної діяльності психолога, виявлено у 22% респондентів. Психолог на цьому рівні проявляє мінімальну мотивацію до розвитку власного образу, не планує дії щодо його формування, не відслідковує вплив зовнішнього вигляду та поведінки на оточення. Когнітивний компонент представлений обмеженими знаннями про структуру, функції та способи формування іміджу, а діяльнісний – мінімальним досвідом вербального

та невербального спілкування, практично відсутньою участю у професійних заходах або публікаціях. Це не забезпечує належної ефективності у взаємодії з клієнтами та колегами і обмежує авторитет психолога у професійному довіллі.

Середній рівень сформованості особистісного іміджу, що передбачає помірну усвідомленість його значення іміджу, виявлено у 40% респондентів. Психолог демонструє мотивацію до самовдосконалення, планує окремі дії щодо формування професійного образу, прагне підтримувати позитивне враження у професійних взаємодіях. Когнітивний компонент охоплює достатнє розуміння основних структурних елементів іміджу, способів його формування та ролі у професійній діяльності. Діяльнісний компонент представлений помірним рівнем володіння навичками вербальної і невербальної комунікації, підтримкою професійного зовнішнього вигляду та участю у деяких наукових, професійних заходах. Психолог здатний реалізовувати частину іміджевих стратегій, однак їхня послідовність та цілісність можуть бути недостатньо високими.

Високий рівень сформованості особистісного іміджу, що характеризується повною усвідомленістю ролі власного образу у професійній діяльності та соціальній взаємодії, виявлено у 38% респондентів. Психолог проявляє системну мотивацію до розвитку та вдосконалення власного іміджу, здійснює цілеспрямоване планування та корекцію дій для підтримки позитивного професійного враження. Когнітивний компонент передбачає глибокі знання про сутність і структуру іміджу, його функції, методи та технології формування, а також розуміння впливу іміджу на клієнтів і колег. Діяльнісний компонент відображається культурою зовнішнього вигляду, майстерним володінням невербальними, вербальними засобами комунікації, активною участю у наукових та професійних заходах, публікаціях і тренінгах, що забезпечує комплексне формування професійного авторитету. Такий психолог демонструє високу компетентність, соціальну впізнаваність та довіру з боку клієнтів і колег.

Результати дослідження засвідчують недостатній рівень сформованості особистісного іміджу у майбутніх психологів. Переважання середнього та низького рівнів свідчить про фрагментарність уявлень про власний професійний образ, обмежену рефлексію та несистемність дій щодо його цілеспрямованого

формування. Це вказує на те, що особистісний імідж ще не усвідомлюється більшістю респондентів як значущий ресурс професійної самореалізації, а його розвиток потребує спеціально організованої психологічної та освітньої підтримки в процесі фахової підготовки.

Висновки до розділу 2

1. Формування особистісного іміджу психолога є комплексним процесом. Мотиваційний критерій визначає спрямованість на самовдосконалення та створення позитивного професійного враження, когнітивний – відображає рівень знань про структуру, функції та методи формування іміджу, а діяльнісний – демонструє практичну реалізацію цих знань через професійні дії, комунікацію та продуктивну діяльність. Показники кожного критерію дають змогу оцінити індивідуальні особливості іміджу психолога, його компетентність, рефлексію, здатність до самоконтролю та ефективного впливу на оточення, а прояв цих критеріїв забезпечує диференційовану характеристику особистісного іміджу, що дає змогу виявляти сильні та слабкі сторони професійної самопрезентації.

2. Результати дослідження засвідчують недостатній рівень сформованості особистісного іміджу у майбутніх психологів. Переважання середнього та низького рівнів свідчить про фрагментарність уявлень про власний професійний образ, обмежену рефлексію та недостатню системність впливів-дій щодо його цілеспрямованого формування. Це вказує на те, що особистісний імідж ще не усвідомлюється більшістю респондентів як значущий ресурс професійної самореалізації, а його розвиток потребує спеціально організованої психологічної та освітньої підтримки в процесі фахової підготовки.

РОЗДІЛ 3

ПСИХОЛОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА

3.1. Обґрунтування програми формування особистісного іміджу психолога

В умовах професійної діяльності психолога особистісний імідж стає важливим чинником ефективності взаємодії з клієнтами, колегами, оскільки він відображає професійну компетентність, морально-етичні та комунікативні якості фахівця. Тому виникає нагальна потреба у розробці спеціалізованої програми формування особистісного іміджу психолога, яка передбачала б системне використання науково обґрунтованих психологічних технологій. Така програма дала б змогу поєднати теоретичні знання про сутність іміджу та його складники з практичними методами самопрезентації, розвитку комунікативних навичок, саморефлексії та самоконтролю, сприяла б цілеспрямованому вдосконаленню професійних та особистісних якостей психолога.

Мета програми – формування особистісного іміджу психолога як професійно компетентної, соціально адаптованої та психологічно зрілої особистості, здатної ефективно презентувати себе у професійній та соціальній взаємодії через інтеграцію психологічних технологій самопрезентації, розвитку професійних та особистісних якостей.

Завдання програми:

1. Розвивати у психолога усвідомлення власного іміджу та його ролі у професійній діяльності.
2. Формувати внутрішні складники іміджу: самосвідомість, емоційну стабільність, морально-етичні цінності та ціннісні орієнтації.
3. Забезпечити розвиток професійних компетенцій, що впливають на створення позитивного іміджу: знання, практичні навички, методи роботи.
4. Вдосконалювати презентаційні навички психолога: зовнішній вигляд, мова, жести, міміка, голос, хода та використання особистих символів.

5. Формувати соціально-комунікативні якості: ефективне встановлення контакту, підтримка довіри, культурне та професійне спілкування.

6. Інтегрувати соціокультурні чинники у самопрезентацію психолога, враховуючи професійні стандарти та соціально значущі ролі.

7. Забезпечити розвиток рефлексивної компетентності: аналіз власного іміджу, виявлення сильних і слабких сторін, корекція поведінки.

Зміст програми формування особистісного іміджу психолога узагальнено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Програми формування особистісного іміджу психолога

Тема заняття	Мета заняття	Вправи та ігри, використані на занятті
Заняття 1. Вступ до професійного іміджу психолога	Сформувати цілісне уявлення про особистісний і професійний імідж психолога, його структуру та значення у професійній взаємодії	Міні-лекція «Імідж психолога: міфи і реальність»; вправа «Асоціативний портрет психолога»; групова дискусія «Імідж і довіра клієнта»
Заняття 2. Самосвідомість та цінності як основа іміджу психолога	Розвинути усвідомлення власних цінностей, переконань і установок як бази формування внутрішнього іміджу	Вправа «Моє професійне Я»; ціннісне ранжування «Психолог і його пріоритети»; рефлексивне коло
Заняття 3. Емоційна стабільність та самоконтроль у структурі іміджу психолога	Сприяти розвитку емоційної саморегуляції та стійкості у професійних ситуаціях	Вправа «Емоційний барометр»; рольова гра «Складний клієнт»; техніка саморегуляції «Дихальна пауза»
Заняття 4. Презентаційні навички психолога (зовнішній вигляд, мова, жести, міміка та голос)	Сформувати навички цілісної професійної самопрезентації психолога	Вправа «Перші 5 хвилин контакту»; міні-тренінг «Голос і впевненість»; дзеркальна вправа «Невербальне спілкування»
Заняття 5. Соціально-комунікативні складові іміджу психолога (встановлення контакту, довіра, активна взаємодія)	Розвинути комунікативні вміння, необхідні для формування позитивного іміджу психолога	Вправа «Активне слухання»; гра «Довіра в діалозі»; аналіз комунікативних кейсів
Заняття 6. Соціокультурний контекст іміджу психолога (очікування суспільства, професійні стандарти, роль)	Усвідомити вплив соціальних очікувань і професійних норм на формування іміджу психолога	Дискусія «Образ психолога в суспільстві»; вправа «Соціальні ролі психолога»; аналіз етичних ситуацій
Заняття 7. Створення та	Сприяти усвідомленню	Вправа «Мій професійний

