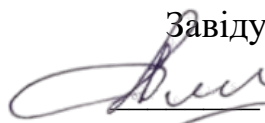


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Навчально науковий гуманітарний інститут

Кафедра психології

«Допущений до захисту»

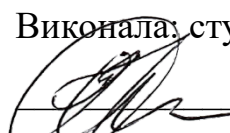
Завідувач кафедри

 Карсканова С. В.
(підпис)

« ____ » _____ 2025 р.

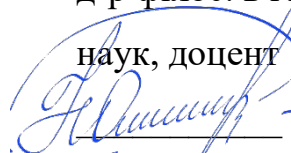
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»
на тему: ІМІДЖ ПСИХОЛОГА ЯК ЧИННИК УСПІШНОЇ
ПРОФЕСІЙНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ

Виконала: студентка групи 6559мз

 Сепсар К.Б.
(підпис)

Керівник роботи:

д-р філос. в галузі гуманітарних
наук, доцент

 Олексюк О.М.
(підпис)

Миколаїв – 2025 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Навчально науковий гуманітарний інститут

Кафедра психології
Спеціальність 053 Психологія
Освітня програма «Психологія»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Гарант освітньої програми
_____Литвиненко І.С.
(підпис)
«___» _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Студентці Сепар Кристині Богданівні

1. Тема роботи: Імідж психолога як чинник успішної професійної самореалізації

Керівник роботи д-р філос. в галузі гуманітарних наук, доцент Олексюк Олеся Миколаївна

Затверджені наказом ректора № 967-уч від «5» вересня 2025 року

2. Термін подання роботи: 1 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані по роботі: спеціальна наукова і методична література та інші матеріали з психології, передовий практичний досвід.

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів):

- 1) теоретичні засади дослідження іміджу психолога як чинника професійної самореалізації;
- 2) емпіричне дослідження зв'язку між іміджем психолога та його професійною самореалізацією;
- 3) психолого-педагогічні умови формування позитивного професійного іміджу психолога.

5. Перелік презентаційних матеріалів: презентація доповіді по роботі у форматі Microsoft Power Point загальною кількістю 11 слайдів, з висвітленням таких питань як об'єкт предмет, мета і завдання роботи (2 слайди), використані методи емпіричного дослідження (1 слайд), теоретичні узагальнення з теми

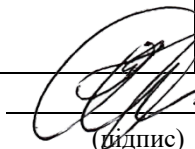
дослідження (2 слайди), результати емпіричного дослідження, їх демонстрація (рисунки, таблиці), аналіз та інтерпретація (5 слайдів), висновки (1 слайд).

7. Дата видачі завдання «5» вересня 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1.	Формулювання теми роботи	01.09.2025	
2.	Опрацювання літератури з теми дослідження. Визначення мети, завдань, об'єкта, предмета дослідження.	10.09.2025	Список використаної літератури має включати не менше 40 позицій (передусім сучасні актуальні із яких не менше 25% - за останні п'ять років).
3.	Написання вступу. Визначення методів і бази дослідження.	10.09.2025-15.09.2025	Вступ (обсяг 3 – 4 сторінки)
4.	Написання Розділу 1. Подання на перевірку	15.09.2025-30.09.2025.	Розділ 1. (15-20 сторінок)
5.	Підготовка та проведення емпіричного дослідження (констатувальний експеримент).	30.09.2025-10.10.2025	Розділ 2. (15-20 сторінок)
6.	Написання Розділу 2. Подання на перевірку	10.10.2025 - 31.10.2025	
7.	Підготовка та проведення емпіричного дослідження (формульний експеримент).	31.10.2025-10.11.2025	
8.	Написання Розділу 3. Подання на перевірку	10.11.2025-22.11.2025	Розділ 3 (20-30 сторінок)
9.	Оформлення тексту роботи. Подання керівнику на перевірку. Перевірка роботи на академічну доброчесність	22.11.2025-25.11.2025	Загальний обсяг основного тексту роботи 40 – 50 сторінок.
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	25.11.2025-28.11.2025	
11.	Опрацювання зауважень і виправлення недоліків	28.11.2025-01.12.2025	
12.	Подання кваліфікаційної роботи на рецензування	01.12.2025-08.12.2025	
13.	Захист роботи	15.12.2025-25.12.2025	

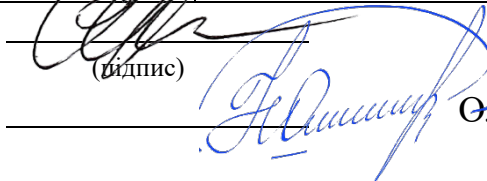
Студент



(підпис)

Сеппар К.Б.

Керівник роботи



Олексюк О.М.

АНОТАЦІЯ

Сеппар К.Б. *Імідж психолога як чинник успішної професійної самореалізації.* Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти освітнього рівня *магістр* спеціальності 053 «Психологія», освітньої програми «Психологія». Миколаїв: НУК ім. адм. Макарова, 2025. 117 сторінок.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та емпіричне вивчення іміджу психолога як чинника його професійної самореалізації, а також визначення умов і засобів розвитку позитивного професійного іміджу у фахівців психологічної сфери.

До загального списку наукових джерел включено 73 позиції, добір яких здійснювався шляхом аналізу сучасної наукової, методичної та довідкової літератури, а також матеріалів професійних інтернет-ресурсів. Для реалізації поставленої мети застосовано теоретичний аналіз, узагальнення результатів наукових досліджень, систематизацію психологічних підходів до проблеми іміджу, емпіричні методи, що дали змогу комплексно вивчити особливості професійної самопрезентації та самореалізації психологів.

Проведений аналіз літератури засвідчив, що професійний імідж психолога є багатовимірним утворенням, яке охоплює когнітивні уявлення про професію, емоційно-оцінні ставлення до себе як фахівця та поведінкові прояви, пов'язані з етикою, стилем взаємодії й професійною комунікацією.

Емпіричне дослідження, проведене на базі Психологічного центру «RiPlay» (м. Миколаїв) за участю 31 практикуючого психолога, дало змогу з'ясувати взаємозв'язки між характеристиками професійного іміджу та рівнем професійної самореалізації. Учасниками вибірки були жінки віком 25–55 років, які працюють у психологічних центрах, медичних установах, державних та приватних організаціях.

У ході дослідження було виокремлено ключові психологічні механізми, що забезпечують розвиток позитивного іміджу психолога: автентичність професійної позиції, здатність до самоаналізу, гнучкість комунікативних стратегій, етична послідовність і стійкість професійної мотивації. Розроблено й

апробовано тренінгову програму розвитку професійного іміджу, що спрямована на підвищення рівня самопрезентації, укріплення професійної ідентичності та оптимізацію самореалізаційних процесів у майбутніх і практикуючих психологів.

Отримані результати свідчать про те, що позитивний професійний імідж є важливою умовою успішної самореалізації психолога, оскільки визначає ефективність взаємодії з клієнтами, сприяє підвищенню професійної впевненості та формує відчуття особистісної й професійної цілісності. Практичне значення роботи полягає у можливості використання її матеріалів у системі фахової підготовки психологів, підвищенні кваліфікації, профорієнтаційній роботі та організації тренінгів професійного розвитку.

Ключові слова: професійний імідж психолога, професійна самореалізація, професійна ідентичність, рефлексивність, автентичність, етична культура, комунікативна компетентність, психологічна взаємодія, професійний розвиток, психолого-педагогічні умови.

ABSTRACT

Seppar K.B. *The Psychologist's Image as a Factor of Successful Professional Self-Realization.* Master's Qualification Thesis in specialty 053 "Psychology", educational program "Psychology". Mykolaiv: Admiral Makarov National University of Shipbuilding, 2025. 117 pages.

The aim of the research is to theoretically substantiate and empirically examine the psychologist's professional image as a factor of their professional self-realization, as well as to identify the conditions and means for developing a positive professional image among specialists in the field of psychology.

The final list of references includes 73 sources selected through an analysis of contemporary scientific, methodological, and reference literature, along with professional online materials. To achieve the research aim, the author employed theoretical analysis, synthesis of scientific findings, systematization of psychological

approaches to the concept of professional image, and empirical methods that allowed for a comprehensive study of psychologists' self-presentation and self-realization.

A review of the literature demonstrated that the professional image of a psychologist is a multidimensional construct encompassing cognitive representations of the profession, emotional-evaluative attitudes toward oneself as a specialist, and behavioral manifestations reflected in ethics, interaction style, and professional communication.

The empirical research conducted at the "RiPlay" Psychological Center (Mykolaiv) with the participation of 31 practicing psychologists enabled the identification of correlations between characteristics of professional image and indicators of professional self-realization. The sample consisted of women aged 25–55 working in psychological centers, medical institutions, and various professional organizations.

The study identified key psychological mechanisms that support the development of a positive psychologist's image: authenticity of professional position, ability for self-reflection, communicative flexibility, ethical consistency, and stable professional motivation. A training program aimed at developing a positive professional image was designed and tested; it enhances self-presentation, strengthens professional identity, and optimizes self-realization processes in both future and practicing psychologists.

The findings indicate that a positive professional image is a significant determinant of successful self-realization, as it enhances the effectiveness of psychologist–client interaction, increases professional confidence, and supports a sense of personal and professional integrity. The practical value of the work lies in its applicability to professional training, continuing education of psychologists, career guidance, and the development of training programs for professional growth.

Keywords: *professional image of the psychologist, professional self-realization, professional identity, reflexivity, authenticity, ethical culture, communicative competence, psychological interaction, professional development, psycho-pedagogical conditions.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА ЯК ЧИННИКА ПРОФЕСІЙНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ.....	14
1.1. Сутність поняття «імідж», «професійний імідж».....	14
1.2. Змістовні характеристики професії психолога як чинники іміджу.....	23
1.3. Імідж психолога як фактор успішної професійної діяльності.....	34
Висновки до 1 розділу.....	42
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ІМІДЖЕМ ПСИХОЛОГА ТА ЙОГО ПРОФЕСІЙНОЮ САМОРЕАЛІЗАЦІЄЮ.....	44
2.1. Методологічні засади та організація емпіричного дослідження.....	44
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.....	54
Висновки до 2 розділу.....	67
РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА.....	70
3.1. Особливості розвитку позитивного професійного іміджу в процесі підготовки майбутніх психологів.....	70
3.2. Тренінгова програма розвитку професійного іміджу як засобу самореалізації психолога.....	82
Висновки до 3 розділу.....	96
ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101
ДОДАТКИ.....	109

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному суспільстві професія психолога набуває особливої ваги, адже саме вона спрямована на підтримку психічного здоров'я особистості, гармонізацію міжособистісних відносин, розвиток адаптаційних ресурсів людини. У період глибоких соціальних трансформацій, воєнних викликів та підвищеної емоційної напруги в суспільстві психолог стає не лише фахівцем, який надає допомогу, а й моральним орієнтиром, до якого звертаються за довірою та стабільністю. Саме тому питання професійного іміджу психолога постає не як зовнішній атрибут, а як важливий чинник ефективності його діяльності та внутрішньої самореалізації.

Як свідчить практика, позитивний професійний імідж визначає рівень довіри клієнтів, сприяє налагодженню конструктивної взаємодії, формує відчуття компетентності й психологічної надійності спеціаліста. Водночас імідж не зводиться до естетичного враження чи комунікативної привабливості – він є системою психологічних якостей, цінностей і поведінкових стратегій, які забезпечують цілісність професійної ідентичності.

Проблема іміджу психолога тісно пов'язана з питанням професійної самореалізації. Адже самореалізація у сфері психологічної допомоги передбачає не лише опанування фахових компетентностей, а й глибоке усвідомлення власної ролі у взаємодії з клієнтами та суспільством. Успішна самореалізація можлива лише тоді, коли особистісні й професійні характеристики психолога узгоджуються між собою, формуючи гармонійний образ спеціаліста, здатного до емпатії, відповідальності й етичної зрілості.

Варто зазначити, що в сучасній психологічній науці спостерігається зростання інтересу до феномену професійного іміджу, однак більшість досліджень розглядає його фрагментарно, через призму соціальної перцепції або організаційного контексту. Питання ж того, як імідж впливає на внутрішню мотивацію, задоволеність професійною діяльністю та рівень самореалізації психолога, залишається недостатньо розкритим.

Особливої актуальності тема набуває в умовах сьогодення, коли суспільство висуває до психологів нові вимоги: бути стійкими до стресу, комунікативно гнучкими, емоційно зрілими та водночас зберігати автентичність. Формування позитивного іміджу стає не лише засобом професійного утвердження, а й способом підтримки власної ідентичності в кризових умовах.

Таким чином, дослідження іміджу психолога як чинника успішної професійної самореалізації є своєчасним і соціально значущим. Воно має наукову цінність для розуміння внутрішніх механізмів професійного становлення особистості фахівця та практичну важливість для розроблення програм розвитку професійного іміджу в системі підготовки майбутніх психологів.

Джерельна база дослідження. Проблематика іміджу психолога та його ролі у професійній самореалізації розглядається у працях багатьох українських і зарубіжних дослідників. Наукова база дослідження охоплює праці, присвячені теоретичним засадам поняття «імідж», питанням професійного становлення, самореалізації особистості, формуванню «Я-концепції» та розвитку професійної компетентності майбутніх психологів.

Теоретичні аспекти поняття *іміджу* розкриті у працях К. Атаманської [3], Н. Ашиток [4], Т. Білик [6], Н. Дубовик [14], А. Коркішко [22], М. Мазоренко [33] та Т. Томіліної [63]. Дослідники підкреслюють, що імідж є інтегральним феноменом, який поєднує зовнішні та внутрішні характеристики особистості, відображає її професійні та етичні орієнтири, а також визначає ефективність соціальної взаємодії. Значний внесок у розроблення психологічних основ професійного іміджу зробили О. Ковальова [19], Л. Сорочан [56], М. Поплавський [42], З. Лигоміна [29] та Р. Кравець [25]. У їхніх працях імідж психолога розглядається як складова професійної культури, що впливає на сприйняття фахівця клієнтами й колегами, а також на рівень його особистісної самореалізації.

Особливу увагу взаємозв'язку іміджу та професійної самореалізації приділяють М. Гутиря і М. Кононова [11], О. Коропецька [23], О. Панок [39; 40], Н. Тимошенко [62], О. Пінська [41]. На думку дослідників, професійна самореалізація психолога можлива лише за умови гармонійного поєднання внутрішнього образу «Я-професіонала» із зовнішнім проявом його іміджу, що забезпечує цілісність професійної ідентичності.

Проблему іміджевої компетентності як чинника професійного зростання висвітлюють Т. Скрипаченко [55], Д. Співак [57], В. Синишина [54] та Ю. Процко [45], які розглядають імідж не лише як соціально-психологічний феномен, а й як внутрішній ресурс особистісного розвитку.

Отже, джерельна база дослідження включає широкий спектр теоретичних і практичних праць, що охоплюють як концептуальні підходи до вивчення іміджу, так і емпіричні дослідження його зв'язку із самореалізацією майбутніх психологів. Таке поєднання дозволяє забезпечити цілісність аналізу феномену іміджу як важливого чинника професійного становлення та ефективної діяльності фахівця.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати й емпірично дослідити імідж психолога як чинник його успішної професійної самореалізації.

Відповідно до поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**:

1. Здійснити теоретичний аналіз наукових підходів до розуміння сутності, структури та функцій професійного іміджу психолога.
2. Визначити взаємозв'язок між професійним іміджем й рівнем самореалізації фахівця у сфері психологічної діяльності.
3. Провести емпіричне дослідження особливостей іміджу майбутніх психологів і виявити його роль у процесі професійного становлення.
4. Розробити та апробувати психолого-педагогічні умови і тренінгову програму розвитку позитивного професійного іміджу психолога як засобу підвищення рівня самореалізації.

Об'єктом дослідження є професійна самореалізація психолога.

Предметом дослідження є процес формування професійного іміджу психолога.

Гіпотеза дослідження. Передбачається, що імідж психолога є суттєвим чинником його професійної самореалізації, оскільки відображає рівень розвитку професійної ідентичності, самоусвідомлення та ціннісно-мотиваційної сфери фахівця.

Методи дослідження.

Теоретичні методи. Метод аналізу та синтезу дозволив виокремити основні концептуальні положення щодо структури, функцій і психологічного змісту професійного іміджу. Порівняльно-зіставний аналіз використовувався з метою визначення спільних і відмінних рис у трактуванні понять «професійний імідж», «професійна ідентичність» і «самореалізація» в різних наукових школах.

Емпіричні методи. Основним діагностичним інструментом виступала Шкала самореалізації особистості (Self-Realization Scale, автор – А. Jones, українська адаптація О. Пінської). Для вимірювання уявлень про власний професійний образ застосовано Методику вивчення «Я-образу професіонала» (Professional Self-Image Questionnaire, адаптована українськими дослідниками С. Ренке та І. Макаручук). З метою оцінки рівня рефлексивності, як внутрішнього механізму саморозвитку, використано Опитувальник рефлексивності особистості (Reflexivity Questionnaire, автори – Kember et al., адаптація Н. Пов'якель). Для глибшого розуміння особистісних смислів, пов'язаних із формуванням професійного іміджу, було проведено напівструктуроване інтерв'ю.

Статистичні методи використовувалися для кількісної обробки результатів емпіричного дослідження. Для перевірки гіпотези про наявність взаємозв'язку між компонентами професійного іміджу та рівнем самореалізації застосовано коефіцієнт рангової кореляції Спірмана.

База проведення емпіричного дослідження: Психологічний центр «RiPlay», м. Миколаїв.

Вибірка дослідження складає 31 практикуючий психолог (жінки віком 25-55 років, які мають власну практику або працюють в психологічних центрах, підприємствах, лікарнях, мають психологічну освіту).

Наукова новизна дослідження полягає у поглибленні теоретичних уявлень про професійний імідж психолога як чинник його самореалізації. Уперше обґрунтовано структурно-функціональну модель іміджу психолога, що поєднує когнітивний, емоційно-оцінний і поведінковий компоненти. Встановлено позитивний кореляційний зв'язок між рівнем сформованості професійного іміджу та показниками професійної самореалізації, що свідчить про їх взаємозалежність у процесі професійного розвитку.

Практичне значення одержаних результатів визначається можливістю використання їх у професійній підготовці майбутніх психологів, розробленні тренінгових програм розвитку позитивного професійного іміджу та вдосконаленні роботи практичних психологів щодо підвищення рівня їхньої самореалізації й професійної ефективності.

Публікації.

1. Сеппар К.Б. Імідж психолога як чинник успішної професійної реалізації. Гуманітарний вісник НУК : збірник наукових праць. Випуск 18. Миколаїв : Іліон, 2025.
2. Сеппар К.Б. Вплив професійного іміджу на ефективність консультативної діяльності психолога. Гуманітарний вісник НУК : збірник наукових праць. Випуск 18. Миколаїв : Іліон, 2025.

Структура кваліфікаційної роботи обумовлена логікою дослідження, його завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (73 джерела) та 3 додатків. Загальний обсяг дипломної роботи становить 117 сторінок.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА ЯК ЧИННИКА ПРОФЕСІЙНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ

1.1. Сутність поняття «імідж» у психологічній науці

У сучасному науковому дискурсі поняття «імідж» посідає помітне місце, адже воно безпосередньо пов'язане з особистісним і професійним самовираженням людини. Зростання інтересу до цієї проблематики пояснюється потребою суспільства в усвідомленні ролі позитивного образу як чинника соціальної взаємодії, впливу та самореалізації. Незважаючи на активну увагу з боку психології, педагогіки та соціології, феномен іміджу залишається багатогранним і неоднозначним. Багато визначень зосереджуються на прагматичному або технологічному аспекті, тоді як його психологічна природа розкривається лише частково. Саме тому актуальним є питання вивчення генези поняття «імідж» і його змістових характеристик, що дає змогу глибше зрозуміти механізми формування професійного образу особистості.

Смислові витoki поняття «імідж» сягають глибокої давнини. Ще в античні часи історичні постаті прагнули створити про себе певне уявлення в масовій свідомості, підкреслюючи особисті якості, доблесть, мудрість чи героїзм. Так, епітети, що супроводжували імена правителів, а саме: Річард Левине Серце, Ярослав Мудрий, Карл Великий, виконували функцію соціального маркера, який формував певний стереотип сприйняття. В епоху середньовіччя італійський філософ і політичний мислитель Н. Макіавеллі наголошував на важливості зовнішнього образу правителя, вживаючи термін «личина», що символізував штучно створене враження про людину. Формування іміджу тоді відбувалося у колі двору, де зображення монарха цілеспрямовано вибудовувалося через ритуали, манери поведінки, одяг і навіть портретне мистецтво [3, с. 29].

У другій половині XX століття термін «імідж» набув наукового визнання. Його активно почали використовувати американські економісти у 1960-х роках, коли розвивалася реклама як особливий соціально-комунікативний інститут. Саме у цей час поняття іміджу стало центральним у концепціях ринкової комунікації, адже дослідники довели: успіх компанії значною мірою залежить від сформованого образу її товару чи бренду. Поняття «імідж» увів у науковий обіг економіст С. Болдінг, який підкреслював, що позитивне враження про продукт або організацію сприяє підвищенню довіри та лояльності споживачів. Надалі до цієї проблематики звернулися соціологи та політологи, які розглядали імідж не лише як комерційний інструмент, а як соціально-психологічний механізм формування впливу та авторитету особистості [22, с. 308].

Французький психолог Г. Лебон у своїх працях доводив, що імідж має величезну силу у сфері масових комунікацій, адже завдяки йому формується довіра до лідера. Він вважав, що політичний успіх неможливий без «особистої чарівності» – тієї емоційної енергії, яка створює навколо особи позитивну ауру та спричиняє сприйняття її дій як авторитетних [11].

У вітчизняному науковому просторі поняття іміджу з'явилося дещо пізніше – спочатку воно застосовувалося в політології й асоціювалося з образом державного діяча або громадського лідера. Проте поступово термін почав використовуватися і в інших галузях знань. Так, дослідники звернули увагу на імідж професії, організації, установи чи навіть навчального закладу, наголошуючи, що позитивний образ є складником суспільного визнання та ефективного самоствердження.

З етимологічного погляду слово *image* (англ. – «образ», «відображення») має багате смислове наповнення. У лінгвістичному плані, як зазначає К. Атаманська, воно охоплює поняття статуї, ідола, копії, подібності, метафори, символу або втілення [3, с. 28]. У такому тлумаченні термін відображає не лише зовнішню подібність, а й глибше семантичне значення – віддзеркалення внутрішніх характеристик об'єкта, його емоційного

сприйняття, репутаційного виміру. У цьому контексті імідж виступає не просто «обличчям», а складною системою смислів і асоціацій, які формують ставлення людей до певного явища.

В англомовній науковій традиції імідж визначають як «відображення у психіці людини характеристик певного об'єкта або явища» [4, с. 22]. В українській психології це поняття трактується як сукупність уявлень, оцінок і емоцій, що складають образ об'єкта у свідомості та підсвідомості людини. За твердженням Т. Білик, імідж є результатом інтеграції когнітивних і афективних компонентів, які створюють цілісну уяву про об'єкт [6, с. 13].

Узагальнюючи різні підходи, можна стверджувати, що імідж – це стійкий, емоційно забарвлений образ, який формується на основі уявлень, вражень і досвіду людини та впливає на її ставлення до певного об'єкта. Імідж має здатність викликати певні соціально бажані реакції, формувати поведінкові установки та сприяти взаєморозумінню між людьми.

Розглядаючи феномен іміджу у широкому контексті, доцільно виокремити низку взаємопов'язаних категорій:

- **об'єктивне – суб'єктивне:** імідж охоплює як зовнішній вияв об'єкта (його матеріальні ознаки, символіку, ділову етику), так і внутрішнє сприйняття у свідомості суб'єкта;
- **природне – штучне:** образ може виникати стихійно в результаті спонтанних оцінних суджень або створюватися цілеспрямовано – шляхом спеціально розроблених PR-кампаній, публічних комунікацій, іміджевих заходів;
- **когнітивне – емоційне:** у структурі іміджу поєднуються знання, уявлення, асоціації (когнітивна складова) та почуття, симпатії, емоційні переживання (афективна складова) [11, с. 61].

Отже, імідж постає як складне, багаторівневе утворення, що поєднує об'єктивні та суб'єктивні риси, емоційне та раціональне сприйняття, природні й сконструйовані елементи. У цьому сенсі його можна визначити як синтетичний образ, який формується у свідомості людей щодо певного об'єкта

– особистості, професійної спільноти чи соціального явища і містить емоційно насичену інформацію, здатну впливати на соціальну поведінку та взаємодію.

Аналіз різноманітних наукових підходів до визначення поняття «імідж» свідчить, що воно охоплює широкий комплекс чинників, серед яких – враження, стиль, форма поведінки, символічний образ і смислове наповнення. Усі ці елементи відіграють важливу роль у процесі спілкування та взаємодії людини з іншими. Отже, імідж постає як необхідна умова ефективної комунікації, що формується людиною свідомо або несвідомо для інших, з метою передати певні характеристики власного образу, зовнішності та поведінки [4, с. 23].

На думку О. Давидової, імідж має складну психологічну структуру, у якій поєднуються раціональні та емоційні компоненти. Вона зазначає, що сприйняття іміджу завжди включає як усвідомлені судження, так і емоційні враження, що формуються у процесі міжособистісної взаємодії [12, с. 54]. Подібну позицію поділяє А. Коркішко, підкреслюючи, що імідж є міждисциплінарним феноменом, у якому поєднуються когнітивні, емоційні, соціальні та комунікативні елементи, що створюють цілісний образ особистості чи професії [22, с. 309].

С. Богатирчук-Кривко розглядає когнітивний (раціональний) компонент іміджу як сукупність розумових образів, що відображають особливості мислення, вербального вираження, асоціативного сприйняття. Ці образи формуються під впливом слухових і зорових стимулів, що створюють цілісну картину в уявленні суб'єкта. Емоційний компонент, за авторкою, охоплює почуття, асоціації, звички у сприйнятті, а також емоційний стан і вплив зовнішнього середовища [7, с. 8].

