

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ ЯК ЗАСІБ САМОВДОСКОНАЛЕННЯ ФАХІВЦЯ

Лигоміна Тетяна Анатоліївна, старша викладачка кафедри
дошкільної та початкової освіти ІПО
Київського університету імені Бориса Грінченка

Анотація. У статті представлені вектори, шляхи та умови формування професійного іміджу практичного психолога закладу освіти. Розглянуті наукові підходи, які зазначають, що в основі мотивації до творення іміджу лежить потреби у самовдосконаленні та саморозвитку фахівця-психолога.

Ключові слова: професійний імідж; формування іміджу; самовдосконалення.

Швидкоплинність сучасного світу ставить перед фахівцями нові вимоги та виклики. Для досягнення професійного успіху практичному психологу замало оволодіти професійними знаннями та навичками. Необхідно постійно професійно зростати та самовдосконалюватись, демонструвати свою особистість та професійні вміння потенційним клієнтам і колегам. Все вищеперераховане знаходить відображення у професійному іміджі практичного психолога системи освіти.

Професійний імідж практичного психолога належить до проблем малодосліджуваних в українській психологічній науці. В основу його дослідження покладено наукові уявлення про психологічні механізми прояву та формування іміджу (О. Коханенко, О. Панасюк, Г. Почепцов, Г. Сорокіна, Ю. Чернов та ін.), акмеологічну концепцію розвитку професіонала (А. Деркач, В. Зазикін), гуманітарну концепцію іміджу (В. Шепель).

При всій різноманітності підходів до визначення поняття «професійний імідж», ми визначаємо професійний імідж психолога як соціально-

психологічний феномен, який розуміємо як певний символічний, емоційно забарвлений образ психолога як фахівця, професіонала своєї справи, що формується у свідомості суб'єктів сприйняття під впливом його професійно-особистісних якостей та сприяє розвитку його професійної діяльності.

У рамках дослідження іміджу практичного психолога В. Бозаджиев вводить поняття «іміджева компетентність психолога». Автор вбачає у іміджевій компетентності інтегративність якості особистості психолога, що проявляється у здатності та готовності самостійно і успішно формувати власний імідж [1]. Разом з тим слід підкреслити, що не тільки особистісні якості впливають на формування іміджу, а й сам процес формування іміджу призводить до особистісних змін суб'єкта-прообразу іміджу. Емпіричні дослідження, показують, що за допомогою іміджу досягаються глибокі особистісні зміни – насамперед у психолога. Спрямованість цих змін може бути різною, залежно як від змісту іміджу, так і від технологій, які використовувалися при його створенні.

Загалом, у науковій психологічній літературі виділяється два шляхи формування іміджу:

- стихійний – формування іміджу відбувається нецілеспрямовано, тобто носій іміджу не застосовує ніяких технологій формування іміджу;
- штучний – формування іміджу відбувається цілеспрямовано, загальною стратегією при його формуванні є відповідність очікуванням соціальних груп. Серед «штучних» факторів формування іміджу виділяють два види іміджформуючої інформації – пряма (безпосередня міжособистісна взаємодія із представниками певної професії у соціальній або міжособистісній сфері) та непряма (дані про об'єкт іміджу, які людина отримує із «третьох рук» – плітки, чутки, статті у ЗМІ, повідомлення думок про об'єкт іміджу авторитетною особою тощо).

Професійний імідж завжди пов'язується з процесом сприйняття психолога крізь соціально-психологічну призму зору, одним із результатів якого є цілеспрямовано сформований образ, уявлення: з одного боку, цей образ повинен задовольняти потреби сприйняття соціального оточення, їх очікування, а з

іншого – цей образ конструюється самим психологом, виходячи з його професійних і особистісних потреб, спрямованих на самовдосконалення та досягнення все більшого успіху в обраній професії.

В якості позитивних цілей самовдосконалення дослідники називають досягнення більш значущих результатів, ніж були досягнуті раніше, найбільш повна реалізація психолога в професійній сфері. Одним зі шляхів самовдосконалення практичного психолога є цілеспрямоване створення позитивного іміджу, який стає механізмом особистісного росту [5]. Процес створення позитивного іміджу та саморозвиток взаємопов'язані. В основі усвідомленого творення іміджу лежить цілеспрямоване вміння змінювати і перетворювати навколишній світ і самого себе, яке є найважливішою сутнісною характеристикою особистості (М. Мамардашвілі, С. Рубінштейн, М. Хайдеггер) [3, 5, 6]. Здатність до прогресивних змін особистості психолога відповідно до професійних та соціальних вимог – це одна з найважливіших умов для цілеспрямованої роботи над іміджем. Цей етап формування іміджу можна позначити як етап інтеграції, який пов'язаний з пошуком засобів, способів ефективної інтеграції в професійну групу. У цей період здійснюється пошук нових зразків поведінки, зовнішнього вигляду та індивідуального професійного стилю, що призводить до створення яскравого, виразного образу. На цьому етапі за умови досягнення певного рівня розвитку особистості, здатності до цілеспрямованого саморозвитку та самовдосконалення та за умови освоєння певного обсягу знань, навичок, умінь, методів і технологій психолог створює власний імідж цілеспрямовано.

Аналізуючи підходи до формування іміджу майбутніх психологів, науковці виділяють потреби, що на їхню думку, лежать в основі формування іміджу – це потреба у презентації себе оточуючим та потреба у саморозвитку і самовдосконаленні (Л. Новік, О. Затворнюк) [4, 2]. Відповідно, для формування ефективного професійного іміджу психолога, в іміджу мають бути реалізовані зазначені вище потреби. Саме тому формування професійного іміджу психологів має здійснюватись відповідно до компонентів готовності до професійного

самовдосконалення, якими є мотиваційний (обумовлює вмотивованість та позитивний характер дій з самовдосконалення), когнітивний (сприяє цілеспрямованості й осмисленості) та операційний (забезпечує якість і творчий характер професійного самовдосконалення) компоненти (О. Затворнюк) [2].

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

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

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

Отже, в основі творення професійного іміджу практичного психолога закладена потреба у розвитку та самовдосконаленні, що допомагає фахівцеві досягати власні професійні цілі. Практичні психологи вважають, що позитивний професійний імідж може допомогти їм досягти нових висот в професії, стати ефективним психологом, означити обрії подальшого професійного і особистісного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бозаджиев В.Л. Имидж психолога. М.: Издательство «Академия Естествознания», 2009. 219 с.

2. Затворнюк О. М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів. Освіта та розвиток обдарованої особистості, 2014. №. 9-10. С. 41-44.
3. Мамардашвили М. Символ и сознание. М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. 224 с.
4. Новік Л. О. Психологічні основи формування іміджу у студентів-психологів у процесі фахової підготовки. Психологія: реальність і перспективи, 2014. №. 3. С. 112-115.
5. Симонова И. Ф. Педагогика имиджа: [моногр.]. СПб.: Ультра Принт, 2012. 304 с.
6. Эриксон Э. Г. Детство и общество. СПб.: Летний сад, 2000. 416 с.