підтримка особистісної символіки іміджу психолога (відзнаки, сертифікати, професійні досягнення)	значущості символічних складників іміджу та шляхів їх формування	маршрут»; робота з портфоліо психолога; групове обговорення досягнень
Заняття 8. Вербальні та невербальні стратегії самопрезентації психолога	Розвинути вміння керувати вербальними й невербальними засобами професійного впливу	Вправа «Слово і жест»; рольова гра «Консультація без слів»; зворотний зв'язок
Заняття 9. Продуктивний імідж психолога (участь у конференціях, публікації, громадська діяльність)	Сформувати уявлення про продуктивну діяльність як важливий чинник професійного іміджу	Вправа «Мій внесок у професію»; аналіз продуктів діяльності; дискусія «Репутація і результат»
Заняття 10. Рефлексія та корекція професійного іміджу психолога	Закріпити навички рефлексії та планування подальшого розвитку особистісного іміджу психолога	Вправа «SWOT-аналіз мого іміджу»; техніка «Імідж майбутнього»; підсумкове рефлексивне коло

Охарактеризуємо заняття програми формування особистісного іміджу психолога. Зокрема, перше заняття має вступний, концептуально-орієнтуючий характер і спрямоване на формування у психологів цілісного уявлення про феномен особистісного іміджу як складного, багатовимірного психологічного утворення. Міні-лекція «Імідж психолога: міфи і реальність» виконує функцію теоретичного підґрунтя. У ній аналізуються стереотипи щодо іміджу психолога (зведення його лише до зовнішнього вигляду або харизми) та протиставляється наукове розуміння іміджу як психологічного механізму соціального сприймання, професійної довіри. Вправа «Асоціативний портрет психолога» спрямована на актуалізацію уявлень учасників про професійний образ психолога у суспільній та міжособистісній свідомості. Групова дискусія «Імідж і довіра клієнта» поглиблює розуміння функціональної ролі іміджу у професійній взаємодії. У процесі обговорення аналізується взаємозв'язок між іміджем психолога та рівнем довіри клієнта, готовністю до саморозкриття і прийняття допомоги.

Друге заняття спрямоване на поглиблення внутрішнього виміру іміджу психолога через розвиток професійної самосвідомості та усвідомлення власних ціннісних орієнтацій. Вправа «Моє професійне Я» спрямована на осмислення учасниками власної професійної ідентичності. Психологи аналізують, як вони сприймають себе у професійній ролі, які якості вважають важливими для себе як

фахівців, які внутрішні ресурси та обмеження впливають на формування їхнього іміджу. Ціннісне ранжування «Психолог і його пріоритети» дає змогу виявити індивідуальну ієрархію професійних цінностей, що лежать в основі іміджу психолога. У процесі виконання вправи учасники визначають, які цінності – етичні, гуманістичні, професійні чи прагматичні – є для них домінуючими та як вони відображаються у стилі професійної діяльності. Рефлексивне коло забезпечує інтеграцію отриманого досвіду, сприяє усвідомленню ролі ціннісного ядра у формуванні стійкого, цілісного і переконливого іміджу психолога.

Третє заняття присвячене розвитку емоційної стабільності і самоконтролю як важливих психологічних механізмів підтримки позитивного особистісного іміджу психолога. Підкреслюється, що здатність регулювати власні емоційні стани, зберігати професійну врівноваженість і психологічну стійкість у складних ситуаціях є однією з базових умов формування довіри та авторитету фахівця. Вправа «Емоційний барометр» спрямована на розвиток навичок усвідомлення власних емоційних станів у професійній діяльності. Рольова гра «Складний клієнт» моделює типові професійні ситуації, у яких психолог стикається з емоційним тиском, опором або негативними проявами з боку клієнта. Техніка саморегуляції «Дихальна пауза» знайомить учасників із ефективними способами відновлення емоційної рівноваги у професійних умовах.

Четверте заняття спрямоване на усвідомлення та розвиток презентаційних навичок психолога як важливої складової його зовнішнього іміджу. Акцент робиться на тому, що зовнішні прояви іміджу не мають декоративного характеру, а виконують функцію першого враження, підкріплення професійної ролі та формування почуття довіри у клієнта. Учасники аналізують взаємозв'язок між зовнішнім виглядом психолога, особливостями його мовлення, невербальною поведінкою та професійним сприйманням з боку оточення. Особлива увага приділяється професійним межах самопрезентації, відповідності зовнішнього образу контексту психологічної діяльності. Практичні вправи спрямовані на розвиток навичок усвідомленого керування голосом, мімікою, жестами та позою, а також на формування цілісного, стриманого й професійно доцільного образу

психолога. У результаті заняття учасники починають сприймати зовнішній імідж як інструмент професійної взаємодії, а не як самоціль.

П'яте заняття присвячене розвитку соціально-комунікативних аспектів іміджу психолога, які забезпечують ефективність професійної взаємодії з клієнтами, колегами та професійним довкіллям. Комунікативна компетентність розглядається як інтегративна характеристика, що поєднує в собі навички встановлення контакту, підтримання діалогу, активного слухання та емпатійної взаємодії. Аналізується значення комунікативної поведінки психолога для формування довіри, зниження тривожності клієнта та створення безпечного психологічного простору. Учасники вчаться розпізнавати власні комунікативні стратегії, сильні сторони та зони розвитку. Використання інтерактивних вправ сприяє відпрацюванню навичок встановлення контакту, підтримання дистанції та конструктивного реагування у складних комунікативних умовах.

Шосте заняття спрямоване на осмислення іміджу психолога у ширшому соціокультурному та професійному контексті. У межах заняття розглядаються суспільні очікування щодо ролі психолога, професійні стандарти та етичні норми, які визначають рамки формування позитивного іміджу. Учасники аналізують, як соціальні уявлення, культурні стереотипи та професійні вимоги впливають на сприймання психолога та на його самопрезентацію. Особлива увага приділяється відповідальності психолога за підтримання професійної репутації не лише на індивідуальному, а й на суспільному рівні. Заняття сприяє розвитку професійної зрілості, усвідомленню ролі психолога як представника професійної спільноти та носія соціально значущих цінностей, що є важливою передумовою формування стабільного і соціально прийнятного іміджу.

Сьоме заняття зосереджене на аналізі особистісної символіки іміджу психолога як сукупності зовнішніх і соціально значущих маркерів професійної компетентності. До них належать професійні досягнення, сертифікати, відзнаки, участь у професійних заходах та визнання з боку спільноти. Учасники усвідомлюють, що символічні складники іміджу не є самоціллю, а виступають засобами підтвердження професійного зростання, відповідальності, залучення до професійного розвитку. Аналізується баланс між внутрішнім змістом професійної

діяльності та її зовнішнім символічним представленням. Практична частина заняття спрямована на формування вміння презентувати власні досягнення етично та відповідно до професійних стандартів психолога.