Зазначені дослідники наголошують, що імідж має як суб'єктивні, так і об'єктивні складові. Під об'єктивними розуміються зовнішні прояви діяльності індивіда або організації: поведінкові моделі, елементи невербальної комунікації, стиль, способи самопрезентації. Суб'єктивні складові, своєю чергою, визначаються установками, сприйняттям і внутрішнім ставленням

реципієнта до об'єкта іміджу [9, с. 246]. Таким чином, імідж виступає як система, що поєднує реальні характеристики та емоційно-когнітивні інтерпретації, створюючи цілісний образ у соціальній свідомості.

Оскільки процес формування іміджу має водночас природний і штучний характер, він включає свідомі й несвідомі, когнітивні й емоційні, об'єктивні й суб'єктивні складники. Саме тому створення позитивного образу є складним і багаторівневим процесом, який потребує врахування численних психологічних, соціальних та комунікативних чинників [19, с. 33].

Р. Кравець визначає імідж як символічний образ суб'єкта, що формується у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії. У цьому розумінні імідж є результатом соціальної перцепції, коли люди сприймають і оцінюють одне одного, створюючи узагальнений образ, який впливає на соціальну поведінку. Такий образ може закріплюватися у формі стереотипу, який визначає ставлення до його носія [25, с. 54].

Отже, імідж можна тлумачити як образ-символ, що має умовний характер і формується на основі як особистих, так і соціальних уявлень. З психологічної точки зору це емоційно забарвлений стереотип, який об'єднує думки, почуття та оцінки стосовно людини, групи чи організації. Він охоплює як міжособистісні відносини й соціальні ролі, так і індивідуальні риси, зовнішні особливості та суб'єктивне сприйняття реципієнтів [5, с. 321].

У психологічних дослідженнях імідж розглядається як багатовимірне утворення, у якому поєднуються внутрішня мотивація (орієнтація на самовідчуття) і зовнішня (орієнтація на сприйняття іншими). Залежно від цього формуються різні стратегії поведінки: саморозкриття, самопрезентація або самомаскування. Психологічні особливості особистості, а саме: темперамент, характер, здібності, інтереси, визначають індивідуальну структуру її іміджу [18, с. 173].

Отже, спираючись на різні підходи до розуміння іміджу як психологічного феномену, можна виокремити низку його визначальних характеристик [3]:

- *Імідж є спрощеним відображенням реального об'єкта (його носія), своєрідним публічним портретом, що лише частково віддзеркалює справжню особистість. Внутрішній світ людини набагато глибший і суперечливіший, адже охоплює емоційно-мотиваційні та ціннісні складові, які не завжди мають зовнішнє вираження у поведінці.*
- *Імідж акцентує неповторність і своєрідність індивіда, виступаючи персоніфікованим образом, який відтворює його індивідуальність у процесі соціальної взаємодії.*
- *Імідж містить елемент ідеалізації прообразу, оскільки він підкреслює або навіть посилює позитивні риси людини, наділяючи її додатковими соціально-психологічними якостями, що відповідають очікуванням аудиторії, на яку спрямовано комунікацію.*
- *Імідж має емоційне забарвлення – він завжди викликає певну реакцію щодо об'єкта сприйняття, формуючи позитивне або негативне ставлення та впливаючи на сприйняття особистості в цілому.*
- *Імідж поєднує сталість і динамічність: з одного боку, він зберігає основні риси, з іншого – може змінюватися під впливом соціальних умов, ситуаційних чинників або трансформацій у самому об'єкті й у сприйнятті з боку соціуму.*
- *Формування чи модифікація іміджу може бути як цілеспрямованою професійною діяльністю (із залученням спеціалістів та технологій), так і стихійним процесом. У будь-якому випадку створення іміджу є результатом активної самопрезентації особистості, спрямованої на виклик позитивного враження та конструювання певного соціально бажаного образу.*

У наукових працях К. Атаманської подано класифікацію іміджу відповідно до його прообразу [3]. Дослідниця виокремлює індивідуальний, груповий, корпоративний і предметний імідж. Окрім цього, вона зазначає, що мотивація створення іміджу може бути різною:

- імідж, який базується на власній концепції особистості, прагненні до самопрезентації та самоствердження;
- імідж, спрямований на отримання соціального визнання та схвалення оточення;
- імідж, покликаний підтримувати міжособистісні зв'язки у малій соціальній групі та забезпечувати гармонійні взаємини з найближчим оточенням [6, с. 16].

Більшість сучасних дослідників іміджу надають перевагу вивченню зовнішнього (габітарного) іміджу, що формується через сприйняття зовнішнього вигляду особистості: її фігури, одягу, зачіски, макіяжу, аксесуарів, постви, жестів. Саме цей рівень визначає перше враження про людину та створює базу для подальшої міжособистісної комунікації [4, с. 23]. На думку Т. Білик, володіння техніками та засобами вербального спілкування, уміння презентувати себе й власні ідеї у відкритому соціальному просторі становить основу вербального іміджу, який є важливою складовою професійного становлення фахівця [6, с. 17].

Кінетичний або невербальний імідж базується на сприйнятті міміки, жестів, погляду, манери рухів, що передають емоційний стан і впливають на формування довіри у процесі взаємодії. Соціальний імідж, у свою чергу, визначає положення людини у суспільстві, її статус, спосіб життя, коло спілкування, культурні інтереси, хобі, стиль відпочинку та інші соціально значущі прояви [19, с. 45].

У межах нашого дослідження основну увагу зосереджено на феномені професійного іміджу, який розглядається у працях І. Дружиніної та О. Затворнюк. Дослідниці визначають його як складне особистісно-соціальне утворення, що включає систему професійних якостей, поведінкових характеристик і способів самопрезентації, необхідних для ефективної професійної діяльності [13, с. 425; 15, с. 42]. У їхніх працях запропоновано структурні моделі професійного іміджу, визначено механізми його формування, технології проектування та іміджевий інструментарій, який

реалізується у кілька етапів. Попри достатню теоретичну опрацьованість проблеми, у науковому середовищі досі не існує єдиного усталеного визначення цього поняття.

У науковій літературі поняття «професійний імідж» найчастіше трактується як уявлення про людину як про фахівця, професіонала своєї справи [63, с. 104]. Відповідно, професійний імідж можна визначити як узагальнене враження про спеціаліста, що формується у свідомості оточення внаслідок сприйняття його професійних і особистісних рис, манери мовлення, поведінки та зовнішнього вигляду [29, с. 25].

У своєму дослідженні під професійним іміджем ми розуміємо образ, який відображає специфіку певної професії та формується на основі уявлень про фахівця, що складаються у його керівників, колег, підлеглих, клієнтів і соціального оточення [43, с. 171]. Правильно сформований професійний імідж означає відповідність суспільним очікуванням щодо діяльності спеціаліста, тобто реалізацію певного соціального замовлення. Образ працівника має відображати ті риси, які суспільство вважає професійно важливими для представників конкретної галузі. Такий імідж не лише впливає на професійне самовираження особистості, а й визначає привабливість самої професії, стимулюючи молодих людей обрати саме цей напрям діяльності [4, с. 22].

Правильно створений імідж сприяє підвищенню престижу фаху, формує позитивну громадську думку та забезпечує успішну комунікацію між представниками професійної спільноти. Він наділяє певну галузь діяльності характерними рисами, що створюють її привабливість і впливають на соціальне сприйняття.

Аналізуючи різні наукові підходи до розуміння структури професійного іміджу, можна виокремити такі його основні компоненти: *особистісний, компетентнісний, комунікативний, поведінковий та візуальний* [19, с. 49].

Особистісний компонент професійного іміджу охоплює систему внутрішніх якостей фахівця, до якої належать «Я-концепція», самооцінка, мотивація, цінності, світогляд, темперамент і характер. У працях І. Андрійчук

зазначено, що «Я-концепція» є відносно стабільною системою уявлень індивіда про себе, на основі якої він будує взаємодію з іншими людьми та формує ставлення до себе [2, с. 15]. Вона є базовою характеристикою особистісного саморозвитку, адже визначає міру усвідомлення власного потенціалу й місця у професійній спільноті. Формування «Я-концепції» триває протягом усього життя людини й забезпечує цілісність особистісного та професійного самовизначення [48, с. 23].

Компетентнісний компонент відображає рівень професійних знань, умінь і навичок, що забезпечують ефективне виконання діяльності. Його основу становлять професійні здібності, аналітичне мислення, здатність до саморозвитку, оволодіння інноваційними технологіями та готовність до безперервного навчання. Як наголошує О. Кокун, компетентність – це не лише показник професіоналізму, а й важливий чинник збереження психологічної стабільності фахівця у професійному середовищі [20, с. 87]. Підвищення професійної компетентності виступає умовою підтримання позитивного іміджу спеціаліста впродовж його кар'єри.

Комунікативний компонент професійного іміджу визначається культурою вербального й невербального спілкування. До нього належить уміння налагоджувати контакти, вести діалог, використовувати мовленнєві засоби відповідно до контексту ситуації. Вербальна й невербальна поведінка — це своєрідна візитна картка фахівця, що формує перше враження про нього. Мовна культура включає знання норм літературної мови, логічність і послідовність викладу, інтонаційну виразність, темп мовлення, чіткість артикуляції. До атрибутів ефективної комунікації належать уміння керувати голосом, дотримуватися відповідного тембру, правильно добирати слова й жести, підтримувати зоровий контакт [27, с. 24].

Поведінковий компонент охоплює культуру поведінки, дотримання норм професійного етикету, правил ввічливості, уміння діяти відповідно до соціальних очікувань. За спостереженнями Н. Синишиної, поведінка фахівця відображає рівень його професійної зрілості, впливає на формування

позитивного враження у колег, роботодавців і клієнтів, а також виступає показником внутрішньої гармонії та впевненості у власних силах [54, с. 166]. Поведінковий компонент є важливим елементом професійної репутації, адже саме через зовнішні дії та реакції суспільство оцінює людину як представника певної професії.

Візуальний компонент професійного іміджу пов'язаний із гармонійним поєднанням внутрішнього змісту особистості та її зовнішнього вигляду. Як зазначає В. Поплавський, зовнішність людини є своєрідним відображенням її професійної культури, внутрішніх установок і ставлення до праці [42, с. 115]. Візуальний імідж формується через фізичні параметри (постава, хода, міміка, погляд), елементи стилю (одяг, зачіска, макіяж, аксесуари), а також через особисті атрибути – індивідуальні риси, що вирізняють спеціаліста серед інших [33, с. 186]. Саме цей компонент відіграє значну роль у створенні першого враження, яке часто визначає подальше ставлення до професіонала.

Таким чином, імідж, у тому числі й професійний, постає як багатовимірне утворення, що поєднує особистісні, соціально-психологічні, комунікативні та зовнішні аспекти. Він є штучно створеним образом, покликаним забезпечити позитивне емоційне сприйняття фахівця з боку оточення. Подальше дослідження передбачає вивчення особливостей професійної діяльності психологів і формування іміджу цієї професії в суспільній свідомості.

1.2. Змістовні характеристики професії психолога як чинники іміджу

Теоретичний аналіз наукових джерел засвідчує, що поряд із зростанням інтересу до феномену іміджу як соціально-психологічного явища, його природи, механізмів формування та функціонування у суспільстві, дедалі більшої уваги дослідників привертає проблема професійного іміджу, зокрема іміджу фахівця-психолога. Проте, перш ніж окреслити сутність цього поняття, доцільно зупинитися на змістових характеристиках самої професії та розглянути її професіограму.

Аналіз і опис структурних і змістових аспектів професійної діяльності з урахуванням специфіки взаємодії працівника з елементами трудового процесу належать до актуальних напрямів сучасної психології праці. Виявлення системних ознак і структурних параметрів професій зумовлює інтерес учених до проблеми професіографії. Зокрема, дослідження змістових та структурних характеристик діяльності психолога є важливим завданням, адже воно дозволяє окреслити вимоги до його особистісних і професійних якостей. Саме наявність таких якостей забезпечує формування психологічної готовності до ефективного виконання професійних функцій. Засвоєння базових і спеціальних знань, розвиток практичних умінь і навичок, а також вдосконалення професійно значущих рис особистості стають підґрунтям становлення фахової компетентності та професійної зрілості [34].

Професійна діяльність психолога становить особливий вид соціальної діяльності, спрямованої на людину як суб'єкта суспільних взаємин. У процесі соціальної взаємодії люди вступають у різноманітні контакти, демонструють індивідуальні особливості, що можуть сприяти або, навпаки, перешкоджати ефективному налагодженню комунікації. Завдання психолога полягає у тому, щоб допомогти людині усвідомити, сформувати й розвинути ті риси, здібності та моделі поведінки, які забезпечують гармонійне включення в соціальні зв'язки та сприяють конструктивній взаємодії.

Розглядаючи особистість психолога, слід урахувати існування двох взаємопов'язаних реальностей. Перша – це конкретна людина, яка перебуває на шляху професійного становлення, прагнучи оволодіти психологічними знаннями та навичками. Друга – це професія психолога як суспільний інститут, що виконує визначені функції, має певні соціальні очікування та висуває до спеціаліста систему вимог. Виконання цих вимог передбачає не лише наявність глибоких теоретичних знань і практичних умінь, а й розвинені особистісні якості, які забезпечують професійну компетентність, етичність і здатність до ефективної допомоги людині.

Розглядаючи «модель особистості ефективного психолога», українські дослідники І. Дружиніна [13] та Г. Щербак [69] як найбільш значущі характеристики, що узгоджуються з провідними підходами практичної психології, виокремлюють такі:

1. автентичність, тобто здатність бути собою і діяти відповідно до власних цінностей, не витрачаючи ресурси на рольову демонстративність;
2. сильна особистісна ідентичність – динамічна структура самовизначення, яка забезпечує внутрішню позицію фахівця і стійкість у професійній взаємодії;
3. толерантність до невизначеності, що формується з особистісним і професійним досвідом і ґрунтується на впевненості у власних рішеннях та готовності працювати в ситуаціях багатозначності;
4. прийняття особистої відповідальності за перебіг і результати професійної взаємодії;
5. прагнення до глибини міжособистісних взаємин із клієнтами, здатність до емпатії, емоційної чутливості й підтримувальної комунікації.

Таким чином, підсумовуючи позиції вітчизняних авторів щодо професійної зрілості психолога, можна стверджувати: ефективний фахівець – це зріла особистість із сформованою професійною ідентичністю, високою культурою етичної відповідальності та здатністю до рефлексії, що прямо пов'язано з його професійним становленням і майстерністю.

Дослідники наголошують, що важливим результатом професійної діяльності психолога є розвиток його особистості, який безпосередньо пов'язаний із формуванням ціннісно-сислової сфери. На думку М. Мазоренка, найвищий рівень професіоналізму досягається у стані «суперпрофесіоналізму», коли провідним стає процес творчого самопроєктування власного «я» як професіонала. Саме на цьому етапі людина досягає свого «акме» – вершини професійного розвитку, що характеризує зрілість, самореалізацію та усвідомлення особистісного покликання [33, с. 45].

Одним із провідних складників професійної діяльності є професійний компонент, який об'єднує характеристики, пов'язані з досвідом, компетентністю, знаннями, уміннями, навичками та індивідуальним стилем роботи спеціаліста. Професійна компетентність психолога проявляється у творчому підході до діяльності, здатності знаходити інноваційні рішення, запроваджувати сучасні технології, виявляти ініціативність і підтримувати високий рівень професійної комунікації [44, с. 112].

Психолог має постійно підвищувати рівень своєї професійної компетентності, беручи участь у курсах підвищення кваліфікації, тематичних семінарах, конференціях, що сприяють професійному вдосконаленню. Розвиток компетентності та становлення фахівця починаються ще у студентські роки й тривають упродовж усього життя, утворюючи безперервний процес, який забезпечує професійну зрілість, стабільність і впевненість у діяльності [39, с. 128].

Кожна професійна спільнота формує власну систему норм, правил і моральних орієнтирів, які регулюють поведінку її представників. Ця система становить основу професійної етики психолога. У ній відображено поєднання загальнолюдських, професійних і морально-етичних вимог, зафіксованих у чинних кодексах етики практичних психологів [46, с. 59].

Узагальнюючи зміст професійної діяльності психолога, можна визначити такі основні положення:

1. Професійна діяльність психолога передбачає особливу відповідальність перед клієнтом за запропоновані рекомендації.
2. Практична робота повинна ґрунтуватися на морально-етичних і правових засадах.
3. Головною метою діяльності є створення умов для інтелектуального й особистісного розвитку клієнта.
4. Психолог має діяти, виходячи з принципу безумовної поваги до гідності й особистісної цінності людини.

5. Спеціаліст повинен дотримуватися чесності й відкритості, водночас зберігаючи професійну обережність у своїх висновках.
6. Психолог зобов'язаний повідомляти про випадки порушення прав клієнта чи прояви негуманного ставлення.
7. Надання послуг можливе лише в межах власної кваліфікації, освіти й професійних компетенцій.
8. У роботі застосовуються лише науково обґрунтовані, апробовані методики, що відповідають сучасним стандартам.
9. Ефективна діяльність потребує постійного оновлення знань і вдосконалення навичок.
10. Якщо використовується методика, що не пройшла наукової перевірки, клієнт має бути про це поінформований, а висновки – максимально обережними.
11. Психолог не має права розголошувати інформацію, отриману під час роботи з клієнтом.
12. Він зобов'язаний запобігати використанню психологічних методів некомпетентними особами.
13. Матеріали, зібрані під час роботи з клієнтами, не можуть передаватися стороннім особам.
14. Психолог повинен уникати створення у клієнтів безпідставних очікувань або надання порад, що неможливо реалізувати.
15. Дотримання конфіденційності та збереження професійної таємниці є особистою відповідальністю фахівця.

Дотримання зазначених норм і етичних вимог є невід'ємною складовою професійної зрілості психолога, визначає рівень його моральної культури та сприяє підвищенню ефективності практичної діяльності.

Професійна й особистісна сфери діяльності психолога нерозривно пов'язані, оскільки складно бути однією людиною у приватному житті й зовсім іншою – у професійній практиці. Саме тому особистісні якості становлять базовий фундамент професійної успішності фахівця у сфері психології.

Практичний досвід показує, що саме вони визначають ефективність його діяльності, відрізняючи кваліфікованого психолога від некваліфікованого працівника. Позиція компетентного спеціаліста ґрунтується на професійній рефлексії, тоді як позиція непідготовленого – на власній Я-концепції, що обмежує об'єктивність у роботі [2].

Розглядаючи вимоги до професії психолога, необхідно зазначити, що з набуттям досвіду у фахівця неминуче формується індивідуальний стиль діяльності, який важко вписати у стандартизовані моделі. За І. Макарчуком, логіка формування такого стилю передбачає кілька етапів [34]. На початковому етапі психолог спирається на уже наявні здібності та навички, поступово пристосовуючи їх до виконання професійних завдань. Згодом на основі цих якостей формуються нові, раніше відсутні здібності, а далі – вибудовується цілісна система професійно важливих характеристик, яку автор називає «симптомокомплексом».

У процесі професійного становлення можна виокремити кілька послідовних етапів формування індивідуального стилю діяльності [49]. На першому етапі фахівець засвоює типові схеми, технології та алгоритми роботи, дотримуючись прийнятих норм і процедур. На другому етапі, коли спеціаліст набуває досвіду й упевненості, він починає творчо варіювати власну діяльність, дозволяючи собі відступи від шаблонів і створюючи унікальний, персоналізований стиль професійної поведінки.

Особливої уваги заслуговує поведінковий компонент професійної діяльності психолога, який безпосередньо впливає на результат консультування. Важливу роль відіграє терапевтичний клімат, що включає не лише організаційні аспекти (зручне обладнання приміщення, просторове розташування консультанта і клієнта, дистанцію спілкування, часові рамки), а й емоційні чинники: атмосферу довіри, щирість, емпатію та безумовну повагу до особистості клієнта. Саме ці складові створюють оптимальні умови для ефективної психологічної взаємодії [40].

Не менш важливим аспектом професійної діяльності є оцінка ефективності створення або корекції іміджу психолога. У практичній іміджології для цього застосовуються кілька груп критеріїв [15]. По-перше, це самовідчуття клієнта: успішним вважається такий образ фахівця, який викликає почуття довіри, безпеки й відкритості. По-друге, це зовнішні оцінки, тобто сприйняття психолога як компетентного й надійного спеціаліста з боку клієнта та оточення. По-третє, це практичне досягнення запланованої взаємодії – наприклад, формування довірливих стосунків, що сприяють розкриттю клієнта й дозволяють досягти поставлених терапевтичних цілей.

Таким чином, ефективність професійної діяльності психолога визначається гармонійним поєднанням особистісних і професійних характеристик, здатністю створювати сприятливий комунікативний простір і формувати позитивний професійний імідж, який забезпечує довіру, повагу та результативність взаємодії з клієнтом.

Як уже було визначено, складна й багатовимірна діяльність практичного психолога висуває підвищені вимоги до його індивідуально-психологічних особливостей і професійних якостей, що потребує постійного самопізнання, критичного осмислення власного досвіду та своєчасної психокорекції особистих труднощів. Такі вимоги становлять невід’ємну складову професійної культури спеціаліста й безпосередньо впливають на ефективність його роботи, а також на формування позитивного професійного іміджу [44].

Неоднозначність тлумачення сутнісних характеристик і функцій професії психолога створює певні труднощі в осмисленні його соціального статусу, який є динамічним і змінюється під впливом численних чинників – суспільних запитів, тенденцій розвитку науки, практичних потреб і культурних контекстів. Така ситуація ускладнює не лише розробку ефективної концепції підготовки фахівця у закладах вищої освіти, а й процес формування в масовій свідомості позитивного образу психолога як представника гуманістичної професії. Водночас це впливає на розвиток професійної культури як ментальної характеристики сучасного українського спеціаліста [33, с. 184–187].

У навчально-методичних матеріалах із вступу до професії окреслюється типовий професійно важливий профіль психолога, який поєднує комплекс інтелектуальних, емоційних і комунікативних якостей. До них належать: високі розумові здібності, емоційна врівноваженість, незалежність і наполегливість, критичне мислення, толерантність до невизначеності, комунікабельність, стійкість до психологічної втоми, розвинена сензитивність і здатність знаходити інтерес навіть у рутинних ситуаціях [47, с. 101–103].

На думку С. Ренке та Н. Шевченко, основним професійним умінням психолога є талант спілкування, який охоплює кілька ключових складових: уміння спостерігати й адекватно сприймати людину, швидко орієнтуватися в ситуації; здатність розуміти внутрішній світ особистості, проникати в її емоційно-ціннісну сферу за допомогою інтуїції; уміння співпереживати, виявляти доброзичливість, співчуття та повагу; здатність до рефлексії – аналізу власних дій і реакцій; уміння керувати собою та процесом спілкування, зберігаючи самоконтроль. Ці вміння формують цілісну систему рефлексивних і комунікативних компетентностей, що забезпечують ефективність психологічної взаємодії [49, с. 341; 68, с. 97].

О. Ямницький, аналізуючи чинники професійної успішності психолога, виділяє широкий спектр індивідуально-психологічних характеристик. Серед них – високий рівень концентрації, стійкість, гнучкість і розподіл уваги, добре розвинені образна та словесно-логічна пам'ять, здатність до аналітичного й образного мислення, комунікативна компетентність, уміння слухати й переконливо висловлювати думки, самоконтроль, відповідальність, терпимість, безоцінне ставлення до клієнта, повага й щирий інтерес до людини. Важливими є також ініціативність, цілеспрямованість, інтуїція, уміння прогнозувати розвиток подій, зберігати конфіденційність, а також наявність творчого потенціалу, ерудованості, тактовності й вихованості. У сукупності ці якості створюють цілісний психологічний портрет фахівця, здатного ефективно реалізовувати професійні функції й підтримувати високі етичні стандарти своєї діяльності [71, с. 361].

Окрему групу становлять дослідження, у яких увага фахівців зосереджується на чинниках, що перешкоджають ефективному професійному становленню психолога. Такий підхід, який можна визначити як «від протипоказань», дає змогу окреслити риси, несумісні з успішним виконанням професійних функцій. До них належать психічна й емоційна нестійкість, схильність до агресії, замкнутість, невпевненість у собі, труднощі у міжособистісному спілкуванні та нездатність будувати стосунки на засадах взаємоповаги. Наявність таких характеристик не лише ускладнює взаємодію з клієнтами, а й негативно позначається на формуванні професійної ідентичності та іміджу спеціаліста.

Сучасні дослідження також активно звертаються до проблеми міфологізованого сприйняття психології та її представників у суспільстві. Т. Хомуленко, Ю. Падафет і О. Скориніна виокремлюють кілька найпоширеніших міфів, які закріпилися у масовій свідомості. Перший із них – переконання, що психологія є «всеосяжною» наукою, здатною пояснити будь-які аспекти людської душі, а психолог «бачить людей наскрізь». Другий міф полягає у приписуванні психологам природжених надзвичайних здібностей до розуміння інших. Третій – уявлення про психолога як про всезнаючого мудреця, який має життєві відповіді на всі питання. Четвертий міф стосується переконання, що психолог завжди емоційно врівноважений, добре знає себе й може контролювати будь-яку ситуацію. П'ятий поширений стереотип зводить діяльність психолога лише до «давання порад» або наставляння людей на «правильний шлях» [65, с. 112].

І. Макачук зауважує, що значною мірою хибне уявлення про професію формується під впливом неякісної популярної літератури, яка спрощує й викривлює суть психологічної практики [34, с. 2]. Така література створює образ психолога як «мага» чи «екстрасенса», наділеного надприродними здібностями, а також підтримує інші стереотипи – зокрема, що фахівець не має власних труднощів, завжди спокійний і врівноважений, а його діяльність нібито є легкою, приємною й безтурботною. Додатковим джерелом плутанини

стає недостатнє розмежування між суміжними професіями – психологом, психіатром, соціологом, педагогом. Унаслідок цього в суспільстві закріплюється спрощене уявлення про роботу психолога як про низку дружніх «душевних розмов», що знижує престиж професії та спотворює її справжню гуманістичну суть.

