

Шляхта Артем Геннадійович,
головний спеціаліст відділу психологічного
забезпечення Департаменту персоналу
МВС України

ІМІДЖ ПСИХОЛОГА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ІЗ СПЕЦИФІЧНИМИ УМОВАМИ НАВЧАННЯ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ОБ'ЄКТАМИ СИСТЕМИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

В наш час формування ефективного іміджу стає актуальною проблемою для кожного. Особливо це важливо для осіб типу «людина-людина», зокрема для професії психолога[1]. Зовнішність психолога відіграє не меншу роль ніж теоретична та практична підготовка. Зовнішня та внутрішня привабливість може здобути довіру у клієнтів ще до початку роботи з ним.

Поняття іміджу є узагальненим, включає в себе не лише спеціально вироблені, створені, сформовані зовнішні характеристики. Воно пов'язане як із зовнішнім виглядом, так і з внутрішнім змістом, специфікою людини, її індивідуальністю. Імідж став предметом громадської уваги і наукового аналізу лише у кінці ХХ століття. Лише в середині 90-х років з'явилися перші серйозні вітчизняні розробки, які були присвячені психологічним аспектам формування іміджів Р.Ф. Ромашкин, Е.И. Манякін, Е.В. Гришунін, П.С. Гуревич, Ф.А. Кузін, В.Д. Попов, Б. Г Ушиков, В.М. Шепель, И.А. Федоров.

У системі освіти України діє психологічна служба в закладах дошкільної освіти, загальної середньої, позашкільної, спеціалізованої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої освіти та вищої освіти. На сьогодні наявність психолога в закладах освіти не є рідкістю, проте з'являються факти коли психологу за роки роботи не вдається здобути статусу професіоналу, як у працівників ЗВО так і у курсантів та студентів.

В основі цього явища можуть бути різні чинники, одним з них на наш погляд може бути недостатня увага до власного позитивного іміджу. Так, спеціаліст з високою теоретичною та практичною підготовкою з психології може мати низький статус професіоналу серед об'єктів системи психологічного забезпечення. Тому виникає необхідність у формуванні навичок та навчанні психологів щодо здатності власноруч створювати позитивний імідж. Вміння подобатися, привертати до себе увагу, формувати ділові та особистісні контакти є необхідною складовою професійної діяльності психолога ЗВО [2, с. 37].

Розглядаючи імідж В. Ф. Маценко визначив, що позитивний діловий імідж включає в себе два компоненти: зовнішню привабливість та внутрішню привабливість.

До зовнішньої він відніс [3]:

– вміння обирати та носити одяг;

- гарні манери, постава, правила привітання;
 - виразна міміка та володіння нею;
 - вміння використовувати простір для спілкування.
- До внутрішньої привабливості входять [3]:
- мистецтво подобатись людям;
 - вміння правильно вибудовувати спілкування;
 - наявність необхідних для позитивного іміджу якостей особистості;
 - вміння впливати на оточуючих.

Слід відзначити, що для всіх без виключення адресатів іміджу психолог постає взірцем психологічного благополуччя та психологічної культури. Це зумовлює вимоги до зовнішнього позиціонування таких якостей, як самосприйняття і самоповага, наявність значущих життєвих цілей, соціальна адаптованість, контроль над середовищем та самоконтроль, загальна задоволеність власним життям і стосунками. Зовнішній вигляд, манера спілкування, вчинки мусять свідчити про здоровий спосіб життя психолога, збалансованість його особистості і вселяти в клієнта впевненість у тому, що йому зможуть допомогти. Це підтримує образ психолога як експерта з питань, що стосуються морального духу та душевного здоров'я [4].

Таким чином, імідж відіграє дуже значну роль у професійній діяльності психолога. Цілеспрямовано створений імідж дозволяє найбільш ефективно презентувати себе оточуючим. Необхідно звертати увагу як на зовнішній так і на внутрішній бік іміджу, а саме, на їх гармонійне поєднання. Вдало створений позитивний імідж допомагає привабити до себе клієнтів, вселити в нього надію на подолання труднощів, встановити з ним довірливі та доброзичливі стосунки, а, отже є запорукою ефективної та успішної діяльності практичного психолога.

Список використаних джерел

1. Актуальні проблеми психології: Екологічна психологія: Збірник наукових праць / За ред. Максименка С.Д. Т. 7 Вип. 20. Ч. 2 Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009.
2. Кузіна В. М. Імідж психолога як фактор ефективності його взаємодії з суб'єктами освітньої установи // Вісник КемГУ. 2008. № 3. С. 37–39.
3. Маценко В. Ф. Технологія створення іміджу// Практична психологія та соціальна робота. 1997. № 10. С. 35–37.
4. Формування іміджу офіцера-психолога: методологічно-дослідницький аспект / А. П. Шумейко. // Класич. приват. ун-т. Запоріжжя. 2018. № 4. С. 207–212.