Восьме заняття присвячене поглибленому опрацюванню вербальних і невербальних стратегій самопрезентації психолога. У центрі уваги – мовлення як інструмент впливу, підтримки та професійного контакту, а також невербальні сигнали, що супроводжують комунікацію. Учасники аналізують особливості використання різних мовленнєвих стилів у професійній діяльності психолога, логічність і аргументованість висловлювань, а також узгодженість вербальних і невербальних проявів. Вправи спрямовані на підвищення усвідомленості власної комунікативної поведінки та розвиток навичок її корекції. Заняття сприяє формуванню цілісного комунікативного образу психолога, що підсилює його професійний імідж і ефективність взаємодії.

Дев'яте заняття орієнтоване на усвідомлення ролі продуктивної діяльності у формуванні особистого іміджу психолога. Продуктивний імідж розглядається як відображення реальних результатів професійної діяльності – наукових, практичних, соціальних. Учасники аналізують значення публікацій, участі у конференціях, тренінгах, соціальних проєктах та громадській діяльності для формування професійної репутації. Акцент робиться на зв'язку між продуктивною активністю та довірою до психолога як фахівця. Заняття сприяє формуванню установки на активний професійний розвиток і усвідомлене представлення результатів власної діяльності у професійному середовищі.

Завершальне заняття має рефлексивний характер і спрямоване на узагальнення набутого досвіду та формування індивідуальної стратегії розвитку особистісного іміджу психолога. Учасники здійснюють аналіз власних сильних і слабких сторін у структурі іміджу, визначають напрями самовдосконалення. Особлива увага приділяється розвитку навичок професійної рефлексії як механізму постійної корекції іміджу відповідно до змін професійного контексту та особистісного зростання. Заняття завершує програму, формуючи у психологів усвідомлену позицію відповідального ставлення до власного іміджу як динамічного й керованого психологічного феномену.

Отже, програма формування особистісного іміджу постає як обґрунтована система цілеспрямованого впливу на психологічні механізми професійного самовизначення, самопрезентації та саморозвитку фахівця у галузі психології. Її реалізація забезпечує інтеграцію внутрішніх і зовнішніх складників іміджу, що сприяє формуванню цілісного, стабільного й професійно доцільного образу психолога. Програма орієнтована не лише на засвоєння знань про імідж, а й на розвиток рефлексивної позиції, здатності до усвідомленого управління власним професійним образом та його корекції відповідно до вимог професійного середовища й суспільних очікувань. У результаті її впровадження підвищується рівень професійної компетентності, довіри з боку клієнтів і колег.

3.2. Прикладні рекомендації фахівцям-психологам щодо формування особистісного іміджу

Особистісний імідж сучасного психолога постає не лише як індивідуальна характеристика фахівця, а як важливий соціально-психологічний чинник формування довіри, ефективності взаємодії з клієнтами та авторитету професії загалом. Саме тому виникає потреба в обґрунтованих рекомендаціях для фахівців-психологів щодо формування та підтримки власного особистісного іміджу, які б спиралися на сучасні психологічні підходи, етичні норми й вимоги професійної діяльності. Такі рекомендації мають сприяти усвідомленому, рефлексивному й системному розвитку іміджу психолога, що забезпечує його професійну самореалізацію та відповідає актуальним суспільним очікуванням.

Охарактеризуємо рекомендації фахівцям-психологам щодо формування особистісного іміджу.

1. Особистісний імідж психолога не може зводитися виключно до зовнішніх характеристик або технік самопрезентації, оскільки він відображає глибинні особистісні, ціннісні та професійні засади діяльності фахівця. Усвідомлення іміджу як системного утворення дає змогу психологу розглядати його у взаємозв'язку внутрішніх переконань, професійних компетентностей, стилю взаємодії та соціального сприйняття. Важливо враховувати, що імідж формується

в процесі тривалої професійної взаємодії з клієнтами, колегами та соціальним середовищем. Цілісне розуміння іміджу дає змогу цілеспрямовано керувати власним професійним позиціонуванням. Воно також підвищує відповідальність за наслідки трансляції певного образу у професійному просторі.

2. Важливо цілеспрямовано розвивати професійну рефлексію як основу формування автентичного особистісного іміджу. Зокрема, рефлексивна позиція забезпечує здатність усвідомлювати власні професійні мотиви, установки, цінності та особистісні особливості, які безпосередньо впливають на його професійний образ, аналізувати власну поведінку у професійних ситуаціях і співвідносити її з очікуваннями клієнтів та етичними стандартами професії. Завдяки рефлексії психолог отримує можливість виявляти суперечності між внутрішнім самосприйняттям і зовнішнім соціальним образом. Це, у свою чергу, створює підґрунтя для свідомої корекції іміджевих проявів.

3. Формування особистісного іміджу психолога має ґрунтуватися на чітко усвідомленій системі професійних і загальнолюдських цінностей. Ціннісні орієнтації визначають не лише зміст професійної діяльності психолога, але й спосіб його самопрезентації у взаємодії з клієнтами та професійним середовищем. Дотримання принципів професійної етики формує образ фахівця, якому можна довіряти та на якого можна покладатися. Послідовність у ціннісних проявах сприяє стабільності іміджу та запобігає формуванню суперечливого або неавтентичного професійного образу. Особливої ваги набуває здатність зберігати етичну позицію в умовах морально складних ситуацій.

4. Рівень професійної компетентності психолога слід розглядати як базовий структурний компонент його іміджу. Професійна компетентність охоплює систему теоретичних знань, практичних умінь і навичок, а також здатність до їх гнучкого застосування відповідно до індивідуальних запитів клієнтів. Високий рівень фахової підготовки формує образ психолога як надійного та кваліфікованого спеціаліста. Регулярне підвищення кваліфікації та професійний розвиток сприяють зміцненню професійної впевненості, що позитивно відображається на іміджі. Компетентність також знижує рівень професійної тривожності та ризик помилок у діяльності.

5. Особливу увагу у процесі формування іміджу доцільно приділяти розвитку емоційної стабільності і навичок саморегуляції. Емоційна стабільність психолога визначає його здатність зберігати професійну рівновагу в умовах інтенсивного емоційного навантаження. Саморегуляція дає змогу ефективно управляти емоціями, не переносити особисті переживання у професійну взаємодію. Здатність контролювати емоційний стан сприяє формуванню образу врівноваженого та надійного фахівця, позитивно впливає на атмосферу психологічного контакту з клієнтом. Емоційна зрілість запобігає імпульсивним реакціям і професійним деформаціям, а розвинені навички саморегуляції є важливим чинником профілактики професійного вигорання.

6. Формування іміджу психолога потребує розвитку комунікативної компетентності як інструменту професійної взаємодії. Така компетентність охоплює і володіння вербальними та невербальними засобами спілкування, й здатність до активного слухання, емпатійного розуміння та адекватної інтерпретації повідомлень співрозмовника. Саме через комунікацію психолог транслює свій професійний стиль, рівень відкритості та готовність до співпраці. Якість комунікативної взаємодії безпосередньо впливає на формування довіри з боку клієнта. Послідовна, зрозуміла комунікація сприяє створенню позитивного іміджу фахівця. Водночас недостатній рівень комунікативної культури може нівелювати навіть високий рівень професійних знань.