Актуальним напрямом досліджень у межах проблеми сприйняття професії психолога є аналіз уявлень про неї серед студентів. Відповідно до наукових розробок С. Ренке та Г. Щербака [49, с. 344; 69, с. 307], вибір спеціальності «психологія» серед абітурієнтів найчастіше пояснюється сприйняттям цієї галузі як цікавої й навіть таємничої сфери діяльності, прагненням допомагати людям і робити їх щасливішими, бажанням розібратися у власних переживаннях, потребою працювати у соціально значущій професії та бажанням розв'язувати важливі наукові завдання.

За даними С. Фостер і Дж. Гая, існують функціональні чинники, що спонукають людину обрати професію психолога: допитливість, вміння слухати, легкість у спілкуванні, емпатія, здатність поставити себе на місце іншого, емоційність, інтерес до інтроспекції, витримка під час емоційної близькості та почуття гумору. Абітурієнти, які мають ці якості або отримують таку оцінку від оточення, зазвичай більш схильні обирати психологічний напрям професійної освіти [14, с. 19].

Попри наявність низки адекватних і позитивних мотивів вибору професії, Дж. Гай також виокремлює й нераціональні – такі як емоційні травми, самотність, прагнення влади, потреба в любові та увазі, або бажання наслідувати успішних інших [14].

Невід'ємним складником формування професійного образу психолога є адекватне емоційно-особистісне ставлення до майбутньої діяльності та усвідомлення себе в ролі фахівця. Це ставлення формується у процесі навчання, під впливом досвідчених викладачів і практиків, які допомагають студентам осмислити значення своєї майбутньої професії та визначити власне місце в ній. Як зазначають С. Романовський та О. Танасійчук [52, с. 8; 57, с.

49], сформований професійний образ вирізняється конкретністю, змістовністю та продуманістю. Він виникає ще на початкових етапах професійної підготовки, з часом набуває стабільності й надалі зазнає змін лише в межах процесу професійної соціалізації, коли особистість поступово інтегрується у професійне середовище.

А. Сосланд звертає увагу на важливу особливість цього періоду: у студентів, які накопичили певний багаж теоретичних знань і практичного досвіду, відбувається усвідомлення власної професійної місії та схильність зосереджуватися на певній школі чи моделі психологічного консультування [19, с. 44]. Це природний етап професійного самовизначення, який свідчить про становлення індивідуального стилю діяльності. Проте дослідження показують, що більшість студентів старших курсів усе ще не мають чіткого уявлення про конкретне місце майбутньої роботи, умови професійної діяльності чи можливості кар'єрного зростання. Вони часто уникають обговорення тем, пов'язаних із матеріальною винагородою або практичними аспектами професійної реалізації, що вказує на недостатню сформованість реалістичних професійних очікувань [8, с. 37].

Це підтверджують і результати дослідження Н. Ашиток [4], згідно з якими у випускників-психологів спостерігається підвищена тривожність, пов'язана з маргінальним становищем – вони вже не почуваються студентами, але ще не усвідомлюють себе повноцінними фахівцями. Молоді спеціалісти переживають невизначеність щодо працевлаштування, набуття досвіду та розставання з навчальним колективом.

На основі аналізу сучасних психологічних досліджень і відкритих джерел (зокрема професійних сайтів та форумів) можна узагальнити уявлення суспільства про професію психолога. Варто відзначити, що сьогодні суттєво зросла потреба у фаховій психологічній допомозі. Люди дедалі частіше усвідомлюють, що особистісні проблеми й емоційні труднощі варто вирішувати науково обґрунтованими методами, а не приглушувати їх

шкідливими способами. У цьому й полягає місія психолога – допомогти клієнту знайти конструктивний шлях до вирішення власних проблем [21].

У країнах Європи практика регулярного звернення до психолога давно стала звичною нормою. Для багатьох людей мати власного консультанта є невід’ємною частиною життя. Натомість в українському суспільстві, особливо серед старшого покоління, ще зберігаються стереотипи та упередження. Дехто сприймає психологів як людей, здатних «нашкодити» або «зробити хворим», плутаючи їх із лікарями-психіатрами. Таке ставлення свідчить про недостатній рівень психологічної культури та потребує системного просвітництва [42, с. 113].

Отже, образ професії психолога поєднує в собі низку позитивних рис особистості, що сприяють ефективній діяльності, та певні протипоказання, які можуть її ускладнювати. Попри наявність численних досліджень, усі науковці одностайно наголошують на необхідності цілеспрямованого й системного вивчення іміджу професії психолога – як на суспільному рівні, так і серед студентської молоді, що здобуває відповідну освіту.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що професія психолога є багатогранною та складною. Її успішна реалізація залежить від освітнього рівня, соціального статусу, загальної культури особистості, характеру та стилю поведінки. Ефективність діяльності психолога значною мірою визначається здатністю адаптувати власний імідж до очікувань аудиторії, усвідомлювати, як його сприймають інші, і за потреби коригувати це сприйняття.

1.3. Імідж психолога як фактор успішної професійної діяльності

Сучасний ринок психологічних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлює необхідність поєднання професійної компетентності з умінням ефективно позиціонувати себе у професійному просторі. Для досягнення успіху психолог повинен не лише володіти глибокими теоретичними знаннями та практичними навичками, а й мати

бездоганну репутацію, високий рівень відповідальності та розвинені комунікативні здібності. Водночас важливою стає наявність підприємницьких якостей, які дозволяють фахівцю орієнтуватися у вимогах сучасного ринку, адаптувати свої послуги до потреб клієнтів і забезпечувати стабільність професійної діяльності.

І. Дружиніна підкреслює, що опора на власний імідж є необхідною майже в кожній професії, адже вдалий образ сприяє вирішенню багатьох проблем і стає запорукою особистісного та професійного успіху [13, с. 426]. Водночас Н. Ашиток розглядає імідж як штучне утворення, схильне до маніпуляцій, метою якого є підвищення престижу та впливу суб'єкта, а відтак – завоювання довіри аудиторії [4, с. 42].

У дослідженнях професійного іміджу психолога простежуються кілька тенденцій. Частина науковців визначає позитивний імідж як гармонійне поєднання професійної компетентності, привабливості та довіри [14, с. 19]. Інші розглядають його як комплекс характеристик, що створюють «ідеальний портрет» фахівця з урахуванням соціальних та особистісних рис, наголошуючи на небезпеці підміни внутрішнього змісту зовнішніми ефектами [12].

Позитивний імідж, на думку більшості дослідників, передбачає здатність створювати атмосферу щирості, автентичності, емпатії та толерантності у взаємодії з клієнтами. Водночас К. Гавриловська застерігає, що надмірна увага до зовнішнього образу може призвести до втрати моральних орієнтирів і заміни поняття «бути професіоналом» на «виглядати професіоналом» [10, с. 3].

Важливими для становлення позитивного професійного образу є також репутація та підприємливість. Репутація формується поступово, базуючись на реальних результатах і визнанні колег, тоді як підприємництво передбачає активну, ініціативну діяльність, спрямовану на досягнення успіху. Як і підприємець у будь-якій сфері, психолог має вирізнятися високим рівнем мотивації, самоконтролю, гнучкості мислення та здатності до ефективної комунікації [20].

У розробці професійного іміджу психолога актуалізується також міфологічний аспект, адже міф і сьогодні залишається формою суспільної свідомості. Сучасна людина, подібно до представників давніх культур, прагне вірити у чудодійні сили, шукаючи пояснення в ірраціональному. Це пояснює існування у масовій свідомості стійких уявлень про психолога як про мага або цілителя [2, с. 99]. Відповідно, ефективність професійного образу залежить від уміння спеціаліста працювати з архетипами – глибинними структурами колективного досвіду, що впливають на емоційне сприйняття [6, с. 430]. Саме гармонійне поєднання реальних професійних якостей і символічних рис дозволяє психологу сформувати автентичний і привабливий імідж.

Міф як «продукт колективної народної фантазії первісного суспільства» пояснює явища об'єктивної дійсності через образи, наповнені символічним змістом – подвиг Прометея, хитрість троянського коня, силу Геракла тощо. Міфологічний образ суттєво відрізняється від художнього, адже якщо в мистецтві образ лише зближує явища, то в міфології подібні явища ототожнюються. Як зазначає І. Андрійчук, міф побудований на принципі повторення того, що вже було, і саме тому він позбавлений суперечностей та поєднує реальне з фантастичним, створюючи цілісну, хоч і ірраціональну картину світу [2, с. 100].

Іміджеві комунікації, на думку сучасних дослідників, у певному сенсі відтворюють механізми міфологічної комунікації, адже вони також свідомо формують образ, який впливає на масову свідомість [13]. Завдяки цьому імідж набуває ознак інформаційного феномена, який не втрачає своєї актуальності, оскільки саме через нього суспільство оцінює людину та її професійну діяльність.

Міфи виникають там, де існує брак достовірних знань. У сфері психологічної практики тривалий час побутують уявлення про те, що психологічна допомога потрібна лише людям із психічними порушеннями або слабкою волею. Саме тому для успішного розвитку професії важливо трансформувати ці стереотипи, формуючи у свідомості суспільства образ

психолога як компетентного, етичного й емоційно зрілого фахівця, який має власні людські переживання, але здатний професійно допомагати іншим [16, с. 72].

Як підкреслює О. Ковальова, імідж охоплює зовнішній вигляд, манеру спілкування, поведінку, жести, одяг і навіть коло спілкування людини [19, с. 78]. Усі ці складові створюють цілісне враження, що формується через вербальні, візуальні та поведінкові сигнали – у безпосередній взаємодії, на публічних заходах або через засоби масової інформації.

Імідж можна розглядати як певну ілюзію властивостей та якостей, адже він завжди є спрощеним відображенням особистості. Особливого значення набуває візуальний компонент – від портретів і світлин до зображень у соціальних мережах. У сфері масових комунікацій створення привабливого образу часто досягається завдяки акцентуванню на позитивних елементах: гарній зовнішності, сімейних цінностях, професійних досягненнях, що покликані викликати довіру й симпатію [5, с. 202].

У наукових працях, присвячених проблематиці іміджу, виділяють кілька його різновидів: природний, що виникає стихійно, та штучний – цілеспрямовано створений; позитивний і негативний; дзеркальний, поточний і бажаний. Також існують агресивні та конфліктні типи іміджу, які використовуються залежно від цілей і контексту соціальної взаємодії [15, с. 43].

Пізнання сутності професійного іміджу психолога неможливе без урахування сучасних тенденцій його формування, серед яких помітне місце посідає феномен гламурного іміджу. Його поширення пов'язане з естетикою зовнішньої привабливості та демонстративного стилю життя, що бере свій початок у США. Як зазначає М. Кліманська, гламур, який буквально означає лиск і пишність, приходить на зміну природній чарівності, популяризуючи спосіб життя, що ґрунтується на розкоші, надмірності та безтурботності, де сам образ стає важливішим за реальність [18, с. 27].

Сьогодні гламурність пронизує різні сфери суспільного життя – від політики до науки, формуючи культ успішності та зовнішнього добробуту. Особливої популярності ця тенденція набула в інтелектуальних колах, зокрема серед журналістів і редакторів глянцевого видання, які, наслідуючи образи заможних бізнес-леді, почали поширювати серед читачів уявлення про матеріальний комфорт як головну життєву цінність. Як зауважує М. Кліманська, це призводить до підміни духовних орієнтирів міщанськими бажаннями «оточити себе речами» та зміщення акцентів від свободи до зручності й показного добробуту [18, с. 28].

Поширення інформаційних технологій і розвиток соціальних мереж лише посилили цю тенденцію. У масовій культурі набуло престижу «жити на виду» – демонструвати успішність, створювати ідеалізований віртуальний образ, часто далекий від реальності. Звичним явищем стала практика публікації гламурних, нерідко чужих фотографій, які формують ілюзорну картину життя.

Гламурний імідж фактично поділяє людей на дві групи: тих, хто може дозволити собі бути «споживачами гламуру» – користуватися послугами індустрії краси, подорожувати, вести розкішний спосіб життя, – і тих, хто фінансово не має такої змоги, але внутрішньо орієнтується на ці цінності [18, с. 29]. Вплив цієї тенденції помітний навіть серед фахівців у галузі психології, зокрема серед тих, хто веде практику в онлайн-просторі, де візуальна складова відіграє суттєву роль у створенні професійного образу.

Варто зазначити, що імідж психолога формується не лише під впливом його власних зусиль, а й у відповідь на очікування масової свідомості. Саме суспільство визначає, який тип іміджу буде сприйматися як позитивний, привабливий або авторитетний. Водночас штучний, відірваний від реальності образ приречений на короткочасність, оскільки відсутність автентичності з часом призводить до втрати довіри.

Фахівці у сфері зв'язків із громадськістю наголошують, що ефективний імідж має базуватися на реальних характеристиках особистості. Завданням PR-діяльності є не створення вигаданих рис, а підкреслення тих, які найбільш

точно відображають сутність фахівця. Суспільство розвивається тоді, коли у ньому змагаються не зовнішні образи, а справжні особистості, які прагнуть бути, а не лише виглядати професіоналами.

Отже, імідж психолога виступає інструментом професійної ефективності. Він поєднує індивідуальні якості фахівця, культуру комунікації, етичну позицію та зовнішні маркери професіоналізму. У практичному вимірі імідж працює як соціальний сигнал — допомагає клієнту швидше сформувати довіру, знизити тривогу першого контакту, визначити очікування від співпраці. Водночас він підтримує професійну ідентичність психолога, дисциплінує стандарти роботи, підсилює рефлексію й відповідальність за результати.

Треба зазначити, що імідж не зводиться до візуальної привабливості. Його функції ширші — від репутаційного «фільтра» до механізму підтримання терапевтичного альянсу. Завдяки цьому зростає ймовірність довгострокового співробітництва, повторних звернень, рекомендацій, партнерських зв'язків із колегами та інституціями.

Формування позитивного професійного іміджу є результатом системної внутрішньої роботи фахівця, що охоплює не лише знання й навички, а й культуру спілкування, особистісну зрілість, відповідальність, етичну стійкість. Імідж не виникає стихійно — він формується через послідовне втілення професійних і людських якостей у практичній діяльності. Його структура складна й багаторівнева: включає психологічні, поведінкові, соціальні та комунікативні компоненти, кожен з яких забезпечує певну функцію у взаємодії з клієнтами, колегами та суспільством.

Для повного розуміння значення іміджу як фактора успішної професійної діяльності доцільно розглянути його ключові механізми впливу, структурні елементи, принципи формування, практичні кроки підтримання, способи оцінювання результативності та типові ризики хибного конструювання.

Таблиця 1.3.1.

Категорія	Зміст і характеристика
-----------	------------------------

Ключові механізми впливу іміджу на успіх діяльності	Довіра і безпека – послідовний образ фахівця знімає невизначеність клієнта, нормалізує звернення по допомогу, полегшує саморозкриття. Очікування і комплаєнс – зрозуміло сформульовані межі компетентності, етичні принципи та стиль роботи підвищують готовність клієнта дотримуватися домовленостей. Професійна ідентичність – узгодженість внутрішніх цінностей і зовнішньої самопрезентації підтримує самооцінку фахівця, стійкість до професійних стресів, здатність тримати рамку взаємодії. Соціальний капітал – видимість у професійній спільноті, коректна публічна комунікація, участь у спільних проєктах розширюють коло довіри та можливостей. Якість сервісу – організація простору, пред’явлення послуг, прозорість процедур забезпечують стандарти й підсилюють відчуття професійності.
Структурні компоненти професійного іміджу	Особистісний – цінності, мотиви, «Я-концепція», емоційна стабільність, рефлексивність. Компетентнісний – освіта, спеціалізації, докази практики, культура роботи з доказовими підходами, супервізія. Комунікативний – етичне й ясне пояснення цілей та меж допомоги, навички активного слухання, чутливість до контексту клієнта. Поведінковий – надійність домовленостей, пунктуальність, коректність у складних ситуаціях, відповідальність за рекомендації. Візуальний – охайність і доречність зовнішнього вигляду, професійний простір, лаконічна цифрова присутність без «надмірностей».

Принципи формування автентичного образу	Автентичність – імідж узгоджується з реальними рисами, уникає «масок» і завищених обіцянок. Етичність – пріоритет добробуту клієнта, конфіденційність, поміркованість у самопросуванні. Клієнтоцентричність – мова, приклади, формати взаємодії адаптовано до потреб і чутливостей аудиторії. Послідовність – однакова якість у різних каналах комунікації та на різних етапах роботи. Рефлексивність – регулярне осмислення зворотного зв'язку, оновлення практик, робота над сліпими плямами.
Практичні кроки проєктування і підтримання іміджу	Діагностика вихідної точки – самооцінка сильних сторін, зон росту, репутаційних ризиків. Означення аудиторій – визначення цільових груп, їхніх потреб і бар'єрів. Меседж і рамка компетентності – чітка мова про те, у яких запитах компетентний фахівець і які межі його послуг. Етична візуалізація – стриманий професійний стиль без гламуризації, з повагою до вразливості клієнта. Цифрова присутність – лаконічний сайт або сторінка із прозорими умовами співпраці, доказами освіти, формами контакту. Підтримка якості – супервізія, підвищення кваліфікації, протоколи роботи, індикатори результативності. Моніторинг і корекція – збір зворотного зв'язку, аналіз звернень, удосконалення комунікації.
Оцінювання результативності іміджу	Показники довіри – повторні звернення, рекомендації «з вуст у уста», зниження відсіву після першої сесії.

	Професійна динаміка – стабільність навантаження, запрошення до співпраці, якість партнерств. Якість взаємодії – виконання домовленостей, ясність цілей і меж, задоволеність клієнтів процесом. Етична стійкість – відсутність скарг, послідовність у дотриманні стандартів, грамотна робота з помилками.
Ризики хибного конструювання	Гламуризація – підміна професійної суті ефектною картинкою, що підриває довіру і завищує очікування. Маніпулятивність – використання прийомів, які зменшують суб'єктність клієнта. Розрив «образ – практика» – обіцяний рівень не підтверджується якістю взаємодії та результатами.

Таким чином, імідж психолога є не просто зовнішньою формою професійної самопрезентації – це синтез компетентності, етичності, комунікативної культури й людяності. Саме завдяки іміджу відбувається перше враження, народжується довіра, закладається фундамент ефективної співпраці. Успішний фахівець не створює ілюзій, а трансліює справжність – послідовну, рефлексивну, доказову. Коли образ психолога збігається з його сутністю, він стає чинником стійкої професійної репутації, сприяє розвитку довготривалих партнерських зв'язків і формує позитивний культурний образ професії загалом.

Висновки до розділу 1

У процесі теоретичного аналізу сутності феномену іміджу було з'ясовано, що поняття «імідж» у сучасній науковій літературі розглядається як складне багатовимірне утворення, яке поєднує в собі зовнішні й внутрішні прояви особистості, її соціально-психологічні характеристики, комунікативну поведінку, етичну культуру та стиль самопрезентації. Імідж не зводиться лише до візуального враження – він формується на основі цінностей, мотивів,

професійних установок і способів міжособистісної взаємодії, що робить його невід'ємним компонентом професійної самореалізації особистості.

Професійний імідж психолога має свої змістові особливості, зумовлені специфікою діяльності, що спрямована на допомогу людині. Для ефективного виконання цієї ролі психолог повинен володіти високим рівнем комунікативної культури, емоційною зрілістю, емпатією, етичною відповідальністю та здатністю до саморефлексії. Ці якості створюють цілісний образ фахівця, якому довіряють, і який викликає в оточення відчуття безпеки й компетентності. Водночас важливою складовою іміджу є його соціальний вимір – здатність підтримувати авторитет професії, сприяти підвищенню психологічної культури суспільства та розвивати комунікативні стандарти взаємодії у професійному середовищі.

Імідж психолога виступає не лише характеристикою особистості, а й дієвим чинником професійного успіху. Він впливає на рівень довіри клієнтів, визначає якість взаємодії та результативність психологічної допомоги. Позитивний імідж створює підґрунтя для професійної стабільності, відкриває можливості для саморозвитку, підвищення кваліфікації, розширення кола професійних контактів і партнерств. Водночас його автентичність та етична узгодженість із реальними цінностями фахівця є вирішальними умовами тривалої репутаційної довіри.

Таким чином, у межах першого розділу визначено, що імідж психолога – це не декоративний додаток до професійності, а системне явище, в якому відображається внутрішня культура, компетентність і гуманістична позиція фахівця. Він інтегрує особистісні, когнітивні, комунікативні та соціальні чинники, забезпечуючи ефективну професійну самореалізацію. Позитивний імідж психолога постає ключовою умовою його успішної діяльності та водночас є індикатором зрілості психологічної спільноти в сучасному суспільстві.

РОЗДІЛ II

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ІМІДЖЕМ ПСИХОЛОГА ТА ЙОГО ПРОФЕСІЙНОЮ САМОРЕАЛІЗАЦІЄЮ

2.1. Методологічні засади та організація емпіричного дослідження

Актуальність емпіричного вивчення взаємозв'язку між іміджем психолога та його професійною самореалізацією зумовлена тим, що саме у практичній площині розкривається реальний зміст особистісного розвитку фахівця. Імідж у професії психолога є не лише елементом зовнішньої репрезентації, але й відображенням внутрішнього світу особистості, її цінностей, рефлексивних процесів і рівня усвідомлення власного професійного шляху. Самореалізація, у свою чергу, постає як інтегральний показник зрілості, здатності до самоактуалізації й відповідального ставлення до власної діяльності. Саме тому дослідження зв'язку між цими двома феноменами потребує цілісного, методологічно виваженого підходу.

Базою проведення емпіричного дослідження виступив Психологічний центр «RiPlay» (м. Миколаїв). Вибірку становили 31 практикуючий психолог – жінки віком від 25 до 55 років, які мають вищу психологічну освіту й досвід роботи у сфері практичної психології (у психологічних центрах, медичних закладах, підприємствах або власній практиці). Такий підбір учасниць забезпечив різноманітність досвіду й дозволив дослідити феномен професійного іміджу у контексті реальної діяльності.

Методологічну основу емпіричного дослідження становить *особистісно-діяльнісний підхід*, що дозволяє розглядати психолога як суб'єкта власної професійної траєкторії, котрий активно формує свій імідж у процесі взаємодії з іншими. У цьому контексті професійний образ постає не як фіксована структура, а як динамічна система уявлень про себе, що постійно оновлюється завдяки досвіду, рефлексії та соціальній оцінці.

Дослідження здійснювалося у кілька послідовних етапів: підготовчому, діагностичному та аналітичному. На першому етапі було визначено мету, гіпотезу, а також добір діагностичного інструментарію, який відповідає завданню дослідження. Другий етап передбачав безпосереднє проведення діагностики, а третій – статистичну обробку отриманих даних і їх інтерпретацію.

Метою емпіричного дослідження є виявлення особливостей взаємозв'язку між уявленнями психологів про власний професійний імідж і рівнем їхньої самореалізації у професійній діяльності. Така мета передбачає не лише констатацію певних статистичних зв'язків, а й осмислення тих внутрішніх чинників, які сприяють або, навпаки, ускладнюють реалізацію особистісного потенціалу фахівця у сфері психологічної практики.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання дослідження*:

1. *Проаналізувати теоретичні підходи до розуміння феноменів професійного іміджу та самореалізації в контексті діяльності психолога.*
2. *Визначити методологічні засади та підібрати валідні психодіагностичні методики для дослідження взаємозв'язку між цими феноменами.*
3. *Дослідити рівень самореалізації практикуючих психологів за допомогою Шкали самореалізації особистості (Self-Realization Scale, A. Jones, адаптація О. Пінської).*
4. *Оцінити особливості уявлень про власний професійний образ за допомогою Методики вивчення «Я-образу професіонала» (С. Ренке, І. Макаруч).*
5. *Виміряти рівень рефлексивності як внутрішнього механізму професійного саморозвитку за допомогою Опитувальника рефлексивності особистості (Kember et al., адаптація Н. Пов'якель).*
6. *Виявити якісні аспекти формування іміджу психолога шляхом проведення напівструктурованого інтерв'ю, спрямованого на розкриття особистісних смислів професійного становлення.*

7. Здійснити статистичний аналіз отриманих результатів для встановлення характеру взаємозв'язку між компонентами професійного іміджу та рівнем самореалізації.
8. Інтерпретувати отримані дані у контексті сучасних уявлень про професійну ідентичність і розвиток психолога як особистості.

Основним діагностичним інструментом виступала *Шкала самореалізації особистості (Self-Realization Scale)*, автор – А. Jones, українська адаптація виконана О. Пінською. Методика дозволяє виявити рівень задоволеності особистості власною самореалізацією, ступінь досягнення внутрішньої гармонії, а також узгодженість між ідеальним і реальним «Я». Застосування цього інструменту дало можливість кількісно оцінити процес саморозвитку психологів у професійному середовищі.

Теоретичною основою створення шкали є уявлення про самореалізацію як інтегративний феномен, який поєднує когнітивні, емоційні та поведінкові аспекти особистісного розвитку. На відміну від суто мотиваційних підходів, ця шкала розглядає самореалізацію не як абстрактне прагнення до успіху, а як процес особистісного дозрівання, що включає внутрішню цілісність, самоприйняття та усвідомлене ставлення до власного життєвого шляху. Таким чином, інструмент дозволяє оцінити не лише рівень досягнення мети, але й якість цього процесу – міру внутрішнього комфорту, сенсової наповненості та узгодження між життєвими цілями й особистісними цінностями.