7. Значущим напрямом формування особистісного іміджу психолога є усвідомлене опрацювання власного стилю професійної діяльності. Професійний стиль психолога виявляється у способах ведення консультацій, організації взаємодії з клієнтами, прийнятті рішень і реагуванні на складні ситуації. Він формується на основі індивідуальних особистісних характеристик, професійного досвіду та обраної теоретичної орієнтації. Узгодженість стилю діяльності з внутрішніми цінностями психолога сприяє автентичності іміджу. Водночас хаотичність або непослідовність професійного стилю може викликати у клієнтів відчуття невизначеності та зниження довіри. Усвідомлення власного стилю дає змогу психологу коригувати його відповідно до професійних стандартів. Це також підвищує ефективність взаємодії з різними категоріями клієнтів.

8. Важливою складовою формування особистісного іміджу є здатність психолога до ефективної самопрезентації у професійному середовищі. Остання передбачає свідоме управління тим, як психолог позиціонує себе у професійній спільноті та соціальному просторі. Вона охоплює зовнішній вигляд, мовленнєву культуру, манеру поведінки та публічні професійні виступи. Грамотна самопрезентація сприяє формуванню позитивного першого враження, яке часто має тривалий вплив на подальше сприйняття фахівця. Водночас надмірна демонстративність або штучність можуть викликати недовіру. Самопрезентація має бути узгодженою з реальним професійним рівнем психолога.

9. Соціальні уявлення про професію психолога, суспільні очікування та культурні норми істотно впливають на сприйняття фахівця. Психолог має бути чутливим до соціокультурних особливостей середовища, у якому він працює. Це передбачає розуміння ролей, стереотипів і цінностей, притаманних певній соціальній групі. Ігнорування соціокультурного контексту може призвести до комунікативних бар'єрів, водночас адаптивність і соціальна гнучкість сприяють формуванню іміджу компетентного та сучасного фахівця. Соціокультурна обізнаність дає змогу будувати професійний образ, який відповідає очікуванням суспільства, не втрачаючи при цьому професійної автономії.

10. Доцільно розглядати професійну репутацію як довготривалий результат сформованого особистісного іміджу психолога. Професійна репутація формується на основі стабільності професійної поведінки, якості наданих послуг та дотримання етичних норм. Вона не може бути створена штучно або швидко, оскільки є наслідком тривалої професійної практики. Репутація акумулює досвід взаємодії психолога з клієнтами, колегами та професійними інституціями. Позитивна репутація посилює довіру до фахівця ще до початку безпосереднього контакту. Водночас негативні професійні вчинки можуть мати тривалий руйнівний вплив на імідж. Усвідомлення значущості репутації стимулює психолога до відповідальної професійної поведінки.

11. Значну роль у формуванні особистісного іміджу психолога відіграє його ставлення до професійного розвитку та безперервного навчання. Готовність до постійного оновлення знань свідчить про відкритість психолога до змін і

професійне зростання. Безперервна освіта дає змогу підтримувати актуальність професійних компетентностей. Вона також сприяє розширенню професійного світогляду та гнучкості мислення. Активна участь у тренінгах, семінарах формує образ психолога, орієнтованого на якість та розвиток. Водночас ігнорування професійного навчання може призвести до стагнації іміджу.

12. Продуктивний імідж психолога формується передусім через результати його фахової діяльності, які мають соціальну, професійну та практичну значущість. До таких результатів належать наукові й практичні публікації, розробка авторських методик, проведення тренінгів, участь у професійних заходах, а також реалізація соціально значущих проєктів. Саме ці продукти діяльності забезпечують об'єктивну основу для професійного визнання психолога в професійній спільноті. Водночас важливо, щоб демонстрація досягнень не носила формального або декларативного характеру, а ґрунтувалася на реальній якості професійної роботи. Усвідомлене поєднання продуктивності та професійної етики сприяє формуванню цілісного й стійкого іміджу психолога.

13. Вагомою умовою формування позитивного іміджу психолога є дотримання норм професійної етики у всіх видах професійної взаємодії. Така етика регламентує не лише межі допустимої поведінки психолога, але й визначає загальну спрямованість його професійної позиції. Дотримання принципів конфіденційності, поваги до особистості клієнта, професійної відповідальності та чесності формує образ надійного й морально зрілого фахівця. Порушення етичних норм, навіть у поодиноких випадках, здатне підірвати імідж і знизити рівень довіри. Усвідомлення етичної відповідальності стимулює психолога до самоконтролю, професійної обережності та рефлексивного аналізу власних дій.

14. Формування особистісного іміджу психолога значною мірою залежить від його здатності до конструктивної взаємодії з колегами з інших професій. Ефективна співпраця з представниками суміжних професій – педагогами, соціальними працівниками, медичними фахівцями – розширює професійний простір психолога та підвищує його соціальну значущість. Така взаємодія сприяє формуванню образу психолога як відкритого, гнучкого та компетентного спеціаліста, здатного працювати в команді, підвищує якість

психологічної допомоги, оскільки дає змогу комплексно підходити до вирішення проблем клієнтів. Водночас неконструктивна поведінка у професійному середовищі негативно відбиваються на іміджі психолога.

15. Важливим напрямом формування особистісного іміджу психолога є розвиток відповідального ставлення до власної професійної ролі та її соціальної значущості. Усвідомлення психологом впливу своєї діяльності на психічне благополуччя інших людей підвищує рівень професійної відповідальності та самоконтролю. Відповідальне ставлення проявляється у чіткому дотриманні меж професійної компетентності, готовності визнавати власні обмеження та звертатися за супервізійною підтримкою. Така позиція формує образ психолога як фахівця, орієнтованого на якість і безпеку професійної допомоги.

16. Для збереження стабільного особистісного іміджу психологу доцільно цілеспрямовано розвивати навички самопідтримки та професійного відновлення. Розвиток навичок саморегуляції, емоційного відновлення та підтримки власного психологічного ресурсу сприяє збереженню внутрішньої стабільності. Психолог, який володіє такими навичками, демонструє врівноваженість, впевненість і професійну стійкість, що позитивно відбивається на його іміджі. Турбота про власне психічне здоров'я також слугує прикладом для клієнтів.

17. Внутрішній імідж психолога визначається професійною ідентичністю, цінностями та уявленнями про себе як фахівця, тоді як зовнішній імідж формується через соціальне сприйняття. Невідповідність між цими рівнями може призводити до внутрішнього напруження, а узгодженість внутрішнього і зовнішнього іміджу забезпечує цілісність особистісного образу психолога та сприяє стабільності професійної взаємодії. Клієнти й колеги, як правило, більшою мірою довіряють фахівцям, чия поведінка є послідовною та щирою.

18. Завершальним елементом формування особистісного іміджу психолога є готовність до корекції власного іміджевого образу. Особистісний імідж психолога не є статичним утворенням, а постійно змінюється під впливом професійного досвіду, соціальних умов і внутрішніх трансформацій. Регулярна рефлексія дає змогу психологу усвідомлювати сильні та вразливі сторони власного

професійного образу. На основі такого аналізу можливе своєчасне внесення корективів у стиль взаємодії, самопрезентацію та професійну поведінку. Рефлексія сприяє збереженню гнучкості та адаптивності іміджу.

Отже, запропоновані рекомендації дають змогу фахівцям-психологам цілеспрямовано інтегрувати особистісні, професійні, презентаційні та соціально-комунікативні складники іміджу у власну діяльність, сприяють розвитку рефлексії, саморегуляції та відповідальності за образ, що транслюється у професійному середовищі й суспільстві загалом. Їх реалізація підвищує рівень довіри клієнтів, зміцнює професійну репутацію, забезпечує відповідність сучасним соціокультурним запитам і стандартам фахової діяльності, створює умови для стійкого професійного зростання та самореалізації спеціаліста.

Висновки до розділу 3

1. Програма формування особистісного іміджу постає як обґрунтована система цілеспрямованого впливу на психологічні механізми професійного самовизначення, самопрезентації та саморозвитку фахівця у галузі психології. Її реалізація забезпечує інтеграцію внутрішніх і зовнішніх складників іміджу, що сприяє формуванню цілісного, стабільного й професійно доцільного образу психолога. Програма орієнтована не лише на засвоєння знань про імідж, а й на розвиток рефлексивної позиції, здатності до усвідомленого управління власним професійним образом та його корекції відповідно до вимог професійного середовища й суспільних очікувань. У результаті її впровадження підвищується рівень професійної компетентності, довіри з боку клієнтів і колег.

2. Запропоновані рекомендації дають змогу психологам цілеспрямовано інтегрувати особистісні, професійні, презентаційні та соціально-комунікативні складники іміджу у власну діяльність, сприяють розвитку рефлексії, саморегуляції та відповідальності за образ, що транслюється у професійному середовищі й суспільстві загалом. Їх реалізація підвищує рівень довіри клієнтів, зміцнює професійну репутацію психолога, забезпечує відповідність сучасним соціокультурним запитам і стандартам фахової діяльності, а також створює умови

для стійкого професійного зростання та самореалізації спеціаліста.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі проведено теоретичне обґрунтування та емпіричне дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога, що дало змогу зробити такі висновки.

1. Проаналізовано наукові підходи до розуміння поняття, сутності та функцій іміджу в психологічній науці. Показано, що імідж є багатовимірним соціально-психологічним феноменом, який поєднує зовнішні прояви, внутрішні особистісні та професійні характеристики, соціально-комунікативні аспекти та стійкий образ у свідомості оточення. Його сутність полягає у формуванні цілісного уявлення про фахівця, що визначає сприйняття його компетентності, етичності та авторитету, а також впливає на ефективність міжособистісної взаємодії. Значення іміджу психолога проявляється як для самого фахівця – через стимул до самовдосконалення, професійної рефлексії та регуляцію власної поведінки, так і для клієнтів та суспільства – через довіру, психологічний комфорт, формування позитивного ставлення та вплив на рішення й оцінку дій психолога. Завдяки таким функціям, як ідентифікаційна, комунікативна, регулятивна, оцінна, адаптаційна, ціннісна та рефлексивна, іміджу виступає як ефективний інструмент соціальної взаємодії і професійної самореалізації.

2. Визначено основні чинники формування особистісного іміджу психолога в сучасних соціально-професійних умовах: 1) особистісні чинники, включаючи характер, темперамент, емоційну стабільність, самоконтроль, моральні та етичні якості, ціннісні орієнтації, а також рівень самосвідомості, самооцінки та рефлексії, що забезпечують внутрішню базу формування іміджу; 2) професійні чинники, такі як компетентність, рівень знань і практичних навичок, досвід роботи, професійні досягнення, спеціалізація, методи роботи та стиль діяльності, які формують експертний аспект іміджу і підкреслюють авторитет психолога у професійній сфері; 3) презентаційні чинники, зокрема зовнішній вигляд, мова, жести, міміка, голос, хода, а також особисті символи та атрибутика, які створюють перше враження та забезпечують впізнаваність фахівця; 4) соціально-

комунікативні чинники, які визначають здатність психолога встановлювати контакт і підтримувати довіру, стиль спілкування, активність у професійних колах, а також репутацію та оцінку з боку колег і клієнтів, забезпечуючи стійкий професійний авторитет; 5) соціокультурні чинники, включаючи ставлення суспільства до професії, соціальні норми, цінності та очікування оточення, а також соціально значущі ролі і місію психолога, що визначають позиціонування в суспільстві та сприяють формуванню позитивного соціального образу.

3. Розроблено критерії, показники та рівні прояву психологічних механізмів особистісного іміджу психолога. Зокрема, мотиваційний критерій визначає спрямованість психолога на самовдосконалення та створення позитивного професійного враження, когнітивний – відображає рівень знань про структуру, функції та методи формування іміджу, а діяльнісний – демонструє практичну реалізацію цих знань через професійні дії, комунікацію та продуктивну діяльність. Показники кожного критерію дають змогу оцінити індивідуальні особливості іміджу психолога, його компетентність, рефлексію, здатність до самоконтролю та ефективного впливу на соціальне оточення, забезпечуючи диференційовану характеристику ступеня сформованості у фахівця-психолога особистісного іміджу, що дає змогу виявляти сильні та слабкі сторони його професійної самопрезентації та визначати напрями цілеспрямованого розвитку особистісного та професійного потенціалу в процесі діяльності.

4. Проведено дослідження психологічних механізмів формування особистісного іміджу психолога та здійснено аналіз отриманих результатів. За методикою вивчення мотивів формування професійного іміджу встановлено, що мотиваційна структура має виразно зовнішньо орієнтований характер: домінують мотиви престижу (28%) та прагматичні мотиви (24%), тоді як соціальні й особистісні мотиви мають помірне вираження (по 18%), а мотиви саморозвитку представлені найменше (12%). Результати діагностики рівнів сформованості знань з іміджелогії показали, що у 22% майбутніх психологів виявлено низький рівень знань, який характеризується фрагментарністю та поверховістю уявлень про імідж; у 44% – середній рівень, що відображає часткове, недостатньо інтегроване розуміння сутності та структури професійного іміджу; у 34% – високий рівень, який

засвідчує системне, рефлексивне та ціннісно наповнене розуміння іміджу психолога. За результатами методики діагностики вміння планувати систему дій із побудови професійного іміджу встановлено, що низький рівень сформованості цього вміння притаманний 42% респондентів, середній – 38%, а високий – лише 20%, що вказує на недостатню здатність більшості майбутніх психологів до стратегічного й послідовного іміджевого самопроекування. Узагальнені рівні сформованості особистісного іміджу психолога, отримані шляхом інтеграції результатів усіх використаних методик, показали, що низький рівень характерний для 22% опитаних, середній – для 40%, а високий – для 38% респондентів. У цілому сформованість особистісного іміджу у майбутніх психологів є недостатньою.

5. Охарактеризовано психологічні технології формування особистісного іміджу психолога, запропоновано тренінгову програму цілеспрямованого впливу на психологічні механізми професійного самовизначення, самопрезентації та саморозвитку фахівця у галузі психології. Показано, що її реалізація забезпечує інтеграцію внутрішніх (мотиваційних, ціннісно-смилових, емоційно-регулятивних) і зовнішніх (комунікативних, презентаційних, соціокультурних) складників іміджу, що сприяє формуванню цілісного, стабільного й професійно доцільного образу психолога. Вказана програма орієнтована на засвоєння знань про імідж та розвиток рефлексивної позиції, здатності до усвідомленого управління власним професійним образом та його корекції відповідно до вимог професійного середовища й суспільних очікувань. У результаті її впровадження прогнозовано підвищення рівня професійної компетентності, довіри з боку клієнтів і колег, а також готовність психолога до відповідального й виваженого представлення себе у соціальному просторі. Запропоновані рекомендації сприяють розвитку рефлексії, саморегуляції та відповідальності за образ, що транлюється у професійному середовищі. Їх реалізація підвищує рівень довіри клієнтів, зміцнює професійну репутацію психолога, забезпечує відповідність соціокультурним запитам і стандартам фахової діяльності, а також створює умови для стійкого професійного зростання та самореалізації спеціаліста.