Методика містить 25 тверджень, які відображають різні аспекти особистісної самореалізації. Респондентам пропонується оцінити ступінь своєї згоди з кожним твердженням за п'ятибальною шкалою – від «повністю не згоден» до «повністю згоден». Такий формат відповіді дає змогу кількісно виразити суб'єктивні переживання, пов'язані із самопізнанням, почуттям компетентності, задоволенням професійною діяльністю та відчуттям власної ефективності. (Додаток А)

Під час обробки результатів здійснюється підрахунок загальної суми балів, а також аналіз трьох *субшкал*, які відображають ключові компоненти самореалізації:

1. **Внутрішня узгодженість**, що характеризує гармонію між цінностями, переконаннями та реальною поведінкою особистості;
2. **Особистісне зростання**, яке відображає прагнення до розвитку, розширення досвіду та реалізації власних можливостей;
3. **Емоційна задоволеність життям**, що показує міру позитивного ставлення до себе, своєї діяльності та досягнень.

У межах української адаптації, проведеної *О. Пінською*, забезпечено відповідність змістових показників шкали культурному контексту та ментальним особливостям українських респондентів. Було перевірено психометричні властивості інструменту – надійність, внутрішню узгодженість, дискримінативність тверджень. Показники α -Кронбаха для адаптованої версії шкали свідчать про високу внутрішню надійність і валідність методики у вимірюванні рівня самореалізації в різних професійних групах.

У процесі дослідження методика застосовувалася індивідуально, з дотриманням принципів добровільності, конфіденційності та психологічного комфорту учасників. Психологи, які брали участь у дослідженні, заповнювали опитувальник у спокійній, доброзичливій атмосфері, що сприяло достовірності отриманих відповідей. Такий підхід відповідає гуманістичній парадигмі психологічного пізнання, у центрі якої перебуває людина як активний суб'єкт власного розвитку.

Отже, використання *Шкали самореалізації особистості* забезпечило можливість не лише кількісного виміру рівня самореалізації, але й глибшого розуміння внутрішніх чинників, які визначають професійне становлення психолога. Отримані дані створюють основу для подальшого аналізу взаємозв'язку між процесом самореалізації та формуванням професійного іміджу.

Для дослідження уявлень про власний професійний образ було використано *Методику вивчення «Я-образу професіонала» (Professional Self-Image Questionnaire)*, адаптовану українськими дослідниками С. Ренке та І. Макарчук. Ця методика дає змогу виявити особливості самоусвідомлення фахівця в межах його професійної діяльності, ступінь інтегрованості образу «Я-професіонала» у загальну структуру особистості, а також ті елементи, які формують індивідуальний стиль професійного самовираження.

Теоретично методика спирається на положення про *структурну багатовимірність професійного «Я»*, що поєднує когнітивний, емоційно-оцінний і поведінковий компоненти. У професійній сфері ці складники утворюють цілісний образ себе як спеціаліста – з власними цінностями, мотивами, нормами взаємодії та баченням майбутнього розвитку. Таким чином, «Я-образ професіонала» виступає не лише результатом самопізнання, а й важливим чинником професійної самореалізації, адже визначає, як людина сприймає свої можливості, досягнення і межі власної компетентності.

Методика містить *40 тверджень*, що охоплюють різні аспекти професійного самоусвідомлення. Респонденту пропонується оцінити міру згоди з кожним твердженням за п'ятибальною шкалою – від «повністю не згоден» до «повністю згоден». Такий формат дозволяє кількісно зафіксувати суб'єктивні уявлення про себе як професіонала та порівняти їх із реалістичними показниками діяльності.

У структурі методики виділено чотири *компоненти професійного «Я»*:

1. **Когнітивний компонент** – відображає знання про себе як фахівця, розуміння власних умінь, професійних функцій, сильних і слабких сторін.
2. **Емоційно-оцінний компонент** – характеризує емоційне ставлення до себе у професійній ролі, рівень задоволеності своєю роботою, почуття компетентності та значущості.
3. **Мотиваційно-ціннісний компонент** – демонструє, наскільки професійна діяльність узгоджена з особистими цінностями, покликанням і життєвими смислами.

4. Поведенковий компонент – відображає здатність реалізовувати свої професійні наміри у конкретних діях, проявляти ініціативу, відповідальність і готовність до розвитку.

Психометрично адаптація методики в Україні забезпечила належну надійність і валідність. Високі коефіцієнти внутрішньої узгодженості (α -Кронбаха у межах 0,78–0,86) свідчать про стабільність показників у різних вибірках. Кореляційний аналіз підтвердив зв'язок між рівнем позитивного професійного «Я-образу» і такими параметрами, як емоційне благополуччя, професійна самоефективність і готовність до саморозвитку.

Особливу увагу в процесі роботи з цією методикою приділялося створенню атмосфери довіри. Респондентам гарантувалася конфіденційність і можливість отримати зворотний зв'язок після узагальнення результатів. Такий підхід відповідає гуманістичним принципам психодіагностики, де метою є не оцінка, а розуміння особистості через її власне бачення себе.

Отримані дані за допомогою цієї методики дозволяють оцінити не лише рівень сформованості професійного «Я», а й ті аспекти, які потребують розвитку, наприклад, недостатню впевненість у власній компетентності або внутрішню невизначеність щодо майбутньої професійної траєкторії. Застосування цього інструменту у поєднанні з показниками самореалізації створює умови для комплексного розуміння професійного становлення психолога як процесу інтеграції особистісного й професійного вимірів.

З метою оцінки рівня рефлексивності, як внутрішнього механізму саморозвитку застосовано *Опитувальник рефлексивності особистості (Reflexivity Questionnaire)*, автори *Kember та співавт.*, адаптація *Н. Пов'якель*. Цей інструмент спрямований на виявлення здатності особистості аналізувати власний досвід, переосмислювати професійні дії та усвідомлювати їхні наслідки. Високий рівень рефлексивності вважається показником професійної зрілості психолога та важливим чинником розвитку його позитивного іміджу.

Для оцінки рівня рефлексивності, як внутрішнього механізму професійного розвитку психолога, у дослідженні використано *Опитувальник*

рефлексивності особистості (Reflexivity Questionnaire), автори – *Kember та співавт.*, українська адаптація виконана *Н. Пов'якель*. Методика спрямована на визначення здатності особистості усвідомлювати власні дії, аналізувати пережитий досвід і трансформувати його у стратегії подальшого самовдосконалення.

Теоретичне підґрунтя методики пов'язане з розумінням рефлексії як центрального механізму особистісного й професійного зростання. У психологічній науці рефлексивність трактується як здатність суб'єкта не лише усвідомлювати мотиви власних вчинків, а й оцінювати їх у контексті цінностей, цілей та соціальних очікувань. Для фахівця-психолога ця здатність має особливе значення, адже саме через рефлексію відбувається інтеграція знань, досвіду та емоцій у єдину систему професійного саморозвитку.

Методика побудована таким чином, щоб виявити, наскільки особистість схильна до осмислення власних дій, здатна аналізувати помилки, робити узагальнення і використовувати досвід як ресурс для самовдосконалення. Опитувальник включає 22 твердження, які охоплюють чотири взаємопов'язані аспекти рефлексивності:

1. **Звичка до критичного аналізу** – відображає здатність мислити незалежно, переосмислювати звичні способи дії, оцінювати ситуації з різних точок зору.
2. **Розуміння досвіду** – характеризує вміння бачити зв'язки між минулим досвідом і теперішніми діями, виявляти причинно-наслідкові закономірності власної поведінки.
3. **Рефлексивне осмислення дій** – показує рівень усвідомлення власних стратегій поведінки, вміння зупинятися для аналізу, а не діяти імпульсивно.
4. **Узагальнена рефлексивність** – відображає інтегральну установку особистості на самоаналіз, саморозвиток і пізнання себе.

Респондентам пропонується оцінити ступінь згоди з кожним твердженням за п'ятибальною шкалою – від «повністю не згоден» до «повністю згоден». Методика передбачає як кількісну, так і якісну інтерпретацію результатів, що

дозволяє не лише виміряти рівень рефлексивності, але й простежити специфіку її проявів.

Українська адаптація Н. Пов'якель забезпечила концептуальну відповідність культурному контексту та психологічній термінології, властивій професійній спільноті вітчизняних фахівців. За результатами апробації методика продемонструвала високі показники внутрішньої узгодженості (α -Кронбаха = 0,82) і добру відтворюваність результатів у повторних вимірюваннях. Це дає підстави вважати її надійним інструментом для дослідження рефлексивності у різних вибірках, зокрема серед практикуючих психологів.

У процесі проведення дослідження особлива увага приділялася створенню довірливої атмосфери, оскільки рефлексивність має глибоко особистісний характер. Відповіді учасників фіксувалися індивідуально, без обговорення в групі, що дозволило уникнути впливу соціальної бажаності й забезпечило автентичність самовідповідей.

Застосування опитувальника в цьому дослідженні було спрямоване не лише на визначення рівня рефлексивності як окремого показника, а й на аналіз її зв'язку з процесом самореалізації та формуванням професійного іміджу. Рефлексивність розглядалася як внутрішній механізм, що забезпечує узгодженість між внутрішнім образом «Я-професіонала» та зовнішньою самопрезентацією, сприяючи цілісності й автентичності фахівця у його професійному житті.

Таким чином, Опитувальник рефлексивності особистості виступив важливим інструментом для вивчення глибинних процесів саморозвитку психолога. Його результати створюють підґрунтя для розуміння того, яким чином здатність до самоаналізу, усвідомлення власних цінностей і досвіду пов'язана з професійною самореалізацією та розвитком позитивного іміджу фахівця.

Для глибшого розуміння особистісних смислів, пов'язаних із формуванням професійного іміджу, було проведено *напівструктуроване*

інтерв'ю. Його використання дало можливість виявити індивідуальні аспекти професійного самовідчуття, емоційно-ціннісне ставлення до власного іміджу, а також розкрити внутрішні мотиваційні джерела самореалізації.

Інтерв'ю проводилося індивідуально, у спокійній атмосфері довіри. Кожному респонденту гарантувалася повна конфіденційність. Тривалість інтерв'ю становила приблизно 30–40 хвилин. Зміст інтерв'ю викладено в таблиці 2.1.1.

Таблиця 2.1.1.

Блок	Тематичне спрямування	Запитання
1. Професійна ідентичність та самосприйняття	Дослідження уявлень про себе як фахівця, особистісних і професійних якостей.	1. Як би ви описали себе як фахівця? 2. Які професійні риси вважаєте своїми найсильнішими сторонами? 3. Які аспекти діяльності викликають труднощі? 4. Як вас сприймають колеги або клієнти? 5. Чи співпадає ваше бачення себе з тим, як вас бачать інші?
2. Формування професійного іміджу	Виявлення чинників, які впливають на створення власного професійного образу, та способів його підтримки.	6. Що для вас означає поняття «професійний імідж психолога»? 7. Як ви формували власний професійний образ? 8. Які зовнішні чинники вплинули на цей процес? 9. Яке місце у формуванні іміджу займають ваші особисті цінності? 10. Як змінювався ваш імідж протягом професійного шляху?

3. Самореалізація у професії	Дослідження досвіду самореалізації, відчуття сенсу та задоволеності від професійної діяльності.	11. Що для вас означає самореалізація у професійній діяльності? 12. У яких моментах роботи ви відчуваєте найбільше натхнення? 13. Що може обмежувати ваше відчуття самореалізації? 14. Як змінився ваш рівень професійного розвитку з початку кар'єри? 15. Що допомагає вам розвиватися далі?
4. Рефлексія та усвідомлення власного досвіду	Аналіз рефлексивних умінь, осмислення власних дій, помилок і досвіду.	16. Як часто ви замислюєтесь над причинами власних професійних рішень? 17. Як ви ставитеся до власних помилок? 18. У який спосіб ви осмислюєте свій досвід? 19. Які висновки про себе як фахівця ви зробили за останні роки? 20. Чи відчуваєте ви, що стали більш усвідомленим професіоналом?
5. Перспективи професійного розвитку	Виявлення уявлень про майбутнє професійне зростання, особисті цілі та смисли праці.	21. Яким ви бачите себе у професійному плані через кілька років? 22. Які цілі ставите перед собою сьогодні? 23. Що допомагає психологові зберігати професійну автентичність? 24. Як ви розумієте поняття «успішного психолога»? 25. Які поради дали б молодим спеціалістам?

Статистичні методи забезпечили об'єктивність інтерпретації результатів. Для перевірки гіпотези про наявність взаємозв'язку між компонентами професійного іміджу та рівнем самореалізації було використано коефіцієнт рангової кореляції Спірмана. Такий підхід дозволив визначити не лише напрям, але й силу взаємозв'язків між досліджуваними показниками, що є особливо цінним у роботі з невеликими вибірками.

Таким чином, обрана методологія та організація емпіричного дослідження дали змогу комплексно охопити як кількісні, так і якісні аспекти проблеми. Використані методики взаємно доповнюють одна одну, створюючи цілісне уявлення про взаємозв'язок між образом психолога й процесом його професійної самореалізації.

Зібрані відповіді підлягали якісному контент-аналізу. Для кожного інтерв'ю виокремлювалися смислові одиниці (ключові висловлювання, повторювані теми, метафори), які згодом групувалися у більш широкі категорії:

- уявлення про професійну ідентичність;
- чинники формування іміджу;
- відчуття професійної самореалізації;
- способи саморефлексії;
- бачення професійного майбутнього.

Отримані дані не підлягали кількісній обробці, натомість вони були використані для глибинного розуміння індивідуальних смислів професійного розвитку. Такий підхід дозволив виявити не лише загальні тенденції, а й унікальні внутрішні наративи, які формують самосприйняття психолога.

2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження

Одним із центральних завдань емпіричного дослідження стало визначення рівня самореалізації практикуючих психологів як показника їхнього особистісного та професійного розвитку. Для цього було використано

Шкалу самореалізації особистості (Self-Realization Scale, A. Jones, адаптація О. Пінської), яка дозволяє кількісно оцінити рівень узгодженості між реальним і ідеальним «Я», внутрішню задоволеність життєвими досягненнями та ступінь реалізації власного потенціалу.

Методика передбачає оцінку 25 тверджень за п'ятибальною шкалою від «повністю не згоден» до «повністю згоден». У результаті підраховується інтегральний показник самореалізації, а також окремі субшкали:

- *самоприйняття* (прийняття себе, задоволення власною діяльністю);
- *внутрішня гармонія* (відчуття узгодженості між цінностями, бажаннями й діями);
- *життєва ефективність* (здатність реалізовувати цілі, ініціативність, впевненість).

У вибірці ($n = 31$) було отримано такі узагальнені результати (таблиця 2.2.1.):

Таблиця 2.2.1

Показники рівня самореалізації у вибірці практикуючих психологів ($n = 31$)

Показник	Мінімальне значення	Максимальне значення	Середній бал	Рівень прояву
Самоприйняття	58	95	82,4	Високий
Внутрішня гармонія	54	90	76,1	Середньо-високий
Життєва ефективність	60	97	80,7	Високий
Загальний рівень самореалізації	60	97	79,7	Високий

Після узагальнення кількісних результатів дослідження було створено діаграму, яка відображає співвідношення середніх значень за трьома основними субшкалами методики: *самоприйняття*, *внутрішня гармонія* та *життєва ефективність*. (рис. 2.2.1.)

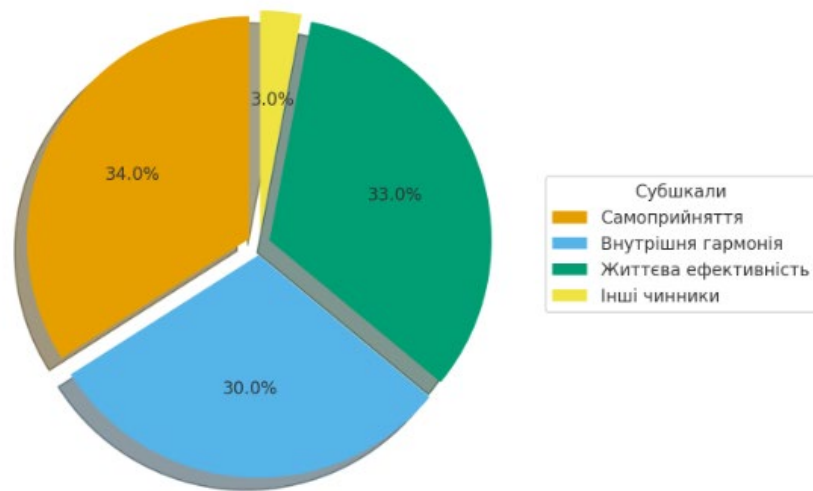


Рис. 2.2.1. Середні показники рівня самореалізації за субшкалами (у балах)

Отримані дані свідчать, що більшість респондентів характеризуються високим рівнем особистісної самореалізації. Найвищі показники виявлено за шкалою самоприйняття (82,4 бала), що вказує на сформовану позитивну самооцінку, внутрішню стабільність і задоволеність власною професійною діяльністю. Це свідчить про прийняття себе у ролі фахівця, що є важливою умовою гармонійної професійної ідентичності.

Дещо нижчими, але також високими, виявилися результати за шкалою життєвої ефективності (80,7 бала), що демонструє активну позицію психологів у досягненні цілей, ініціативність і впевненість у власних можливостях.

Показник внутрішньої гармонії (76,1 бала) хоч і належить до середньо-високого рівня, однак вказує на наявність у частини респондентів певного внутрішнього напруження, пов'язаного з поєднанням професійних і особистісних ролей. Це природне явище для фахівців допомагаючих професій, адже постійна взаємодія з клієнтами часто вимагає додаткових ресурсів емоційного самозбереження.

Таким чином, за результатами застосування Шкали самореалізації особистості можна зробити висновок, що вибірка практикуючих психологів загалом демонструє високий рівень самореалізації, що проявляється у внутрішній цілісності, позитивному самосприйнятті та готовності до професійного зростання. Психологи, які відчують себе реалізованими у професії, водночас більш упевнені, гармонійні у спілкуванні й мають виражену

установку на подальший саморозвиток. Це створює передумови для формування стабільного професійного іміджу, який ґрунтується не лише на зовнішніх характеристиках, а передусім на внутрішньому відчутті власної цінності й компетентності.

Наступним етапом дослідження стало визначення рівня сформованості професійного «Я-образу» у практикуючих психологів, що дозволяє оцінити особливості їхнього самосприйняття, рівень професійної ідентичності та внутрішньої узгодженості між особистісними й професійними цінностями.

Застосована методика «Я-образ професіонала» (Professional Self-Image Questionnaire, адаптація С. Ренке, І. Макарчук) дала змогу отримати узагальнені показники за чотирма основними компонентами:

- *когнітивним* (знання про себе як фахівця, усвідомлення власних компетенцій);
- *емоційно-оцінним* (ставлення до себе у професійній ролі, задоволення діяльністю);
- *мотиваційно-ціннісним* (згода між професійними цілями й особистими цінностями);
- *поведенковим* (реалізація професійних умінь, активність, відповідальність).

Отримані результати дозволили простежити цілісну структуру професійного «Я» серед досліджуваних фахівців. Аналіз показав, що більшість респондентів демонструють достатньо високий рівень усвідомленості власної професійної ролі, позитивне ставлення до себе як спеціаліста та готовність до подальшого розвитку. Водночас у частини опитаних спостерігається деяка внутрішня амбівалентність – прагнення до вдосконалення поєднується із критичністю щодо власних професійних меж.

Таблиця 2.2.2

Середні показники компонентів професійного «Я-образу» психологів (n = 31)

Компонент	Мінімум	Максимум	Середній бал	Рівень прояву
-----------	---------	----------	--------------	---------------

Когнітивний	58	95	83,2	Високий
Емоційно-оцінний	52	90	78,6	Середньо-високий
Мотиваційно-ціннісний	55	96	81,4	Високий
Поведенковий	57	94	79,1	Середньо-високий
Інтегральний показник професійного «Я-образу»	58	95	80,6	Високий

Після кількісного узагальнення даних доцільно візуалізувати результати для наочного порівняння пропорцій між окремими компонентами. Графічне подання дозволяє простежити, який саме аспект професійного «Я» є домінуючим, а які потребують подальшого розвитку.

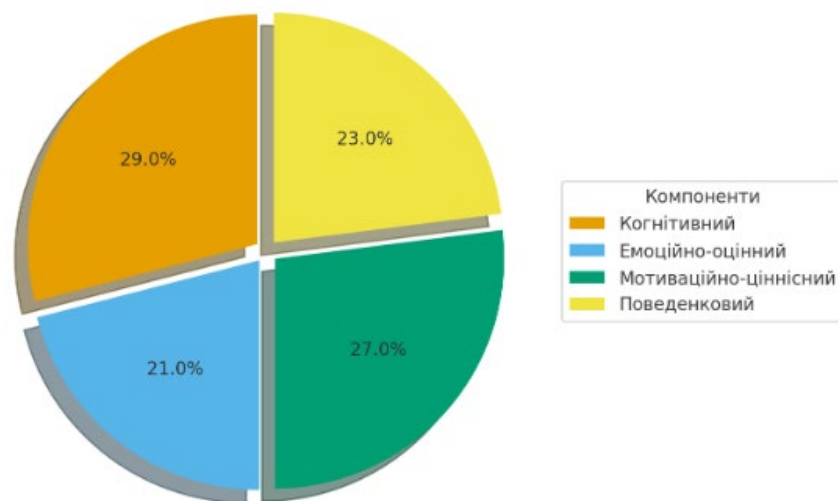


Рис. 2.2.2. Кругова діаграма розподілу компонентів професійного «Я-образу» (%)

Як видно з діаграми (рис. 2.2.2), найбільшу частку у структурі професійного «Я» становить когнітивний компонент (29 %), що відображає високий рівень саморозуміння та професійної усвідомленості. Мотиваційно-ціннісний компонент займає 27 %, свідчаючи про значну роль внутрішніх переконань і цінностей у побудові професійної ідентичності. Поведенковий компонент становить 23 %, демонструючи реальну активність і готовність діяти відповідно до власних уявлень про професійну компетентність. Емоційно-оцінний компонент складає 21 %, що свідчить про відносну

помірність емоційного самосприйняття – фахівці критично оцінюють себе, зберігаючи водночас загальну позитивну самооцінку.

Проведений аналіз свідчить, що у вибірці практикуючих психологів спостерігається високий рівень сформованості професійного «Я-образу», який характеризується гармонійним поєднанням когнітивного усвідомлення власної ролі та внутрішньої мотивації до розвитку.

Домінування когнітивного компонента підтверджує глибоке самопізнання фахівців, здатність чітко визначати свої професійні компетенції та межі. Водночас збалансованість емоційно-оцінних й поведінкових аспектів засвідчує адекватне ставлення до себе як до спеціаліста й наявність ефективних стратегій професійної поведінки.

Наявність вираженого мотиваційно-ціннісного складника є свідченням того, що професійна діяльність сприймається психологами не лише як засіб реалізації, а й як форма самоствердження, служіння іншим і втілення власних смислів.

Отже, результати за методикою «Я-образ професіонала» демонструють, що у більшості практикуючих психологів професійна ідентичність є зрілою, інтегрованою та гармонійною. Високі показники когнітивного й мотиваційного компонентів свідчать про усвідомлення власного професійного потенціалу, тоді як помірність емоційно-оцінних характеристик вказує на адекватність самооцінки й відсутність завищених очікувань.

У цілому можна констатувати, що позитивний і збалансований професійний «Я-образ» виступає важливим підґрунтям для особистісної самореалізації психолога, визначаючи напрям його подальшого професійного розвитку.

З метою виявлення рівня розвитку рефлексивних процесів як внутрішнього механізму саморозвитку було застосовано Опитувальник рефлексивності особистості (Reflexivity Questionnaire, Kember et al., адаптація Н. Пов'якель). Методика дозволяє дослідити схильність до аналізу власних

дій, думок і емоцій, а також уміння переосмислювати попередній досвід у контексті особистісного та професійного зростання.

Рефлексивність розглядається як динамічна система, що інтегрує кілька рівнів – поверхневий (оцінка власних дій), глибинний (аналіз мотивів, цінностей, наслідків) та метарефлексивний (усвідомлення власних способів мислення й самопізнання).

У процесі дослідження було визначено середні значення кожного компонента у вибірці з 31 практикуючого психолога. Отримані дані подано у таблиці 2.2.3.

Таблиця 2.2.4

Середні показники рівня рефлексивності практикуючих психологів (n = 31)

Компонент	Мінімум	Максимум	Середній бал	Рівень прояву
Звичка до роздумів	60	98	84,2	Високий
Прагнення до глибокого осмислення досвіду	54	94	79,8	Середньо-високий
Критична оцінка власних дій	52	91	77,6	Середній
Рефлексивна відкритість	58	95	82,1	Високий
Інтегральний показник рефлексивності	58	95	80,9	Високий

Після кількісного узагальнення даних було побудовано діаграму, яка відображає пропорційне співвідношення показників за чотирма субшкалами опитувальника. Така візуалізація дозволяє наочно продемонструвати, які саме аспекти рефлексії є домінантними у вибірці.

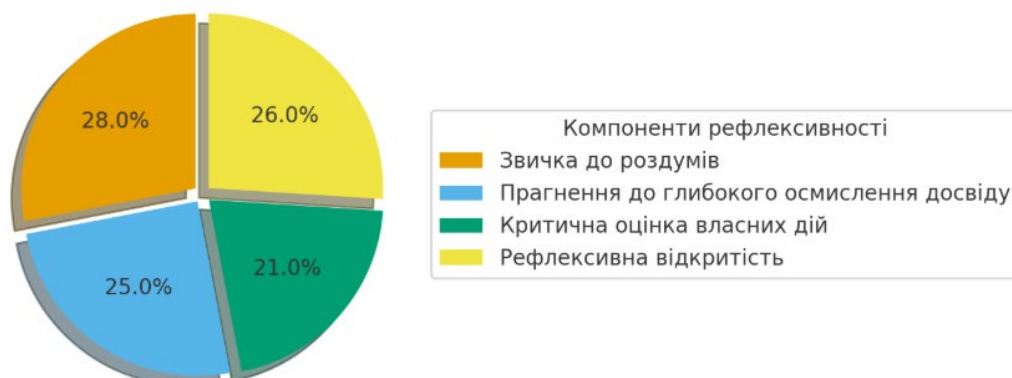


Рис. 2.2.3. Кругова діаграма розподілу показників рефлексивності (%)

Як видно на діаграмі (рис. 2.2.3), найбільшу частку у структурі рефлексивності становить звичка до роздумів (28 %), що свідчить про природність рефлексивної позиції у професійній діяльності психологів. Рефлексивна відкритість займає 26 %, відображаючи готовність до самоаналізу, прийняття нових підходів і досвіду. Прагнення до глибокого осмислення досвіду становить 25 %, що вказує на високу когнітивну активність у переосмисленні власних дій. Найменшу частку (21 %) має критична оцінка власних дій, що, з одного боку, свідчить про помірну самокритичність, а з іншого – про збереження психологічного комфорту у професійній взаємодії.