Перспективами подальшого дослідження можна визначити апробування охарактеризованих психологічних технологій формування й підтримання професійного іміджу, бренду й авторитету психолога.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архипова С., Ніколаєску І. Іміджеві та самоактуалізуючі характеристики у професійній діяльності психолога освітнього закладу. *Імідж сучасного педагога*. 2019. № 2-3. С. 33-34.
2. Баданіна Л.П. Привабливість професії психолога. *Освітні технології*. 2024. №4. С.186-191.
3. Балл Г.О. Проблема іміджу особистості в контексті гуманізації. *Наука і управління*. 2007. Т. 7. №1. С. 139-141.
4. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посіб. Київ : Ун-т «Україна», 2007. 217 с.
5. Берд П. Ефективна тактика покращення вашого іміджу. Львів : Світ, 2017. 208 с.
6. Болсун С. А. Професійний імідж керівника. *Менеджмент*. 2013. № 7-9. С. 379-381.
7. Бондаренко В. І. Педагогічна технологія формування професійного іміджу. *Молодий вчений*. 2015. № 4. С. 14-17.
8. Бриль Г. Імідж сучасного фахівця. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. 2021. № 4, Ч. 1. С. 230-237.
9. Бутенко Н. Формування і презентація іміджу викладача як складова його професійно-педагогічної культури. *Вісник Львівського університету: серія педагогічна*. 2015. Ч. 1. Вип. 19. С. 96-103.
10. Бухаркова О.В. Імідж лідера : технології створення і просування : тренінгова програма. Черкаси : ЧДПУ, 2017. 222 с.
11. Винославська О.В. Як дбати про підтримку позитивного іміджу. *Практична психологія та соціальна робота*. 2018. № 2. С. 3-5.
12. Вірна Ж.П. Мотиваційно-сміслова регуляція у професіоналізації психолога : монографія. Луцьк : Вежа, 2003. 320 с.

- 13.Волосюк Т. В. Модель формування професійного іміджу майбутніх фахівців у процесі фахової підготовки. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету ім. О. Довженка. Серія : Педагогічні науки.*2016. Вип. 31. С. 84-91.
- 14.Галіцина Л. Імідж : організаційно-діяльнісна гра для педагогів. *Управління освітою.* 2012. № 20 (296). С. 14-16.
- 15.Гірняк А.Н., Гірняк Г.С. Діалогічна взаємодія учасників освітнього процесу, як передумова та гарантія його ефективності. *Guarantees and protection of fundamental human rights as the integral element of integration of Ukraine on the EU : monografia zbiorowa.* Polska : Wydział Prawa i Administracji UWM w Olsztynie, 2019. P. 105-117.
- 15а. Гірняк А., Павлишин Ю. Поняття про норму як предмет теоретико-методологічного аналізу. *Вітакультурний млин.* 2011. Модуль 14. С. 67-71.
- 16.Горбанюк О. С., Размус В. Т., Кава К. С., Михайлич О. В. Методичне забезпечення оцінювання іміджу особистості. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2020. № 2. С. 36-47.
- 17.Горощенко В. Методика формування іміджу : теорія і технології : навч. посіб. Львів : Сфера, 2013. 159 с.
- 18.Грабовська С. Створення позитивного іміджу засобами комунікативного менеджменту. *Освіта України.* 2013. 26 лип., № 14-15. С. 9.
- 19.Грейліх О. Психологія формування іміджу викладача вищого начального закладу. *Гуманітарний вісник.* 2017. № 19. С. 14-21.
- 20.Данильчук Л.О. Основи іміджу та етикету : навч. посіб. Київ : Кондор, 2004. 234 с.
- 21.Дейвіс Ф. Ваш абсолютний імідж : книга для політиків і бізнесменів, чоловіків і жінок. Львів : Світ, 2007. 320 с.
- 22.Джеймс Д. Ефективний самомаркетинг : мистецтво створення позитивного образу. Київ : Логос, 2008. 128 с.
- 23.Джи Б. Імідж фірми : планування, формування, просування. Одеса : Апостроф, 2005. 275 с.
- 24.Дмитренко А.К. Мотиваційні та світоглядні аспекти вибору професії

- психолога. *Практична психологія та соціальна робота*. 2012. № 4. С. 31-34.
25. Єгорова-Гантман Є. Імідж лідера. Київ : Логос, 2004. 264 с.
26. Зінкевич-Євстигнєєва Т. Технологія створення іміджу. Львів : Піраміда, 2012. 216 с.
27. Зінченко В. Імідж учителя, або технологія одягу. *Відкритий урок : розробки. Технології. Досвід*. 2018. №4. С. 85-86.
28. Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : дис. канд. пед. наук. Одеса, 2004. 252 с.
29. Калюжний О.А. Психологія формування іміджу вчителя. Ірпінь : Перун, 2004. 222 с.
30. Капустіна З. Імідж сучасного педагога. *Вчитель*. 2019. №1. С. 59-61.
31. Карнегі Д. Б. Як завойовувати друзів. Київ : Альтерпрес, 2010. 208 с.
32. Ковальова О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів : дис. ... канд. психол. наук. Одеса, 2017. 253 с.
33. Ковальчук О. С. Основи іміджології та ділового спілкування. Рівне : РДГУ, 2014. 256 с.
34. Козлова О. С. Психологічні засади формування професійного іміджу викладача ВНЗ. *Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. 2012. Т. VI. Вип. 8. С. 114-121.
35. Коломінський Н.Л. Методологічні засади професійної підготовки практичного психолога. *Практична психологія та соціальна робота*. 2013. № 4. С. 12-13.
36. Коркішко А. В. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх магістрів педагогіки вищої школи : дис. ... канд. пед. наук. Слов'янськ, 2018. 357 с.
37. Королько В. Г. Паблік рілейшнз : наукові основи, методика, практика : підручник. Київ : Скарби, 2011. 400 с.
38. Кузін Ф.О. Сучасний імідж ділової людини. Львів : Світ, 2012. 212 с.

- 39.Куликова В.М. Мова зовнішності : як створити свій імідж. Вінниця : Поліграф, 2017. 159 с.
- 40.Лайко Т. В. Підготовка майбутніх вихователів до створення привабливого зовнішнього вигляду як складової педагогічного іміджу. *Наука і освіта*. 2011. № 6. С. 142-145.
- 41.Лазарук А. Ф., Рудакевич О.М. Мультиmodalний формат освітньо-професійної підготовки майбутніх психологів: практичний вимір. *Перспективи та інновації науки. Серія «Психологія»*. 2025. № 8 (54). С. 1462-1481.
- 42.Лазарук А. Ф., Шафранський В. В. Мультиmodalний формат освітньо-професійної підготовки майбутніх психологів: сутнісний зміст. *Наукові інновації та передові технології. Серія «Психологія»*. 2025. №8 (48). С. 1565-1581.
- 43.Мартинець Л. А. Імідж сучасного вчителя. Київ : Шкільний світ, 2011. 96 с.
- 44.Маценко В. Технологія іміджу. Київ : Главник, 2005. 96 с.
- 45.Методи психодіагностики в системі професійного відбору : метод. посіб. / уклад. : В.В. Синявський. Київ : ДЦЗ, 2006. 241 с.
- 46.Мицько В.М. Аксіопсихологічні чинники професійної освіти майбутніх психологів. *Збірник наукових праць : філософія, соціологія, психологія*. Івано-Франківськ : Плай, 2014. Вип. 9. Ч. 1. С. 178-185.
- 47.Мірошниченко О.А. Діагностика особистості майбутнього психолога : метод. посіб. Житомир, 2012. 190 с.
- 48.Ніколаєску І. Імідж як презентаційна складова особистісних проявів соціального педагога. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2007. №3. С. 88-92.
- 49.Нурєєва О.С. Імідж класного керівника. Харків : Основа, 2007. 176с.
- 50.Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. Кн. 2 : Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. Київ : Либідь, 2001. 576 с.
- 51.Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. Київ : Вид. Європ. ун-ту, 2005. 323 с.

- 52.Панасюк А.Ю. Імідж : словник. Луцьк : Вежа, 2017. 268 с.
- 53.Панасюк А.Ю. Формування іміджу : стратегія, психотехнології. Івано-Франківськ : Плай, 2018. 266 с.
- 54.Панок В.Г. Основні напрями професійного становлення особистості практичного психолога у вищій школі. *Практична психологія та соціальна робота*. 2003. № 4. С. 14-17.
- 55.Панфілова А.П. Імідж ділової людини. Рівне : РДГУ, 2011. 496с.
- 56.Паркер Г. Формування іміджу : збірник вправ для тренерів. Тернопіль : Астон, 2012. 160 с.
- 57.Пенькова О. Проблема іміджу : соціокультурний і психологічний аспекти. *Рідна школа*. 2012. №6. С. 47-48.
- 58.Попова Л. Імідж сучасного педагога. *Відкритий урок : Розробки. Технології. Досвід*. 2018. № 3. С. 41-44.
- 59.Почепцов Г.Г. Імідж : від фараонів до президентів. Побудова уявних світів в міфі, казці, анекдоті, рекламі, пропаганді і паблік рілейшнз. Київ : АДЕФ-Україна, 2007. 328 с.
- 60.Почепцов Г.Г. Іміджелогія : теорія і практика. Київ : АДЕФ – Україна, 2008. 392 с.
- 61.Почепцов Г.Г. Творці іміджу. Київ : АДЕФ-Україна, 2011. 256 с.
- 62.Психоконсультативні стратегії діяльності практичного психолога системи освіти : навч.-метод. посіб. / В.Г. Панок, Я.В. Чаплак, Д.Д. Романовська. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. 232 с.
- 63.Семиченко В.А. Методологічні проблеми професійної підготовки майбутніх психологів. *Науковий вісник Чернівецького університету. Педагогіка та психологія*. 2014. Вип. 209. С. 165-170.
- 64.Спіллейн М. Створіть свій імідж : керівництво для чоловіків. Одеса : Астролябія, 2006. 312 с.
- 65.Технології роботи організаційних психологів : навч. посіб. / за наук. ред. Л. М. Карамушки. Київ : ІНК ОС, 2015. 366 с.
- 66.Титаренко Т.М. Життєві домагання і професійне становлення особистості практичного психолога. *Практична психологія та соціальна робота*. 2013.

№4. С. 21-23.

- 67.Хомуленко Т.Б. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2015. 272с.
- 67а. Фурман О.Є., Гірняк А.Н. Психологічне узмістовлення взаємообміну у контексті соціальної взаємодії. *Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії та міжнародний досвід* : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 20-21 квіт. 2018 р. Тернопіль : Економічна думка, 2018. С. 333–336.
- 68.Фурман О.Є., Гірняк А.Н. Сутнісні визначення модульно-розвивальної взаємодії викладача і студентів в освітньому процесі. *Психологія і суспільство*. 2020. № 3. С. 53-81.
- 69.Чебикін О. Я. Психологічна характеристика індивідуального іміджу. *Наука і освіта*. 2005. № 5–6. С. 76-77.
- 70.Чепелєва Н.В. Формування професійної культури майбутнього практичного психолога. *Методи підготовки фахівців до професійного спілкування*. 2017. Кн. 1. С. 71-75.
- 71.Чорний Є. В. Професійна ідентичність практичного психолога. *Практична психологія та соціальна робота*. 2010. №8. С. 36-39.
- 72.Шевченко Н. Ф. Підготовка практичних психологів, особистісні та професійні якості фахівців. *Збірник наукових праць КНПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія «Психологія»*. 2012. № 7. С. 34-38.
- 73.Шепель В. М. Іміджологія : секрети особистого шарму. Київ : Аспект, 2017. 168 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Інструментарій для дослідження впровадження особистісного іміджу майбутнього психолога у закладі вищої освіти

Діагностична методика «Мотиви формування особистісного іміджу психолога»

Інструкція. Прочитайте кожне твердження уважно та оберіть варіант відповіді, який найточніше відображає вашу позицію.

1 – зовсім не згоден

2 – скоріше не згоден

3 – нейтрально

4 – скоріше згоден

5 – повністю згоден

1. Я прагну підвищити престиж професії психолога у суспільстві.

2. Мене цікавить участь у створенні соціально значущих психологічних програм та проектів.

3. Я намагаюся активно впливати на розвиток психологічної культури у своїй спільноті.

4. Мене мотивує бажання покращити якість психологічної підтримки для клієнтів.

5. Я вважаю важливим брати участь у командних проектах, що мають соціальну значущість.

6. Мене мотивує отримання позитивних відгуків від клієнтів та колег.

7. Я прагну бути визнаним авторитетом серед психологів у професійній спільноті.

8. Для мене важливо отримувати нагороди, відзнаки чи сертифікати за професійну діяльність.

9. Я хочу, щоб мої публікації, виступи або тренінги були оцінені професійною спільнотою.

10. Мені важливо мати репутацію компетентного та авторитетного психолога.

11. Я прагну сформувати власний позитивний імідж у професії.

12. Мене мотивує бажання справляти на оточення хороше враження щодо моєї діяльності.

13. Я намагаюся уникати негативних оцінок з боку колег та клієнтів.

14. Мене цікавить особистий авторитет у професійних колах.

15. Я свідомо працюю над тим, щоб мій імідж відповідала моїм цінностям та переконанням.

16. Я прагну вдосконалювати власні навички формування іміджу психолога.

17. Мене цікавлять умови та чинники, що впливають на сприйняття мого професійного образу.

18. Я намагаюся оволодіти ефективними методами вербальної та невербальної комунікації.

19. Мене мотивує бажання постійно підвищувати компетентність і професійну майстерність.

20. Я прагну навчатися новим стратегіям самопрезентації та іміджеформування.

21. Я прагну забезпечити стабільність своєї професійної позиції через власний імідж.

22. Мене мотивує покращення матеріального становища через підвищення професійної впізнаваності.

23. Я активно розширюю свої соціальні та професійні контакти.

24. Мій імідж допомагає мені відчувати впевненість у своїй діяльності та прийнятті рішень.

25. Я вважаю важливим використовувати імідж для досягнення практичних цілей у професійній діяльності.