Аналіз показників засвідчує, що більшість практикуючих психологів мають високий рівень рефлексивності, що є характерною ознакою зрілості особистості, залученої до допомагаючої професії. Найвищі результати зафіксовано за шкалами звички до роздумів та рефлексивної відкритості, що вказує на внутрішню готовність до самопізнання, здатність осмислювати досвід і трансформувати його у професійному контексті.

Дещо нижчі показники критичної оцінки власних дій свідчать про обережне ставлення до самооцінки, яке може бути пов'язане із прагненням зберігати емоційну стабільність під час роботи з клієнтами. У цілому спостерігається тенденція до гармонійного розвитку всіх аспектів рефлексії, що є сприятливим чинником для подальшої професійної самореалізації.

Отже, результати за Опитувальником рефлексивності особистості свідчать, що більшість досліджуваних психологів володіють сформованою рефлексивною позицією, яка проявляється у звичці до осмислення власних дій, відкритості до змін і здатності глибоко аналізувати власний досвід. Рефлексивність виступає базовим механізмом саморозвитку, забезпечуючи внутрішню узгодженість, професійну гнучкість та стійкість до емоційних навантажень.

Таким чином, рефлексивна здатність може розглядатися як ключова умова ефективної самореалізації та формування позитивного професійного іміджу психолога.

Заключним етапом емпіричного дослідження стало проведення напівструктурованого інтерв'ю, яке дало змогу поглибити кількісні результати та виявити внутрішні смисли, пов'язані з уявленнями психологів про власний професійний імідж і досвід самореалізації.

Інтерв'ю дозволило побачити, як практикуючі фахівці осмислюють свій професійний шлях, якими рисами вважають необхідним володіти для збереження професійної автентичності, що для них означає відчуття реалізованості у професії. Розмови проводилися в атмосфері довіри та відкритості, що дало змогу отримати глибокі особистісні відповіді.

Змістовий аналіз текстів інтерв'ю здійснювався методом контент-аналізу із виокремленням смислових одиниць і подальшим групуванням їх у категорії. У результаті були виділені п'ять основних тематичних блоків, які відображають різні аспекти професійного самосприйняття та досвіду психологів.

Таблиця 2.2.4

Узагальнені категорії результатів напівструктурованого інтерв'ю (n = 31)

Тематичний блок	Змістові смисли	Частота згадувань (%)
Професійна ідентичність	Усвідомлення власної місії, бачення ролі психолога, важливість автентичності	27
Формування іміджу	Значення зовнішнього вигляду, невербальних проявів, манери спілкування	20
Самореалізація у професії	Відчуття сенсу, натхнення, задоволення від допомоги людям	25
Рефлексія професійного досвіду	Осмислення власних помилок, навчання через досвід, відкритість до розвитку	15
Перспективи професійного зростання	Плани, цілі, бачення себе у майбутньому, прагнення до вдосконалення	13

Для більшої наочності результати інтерв'ю були представлені у вигляді діаграми, що відображає частку кожного змістового блоку у загальній структурі висловлювань. Така візуалізація дає змогу побачити, які теми є найбільш значущими для фахівців у контексті їхнього професійного розвитку.

Як показано на діаграмі (рис. 2.2.4), домінуючими темами стали професійна ідентичність (27 %) та самореалізація у професії (25 %), що свідчить про цілісне сприйняття своєї ролі та значущості діяльності. Формування іміджу становить 20 % висловлювань, відображаючи важливість зовнішньої комунікації та професійного стилю. Порівняно менше респонденти зверталися до тем рефлексії досвіду (15 %) і перспектив розвитку (13 %), що може вказувати на те, що ці аспекти розглядаються ними як природне продовження вже набутої професійної позиції.



Рис. 2.2.5. Кругова діаграма розподілу тематичних блоків напівструктурованого інтерв'ю (%)

Аналіз висловлювань респондентів показав, що для більшості психологів центральним є питання професійної ідентичності та самореалізації, які вони пов'язують не лише з кар'єрним успіхом, а передусім із можливістю допомагати іншим, зберігаючи внутрішню цілісність і автентичність.

Тема формування іміджу розкривалася переважно через усвідомлення важливості зовнішнього вигляду, культури мовлення, невербальної поведінки. Психологи наголошували, що імідж є своєрідним «віддзеркаленням» професійних цінностей, і тому вимагає послідовності та етичності.

Рефлексія досвіду виявилася важливою складовою професійного розвитку – більшість респондентів зазначали, що саме усвідомлення власних помилок та емоційних реакцій дозволяє їм зберігати професійну гнучкість і внутрішній баланс.

Останній тематичний блок – перспективи професійного зростання – показав, що учасники дослідження мають виражене прагнення до самовдосконалення, але водночас усвідомлюють необхідність гармонійного поєднання роботи з особистим життям.

Отже, результати напівструктурованого інтерв'ю дозволили глибше розкрити внутрішню картину професійної самореалізації психологів. Для більшості з них центральним смислом професійної діяльності є допомога іншому через власну автентичність, а імідж виступає не зовнішнім атрибутом, а відображенням внутрішніх цінностей. Високий рівень рефлексивності та самосвідомості свідчить про зрілість професійного «Я», а прагнення до подальшого розвитку – про динамічний характер самореалізації у цій професії.

Для перевірки гіпотези про наявність взаємозв'язку між компонентами професійного іміджу та рівнем самореалізації особистості було застосовано метод рангової кореляції Спірмана (ρ). Статистична обробка результатів дала змогу виявити значущі взаємозалежності між ключовими психологічними показниками, що характеризують професійну свідомість і розвиток особистості фахівця.

Усі дані були перевірені на нормальність розподілу, після чого обчислено коефіцієнти кореляції між основними шкалами методик: самореалізацією (SRS), компонентами професійного «Я-образу» (PSI), рівнем рефлексивності (RQ) та спостережуваними параметрами іміджу.

Результати узагальнено в таблиці 2.2.5.

Таблиця 2.2.5

Коефіцієнти рангової кореляції Спірмана між основними показниками (n = 31)

Показники	Самореалізація (SRS)	«Я-образ професіонала» (PSI)	Рефлексивність (RQ)	Професійний імідж (спостереження)
Самореалізація (SRS)	1,00	0,72**	0,68**	0,61**
«Я-образ професіонала» (PSI)	0,72**	1,00	0,74**	0,66**
Рефлексивність (RQ)	0,68**	0,74**	1,00	0,58**
Професійний імідж (спостереження)	0,61**	0,66**	0,58**	1,00

Примітка. $p < 0,01$ (**) – зв’язок статистично значущий.

Отримані результати вказують на наявність тісного позитивного взаємозв’язку між показниками самореалізації та професійного «Я-образу» ($\rho = 0,72$, $p < 0,01$), що свідчить про те, що чим більш цілісним і гармонійним є уявлення психолога про себе як фахівця, тим вищим є рівень його професійної самореалізації.

Також встановлено значущий кореляційний зв’язок між рефлексивністю та «Я-образом професіонала» ($\rho = 0,74$, $p < 0,01$), який відображає важливу роль саморефлексії у формуванні професійної ідентичності. Високий рівень рефлексії сприяє осмисленню власних дій, глибшому розумінню професійної ролі та інтеграції особистісних цінностей у професійну поведінку.

Зв’язок між самореалізацією та рефлексивністю ($\rho = 0,68$, $p < 0,01$) свідчить, що внутрішній процес самоаналізу є одним з головних чинників досягнення внутрішньої гармонії та задоволеності професійним життям.

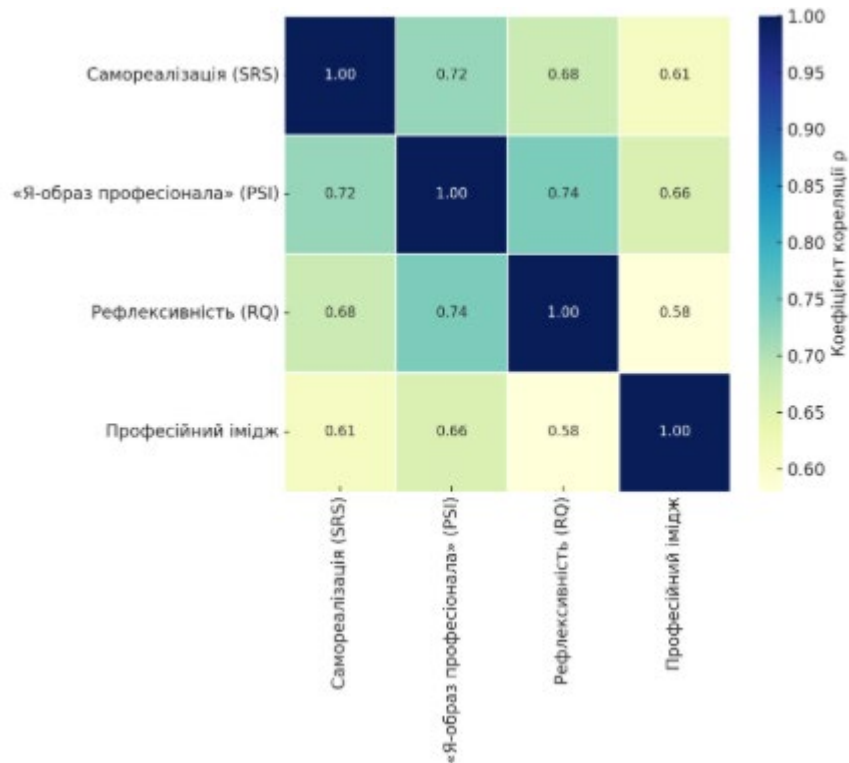


Рис. 2.2.5. Матриця кореляцій між основними показниками професійної самореалізації психологів

Позитивна кореляція між спостережуваними проявами професійного іміджу та іншими змінними (r у межах 0,58–0,66) підтверджує, що зовнішня виразність професійної поведінки є відображенням внутрішніх психологічних процесів – самоприйняття, усвідомленості, рефлексії та впевненості у власній компетентності.

Отримані дані підтверджують гіпотезу про взаємозв'язок між професійним іміджем, самореалізацією та рефлексивністю особистості. Найбільш вираженими є зв'язки між внутрішніми аспектами професійної свідомості – «Я-образом» і рефлексивністю, що підкреслює роль внутрішнього усвідомлення себе у процесі професійного становлення.

Високі кореляційні коефіцієнти між самореалізацією та іміджем свідчать про те, що професійний образ психолога не є лише соціальним конструктом, а виступає маркером рівня його особистісної зрілості. Чим більш інтегрованими є внутрішні смисли, цінності та професійні цілі, тим більш цілісним, переконливим і автентичним є зовнішній імідж фахівця.

Таким чином, результати статистичного опрацювання підтвердили гіпотезу про наявність тісного позитивного зв'язку між показниками професійної самореалізації, рефлексивності та іміджу психолога. Отже, можна стверджувати, що самореалізація є інтеграційним результатом гармонійного розвитку професійного «Я», який підтримується рефлексивним осмисленням досвіду та відображається у стійкому, зрілому професійному іміджі.

Висновки до розділу 2

Проведене емпіричне дослідження дозволило цілісно розкрити зв'язок між професійним іміджем, рівнем самореалізації та рефлексивними механізмами особистості психолога. Отримані результати підтвердили, що формування позитивного професійного образу фахівця має глибоке внутрішнє підґрунтя, яке виходить за межі зовнішніх комунікативних чи поведінкових проявів.

Використання комплексу емпіричних методик дало змогу виявити, що високий рівень самореалізації супроводжується сформованим уявленням про власне професійне «Я» та вираженою здатністю до рефлексії. Зокрема, за результатами Шкали самореалізації особистості (Self-Realization Scale) більшість респондентів демонструють високий рівень задоволеності власною діяльністю та внутрішньої узгодженості між реальним і ідеальним образом себе. Це свідчить про стійке почуття особистісного сенсу, що є основою професійного розвитку.

За даними методики «Я-образ професіонала» (Professional Self-Image Questionnaire) встановлено, що когнітивний і мотиваційно-ціннісний компоненти переважають у структурі професійного образу, відображаючи глибоке усвідомлення ролі психолога й готовність до подальшого вдосконалення. Емоційно-оцінний аспект виявився помірним – фахівці схильні до реалістичної самооцінки, уникаючи надмірного ідеалізування власного професійного статусу.

Опитувальник рефлексивності (Reflexivity Questionnaire, адаптація Н. Пов'якель) засвідчив високий рівень розвитку рефлексивних процесів у більшості респондентів. Найбільш вираженими є звичка до роздумів і рефлексивна відкритість – показники, що відображають готовність до самопізнання, переосмислення власного досвіду та сприйняття нових точок зору. Саме ці риси, у поєднанні з внутрішньою стабільністю, створюють передумови для гармонійної самореалізації у професії.

Аналіз змісту напівструктурованих інтерв'ю дав змогу простежити глибинні смисли професійного життя психологів. У їхніх висловлюваннях домінують теми професійної ідентичності та самореалізації – фахівці розглядають свою діяльність як покликання, що потребує не лише знань, а й внутрішньої цілісності, етичності та автентичності. Імідж, на їхню думку, не обмежується зовнішньою презентацією, а є природним продовженням особистісних якостей, що підкріплюються рефлексивністю та внутрішньою культурою.

Результати статистичного аналізу підтвердили тісні позитивні кореляційні зв'язки між усіма ключовими змінними: самореалізацією, рефлексивністю, професійним іміджем і «Я-образом професіонала». Найвищі коефіцієнти кореляції зафіксовано між рівнем рефлексивності та структурою професійного «Я» ($r = 0,74$, $p < 0,01$), що вказує на визначальну роль усвідомленості й самоаналізу у становленні професійної ідентичності. Значущий зв'язок між самореалізацією та професійним іміджем ($r = 0,61$, $p < 0,01$) демонструє, що автентичність зовнішнього образу є відображенням внутрішнього особистісного розвитку.

Таким чином, можна стверджувати, що гармонійне поєднання високої рефлексивності, позитивного «Я-образу» та відчуття самореалізації створює підґрунтя для формування цілісного професійного іміджу психолога, який поєднує внутрішній сенс і зовнішню виразність.

У свою чергу, отримані результати стали підставою для окреслення подальших напрямів дослідження. Наступний розділ роботи присвячено

аналізу психолого-педагогічних умов формування позитивного професійного іміджу психолога, що дасть змогу розкрити, які саме освітні, середовищні та особистісні фактори сприяють становленню зрілого професійного «Я» та розвитку автентичного іміджу фахівця у сучасному соціокультурному контексті.

РОЗДІЛ III

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПСИХОЛОГА

3.1. Особливості розвитку позитивного професійного іміджу в процесі підготовки майбутніх психологів

Проблема формування позитивного професійного іміджу майбутнього психолога посідає сьогодні одне з провідних місць у структурі професійної підготовки фахівців допоміжного типу. Отримані в попередньому розділі емпіричні результати переконливо засвідчили, що уявлення психологів про власний професійний образ безпосередньо пов'язане з рівнем їхньої самореалізації та рефлексивності. Виявлені кореляційні зв'язки між компонентами «Я-образу професіонала» і шкалою самореалізації вказують на те, що позитивний імідж не є зовнішньою характеристикою, а внутрішнім результатом особистісного становлення фахівця. Саме тому процес професійної підготовки у вищій школі набуває особливого значення: він стає не лише академічним етапом засвоєння знань, а й простором становлення цілісного професійного «Я».

Формування позитивного професійного іміджу майбутнього психолога є складним, динамічним процесом, у якому переплітаються особистісні, соціальні та педагогічні чинники. Як наголошує О. Кокун, професійне становлення сучасного фахівця включає внутрішню самоідентифікацію, набуття професійної компетентності та усвідомлення суспільної значущості своєї діяльності [20, с. 57]. Позитивний імідж психолога, отже, є не просто наслідком репутаційного капіталу чи зовнішніх проявів, він виявляє глибину самосприйняття, рівень усвідомленості власної ролі у допомозі іншій людині, ціннісні орієнтири та комунікативну відкритість.

З огляду на це професійна підготовка майбутніх психологів має не лише інформативну, а й виховну, розвивальну й навіть терапевтичну функцію. Як

зазначає Н. Синишина, саме у взаємодії викладача та студента виникають умови, у яких формується готовність до професійної діяльності й усвідомлення власної соціальної місії [54, с. 165]. Отже, питання розвитку позитивного професійного іміджу не може розглядатися ізольовано від системи психолого-педагогічних впливів, що забезпечують становлення особистості фахівця на етапі навчання у вищій школі.

Проблема іміджу як феномена активно розроблялася в сучасній психологічній і педагогічній науці. У дослідженнях Т. Атаманської [3, с. 29] та О. Ковальнової [19, с. 42] імідж розглядається як інтегрована система уявлень про себе, що поєднує когнітивні, емоційні й поведінкові компоненти. Він формується під впливом соціальних очікувань, власного професійного досвіду й системи цінностей особистості. Такий підхід дозволяє говорити про професійний імідж як про форму самопрезентації, яка водночас є відображенням внутрішньої узгодженості особистості та її комунікативної культури.

С. Ренке у своїх працях підкреслює, що становлення професійного іміджу «Я» відбувається в контексті розвитку професійної ідентичності, рефлексивного осмислення власної діяльності та ціннісного ставлення до професії [49, с. 342]. Згідно з цим підходом, позитивний імідж майбутнього психолога є результатом інтеграції двох процесів — професійної самореалізації та внутрішньої самоприйнятності. У процесі підготовки ці аспекти формуються через усвідомлення етичних норм, розвиток емпатійного слухання, толерантність до іншості, уміння зберігати професійну автентичність.

Психологічна природа іміджу полягає у взаємодії внутрішнього образу «Я» і зовнішньої соціальної репрезентації. Як зазначає Л. Сорочан, імідж є своєрідною *психологічною візитівкою* фахівця, що відображає його професійну зрілість, культуру спілкування, систему цінностей і рівень гуманістичної спрямованості [56, с. 64]. У цьому контексті імідж психолога не зводиться до поверхневих характеристик поведінки чи стилю — він

формується через самопізнання, самоприйняття і постійний процес внутрішньої роботи над собою.

На думку О. Коропецької, самореалізація майбутнього фахівця неможлива без розвиненої здатності до рефлексії, яка забезпечує гармонійне поєднання внутрішнього потенціалу особистості й соціально-професійних вимог [23, с. 219]. Ця теза узгоджується з результатами нашого емпіричного дослідження, де рефлексивність виступила як значущий механізм професійного розвитку та формування цілісного позитивного «Я-образу» психолога.

Таким чином, у психологічному вимірі позитивний професійний імідж можна розглядати як результат інтеграції кількох процесів: самопізнання, самореалізації, рефлексії, ціннісного самовизначення та соціальної взаємодії. Він стає не лише характеристикою зрілості особистості, а й показником її готовності виконувати роль помічника, консультанта, фасилітатора.

Формування позитивного професійного іміджу майбутнього психолога є складним, багаторівневим процесом, що охоплює не лише засвоєння теоретичних знань, а й глибоку внутрішню роботу над собою. У процесі професійної підготовки відбувається поступова трансформація особистості студента – від загального інтересу до психології до усвідомлення себе як суб'єкта професійної діяльності. Розвиток цього процесу визначається низкою *психолого-педагогічних чинників*, серед яких особливе місце посідають *освітнє середовище, наставництво, етичні стандарти та інтеграція особистісного досвіду в професійну ідентичність*.

Одним із провідних чинників виступає освітнє середовище, яке створює простір для розвитку, самопізнання та формування професійного світогляду. Середовище, у якому навчається майбутній психолог, має не лише передавати інформацію, а й сприяти емоційно-психологічній залученості студентів до процесу пізнання. Коли навчання сприймається як живий обмін ідей, думок, досвіду, воно перетворюється на середовище особистісного росту. Важливим чинником є атмосфера безумовної поваги, підтримки та довіри, що забезпечує студенту почуття психологічної безпеки й відкриває можливості для творчого

самовираження. Таке середовище не лише навчає, а й виховує: воно формує гуманістичні установки, цінність емпатії, розуміння іншої людини, терпимість і відповідальність за власну поведінку.

Не менш значущим чинником є наставництво, яке постає одним із найважливіших механізмів передачі професійного досвіду. Взаємодія з викладачем має для студента майже екзистенційне значення, адже саме через особистість педагога відбувається знайомство з етичними, світоглядними та комунікативними стандартами професії. Наставник не лише демонструє теоретичну компетентність, а й уособлює морально-етичний зразок фахівця, що володіє культурою спілкування, емпатією, внутрішньою рівновагою. Через спостереження за поведінкою, стилем мовлення, ставленням до студентів майбутній психолог засвоює уявлення про норми професійної етики. Поступово у нього формується внутрішня установка: “бути психологом” – означає бути відповідальною, щирою, рефлексивною особистістю, здатною на підтримку іншого.

Серед провідних чинників розвитку професійного іміджу важливу роль відіграють етичні стандарти. Вони стають внутрішньою основою професійного самовираження, орієнтиром, що визначає межі допустимої поведінки у стосунках з клієнтами, колегами та суспільством. Усвідомлення етичних принципів – конфіденційності, доброзичливості, щирості, поваги до автономії іншої особи – поступово трансформується з абстрактних вимог у частину особистісного «Я». Етична культура формує моральну зрілість майбутнього фахівця, допомагає йому гармонізувати професійну ідентичність, зберігаючи водночас власну автентичність.

Окремого значення набувають механізми інтеграції особистісного досвіду в професійну ідентичність. Цей процес полягає у здатності студента аналізувати власний життєвий шлях, переосмислювати досвід спілкування, долати внутрішні суперечності між власними цінностями та професійними вимогами. У ході навчання особистість поступово вчиться сприймати себе не лише як студента, а як майбутнього спеціаліста, відповідального за якість свого

впливу на інших людей. Інтеграція відбувається завдяки рефлексивному осмисленню досвіду під час практичних занять, групових обговорень, супервізій, де студент має змогу розкрити власні почуття, сумніви, очікування та знайти у них професійний сенс.

У цьому контексті важливою умовою є поєднання когнітивних, емоційних і поведінкових компонентів навчального процесу. Інформаційна насиченість дисциплін повинна супроводжуватися практичними формами діяльності – рольовими іграми, тренінгами, проектами, які дають змогу студентам випробувати себе у професійних ситуаціях. Такий підхід не лише розвиває комунікативну компетентність, а й формує внутрішній образ фахівця, що стає основою майбутнього іміджу.

Психолого-педагогічні чинники розвитку позитивного професійного іміджу можна умовно поділити на три рівні:

- *зовнішній рівень* – охоплює соціально-освітні впливи: атмосферу взаємоповаги, наставництво, приклади професійної поведінки, етичні стандарти, що регулюють діяльність;
- *внутрішній рівень* – пов'язаний із самопізнанням, рефлексією, усвідомленням власних цінностей і мотивів професійної діяльності;
- *інтегративний рівень* – характеризує поєднання особистісного досвіду з професійними вимогами, узгодження ідеального та реального «Я», набуття цілісності.

Кожен із цих рівнів забезпечує розвиток власного аспекту професійного іміджу. Водночас їхня взаємодія створює підґрунтя для гармонійного формування особистості майбутнього психолога, здатного діяти усвідомлено, етично й упевнено. Саме завдяки такій цілісності професійний імідж стає не зовнішнім атрибутом, а виявом внутрішньої зрілості, моральної стабільності та гуманістичної спрямованості фахівця.

Формування професійного іміджу психолога – це не лише результат зовнішнього навчального впливу, а передусім прояв внутрішньої активності особистості, її прагнення до самопізнання та розвитку. У структурі

професійної свідомості ключову роль відіграють *самореалізація* і *рефлексивність*, які визначають здатність людини усвідомлювати себе як суб'єкта професійної діяльності, бачити власні ресурси, межі й потенціал.

Поняття *самореалізації* у психологічній науці розглядається як процес виявлення та здійснення внутрішніх можливостей особистості, що веде до відчуття цілісності, узгодженості та гармонії з власним «Я». Для майбутнього психолога цей процес набуває особливого змісту, адже професійна діяльність передбачає не лише володіння техніками допомоги, а й глибоке розуміння себе. Самореалізація у професії полягає не у зовнішньому успіху, а у відчутті внутрішньої відповідності своїй ролі, у переживанні сенсу в тому, що робиш.

Результати нашого емпіричного дослідження (розділ 2) показали, що високий рівень самореалізації корелює з позитивними уявленнями про власний професійний образ. Психологи, які відзначають гармонію між ідеальним і реальним «Я», демонструють також більш розвинену рефлексивність, вищу задоволеність своєю діяльністю й стійкішу ідентичність. Такий зв'язок свідчить про те, що самореалізація є *внутрішнім ресурсом побудови професійного іміджу*, вона визначає не лише рівень компетентності, а й глибину самосприйняття.

Важливу роль у цьому процесі відіграє *рефлексивність* як здатність особистості аналізувати власні думки, почуття, дії, оцінювати їх відповідність ціннісним орієнтирам і професійним стандартам. Для майбутнього психолога рефлексія є не просто інтелектуальною функцією, а життєвою необхідністю, адже саме завдяки їй відбувається внутрішня корекція поведінки, розвиток емпатії та формування автентичного стилю спілкування.