*Анкета для вивчення знань та уявлень
психологів щодо особистісного іміджу*

Інструкція. Просимо Вас відповісти на запитання анкети, щоб виявити Ваші уявлення про сутність поняття «імідж», «професійний імідж психолога» та його складники. Виберіть варіанти відповіді, а там, де потрібно, дайте розгорнуту відповідь.

1. Імідж психолога – це:

- А) образ, який створюється та сприймається іншими людьми;
- Б) мистецтво керувати враженням про себе;
- В) зовнішній вигляд та поведінка, що формуються з конкретною професійною метою.

2. Основні складові особистісного іміджу психолога:

- А) професіоналізм і компетентність;
- Б) емоційна стабільність, самоконтроль, особистісна зрілість;
- В) моральна та етична надійність;
- Г) уміння впливати на людей справою, словом і поведінкою;
- Д) психологічна культура та знання особливостей сприйняття;
- Є) комунікативні навички та культура спілкування.

3. У чому, на Ваш погляд, полягає специфіка професійного іміджу психолога?

4. Які компоненти професійного іміджу психолога Ви вважаєте домінуючими? Поясніть свою точку зору.

5. Ознайомтеся з перерахованими елементами професійного іміджу психолога та розмістіть їх у порядку значущості:

- А) вміння налагоджувати контакт і підтримувати довіру;
- Б) зовнішній вигляд та манера поведінки;
- В) виразність міміки, жестів, голосу та інтонації;
- Г) фахова компетентність та спеціалізація;
- Д) практичний досвід та професійні досягнення;
- Є) участь у конференціях, семінарах, тренінгах;

- Ж) публікації та наукові праці;
- З) відповідальність та етичність;
- І) творчий підхід у роботі з клієнтами;
- К) цінності, місія та соціальна позиція психолога.

6. Які професійні іміджеві характеристики Ви прагнете розвивати у собі?

7. Виберіть 1–3 якості, які, на Вашу думку, найбільше впливають на формування позитивного іміджу психолога:

- А) емпатія;
- Б) комунікабельність;
- В) авторитетність;
- Г) культурний кругозір;
- Д) красномовність;
- Є) відповідальність;
- Ж) ерудиція;
- З) емоційна стабільність.

8. Чи погоджуєтесь Ви з тим, що психолог має бути привабливим у професійному сенсі (зовнішньо та поведінково)? Поясніть.

9. Які комунікативні та соціальні якості повинні бути розвинені у психолога для формування позитивного іміджу?

10. До глибинних характеристик професійного іміджу психолога належать:

- А) творчий потенціал;
- Б) професійна компетентність та майстерність;
- В) впливовість та авторитет;
- Г) креативність та ініціативність;
- Д) адаптивність до різних ситуацій;
- Є) емоційна та соціальна експресивність.

11. Основу професійного іміджу психолога складають:

- А) цінності, професійна місія та етичні принципи;
- Б) стиль взаємодії та комунікаційна культура;
- В) зовнішній вигляд та манера поведінки;
- Г) знання, навички, рівень професійної підготовки;

Д) вміння працювати з клієнтами та колегами ефективно.

12. Чи вважаєте Ви необхідним психологу свідомо формувати власний професійний імідж? Поясніть.

Дякуємо за відповіді!

Анкета для вивчення послідовності створення професійного іміджу психолога

Інструкція. У рамках дослідження сформованості професійного іміджу просимо Вас: ознайомитися зі структурними компонентами професійного іміджу психолога; ранжувати їх у відповідності до значущості для Вашої професійної діяльності.

1. Зовнішній імідж – одяг, взуття, аксесуари, зачіска, манера поведінки, прикраси, макіяж тощо.

2. Внутрішній імідж (внутрішня філософія) – професійні знання, практичні навички, рівень освіти, система цінностей, стиль мислення, система міжособистісних відносин.

3. Імідж-символіка – нагороди, відзнаки, наукові звання, професійні посади, рейтинг серед колег, становище в професійній спільноті.

4. Імідж-легенда (життєвий шлях) – професійні досягнення, практичний досвід, реалізовані проєкти, участь у професійних ініціативах.

5. Середовищний імідж – робочий простір психолога, внутрішнє оформлення кабінету, чистота, наявність професійних ресурсів та інструментів.

6. Професійні якості, що визначають імідж – компетентність, професіоналізм, ерудиція, емпатія, відповідальність, творчі здібності, рефлексія, уміння працювати в команді, креативність.

7. Особистісний імідж (необхідний імідж) – бажаний образ психолога, який він прагне підтримувати та формувати у професійній діяльності.

8. Вербальний імідж – володіння мовленнєвими стилями (професійним, діловим, науковим, побутовим), логічність, аргументованість, чіткість висловлювань.

9. Невербальний імідж (кінетичний) – пантоміміка, міміка, жести, хода, експресивність у спілкуванні з клієнтами та колегами.

10. Продуктивний імідж – результати професійної діяльності психолога: наукові та методичні публікації, участь у конференціях, тренінгах, семінарах, інформаційні повідомлення, методичні розробки, практичні кейси, візитки тощо.

Питання для бесіди (орієнтовні):

1. Чому на першому місці саме цей компонент?
2. Чим ви керувалися, виставляючи компоненти у такій послідовності?
3. Які професійні якості, що визначають імідж психолога, ви додали б до анкети?
4. Як ви вважаєте, чи є продуктивний імідж необхідним для психолога? Якщо так – чому? Які складові слід додати або прибрати?
5. Який компонент, на Вашу думку, ще варто додати для формування повноцінного професійного іміджу психолога?
6. Чому на останньому місці саме цей компонент?

Ставлення психолога до продуктивної діяльності

як складника особистісного іміджу

1. Метод аналізу продуктів діяльності

Продукти діяльності психолога, що впливають на формування особистісного і професійного іміджу:

наукові та практичні публікації (статті, методичні розробки, кейси, книги);
участь у наукових та професійних конференціях (отримання сертифікатів, збірки підсумкових матеріалів);

участь у професійних спільнотах та гуртках (доповіді, презентації, обмін досвідом);

проведення тренінгів, семінарів, консультацій (отримання оцінки від колег і клієнтів);

оцінка професійної діяльності та результатів роботи (рейтинги, відгуки клієнтів, колег);

участь у громадських чи соціально значущих проєктах (отримання подяк, сертифікатів, грамот);

створення методичних матеріалів та практичних кейсів для колег або клієнтів (практична цінність для професійної спільноти).

2. Бесіда «Виявлення ставлення психолога до продуктивної діяльності як складника особистісного іміджу»

Питання для обговорення:

1. Яке Ваше ставлення до участі у професійних та громадських проєктах? Чи впливає така діяльність на розвиток Ваших професійних якостей та іміджу?

2. Чи вважаєте Ви, що продукти професійної діяльності (наукові статті, методичні матеріали, тренінги, сертифікати) впливають на формування особистісного та професійного іміджу психолога?

3. Розташуйте у порядку значущості перелічені продукти діяльності. Який із них, на Ваш погляд, найбільше сприяє створенню позитивного іміджу?

4. Яке значення для Вас мають нагороди, подяки, сертифікати та інші офіційні відзнаки?

5. Як Ви оцінюєте вплив участі у професійних спільнотах або наукових гуртках на формування іміджу психолога?

6. Наскільки важлива для Вашої професійної репутації оцінка результатів роботи, рейтинг чи відгуки колег і клієнтів?