У процесі навчання розвиток рефлексивності відбувається через постійне зіткнення із ситуаціями вибору, моральних дилем, оцінювання власної ефективності під час практики. Поступово студент вчиться дивитися на себе очима іншого, усвідомлювати власний вплив, приймати відповідальність за результати взаємодії. У цьому сенсі рефлексія стає мостом між внутрішнім світом особистості та зовнішнім професійним середовищем.

Самореалізація і рефлексивність функціонують як взаємопов'язані механізми. Рефлексія забезпечує усвідомлення досвіду, що дає змогу людині глибше пізнати себе, тоді як самореалізація втілює цей досвід у конкретних діях, поведінці, професійному самовираженні. Разом вони створюють підґрунтя для самоідентифікації фахівця – відчуття, що професійна роль є природним продовженням особистості.

У межах нашого дослідження було виявлено, що респонденти з високими показниками рефлексивності мають більш чітке уявлення про власний професійний імідж, демонструють узгодженість між внутрішніми цінностями та зовнішньою поведінкою. Водночас учасники з низьким рівнем рефлексії схильні сприймати професійний образ поверхово, як набір зовнішніх рис – манери одягатися, говорити, поводитися. *Це підтверджує, що саме глибина рефлексії визначає автентичність професійного образу.*

Розвиток рефлексивності та самореалізації у процесі професійної підготовки майбутніх психологів має відбуватися послідовно. На початковому етапі важливо сформувати в студентів інтерес до самопізнання, створити умови для безпечного обговорення власних труднощів, сумнівів, емоційних реакцій. На подальших етапах – стимулювати аналітичне мислення, критичну оцінку власної діяльності, розвиток здатності приймати складні рішення у контексті етичних дилем.

Рефлексивна культура є тим фундаментом, на якому розвивається зрілий професійний імідж. Вона дозволяє психологу не втрачати внутрішньої гнучкості, залишатися відкритим до нового досвіду, не піддаватися емоційному вигоранню. Самореалізація, у свою чергу, надає відчуття сенсу й завершеності професійного шляху, робить діяльність не лише ефективною, а й осмисленою.

Таким чином, можна стверджувати, що **самореалізація і рефлексивність є центральними психологічними механізмами формування позитивного професійного іміджу**. Вони забезпечують цілісність особистості фахівця, гармонізують внутрішні мотиви з професійною роллю й надають

професійному образу справжньої глибини. Без розвитку цих механізмів імідж психолога залишався б зовнішньою формою, позбавленою автентичності й морального змісту.

Формування позитивного професійного іміджу є результатом тривалого, багаторівневого процесу, який відбувається під впливом зовнішніх освітніх чинників і внутрішніх психологічних механізмів. Підготовка майбутніх психологів у закладі вищої освіти створює умови для поетапного становлення цілісного образу фахівця – від початкового зацікавлення професією до внутрішньої ідентифікації з нею. У цьому процесі поєднуються когнітивне пізнання, емоційне прийняття, практичне переживання й осмислення власного професійного зростання.

Розроблена нами модель ґрунтується на уявленні про поступовий розвиток професійної свідомості, у межах якої образ «Я-психолог» проходить кілька якісних трансформацій. Кожен із цих етапів характеризується специфічними завданнями, психологічними механізмами та педагогічними умовами.

Перший етап – мотиваційно-орієнтаційний.

На початковому етапі професійного становлення студенти лише починають усвідомлювати сутність психологічної професії. Формується загальна уява про її соціальне значення, моральні засади та очікувані компетентності. У цей період головну роль відіграє мотиваційна сфера – потреба в самопізнанні, у допомозі іншим, у розумінні людських взаємин.

Студент сприймає професію переважно через зовнішні атрибути, орієнтуючись на поведінкові зразки викладачів, відомих психологів, публічних постатей. Водночас виникає емоційний інтерес і бажання ототожнити себе з ідеальним образом фахівця. Цей етап є надзвичайно важливим, адже саме тут закладається фундамент професійної самоідентифікації. Завдання педагогів полягає в тому, щоб підтримати позитивні мотиви, допомогти студенту усвідомити власні очікування та реалістично оцінити професійні вимоги.

Другий етап – рефлексивно-аналітичний.

На цьому рівні починає активно формуватися здатність до самоаналізу. Студент не лише засвоює знання, а й осмислює, як вони співвідносяться з його особистим досвідом і уявленням про себе. Виникає внутрішній діалог між ідеальним та реальним образом «Я». Розвивається рефлексивність як здатність критично оцінювати власні дії, мотиви, стиль взаємодії.

Важливим завданням цього етапу є формування навичок самоспостереження. Студент вчиться помічати, як він реагує на складні ситуації, як вибудовує комунікацію, як переживає успіх і невдачу. Саме тут починає проявлятися внутрішня потреба у професійному самовдосконаленні. Роль викладача полягає у створенні ситуацій, що стимулюють рефлексію: обговорення практичних кейсів, груповий аналіз взаємодії, супервізійні спостереження.

На цьому етапі професійний імідж уже виходить за межі уявлення й набуває конкретних форм: манери спілкування, невербальної поведінки, здатності слухати, аргументувати, підтримувати. Саме тут студент уперше відчуває відповідальність за власний образ у професійному середовищі.

Третій етап – інтеграційно-творчий.

Цей етап знаменує глибшу інтеграцію особистісного та професійного «Я». Студент поступово поєднує власні цінності, риси характеру й емоційні особливості з професійними стандартами діяльності. З'являється усвідомлення того, що бути психологом означає не лише володіти методами, а й жити у певній системі цінностей.

На цьому рівні зростає самостійність, внутрішня свобода й відповідальність. Майбутній фахівець уже не просто виконує навчальні завдання – він створює власні способи вирішення проблем, демонструє індивідуальний стиль. Формується автентичність як важливий компонент іміджу: здатність бути собою, залишаючись при цьому професійно ефективним.

Поступово внутрішня гармонія між особистісними якостями та професійною роллю забезпечує відчуття узгодженості, що відображається у

поведінці, мові, погляді, способі мислення. Позитивний імідж стає природним проявом внутрішньої зрілості, а не результатом зовнішнього конструювання.

Четвертий етап – соціально-професійної самопрезентації.

Цей рівень пов'язаний із переходом від навчання до реальної професійної практики. Формується готовність представляти себе як компетентного фахівця в міжособистісних і публічних ситуаціях. Зовнішній образ стає відображенням внутрішнього стану впевненості, етичності та стабільності.

Психологічний зміст цього етапу полягає у взаємодії з соціальним середовищем. Студент починає усвідомлювати, що його імідж впливає на довіру клієнта, колег, громадськості. У цей період формується культура професійного спілкування, відповідальність за власне слово, уміння презентувати результати своєї роботи.

Важливою ознакою зрілості є готовність до публічного професійного діалогу, участі у конференціях, волонтерських і соціальних ініціативах. Такі форми активності допомагають молодому фахівцеві усвідомити власну роль у суспільстві, зміцнюють почуття належності до професійної спільноти.

Узагальнюючи, можна зазначити, що позитивний професійний імідж формується як результат внутрішнього розвитку особистості, яка поступово оволодіває не лише знаннями й уміннями, а й здатністю осмислювати себе у професії. Це процес самоствердження, самоприйняття та творчого самовираження.

Педагогічні умови, що забезпечують ефективність цього процесу, охоплюють створення атмосфери психологічної безпеки, розвиток рефлексивних навичок, підтримку індивідуального стилю діяльності й можливість практичного застосування знань. Усе це сприяє тому, що професійний імідж майбутнього психолога поступово набуває рис автентичності, цілісності та етичної стабільності.

На основі узагальнення результатів емпіричного дослідження, теоретичного аналізу та педагогічних спостережень нами було побудовано модель розвитку позитивного професійного іміджу майбутнього психолога.

Модель відображає послідовність етапів становлення професійної ідентичності, взаємодію внутрішніх і зовнішніх чинників, а також очікувані результати, які свідчать про сформованість гармонійного образу фахівця.

Модель розглядає процес формування іміджу як динамічну систему, що розгортається у часі – від зародження мотивації до усвідомленої самопрезентації в професійному середовищі. Її структура базується на чотирьох етапах, кожен із яких має власні психологічні та педагогічні механізми підтримки.

Таблиця 3.1.1

Модель розвитку позитивного професійного іміджу майбутнього психолога

Етап розвитку	Зміст етапу (характеристика процесів)	Внутрішні чинники	Зовнішні чинники	Очікувані результати
<i>Мотиваційно-орієнтаційний</i>	Формування інтересу до професії, усвідомлення її гуманістичної місії, прийняття основних етичних цінностей.	Пізнавальний інтерес, емоційна залученість, відкритість новому досвіду.	Освітнє середовище, підтримка викладача, приклад наставника.	Стійка мотивація до професійного розвитку, позитивне ставлення до обраної діяльності.
<i>Рефлексивно-аналітичний</i>	Усвідомлення власних рис і можливостей, аналіз відповідності між «реальним» і «ідеальним» професійним образом.	Рефлексивність, критичність мислення, здатність до самоаналізу.	Супервізії, групова робота, діалогічні методи навчання.	Розвиток самосвідомості, реалістичне сприйняття власного професійного потенціалу.
<i>Інтеграційно-творчий</i>	Поєднання особистісного досвіду з професійними знаннями, розвиток власного стилю взаємодії, самовираження у	Прагнення до самореалізації, креативність, упевненість у собі.	Підтримка автономії студента, творчі завдання, сприятлива групова атмосфера.	Формування індивідуального стилю професійної поведінки, гармонізація особистісного й професійного «Я».

	творчій діяльності.			
<i>Соціально-професійної самопрезентації</i>	Усвідомлене представлення себе як фахівця, участь у професійних спільнотах, формування соціального іміджу.	Зрілість, етична відповідальність, стійка самооцінка.	Професійна спільнота, зворотний зв'язок від колег, публічна діяльність.	Готовність до професійної взаємодії, позитивний соціальний імідж, стабільна професійна ідентичність.

У ході аналізу встановлено, що формування позитивного професійного іміджу майбутнього психолога є багатовимірним процесом, який об'єднує особистісний розвиток, педагогічні впливи та соціально-професійну взаємодію. Провідними чинниками цього процесу виступають гуманістичне освітнє середовище, підтримка наставників, дотримання етичних норм і розвиток внутрішньої рефлексивності.

Емпіричні дані показали, що рівень самореалізації безпосередньо впливає на якість професійного «Я-образу», а рефлексивність слугує механізмом його корекції та збагачення. Психологи, які усвідомлюють власні внутрішні ресурси, демонструють вищу узгодженість між ідеальним і реальним образом фахівця, що позитивно позначається на їхній професійній самопрезентації.

Розроблена модель підтверджує, що гармонійний розвиток професійного іміджу відбувається поетапно: від формування мотиваційного інтересу до усвідомленої соціальної репрезентації себе як компетентного фахівця. Кожен етап передбачає активну участь студента у процесі самопізнання, рефлексії, самореалізації та морального самовизначення.

Отже, формування позитивного професійного іміджу є не ізольованим педагогічним завданням, а комплексним процесом, який вимагає гармонійного поєднання внутрішніх і зовнішніх умов. Реалізація такої моделі у практиці професійної підготовки створює підґрунтя для формування зрілого, впевненого, морально стійкого психолога, здатного до ефективної самореалізації в сучасному соціальному просторі.

Перспективним напрямом подальшої роботи є впровадження тренінгових технологій, що сприяють розвитку професійного іміджу через рефлексію, самопізнання та комунікативну взаємодію.

3.2. Тренінгова програма розвитку професійного іміджу як засобу самореалізації психолога

Тренінгова програма спроектована як практичний інструмент інтеграції трьох ключових вимірів, ідентифікованих у попередньому розділі: професійного «Я-образу», самореалізації та рефлексивності. Емпіричні дані вказали на тісні зв'язки між цими конструктами, а також на потребу у середовищі, де безпечно відпрацьовуються навички самопрезентації, осмислюються етичні межі взаємодії та зміцнюється внутрішня узгодженість «ідеального» і «реального» Я. В основу тренінгу покладено принципи досвідного навчання, рефлексивні практики, супервізійний підхід і етичну рамку професійної діяльності.

Програма розглядає позитивний імідж не як зовнішній образ, а як вияв внутрішньої зрілості, що проявляється в автентичній комунікації, стабільній самооцінці, дотриманні професійних норм і здатності до самокорекції. Кожен модуль спочатку активує внутрішні процеси (усвідомлення, рефлексію, самоприйняття), а далі переносить їх у зовнішню взаємодію через вправи на самопрезентацію, зворотний зв'язок і роботу з реалістичними кейсами.

Мета та завдання

Головна мета програми полягає у підвищенні рівня професійної самореалізації майбутніх психологів через формування цілісного та етично стійкого професійного іміджу.

Для досягнення мети послідовно реалізуються такі завдання:

– *розвинути рефлексивну позицію щодо власного професійного шляху та індивідуального стилю взаємодії;*

- *гармонізувати уявлення про «ідеального» та «реального» себе у професійній ролі, зменшити внутрішні суперечності;*
- *укріпити навички автентичної самопрезентації з урахуванням етичних норм і контексту взаємодії з клієнтом і колегами;*
- *посилити життєву ефективність у професійних сценаріях через тренування цілепокладання, відповідального прийняття рішень і стресостійкого спілкування;*
- *інтегрувати особистісний досвід у професійну ідентичність, щоб імідж ґрунтувався на внутрішній узгодженості, а не на зовнішньому копіюванні зразків.*

Цільову групу тренінгової програми становили учасники емпіричного дослідження, проведеного на базі Психологічного центру «RiPlay» у місті Миколаєві. До вибірки увійшло 31 практикуючий психолог – жінки віком від 25 до 55 років, які мають вищу психологічну освіту й досвід роботи у сфері психологічного консультування, організаційної або клінічної психології. Зокрема, результати продемонстрували нерівномірність між рівнем самореалізації та сформованістю уявлень про власний професійний імідж. Це дало підстави для практичного впровадження тренінгової програми, спрямованої на поглиблення рефлексивності, усвідомлення власних ресурсів і розвиток навичок автентичної самопрезентації.

Таким чином, тренінг виконує функцію корекційно-розвивального продовження емпіричного етапу. Його мета полягає не лише в навчанні новим професійним технікам, а й у створенні простору для інтеграції результатів самодослідження в особистісно-професійний досвід. Учасники, які вже пройшли діагностування, мають сформовану початкову рефлексивну базу, що дозволяє ефективно включитися у процес тренінгової роботи й простежити власну динаміку змін.

Формат програми комбінований: очні групові заняття з елементами мікротренінгу та дистанційними рефлексивними завданнями. Оптимальна

тривалість циклу – 24 академічні години упродовж 4 тижнів (по 6 годин на тиждень) із міжсесійними практиками.

Група – 12–16 осіб для забезпечення безпеки, щільного зворотного зв'язку й можливості індивідуальних інтервенцій. Кожен модуль завершується короткою рефлексивною сесією та мікрооцінюванням особистих зрушень.

Програма спирається на такі засадничі принципи: добровільність і психологічна безпечність взаємодії; конфіденційність і етична відповідальність; поступовість і модульність; баланс особистісного й професійного рівнів опрацювання; практична спрямованість і реалістичність кейсів; рефлексивний цикл «досвід – усвідомлення – інтеграція – дія». Важливим є супровід наставника, який утримує рамку, моделює етичну позицію та сприяє трансляції здобутого досвіду в академічне й практичне середовище.

Програма розгортається по висхідній траєкторії – від роботи з внутрішнім образом до соціальної самопрезентації:

1. *Рефлексивний старт* – самоусвідомлення професійних цінностей і очікувань, карта сильних сторін і зон розвитку.
2. *Ідентичність і автентичність* – узгодження ідеального та реального «Я», робота з самооцінкою й внутрішніми критиками.
3. *Етична рамка взаємодії* – вправи на емпатійне слухання, кордони, відповідальне висловлювання і прийняття зворотного зв'язку.
4. *Самопрезентація і професійна комунікація* – мікроролі, кейси взаємодії з клієнтом і колегами, публічні міні-виступи.
5. *Інтеграція й план дій* – персоналізовані дорожні карти самореалізації, індикатори прогресу, угоди про подальший розвиток.

Передбачено вхідно-вихідне вимірювання за критеріями, сумісними з нашою емпіричною рамкою: інтегральні показники самореалізації, субшкали професійного «Я-образу», індекси рефлексивності. Додаються якісні індикатори – самоописи змін, експертні спостереження тренера, груповий зворотний зв'язок. Поєднання кількісних та якісних метрик дає змогу

відслідковувати реальні зміни в поведінці й самосприйнятті, а не лише декларативні наміри.

Учасники працюють у межах контракту групи: конфіденційність, добровільність участі у вправах, право «стоп» і «пас», повага до меж іншого. Тренер підтримує безоціночний тон, звертає увагу на ресурси та зміцнює автономію учасників. Будь-яка публічна демонстрація матеріалів можлива лише після окремої згоди.

Модуль 1. Рефлексивний старт

Перший модуль тренінгової програми закладає основу для подальшої роботи – формує *внутрішню готовність до самопізнання* та активує рефлексивний процес. На цьому етапі учасники вчаться усвідомлювати власні уявлення про себе як фахівця, визначати внутрішні суперечності між реальним і бажаним образом та сприймати власний професійний шлях як динамічний процес розвитку.

Важливо, що модуль не лише знайомить учасників із поняттям професійного іміджу, а й переводить акцент з теоретичного осмислення на особистісне переживання та самоаналіз. Це створює психологічну основу для подальшого формування автентичного «Я-професіонала».

Таблиця 3.2.1

Модуль 1 – «Рефлексивний старт»

Компонент	Змістове наповнення / опис діяльності
<i>Мета</i>	Формування усвідомленого ставлення до власного професійного образу; розвиток здатності до самоаналізу, прийняття себе й визначення особистих ресурсів.
<i>Тривалість</i>	2 заняття по 3 академічні години (усього 6 годин).
<i>Форма роботи</i>	Групова тренінгова взаємодія з елементами індивідуального самоспостереження, парних вправ і мікрорефлексій.
<i>Вступне коло «Моє ім'я – мій початок професії»</i>	Учасники презентують себе, пояснюючи, як їхнє ім'я або власна історія пов'язані з вибором професії. Мета – створити довірливу атмосферу, активізувати усвідомлення особистих мотивів.
<i>Вправа 1 «Моє професійне дзеркало»</i>	Учасники заповнюють дві колонки: «Я як психолог зараз» і «Я, яким хочу бути». Потім порівнюють результати, обговорюють відмінності та джерела внутрішніх обмежень.

	Формується усвідомлення розриву між реальним і ідеальним «Я».
<i>Міні-лекція та обговорення</i>	Короткий теоретичний блок про структуру професійного іміджу: внутрішні (самооцінка, рефлексія, цінності) та зовнішні (спілкування, поведінка, етика) компоненти. Підкріплюється прикладами з досвіду учасників.
<i>Вправа 2 «Мій ресурсний портрет»</i>	Робота в малих групах. Кожен учасник створює власну «ресурсну мапу» – перелік особистих якостей, досягнень і цінностей, що підтримують професійний розвиток. Колеги доповнюють мапу позитивним зворотним зв'язком.
<i>Рефлексивне коло «Що я усвідомив/усвідомила сьогодні»</i>	Письмове самоосмислення – учасники формулюють три відкриття про себе, які з'явилися під час заняття, та один крок для практичного впровадження змін.
<i>Домашнє завдання</i>	Ведення «рефлексивного щоденника» – учасники щодня коротко фіксують епізоди, де проявляється їхня професійна ідентичність (у спілкуванні, допомозі, емоційних реакціях).
<i>Критерії оцінювання динаміки</i>	Підвищення відкритості у спілкуванні; здатність називати власні сильні та слабкі сторони; зростання рівня усвідомленості; вираження позитивного ставлення до професії.

Після проходження першого модуля спостерігається помітне зростання рефлексивної активності учасників. Вони стають уважнішими до власних реакцій, глибше розуміють причини професійних труднощів і починають бачити зв'язок між внутрішнім станом і зовнішнім образом фахівця. Формується основа для подальшої роботи над іміджем – через прийняття власної унікальності та визнання потреби в розвитку.

Модуль 1 є психологічним стартом програми: він знімає напруження, відкриває внутрішній простір довіри й сприяє переходу від поверхневих уявлень про професійність до глибинного усвідомлення себе як психолога.

Модуль 2. Ідентичність і автентичність

Другий етап тренінгової програми спрямований на поглиблення усвідомлення професійної ідентичності та пошук внутрішньої узгодженості між тим, ким психолог є насправді, і тим, ким прагне бути. Після попереднього етапу, який активізував первинну рефлексію, учасники переходять до більш складної роботи з особистими установками, цінностями та внутрішніми конфліктами, що впливають на професійне самосприйняття.

Даний модуль допомагає побачити, як внутрішні переконання формують професійні дії та стиль взаємодії. Особлива увага приділяється автентичності як основі довіри між психологом і клієнтом. Учасники вчаться розпізнавати власні внутрішні суперечності, помічати невідповідності між зовнішньою поведінкою та справжніми намірами, а також приймати свою професійну індивідуальність без спроб «підлаштуватися» під чужі моделі.

Таблиця 3.2.2

Модуль 2 – «Ідентичність і автентичність»

Компонент	Змістове наповнення / опис діяльності
<i>Мета</i>	Поглиблення саморозуміння, усвідомлення професійних цінностей і формування цілісного відчуття власного професійного «Я».
<i>Тривалість</i>	2 заняття по 3 академічні години (усього 6 годин).
<i>Форма роботи</i>	Групові інтерактивні вправи, рольові ситуації, парні інтерв'ю та рефлексивні дискусії.
<i>Вправа 1 «Моє професійне дерево»</i>	Кожен учасник малює дерево, де коріння – його базові цінності, стовбур – головні якості, гілки – професійні ролі, а плоди – результати, якими він пишається. Потім відбувається групове обговорення: що живить «дерево» і що заважає його росту.
<i>Міні-лекція «Ідентичність як процес»</i>	Коротке обговорення поняття професійної ідентичності, її динаміки й зв'язку з іміджем. Тренер підкреслює, що ідентичність не є статичним станом – це шлях постійного узгодження внутрішнього й зовнішнього досвіду.
<i>Вправа 2 «Діалог із внутрішнім критиком»</i>	Робота в парах. Один учасник уособлює свій «внутрішній голос сумніву», інший відповідає йому з позиції підтримки. Мета – навчитися помічати автокритичні установки, перетворюючи їх на ресурси розвитку.
<i>Вправа 3 «Маски та справжнє Я»</i>	Символічна вправа: учасники створюють паперову «маску» психолога, яку зазвичай демонструють у роботі, а потім формулюють, що залишається «за маскою». Відбувається обговорення – як автентичність впливає на довіру в професійних стосунках.
<i>Рефлексивне коло</i>	Письмова робота: учасники завершують речення «Я відчуваю, що стаю ближчим до себе, коли...» та «Мій професійний імідж справжній тоді, коли...». Потім охочі діляться висновками.
<i>Домашнє завдання</i>	Підготувати короткий есе-роздум «Мій професійний образ очима клієнта».
<i>Критерії оцінювання динаміки</i>	Підвищення рівня самоусвідомлення; посилення впевненості у власних цінностях; зменшення внутрішніх суперечностей; прояв автентичності у професійних висловлюваннях.

Другий модуль поглиблює процес саморефлексії, ініційований на попередньому етапі, і переводить його у площину *внутрішнього прийняття*.

Учасники поступово відмовляються від шаблонних уявлень про «правильного психолога» й формують більш реалістичний, живий образ професійного «Я».

Саме тут відбувається *зміщення фокусу з зовнішньої ролі на внутрішню сутність*: зростає здатність визнавати власні межі, приймати недосконалість, зберігаючи при цьому професійну гідність. Таким чином, модуль створює психологічну основу для формування автентичного іміджу, що базується не на демонстрації, а на глибинному розумінні себе як фахівця.

Модуль 3. Етична рамка взаємодії

На цьому етапі тренінгової програми учасники переходять від індивідуального усвідомлення до соціальної взаємодії – процесу, у якому професійний імідж психолога проявляється найвиразніше. Саме в контексті комунікації, консультативної практики, колегіального обговорення чи публічної діяльності імідж стає не лише індивідуальною характеристикою, а й етичною позицією.

Завдання модуля полягає у тому, щоб допомогти учасникам усвідомити відповідальність за створення безпечного психологічного простору, навчитися дотримуватися професійних меж і зберігати внутрішню стабільність у процесі взаємодії. Принцип «етики присутності» – коли сам факт поведінки, інтонації, тону голосу чи невербальних сигналів уже є частиною професійного впливу – стає центральним у роботі цього модуля.

Таблиця 3.2.3

Модуль 3 – «Етична рамка взаємодії»

Компонент	Змістове наповнення / опис діяльності
<i>Мета</i>	Формування відповідального ставлення до професійних меж і етичних принципів взаємодії; розвиток навичок емоційного самоконтролю, толерантності та поваги до іншого.
<i>Тривалість</i>	2 заняття по 3 академічні години (усього 6 годин).
<i>Форма роботи</i>	Груповий тренінг, рольові вправи, аналіз професійних ситуацій, обговорення реальних кейсів.
<i>Вправа 1 «Межі і простір довіри»</i>	Учасники розміщують у центрі аркуша коло «Я – психолог» і навколо нього – інші ролі (друг, партнер, колега). Потім позначають зони, де можливі порушення кордонів. Групове обговорення спрямоване на усвідомлення професійних меж і правил етичної взаємодії.

<i>Міні-лекція «Етичний кодекс як живий документ»</i>	Тренер наголошує, що кодекс – не лише формальний набір правил, а відображення внутрішніх цінностей професії. Обговорюються приклади типових дилем: конфіденційність, подвійні стосунки, професійна дистанція, самореклама.
<i>Вправа 2 «Коли етика стає вибором»</i>	Робота в малих групах. Кожна отримує ситуацію (наприклад: клієнт – знайомий, консультативна межа розмита, або колега порушує конфіденційність). Завдання – знайти етичне рішення, аргументувати його та представити групі.
<i>Вправа 3 «Тиша як професійна дія»</i>	Тренер пропонує кілька хвилин мовчазної присутності. Потім учасники діляться відчуттями: наскільки комфортно бути у «мовчазному контакті». Обговорюється, як тиша, пауза, невербальні сигнали формують професійний імідж.
<i>Рефлексивне коло</i>	Письмово завершити речення: «Етичність для мене – це...», «Мій професійний імідж виграє, коли я...», «Межі – це не обмеження, а...». Обговорення добровільне.
<i>Домашнє завдання</i>	Скласти власний «Етичний маніфест психолога» – короткий список принципів, яких учасник зобов’язується дотримуватись у роботі.
<i>Критерії оцінювання динаміки</i>	Посилення усвідомлення професійної відповідальності; адекватне розуміння меж; готовність до етичних рішень у складних ситуаціях; емпатійність і толерантність у комунікації.

Третій модуль є центральною ланкою між внутрішнім становленням фахівця і його зовнішнім проявом у професійному середовищі. Учасники починають усвідомлювати, що *етика – це не лише норми поведінки, а форма самоповаги* й водночас спосіб збереження довіри клієнтів.

Під час роботи проявляється підвищення рівня етичної рефлексії: учасники точніше ідентифікують ситуації морального вибору, вчаться приймати рішення, орієнтуючись на цінності професії, а не на зовнішній тиск. Це сприяє становленню відповідального, зрілого іміджу психолога, який здатен бути автентичним і водночас професійно врівноваженим.

Модуль 4. Самопрезентація і професійна комунікація

Після осмислення власного професійного «Я» і закріплення етичних орієнтирів учасники переходять до практичного рівня самореалізації – від внутрішнього усвідомлення до зовнішнього прояву. Цей модуль спрямований на розвиток уміння презентувати себе в різних професійних контекстах: індивідуальне консультування, робота в команді, публічні виступи, онлайн-присутність.

Особливу увагу приділено балансу між автентичністю й професійною роллю. Самопрезентація розглядається не як демонстрація, а як комунікативна компетентність, що поєднує впевненість, емпатію, ясність висловлювань і повагу до співрозмовника.

Таблиця 3.2.4

Модуль 4 – «Самопрезентація і професійна комунікація»

Компонент	Змістове наповнення / опис діяльності
<i>Мета</i>	Формування навичок ефективної самопрезентації та конструктивної професійної комунікації; розвиток уміння інтегрувати внутрішній образ «Я-психолог» у зовнішню взаємодію.
<i>Тривалість</i>	2 заняття по 3 академічні години (усього 6 годин).
<i>Форма роботи</i>	Тренінг комунікативних навичок, рольові ситуації, відеозапис і зворотний зв'язок, елементи публічного виступу.
<i>Вправа 1 «Моя професійна візитівка»</i>	Кожен учасник формулює коротку самопрезентацію (до 2 хвилин), яка передає його унікальний стиль і професійну позицію. Інші учасники дають зворотний зв'язок – що було автентичним, що потребує уточнення.
<i>Міні-лекція «Комунікація як частина іміджу»</i>	Обговорення невербальних компонентів іміджу: постава, жести, міміка, тон голосу. Тренер пояснює, як несвідомі сигнали формують перше враження й впливають на сприйняття професійності.
<i>Вправа 2 «Складна розмова»</i>	Робота в парах. Один учасник у ролі психолога має донести важливе повідомлення (наприклад, обмеження консультації, відмова у запиті клієнта) у доброзичливій, але впевненій формі. Після цього група аналізує ефективність комунікації.
<i>Вправа 3 «Я у публічному просторі»</i>	Кожен учасник обирає професійну тему та коротко презентує її (3–4 хвилини). Використовується відеозапис. Потім перегляд і самоаналіз: що допомагає справляти позитивне враження, а що варто вдосконалити.
<i>Рефлексивне коло</i>	Завершальне обговорення: «Як змінився мій спосіб говорити про себе як про фахівця?», «Що я відчуваю, коли презентую себе?».
<i>Домашнє завдання</i>	Створити короткий текст для власного професійного блогу, сайту чи профілю в соцмережі, який би відображав автентичний образ психолога.
<i>Критерії оцінювання динаміки</i>	Зростання впевненості у самопрезентації; покращення невербальної виразності; розвиток ясності й логічності мовлення; здатність отримувати та приймати зворотний зв'язок без захисних реакцій.

Четвертий модуль переводить процес формування позитивного іміджу у площину дії. Учасники вчаться реалізовувати набуте саморозуміння у конкретних комунікативних ситуаціях, демонструючи зрілість, відкритість і впевненість без втрати етичності.

На цьому етапі відбувається інтеграція особистісного й професійного: імідж стає виявом внутрішньої стабільності. Учасники починають сприймати комунікацію не як технічну навичку, а як психологічну форму присутності, через яку проявляються їхні цінності, стиль і професійна позиція.

Таким чином, модуль завершує логічний перехід від самопізнання – до усвідомленої самопрезентації, створюючи основу для сталого, автентичного та позитивного професійного іміджу психолога.

Модуль 5. Інтеграція й план дій

Фінальний модуль є підсумковим етапом тренінгової програми, у межах якого учасники узагальнюють власний досвід, рефлексують набуті інсайти та формують особисті стратегії подальшого професійного зростання. Саме тут процес переходить від навчального до життєво-практичного рівня: рефлексія трансформується у рішення, а новий образ професійного «Я» набуває чіткої поведінкової форми.

Цей модуль має особливе значення, оскільки він сприяє інтеграції внутрішніх і зовнішніх аспектів іміджу. Якщо попередні етапи були зосереджені на усвідомленні, прийнятті, етичному балансі та комунікації, то тепер відбувається синтез – поєднання самопізнання з дією, що забезпечує стабільність позитивного іміджу психолога в реальному професійному середовищі.

Таблиця 3.2.5

Модуль 5 – «Інтеграція й план дій»

Компонент	Змістове наповнення / опис діяльності
<i>Мета</i>	Узагальнення здобутих результатів, інтеграція особистісних і професійних змін, формування індивідуальної стратегії самореалізації та підтримання позитивного іміджу.
<i>Тривалість</i>	2 заняття по 3 академічні години (усього 6 годин).
<i>Форма роботи</i>	Групові обговорення, індивідуальні презентації, творчі завдання, коучингові техніки, візуалізація плану дій.
<i>Вправа 1 «Мій професійний шлях: точки росту»</i>	Учасники створюють «лінію життя психолога» – позначають ключові події, що вплинули на їхню професійну ідентичність, та визначають, які з них сформували теперішній імідж. Обговорюється, як досвід може бути ресурсом для подальшого розвитку.

<i>Міні-лекція «Імідж як динамічна система»</i>	Тренер узагальнює попередні теми, наголошуючи, що позитивний професійний імідж не є разовим досягненням, а постійним процесом самопідтримки, який потребує свідомості, гнучкості й самоповаги.
<i>Вправа 2 «Мій план дій»</i>	Кожен учасник формулює три коротко- та довгострокові цілі щодо власного професійного розвитку. Для кожної мети визначаються конкретні кроки, ресурси та можливі ризики. Робота завершується індивідуальними презентаціями планів.
<i>Вправа 3 «Зворотний зв'язок групи»</i>	Кожен учасник отримує письмовий позитивний фідбек від інших – три якості, що формують його сильний професійний імідж. Це підкріплює відчуття спільноти й підтримки.
<i>Рефлексивне коло «Мій імідж сьогодні»</i>	Завершальний етап. Кожен учасник описує, як він бачить свій професійний образ тепер, після проходження програми, та що змінилося у ставленні до себе.
<i>Домашнє завдання</i>	Створити персональну «Карту професійного іміджу» – візуальний колаж або презентацію, що символічно відображає професійні цінності, ресурси, стиль спілкування та бажані орієнтири розвитку.
<i>Критерії оцінювання динаміки</i>	Посилення внутрішньої узгодженості між цінностями й поведінкою; здатність планувати професійне зростання; вираження стабільної ідентичності; наявність реалістичного плану самореалізації.

П'ятий модуль завершує логіку тренінгової програми, перетворюючи накопичений досвід у *систему особистісно-професійного самоменеджменту*. На цьому етапі учасники усвідомлюють власні ресурси, формують внутрішню впевненість і беруть на себе відповідальність за подальше професійне зростання.

Інтеграція пройдених тем – рефлексії, автентичності, етичності та комунікації – дає можливість створити *цілісний професійний образ психолога*, який базується на внутрішній гармонії, а не на зовнішній демонстративності. Учасники вчаться підтримувати власний імідж як живу, гнучку систему, що розвивається разом із особистістю.

У такий спосіб фінальний модуль завершує цикл формування позитивного професійного іміджу, відкриваючи перспективу самостійного продовження цього процесу в реальній практиці психолога.

Після завершення реалізації тренінгової програми було проведено повторне діагностування за тими самими методиками, що й на констатувальному етапі: Шкала самореалізації особистості (Self-Realization Scale, адаптація О. Пінської), Методика вивчення “Я-образу професіонала” (С. Ренке, І. Макачук) та Опитувальник рефлексивності особистості (Kember et

al., адаптація Н. Пов'якель). Повторне вимірювання дозволило оцінити динаміку показників, виявити зміни у рівні самореалізації, структурі професійного образу та розвитку рефлексивності як внутрішнього механізму професійного самозростання.

Дослідження проводилося з тією самою вибіркою – 31 практикуючий психолог (жінки віком 25–55 років, які мають психологічну освіту та працюють у центрі «RiPlay» або в інших установах міста Миколаєва). Всі учасники взяли участь у повному циклі тренінгової програми протягом чотирьох тижнів, після чого пройшли повторне тестування.

Таблиця 3.2.6

Порівняння показників до та після тренінгу (у % від загальної кількості опитаних, n = 31)

Методика / Показник	Рівень	До тренінгу (%)	Після тренінгу (%)	Динаміка (Δ)
<i>Шкала самореалізації особистості</i>	Високий	29,0	61,3	+32,3
	Середній	48,4	35,5	–12,9
	Низький	22,6	3,2	–19,4
<i>Методика “Я-образ професіонала”</i>	Висока узгодженість «ідеального» і «реального» Я	25,8	54,8	+29,0
	Середня узгодженість	51,6	38,7	–12,9
	Внутрішня суперечливість	22,6	6,5	–16,1
<i>Опитувальник рефлексивності особистості</i>	Високий рівень рефлексивності	32,3	67,7	+35,4
	Середній	45,2	29,0	–16,2
	Низький	22,5	3,3	–19,2

Порівняльні результати свідчать про чітку позитивну динаміку у всіх ключових вимірах. Найбільше зростання спостерігається у рівні рефлексивності (+35,4%) та відчутті самореалізації (+32,3%). Такі показники відображають ефективність інтеграційного підходу тренінгу, що поєднав рефлексивні, етичні та комунікативні практики.

Зменшення частки учасників із низькими рівнями за всіма шкалами демонструє перехід від неусвідомлених моделей поведінки до рефлексивно-керованих, що, своєю чергою, посилює автентичність професійного іміджу.

Для візуалізації отриманих результатів побудовано кругову діаграму, яка демонструє зростання частки учасників із високими рівнями за трьома критеріями – самореалізацією, узгодженістю професійного «Я» та рефлексивністю. Зміни після тренінгу відображають не лише кількісний приріст, а й якісну трансформацію професійного самосприйняття.

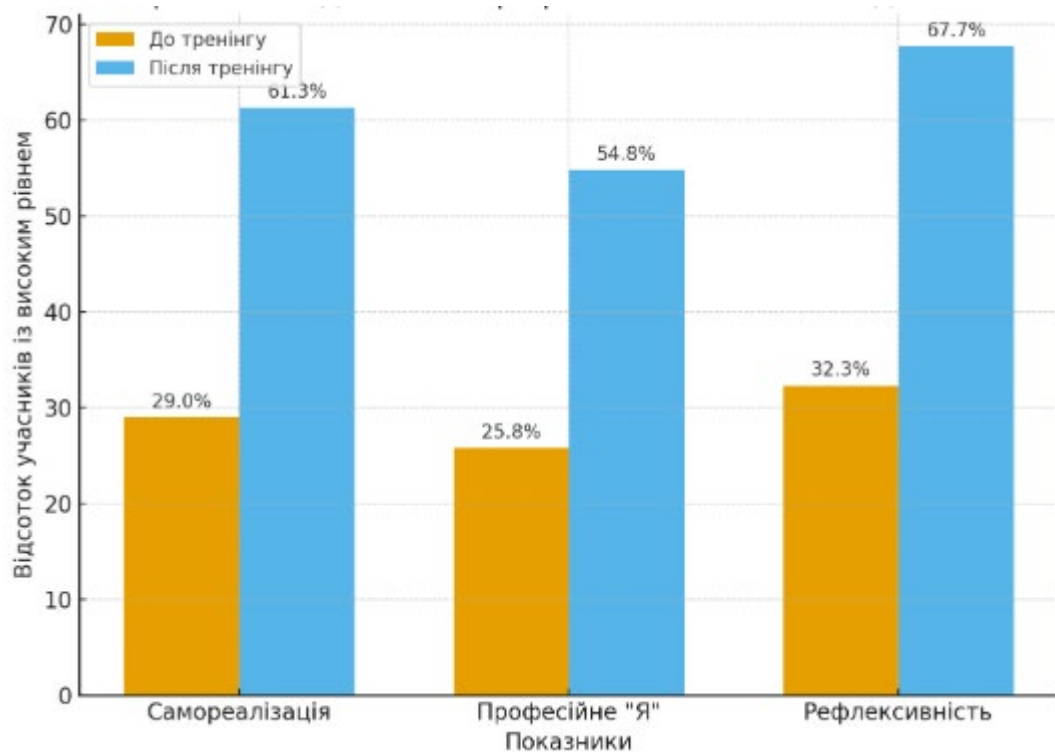


Рис. 3.2.1. Динаміка ключових показників після проходження тренінгу

Порівняльна діагностика підтвердила висунуту гіпотезу: розвиток професійного іміджу безпосередньо пов'язаний із підвищенням рівня самореалізації та рефлексивності. Тренінгова програма створила умови для переходу від зовнішньо орієнтованої поведінки до глибшого самоусвідомлення, що позитивно вплинуло на загальну професійну ефективність психологів.

Проведення тренінгової програми дало змогу переконливо підтвердити, що розвиток позитивного професійного іміджу психолога є результатом цілеспрямованої внутрішньої роботи, що поєднує усвідомлення власних

цінностей, рефлексію, самореалізацію та етичну відповідальність. Після участі у програмі більшість фахівців продемонстрували зростання рівня самоприйняття, гармонізацію професійного «Я», а також підвищення здатності до самоаналізу й саморегуляції. Це свідчить про ефективність запропонованих психолого-педагогічних умов, спрямованих на інтеграцію особистісного й професійного розвитку.

Результати порівняльного аналізу показали, що зміни мали не лише кількісний, а й якісний характер – учасники почали усвідомлювати свій імідж не як зовнішню форму, а як глибоку складову професійної ідентичності. Формування автентичного образу фахівця стало можливим завдяки поєднанню когнітивного, емоційного та поведінкового компонентів, що було посилено через рефлексивні вправи та досвід групової взаємодії.

Узагальнюючи результати тренінгу, можна виокремити кілька *ключових рекомендацій*, які сприятимуть подальшому професійному зростанню та зміцненню позитивного іміджу психолога:

1. *Підтримувати системну саморефлексію* – аналіз власних професійних дій та емоційних реакцій сприяє усвідомленню внутрішніх ресурсів і розвитку професійної зрілості.
2. *Забезпечувати узгодженість між «ідеальним» і «реальним» Я* – це формує автентичність і підвищує довіру з боку клієнтів.
3. *Розвивати професійне середовище та наставництво* – взаємодія з колегами створює простір підтримки, обміну досвідом і формує відчуття професійної спільності.
4. *Дотримуватися етичної стабільності* – послідовність у діях і комунікації закріплює позитивний професійний імідж.
5. *Підтримувати баланс між особистим і професійним життям* – гармонія цих сфер запобігає емоційному вигоранню й підтримує ефективність самореалізації.

Таким чином, сформована модель розвитку позитивного професійного іміджу має не лише корекційний, а й прогностичний потенціал: вона створює

підґрунтя для сталого професійного зростання, збереження психологічного благополуччя та реалізації гуманістичних принципів психологічної практики.

Висновки до розділу 3

Проведене дослідження дозволило всебічно розкрити психолого-педагогічні умови, що забезпечують розвиток позитивного професійного іміджу психолога як інтегрального результату його особистісного й професійного становлення. У цьому розділі було підтверджено, що формування професійного іміджу не є спонтанним процесом – воно ґрунтується на свідомій роботі фахівця над власним «Я», опосередкованій професійною підготовкою, освітнім середовищем та ціннісними орієнтирами.

Розглянуто, що вирішальну роль у становленні іміджу відіграють *самореалізація та рефлексивність*, які виступають внутрішніми регуляторами професійного розвитку. Під впливом освітнього середовища, наставництва та дотримання етичних стандартів ці чинники забезпечують інтеграцію особистісного досвіду в професійну ідентичність, сприяючи гармонійному поєднанню зовнішнього образу й внутрішнього змісту діяльності.

Виявлено, що *ефективність формування позитивного іміджу* значною мірою залежить від рівня усвідомленості психологом власних професійних мотивів, цілей та життєвих смислів. Створення рефлексивного освітнього простору дозволяє стимулювати особистісну активність студентів, їхню здатність до самоаналізу, конструктивного самопрезентування й відповідального прийняття професійних рішень.

Практична реалізація тренінгової програми підтвердила, що розвиток іміджу є керованим процесом, який можна посилювати за допомогою спеціально створених психолого-педагогічних умов. Після участі у тренінгу зафіксовано підвищення рівня самореалізації, зростання професійної рефлексії та гармонізацію «ідеального» й «реального» Я-образу. Це свідчить

про результативність поєднання когнітивних, емоційних і поведінкових методів, спрямованих на формування автентичного професійного образу.

Позитивні зрушення після реалізації програми дають підстави стверджувати, що розвиток іміджу є не лише відображенням професійної компетентності, а й показником цілісності особистості психолога. Такі зміни сприяють підвищенню професійної ефективності, зміцненню етичних орієнтирів, розвитку емпатійності та впевненості у власних можливостях.

Отже, у межах розділу обґрунтовано, що формування позитивного професійного іміджу можливе за умови реалізації таких ключових положень:

- створення *розвивального освітнього середовища*, яке підтримує рефлексію, самовираження та особистісну активність майбутніх психологів;
- *інтеграція особистісного досвіду* в професійну ідентичність через рефлексивні практики, етичне наставництво й професійне співтворення;
- *цілеспрямована робота над внутрішнім образом професіонала*, що поєднує самопізнання, етичну відповідальність і комунікативну культуру.

Таким чином, сформовані у процесі дослідження висновки підтверджують ефективність розробленої моделі розвитку позитивного іміджу психолога та створюють наукове підґрунтя для подальшого вдосконалення професійної підготовки у сфері психологічної освіти.

ВИСНОВКИ

Дослідження на тему «Імідж психолога як чинник успішної професійної самореалізації» було спрямоване на теоретичне обґрунтування, емпіричне вивчення та практичне підтвердження того, що позитивний професійний імідж є не лише зовнішньою характеристикою фахівця, а глибинним відображенням його особистісної зрілості, рефлексивності й внутрішньої гармонії. У процесі роботи послідовно реалізовано мету та завдання дослідження, що дозволило сформулювати узагальнені висновки.

1. Теоретичний аналіз проблеми засвідчив, що професійний імідж психолога є багатовимірним феноменом, який поєднує зовнішні атрибути (манеру спілкування, поведінкові прояви, комунікативний стиль) із внутрішніми якостями особистості – гуманістичною спрямованістю, етичністю, саморефлексією, емоційною зрілістю. У наукових підходах імідж розглядається як соціально-психологічна конструкція, що формується на перетині особистісних рис, професійних компетенцій та соціальних очікувань. Його роль у діяльності психолога полягає у забезпеченні довіри, авторитету, ефективної комунікації та професійного впливу.

2. Визначено взаємозв'язок між професійним іміджем і самореалізацією фахівця. Імідж виступає своєрідним індикатором рівня розвитку професійного «Я» – він відображає ступінь інтеграції особистісних і професійних цінностей, узгодженість між ідеальним і реальним образом себе. Успішна самореалізація психолога можлива лише тоді, коли його імідж є автентичним, тобто співзвучним внутрішньому світу, досвіду та смыслу фахівця.

3. Емпіричне дослідження, проведене з використанням комплексу методів (спостереження, напівструктуроване інтерв'ю, Шкала самореалізації особистості А. Джонса у адаптації О. Пінської, методика «Я-образ професіонала», Опитувальник рефлексивності), дозволило виявити важливі закономірності становлення професійного іміджу. Учасники з високими показниками самореалізації демонстрували розвинену здатність до рефлексії, етичну стабільність, гармонійне поєднання особистісного й професійного

досвіду. Статистичний аналіз підтвердив наявність значущих кореляцій між рівнем самореалізації, рефлексивністю та структурою професійного «Я» ($r = 0,74, p < 0,01$), що свідчить про визначальну роль внутрішньої усвідомленості у формуванні позитивного іміджу.

Аналіз результатів напівструктурованих інтерв'ю виявив, що більшість респондентів сприймають імідж як прояв професійної автентичності, а не як зовнішній інструмент впливу. У їхніх висловлюваннях переважають теми самопізнання, цінності допомоги, професійної етики та внутрішньої гармонії. Це підтвердило гіпотезу про те, що імідж психолога є не просто зовнішнім образом, а психологічним ресурсом, який підтримує стійкість і ефективність у професійній діяльності.

4. Розроблена й апробована тренінгова програма розвитку професійного іміджу продемонструвала практичну ефективність. Її структура включала три модулі, спрямовані на розвиток самопізнання, рефлексії, етичної стабільності, комунікативної культури та самопрезентації. Після участі в програмі було зафіксовано підвищення рівнів самореалізації та узгодженості професійного «Я», що підтвердило доцільність системного підходу до формування іміджу у процесі підготовки майбутніх фахівців.

Порівняльна динаміка показників до і після участі у програмі засвідчила позитивні зрушення: зменшилася кількість респондентів із низьким рівнем самореалізації, зросла вираженість рефлексивних механізмів і впевненість у власній професійній ролі. Це дало змогу зробити висновок, що професійний імідж може бути керованою змінною розвитку особистості психолога за умови цілеспрямованого впливу та педагогічної підтримки.

Теоретичні й практичні результати дослідження підтвердили гіпотезу: імідж психолога є суттєвим чинником його професійної самореалізації, оскільки відображає рівень розвитку професійної ідентичності, рефлексії та ціннісно-мотиваційної сфери. Позитивний імідж не лише формує довіру до фахівця, а й забезпечує внутрішню стабільність, сприяє емоційній стійкості та відчуттю сенсу у професійній діяльності.

Отже, у результаті виконаної роботи підтверджено, що розвиток позитивного професійного іміджу є невід’ємною складовою самореалізації психолога, а також важливою умовою його професійного становлення. Розроблені психолого-педагогічні умови й тренінгова програма можуть бути використані в системі підготовки студентів спеціальності «Психологія» та у підвищенні кваліфікації практикуючих фахівців.

Підсумовуючи проведені дослідження, можна стверджувати, що імідж психолога є не лише зовнішнім проявом професійної культури, а передусім відображенням внутрішньої зрілості, гуманістичних переконань і здатності до рефлексії. Його формування – це динамічний і тривалий процес, у якому поєднуються самопізнання, етична відповідальність і прагнення до автентичності. Позитивний професійний імідж стає своєрідним маркером цілісності особистості фахівця, що поєднує знання, емоційну чуйність і духовну рівноваженість.

Імідж психолога постає як інтегративний феномен, що поєднує науковість мислення з людяністю серця, професійну компетентність із моральною стійкістю. У цьому гармонійному поєднанні наукового, етичного та особистісного вимірів розкривається сутність справжньої професійності, де головною метою стає не лише допомога іншому, а й власне зростання через взаємодію, довіру та співпереживання. Отже, позитивний імідж психолога – це не статичний результат, а процес постійного самовдосконалення й духовного дозрівання, що супроводжує фахівця протягом усього професійного життя. У цій єдності знання, етики й особистісного сенсу проявляється справжня місія психолога – бути посередником між наукою і людською душею, носієм мудрості, добра та віри в силу особистісного розвитку.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні вибірки, вивченні динаміки іміджу на різних етапах професійного розвитку та розробленні моделей супервізійної підтримки, що сприятимуть збереженню автентичності й етичної стабільності психолога у сучасних соціокультурних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва Т. В. Психологічні особливості уявлень студентів ВНЗ про відповідальність у процесі професійного становлення. *Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць* Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України.. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2014. Вип. 23. С. 19-31.
2. Андрійчук І. П. Формування позитивної «Я-концепції» особистості майбутніх практичних психологів у процесі професійної підготовки : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. Київ., 2003. 19 с
3. Атаманська К. І. Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. *Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія*. 2012. Вип. 37(2). С. 28-32
4. Ашиток Н. Формування професійного іміджу майбутнього педагога в культурологічному аспекті / Молодь і ринок, 2018. №1 (156) . С. 21–25. URL: <http://mir.dspu.edu.ua/article/view/126380/121241> (дата звернення: 8.09. 2025).
5. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка наблік рилейшнз: Моногр. К.: МАУП, 2005. 440 с.
6. Білик Т. М. Концептуальний простір поняття імідж у психологічній літературі. *Психологічні перспективи*. 2011. Вип. 17. С. 12-18.
7. Богатирчук-Кривко С. Імідж професії створюємо самі. *Землевпорядний вісник*. 2012. № 12. С. 6-9.
8. Бородулькіна Т. О. Технологія використання КТС А. М. Еткінда при дослідженні іміджу професії студентів-психологів. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2010. Вип. 2. С. 95-107.
9. Васильєва І.В., Кулешова О.В. Особливості іміджу професії у майбутніх психологів. *Perspective of science and practice. Abstracts of XIII International*

- Scientific and Practical Conference. Amsterdam, Netherlands 2021. Pp. 244- 248.*
 Веб-сайт. URL: <https://eu-conf.com> (дата звернення 18.08.2025)
10. Гавриловська К., Пелешок Г. Динаміка іміджу майбутнього у студентів психологічних спеціальностей протягом навчання у ВНЗ. URL: <http://surl.li/axzbr>
 11. Гутиря М., Кононова М. Чинники професійної самоактуалізації майбутніх психологів у процесі фахової підготовки. Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки. Випуск 1. 2011. с. 56-62
 12. Давидова О. В. Емпіричне дослідження взаємозв'язку стереотипного іміджу професії психолог із проявом рефлексії у студентів психологів. *Вісник післядипломної освіти. Серія : Соціальні та поведінкові науки.* 2020. Вип. 14. С. 51-67.
 13. Дружиніна І.А. Професійне становлення майбутніх психологів: теоретико-методологічний аналіз проблеми. *Український науковий журнал «Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації»*, 2011. №2. С.425–427.
 14. Дубовик Н. А. Ретроспектива дослідження поняття "імідж": американський, європейський та вітчизняний досвід. *Гілея: науковий вісник.* 2018. Вип. 138(3). С. 18-21.
 15. Затворнюк О. М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*, 2014. № 9-10 (28-29). С.41-44
 16. Іванова Т. П. Я-концепція як складова професійної свідомості психологів. *Соціальна психологія.* № 9, 2007. С. 36 – 39.
 17. Іващенко А.І. Професійна рефлексія як механізм саморозвитку майбутніх психологів : дис. канд. психол. наук : 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія». Київ, 2020. 248 с.
 18. Кліманська М.Б. Психологічні особливості стереотипного сприймання професії психолога. *Проблеми загальної та педагогічної психології: зб. наук. пр.* 2011.13, Ч.3. С.171–177.

19. Ковальова О. О. Психологія іміджу: навч.-метод. посіб. Київ: Ліра-К, 2018. 128 с.
20. Кокун О. М. Психологія професійного становлення сучасного фахівця. Монографія. Наукове видання. Київ. ДП "Інформаційно-аналітичне агентство". 2012, 200 с.
21. Корень Т.О. Модель професійного розвитку майбутнього психолога у вищому навчальному закладі. Особистість в єдиному освітньому просторі : Електронний збірник наукових праць Запорізької обласної академії післядипломної педагогічної освіти. 2011. № 3 (4). URL: https://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp4/psihologia/koren.pdf. (дата звернення: 8.09. 2025).
22. Коркішко А. Аналіз сутності поняття "імідж" як міждисциплінарного феномену. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2016. № 5. С. 307-314
23. Коропецька О.М. Психологічні основи професійної орієнтації та самореалізації особистості. Київ. КНТ. 2016. 437 с.
24. Котикова О. М. Імідж-тренінг як засіб формування комунікативної компетентності майбутніх працівників торгівлі. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 16. Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики. 2018. № 31. С. 112–116.
25. Кравець Р. Е. Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2019. № 65(2). С. 53–57.
26. Крутько С. В. Психологічні особливості професійної Я-концепції особистості. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського*. Одеса : ПНПУ ім. К. Д. Ушинського. 2013. №3-4. С. 89-94.
27. Кулешова О. В. Формування іміджу професії у студентів під час навчання у ЗВО. *Збірник тез доповідей Всеукраїнського наукового круглого столу* (10

- листопада 2021 року) / за ред. С. Д. Максименка, В. В. Турбан. Київ, Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2021. С. 23-25
28. Лагода О. М. Імідж як стилістична характеристика особистості. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2007. № 2. С. 82-89.
29. Лигоміна Т.А. Професійний імідж практичного психолога закладу освіти: сутність поняття та структура феномену. Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Хмельницький, 22–23 грудня 2017 року) : у 2 ч. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. Ч. 2. С. 24–28.
30. Лінецька О. О. Психологічні особливості становлення професійного іміджу світу у студенті. *Наука і освіта*. 2015. № 10. С. 162-166.
31. Лозова О. М. Структура самоставлення майбутніх психологів як основа конструювання іміджу світу професії. *Проблеми сучасної психології*. 2013. Вип. 21. С. 338-348.
32. Мазоренко М. О. Діловий імідж – професійно важлива якість спеціалістів. *Проблеми екстремальної та кризової психології: зб. наук. праць*. Харків : УЦЗУ, 2010. Вип. 7. С. 319–327.
33. Мазоренко М. О. Психологічні складові іміджу сучасного фахівця. *Вісник Національного університету оборони України*, 2012. № 4 (29). С. 184–187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnaou_2012_4_39
34. Макарчук І. С., Мудрик А. Б. Психологічні особливості іміджу «Я-професіонал» у студентів психологів. URL: <http://surl.li/axzch> (дата звернення: 8.09. 2025).
35. Макарчук І. С., Мудрик А. Б. Психологічні особливості іміджу «Япрофесіонал» у студентів психологів. Веб-сайт. URL: <http://surl.li/axzch> (дата звернення: 8.09. 2025).
36. Матійків І.М., Ковальчук З.Я. Професійна майстерність психолога. Навчально-методичний посібник. Львів. 2016. 339 с.

37. Міхно К.О. Структура професійних уявлень та методи їх вивчення. *Вісник Київського національно-го університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Соціоло-гія. Психологія. Педагогіка. Київ, 2005. №22-23. С. 85–88
38. Міхно К.О. Динаміка уявлень студентів-психологів про майбутню професію : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 Київ, 2008. 19 с.
39. Панок В. Професійне становлення практичних психологів: досвід і перспективи. *Психологія і суспільство*. 2013. № 3. С. 135-141
40. Панок В. Г. Чаплак Я.В., Андреева Я.Ф. Основи психологічної допомоги: теорія та практика психоконсультування. Навчальний посібник. Чернівці. 2019. 383 с.
41. Пінська О.Л. Психологічні аспекти самореалізації особистості. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля*. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. 2022. № 2 (24). с. 107-113.
42. Поплавський М. М. Іміджологія: підручник Київ: Ліра-К, 2021. 360 с.
43. Попова В. В. Професійний імідж: основні напрями вивчення поняття. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2013. № 1. С. 170-173.
44. Приходько Ю.О. Практична психологія: введення в професію: навч. посібник. К.:Каравела, 2019. 232 с.
45. Процко Н. В. Роль іміджу у сприйнятті практичного психолога. URL: http://ecopsy.com.ua/data/zbirki/2009_20_2/sb20_ch2_29.pdf
46. Психологія. Вступ до спеціальності: навч. посібник / за ред. В.Й. Бочелюк, В.В. Зарицька. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 288 с.
47. Психологія. Вступ до спеціальності: навч. посібник / за ред. О. В. Іванова, Л.М. Москаток, С.І.Корсун. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 184 с.
48. Радчук Г. К. Психолого-педагогічні умови гармонізації Я-концепції майбутніх практичних психологів : методичні рекомендації для викладачів ВНЗ та практичних психологів освіти. Тернопіль, 2002. 48 с.
49. Ренке С. О. Психологічний аспект становлення професійного іміджу "Я" в майбутніх психологів. *Проблеми сучасної психології*. 2017. Вип. 38. С. 340–350.

50. Ренке С. О. Психологічні особливості мотиваційної регуляції процесу становлення професійного іміджу "Я" у майбутніх психологів. *Проблеми сучасної психології*. 2017. Вип. 37. С. 388-400.
51. Ренке С. О. Теоретико-методологічний аспект професійного іміджу "Я" як предмет психології. *Проблеми сучасної психології*. 2016. Вип. 34. С. 470-482.
52. Романовський О. Г. Особливості професійної підготовки майбутніх психологів в НТУ "ХП". *Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти : зб. наук. пр. / ред. Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, О. Г. РОМАНОВСЬКИЙ*. Харків : НТУ "ХП", 2012. Вип. 30-31 (34-35). – С. 5-10.
53. Самкова, О. Дослідження професійних стереотипів психолога. *Збірник наукових праць "Проблеми сучасної психології"*, 2016. №31. Веб-сайт. URL: <http://journal.ndiu.org.ua/index.php/2227-6246/article/view/157897> (дата звернення: 8.09. 2025).
54. Синишина В. Психолого-педагогічні умови формування готовності майбутніх практичних психологів до професійної діяльності. Педагогічні інновації у фаховій освіті. Випуск 10. Ужгород. 2019. с. 163-170.
55. Скрипаченко Т. В. Іміджева компетентність як чинник формування позитивного професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери. Теорія і практика сучасної психології. 2019. № 3. С. 20–24.
56. Сорочан Л. С. Психологія іміджу: навч.-метод. посіб. Луцьк: Східноєвроп. нац. унт ім. Лесі Українки, 2020. 108 с.
57. Співак Д. В. Психологічний аналіз досліджень розвитку професійного іміджу "Я" у майбутніх фахівців допомагаючих професій. *Психологія: реальність і перспективи*. 2016. Вип. 7. С. 206-210.
58. Становський З. Актуальні проблеми професійного становлення особистості майбутніх практичних психологів. *Проблеми підготовки і підвищення кваліфікації практичних психологів у ВУЗах: зб. мат. всеукр. наук.-практ. конф.* Київ, Тернопіль : Ніка-центр, 16-17 травня 2002. С. 49–52

59. Сучасний тлумачний словник української мови: 100 000 слів / За заг. ред. д-ра філолог. наук, проф. В. В. Дубічинського. Харків: ВД «Школа», 2008. 1008 с.
60. Танасійчук О. М. Архетипові іміджи професії психолога у студентів випускних курсів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Психологічні науки*. 2020. Вип. 2. С. 70-78.
61. Твердоступ-Бельнікова А. В. Структура іміджу "я-професіонал" у психології. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Психологія і педагогіка*. 2012. Вип. 19. С. 223-227.
62. Тимошенко Н. Професійна самореалізація як один із компонентів професійного самовдосконалення особистості. *Наукові записки. Серія : Педагогічні науки*. 2013 р. Випуск 121 (II). с. 160-163.
63. Томіліна С. С. Аналіз трактування поняття "професійний імідж" у науковій літературі. *Педагогіка вищої та середньої школи*. 2006. № 14. С. 102-107.
64. Фурман А.А. Ціннісно-орієнтаційні чинники особистісного розвитку студентів-психологів. *Психологія і суспільство*. 2009. № 3. С. 148–158.
65. Хомуленко Т. Б., Падафет Ю. Г., Скориніна О. В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2019. 272 с.
66. Царьков Ю., Фрадинська А. Професійні очікування майбутніх фахівців на етапі первинної професіоналізації. *Психологія суспільства*. 2011. №1. С.138-144
67. Чепелєва Н.В., Пов'якель Н.І. Теоретичне обґрунтування моделі особистості практичного психолога. *Психологія: збірник наук. праць*. Київ: НПУ імені М.П. Драгоманова, 1998. с.35-41.
68. Шевченко Н.Ф. Дослідження професійної спрямованості майбутніх психологів. *Вісник дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*. 2013. № 1 (5) с. 95-101
69. Щербак Г.І. Психологічні особливості професійного аспекту іміджу «Я» майбутніх психологів. *Вісник ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. Психологія*. Випуск 51. 2015. С.306-315

70. Юнг К. Г. Аналітична психологія. Видавництво: Центр навчальної літератури, 2022. 250 с.
71. Ямницький О.В. Особливості професійної Я-концепції майбутнього практичного психолога. *Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. Психологія*. 2014. Т.19. Вип. 1(31). С. 360-364
72. Friedrich W. Soziale Psychologie alterer Schuler. Auch wir Pädagogen stellen uns der Herausforderung dieses Jahrzehntes Für jeden Schüler der besten Start ins Leben Sichern. *Deutsche Lehrerzeitung-Dokumentation*. 2012. №20. P. 3-31
73. Korochentseva A. Socio-psychological characteristics and nonverbal behavior of the psychologist, as components of its professional image in student representations. *Web of Conferences*, 2020. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/70/e3sconf_itse2020_18076/e3sconf_its_e2020_18076.html

ДОДАТКИ

Додаток А

Шкала самореалізації особистості (Self-Realization Scale, автор – А. Jones, українська адаптація – О. Пінська)

Мета методики

Визначення рівня особистісної самореалізації, гармонійності внутрішнього розвитку, а також ступеня узгодженості між реальним і ідеальним образом «Я».

Інструкція для досліджуваних

Перед вами наведено низку тверджень, які стосуються різних аспектів вашого життя, самооцінки та ставлення до власних досягнень. Прочитайте кожне твердження та визначте, наскільки воно відповідає вашому внутрішньому стану.

Поставте оцінку за п'ятибальною шкалою:

- 1 – повністю не згоден
- 2 – скоріше не згоден
- 3 – важко визначитись
- 4 – скоріше згоден
- 5 – повністю згоден

Важливо відповідати швидко, не замислюючись довго. Не існує «правильних» або «неправильних» відповідей – важливо, щоб ваші відповіді відображали ваше реальне самовідчуття.

№	Твердження
1	Я відчуваю, що використовую свої здібності повною мірою.
2	Моя професійна діяльність дає мені відчуття сенсу життя.
3	Я приймаю свої сильні й слабкі сторони без осуду.
4	Мені вдається поєднувати особисте життя та професійні обов'язки.
5	Я відчуваю гармонію між тим, ким я є, і ким прагну стати.
6	Я вмію радіти навіть невеликим досягненням.
7	У більшості ситуацій я відчуваю впевненість у собі.
8	Мені притаманне прагнення до розвитку й пізнання нового.
9	Я можу впливати на події свого життя.
10	Я задоволений тим, як складається моя професійна кар'єра.
11	Я маю чітке уявлення про свої життєві цілі.
12	Мені властиве відчуття внутрішнього спокою й цілісності.

13	Я не боюся брати відповідальність за власні рішення.
14	Я приймаю свої емоції, навіть якщо вони не завжди приємні.
15	Моє життя є вираженням моїх переконань і цінностей.
16	Я відчуваю, що розвиваюся як особистість.
17	Мої взаємини з іншими людьми допомагають мені зростати.
18	Я маю сміливість бути собою навіть у складних ситуаціях.
19	Я розумію, чого очікую від майбутнього.
20	Я можу назвати себе щасливою людиною.
21	Я вмію пробачати собі минулі помилки.
22	Я часто відчуваю натхнення від своєї роботи чи діяльності.
23	Мені властиве відчуття внутрішньої свободи.
24	Я відчуваю, що живу у злагоді з собою.
25	Моє життя розвивається у напрямі, який я вважаю правильним.

Обробка результатів

Для обчислення загального показника самореалізації підсумовуються всі відповіді. Отримана сума інтерпретується відповідно до таких рівнів:

- **75–100 балів** – *високий рівень самореалізації*: особистість гармонійна, усвідомлює власний потенціал і активно його реалізує;
- **50–74 бали** – *середній рівень самореалізації*: особистість загалом задоволена собою, однак може відчувати певну внутрішню невпевненість або розбіжність між очікуваннями та реальністю;
- **25–49 балів** – *низький рівень самореалізації*: особистість часто відчуває незадоволення собою, труднощі у самовираженні та невпевненість у вибраному життєвому шляху.

Для поглибленого аналізу можуть бути розраховані окремі показники за субшкалами:

1. *Внутрішня узгодженість* – оцінює цілісність і гармонію особистості.
2. *Особистісне зростання* – показує спрямованість на розвиток, самопізнання, навчання.
3. *Емоційна задоволеність життям* – характеризує позитивне ставлення до себе, своєї діяльності й результатів.

Інтерпретаційні орієнтири

Високі показники за всіма субшкалами свідчать про сформовану, зрілу особистість, здатну до глибокої рефлексії, усвідомлених рішень і творчої реалізації у професії. Низькі або нерівномірні показники можуть вказувати на внутрішні суперечності,

неузгодженість між професійними цілями та особистими цінностями, потребу в підтримці або переосмисленні власних життєвих пріоритетів.

Примітка

Методика використовується виключно в науково-дослідницьких і психодіагностичних цілях. Її застосування потребує психологічної компетентності дослідника та дотримання етичних стандартів роботи з особистими даними.

МЕТОДИКА ВИВЧЕННЯ «Я-ОБРАЗУ ПРОФЕСІОНАЛА»
(Professional Self-Image Questionnaire, адаптація С. Ренке, І. Макаруч, реконструйований варіант)

Мета методики

Дослідження уявлень особистості про себе як професіонала, рівня усвідомлення власних професійних якостей, компетентності, моральних орієнтацій і цінностей, що визначають професійну поведінку.

Інструкція

Перед вами подано твердження, які описують різні сторони вашого ставлення до себе як до професіонала.

Будь ласка, уважно прочитайте кожне твердження й оцініть, наскільки воно відповідає вашому внутрішньому стану.

Оберіть один із варіантів відповіді:

- 1 – повністю не згоден
- 2 – скоріше не згоден
- 3 – важко визначитись
- 4 – скоріше згоден
- 5 – повністю згоден

Відповідайте щиро — важливо, щоб відповіді відображали ваше реальне сприйняття себе, а не бажане.

Твердження методики

№	Твердження
1	Я чітко розумію, у чому полягають мої професійні обов'язки.
2	Моя професійна діяльність відповідає моїм особистим цінностям.
3	Я впевнений у своїй професійній компетентності.
4	Мені притаманне почуття гордості за обрану професію.
5	Я усвідомлюю, як сприймають мене колеги.
6	Я схильний аналізувати власну поведінку у професійних ситуаціях.
7	Мені важливо розвивати свої знання та навички.
8	Я відчуваю, що моя робота має значення для інших.
9	Я можу адекватно оцінити свої сильні й слабкі сторони як фахівця.
10	Мій професійний імідж відповідає моїм внутрішнім переконанням.

11	Я спокійно сприймаю конструктивну критику своєї роботи.
12	Я намагаюся вдосконалювати свій професійний стиль спілкування.
13	Я здатний визнавати власні помилки у професійній діяльності.
14	Мені легко презентувати себе як фахівця перед іншими.
15	Я відчуваю задоволення від своєї роботи.
16	Я бачу себе професіоналом, який розвивається.
17	Мої колеги довіряють мені як спеціалісту.
18	Я усвідомлюю, які якості мені потрібно розвивати.
19	Я відчуваю відповідальність за результати своєї діяльності.
20	Мені властиве прагнення до професійного самовдосконалення.
21	Я сприймаю свою професію як частину власної ідентичності.
22	Мені цікаво ділитися досвідом із колегами.
23	Я відчуваю впевненість під час професійного спілкування.
24	Я аналізую, як мої дії впливають на інших людей.
25	Я бачу перспективи для подальшого розвитку в обраній професії.
26	Я відчуваю, що маю авторитет серед колег.
27	Я легко приймаю нові професійні виклики.
28	Я відкритий до змін у професійній сфері.
29	Я готовий навчатися протягом усього життя.
30	Я впевнений у власній здатності приймати правильні рішення.
31	Я маю сформовані професійні принципи, яких дотримуюсь.
32	Я бачу у своїй роботі простір для творчості.
33	Мій професійний досвід допомагає мені краще розуміти інших людей.
34	Я відчуваю, що моя праця приносить користь суспільству.
35	Я готовий брати на себе відповідальність за складні завдання.
36	Мені важливо, щоб моє ставлення до клієнтів відповідало етичним стандартам.
37	Я прагну досягти внутрішньої гармонії між професійним і особистим життям.
38	Я відчуваю, що моя професійна діяльність сприяє моєму особистісному зростанню.
39	Я можу чітко описати, яким професіоналом хочу стати в майбутньому.

40	Я вважаю себе зрілою, сформованою особистістю у своїй професійній сфері.
----	--

Обробка результатів

Підраховується загальна сума балів.

Мінімум – 40, максимум – 200 балів.

- **160–200 балів** – високий рівень сформованості професійного «Я-образу»;
- **110–159 балів** – середній рівень;
- **40–109 балів** – низький рівень, що свідчить про невпевненість у професійній ролі або внутрішню невизначеність.

Субшкали (компоненти професійного «Я»)

1. **Когнітивний компонент** – пункти 1, 5, 9, 11, 13, 18, 30 (знання про себе як фахівця, розуміння власних можливостей).
2. **Емоційно-оцінний компонент** – пункти 3, 4, 10, 14, 15, 17, 26, 37 (ставлення до себе, почуття професійної значущості).
3. **Мотиваційно-ціннісний компонент** – пункти 2, 7, 8, 20, 21, 25, 29, 34, 38 (цінності, мотиви, орієнтація на саморозвиток).
4. **Поведенковий компонент** – пункти 6, 12, 16, 19, 22, 23, 24, 27, 28, 31, 32, 33, 35, 36, 39, 40 (реалізація професійних дій, активність, відповідальність).

Інтерпретаційні орієнтири

Високі показники за всіма субшкалами свідчать про зрілу професійну ідентичність, узгодженість між уявленнями про себе та реальною діяльністю. Середні значення характерні для етапу становлення, коли фахівець ще формує стійке відчуття професійної ролі. Низькі показники можуть відображати невизначеність, низьку впевненість у власних силах або зовнішню залежність у професійній самопрезентації.

ОПИТУВАЛЬНИК РЕФЛЕКСИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ
*(Reflexivity Questionnaire, автори Kember et al., українська адаптація Н.
 Пов'якель, реконструйований варіант)*

Мета методики

Визначення рівня рефлексивності як інтегральної здатності особистості аналізувати власний досвід, усвідомлювати мотиви поведінки, оцінювати наслідки своїх дій та робити висновки, спрямовані на саморозвиток.

Інструкція

Перед вами наведено низку тверджень, що описують різні аспекти самопізнання та аналізу власного досвіду.

Будь ласка, уважно прочитайте кожне твердження і позначте, наскільки воно вам властиве, використовуючи таку шкалу:

- 1 – повністю не згоден
- 2 – скоріше не згоден
- 3 – важко визначитися
- 4 – скоріше згоден
- 5 – повністю згоден

Відповідайте широко: не існує правильних чи неправильних відповідей. Важливо, щоб ваші відповіді відображали ваші реальні переживання та спосіб мислення.

Твердження методики

№	Твердження
1	Я часто замислююся над тим, чому я дію саме так, а не інакше.
2	Після важливої події я намагаюся зрозуміти, які висновки можу зробити з неї.
3	Мені властиво аналізувати свої помилки, щоб не повторювати їх у майбутньому.
4	Я часто замислююся над тим, як мої слова впливають на інших людей.
5	Я намагаюся знайти причини своїх емоцій, коли відчуваю сильні переживання.
6	Я вмію побачити ситуацію очима іншої людини.
7	Я схильний оцінювати свої рішення з різних точок зору.
8	Після спілкування я часто думаю, чи правильно мене зрозуміли.
9	Я аналізую, які мої дії призвели до певних наслідків.
10	Мені цікаво розуміти, як я змінююся з часом.
11	Я помічаю, коли повторюю ті самі помилки у схожих ситуаціях.

12	Я замислююся, як мої цінності впливають на вибір дій.
13	Я здатен визнати, що моє попереднє бачення ситуації було помилковим.
14	Коли мені щось не вдається, я аналізую, що саме варто змінити у своїй поведінці.
15	Я часто ставлю собі запитання про сенс того, що роблю.
16	Я прагну зрозуміти закономірності у власних вчинках і рішеннях.
17	Я вмію виділяти головне у своїх життєвих переживаннях.
18	Я можу простежити, як мій минулий досвід вплинув на теперішні погляди.
19	Я замислююся над тим, як мене бачать інші люди.
20	Я намагаюся вчитися на досвіді інших людей.
21	Я вважаю важливим регулярно аналізувати власні дії та мотиви.
22	Я розумію, що рефлексія допомагає мені приймати більш усвідомлені рішення.

Обробка результатів

Підраховується сума балів за всіма 22 пунктами.

Мінімальний результат – **22 бали**, максимальний – **110 балів**.

Отриманий показник інтерпретується за такими рівнями:

- **85–110 балів** – високий рівень рефлексивності (особистість глибоко усвідомлює власні переживання, здатна до критичного аналізу й корекції поведінки);
- **55–84 бали** – середній рівень (рефлексивність проявляється вибірково, особа здатна до самоаналізу, але не завжди його здійснює систематично);
- **22–54 бали** – низький рівень (особа схильна діяти імпульсивно, уникає самоаналізу або має труднощі з осмисленням власного досвіду).

Субшкали (фактори рефлексивності)

1. **Звичка до критичного аналізу** (пункти 1, 4, 7, 13, 15, 21, 22) – характеризує прагнення до об'єктивного самоаналізу, уміння піддавати сумніву власні судження.
2. **Розуміння досвіду** (пункти 2, 3, 5, 10, 11, 14, 18) – відображає здатність бачити закономірності у власних діях, узагальнювати досвід.
3. **Рефлексивне осмислення дій** (пункти 6, 8, 9, 12, 16, 17, 19, 20) – демонструє глибину самоспостереження, здатність аналізувати свої вчинки в соціальному контексті.

Для кожної субшкали обчислюється середній бал; його зростання свідчить про вираженість відповідного аспекту рефлексивності.

Інтерпретаційні орієнтири

Високі результати за всіма субшкалами вказують на сформовану рефлексивну компетентність, що є основою для особистісного й професійного розвитку. Середні показники характерні для осіб, які усвідомлюють важливість самоаналізу, але ще не

завжди вміють його системно застосовувати. Низькі значення можуть свідчити про зовнішній локус контролю, емоційну імпульсивність чи недостатню схильність до усвідомленого осмислення власних дій.

Примітка

Опитувальник використовується у наукових і практичних дослідженнях для оцінки рівня розвитку рефлексивності в контексті професійного становлення особистості. Його застосування передбачає дотримання етичних принципів, а також забезпечення добровільності участі й конфіденційності результатів.