

Хмельницький національний університет
Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту
Кафедра психології та педагогіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Другий (магістерський)
Освітній рівень

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ
ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

Галузь знань - 05 Соціальні та поведінкові науки
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність - 053 Психологія
Шифр і назва спеціальності


Шифр 24387
номер ІНП

Виконала: студентка 2 курсу, група ППмз – 23-1


Підпис

Віта СОЛОВЕЙ
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник кандидат педагогічних наук, доцент


Підпис

Оксана ВАРГАТА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
Зав. кафедри психології та педагогіки
доктор психологічних наук, професор


Підпис

Таїсія КОМАР
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

2 грудня 2024 р.

Хмельницький, 2024

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту

Кафедра психології та педагогіки

Освітній рівень другий (магістерський)

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність 053 «Психологія»

Освітня програма освітньо-професійна програма «Психологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

психології та педагогіки

Таїсія КОМАР


підпис

протокол № 5 від 14 грудня 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ Віти СОЛОВЕЙ

Ім'я, ПРИЗВИЩЕ здобувача

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери».

Керівник кваліфікаційної роботи: Оксана ВАРГАТА, кандидат педагогічних наук, доцент

Ім'я, ПРИЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 26 серпня 2024 р. № 60

2. Строк подання здобувачем роботи на кафедру 2 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: матеріали звіту з переддипломної практики, комплекс методів та методик дослідження: анкетування на тему: авторський опитувальник «Психологічна готовність до зміни індивідуального іміджу фахівців соціономічної сфери»; методика «Оцінка здатності до самоосвіти» (Бенджаміна Блума); методика «Шкала стресостійкості» (Сьюзен Ковінгтон); методика «Шкала Цілеспрямованості» (Джекі Л. Мідглі та Еллен Ф. Вест); методика «Шкала самооцінки розуміння» (Джоном К. Флетчер та Мартіна С. Хайнс); авторський опитувальник «Типи особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери».

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити): вступ, розділ 1 Теоретичне вивчення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічного профілю, особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери як психологічна проблема, особистісно-ділові якості як важлива умова особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери; розділ 2 Емпіричне вивчення психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, критерії та показники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, методика дослідження психологічних чинників особистісно-професійного

іміджу фахівців соціономічної сфери, тренінгова програма ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень)
6 рисуноків.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

Дата видачі завдання 14 грудня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапу роботи	Примітка
1	Вибір теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження, постановка мети і завдань.	До 02 січня 2024 р.	виконано
2	Визначення теоретико-методологічних засад дослідження. З'ясування актуальності проблеми.	До 03 березня 2024 р.	виконано
3	Оформлення вступу кваліфікаційної роботи.	До 01 вересня 2024 р.	виконано
4	I розділ кваліфікаційної роботи.	До 10 вересня 2024 р.	виконано
5	II розділ кваліфікаційної роботи.	До 01 жовтня 2024 р.	виконано
6	Загальні висновки.	До 01 листопада 2024 р.	виконано
7	Оформлення кваліфікаційної роботи.	До 01 грудня 2024 р.	виконано
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	08 листопада 2024 р.	виконано
9	Захист кваліфікаційної роботи (відповідно графіку)	17 грудня 2024 р.	виконано

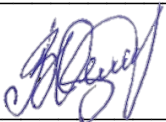
Здобувач



Віта СОЛОВЕЙ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи



Оксана ВАРГАТА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ

Тема кваліфікаційної роботи «Психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери».

Здобувач Віта СОЛОВЕЙ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник Оксана ВАРГАТА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Кваліфікаційна робота включає 71 сторінку, 6 рисунків, перелік джерел посилення складає 62 найменування.

Ключові слова: «імідж», «особистісний імідж», «індивідуальний імідж», «брендовий імідж», «соціальний імідж», «електронний імідж», «внутрішній імідж», «корпоративний імідж», «професійний імідж», «особистісно-професійний імідж», «особистісні якості», «професійні якості», «особистісно-ділові якості», «психологічні чинники особистісно-професійного іміджу», «тренінгова програма».

Об'єкт дослідження: особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери.

Предмет дослідження: психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

За результатами дослідження: проаналізовано особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери як психологічну проблему; визначено особистісно-ділові якості як важливу умову особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери; обґрунтовано психологічні чинники, критерії та показники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери; здійснено емпіричне вивчення психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери; розроблено тренінгову програму ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Одержані результати можуть стати основою для розробки програм та тренінгів з підвищення ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Дипломник



Підпис

Віта СОЛОВЕЙ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Дата подання кваліфікаційної роботи до захисту 2 грудня 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНОЇ СФЕРИ.....	10
1.1 Особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери як психологічна проблема.....	10
1.2 Особистісно-ділові якості як важлива умова особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.....	23
1.3 Психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.....	29
Висновки до розділу.....	35
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНОЇ СФЕРИ.....	36
2.1 Критерії та показники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.....	36
2.2 Методика дослідження психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.....	42
2.3 Тренінгова програма ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.....	57
Висновки до розділу.....	64
ВИСНОВКИ.....	65
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ.....	66

ВСТУП

Бурхливі зміни та динаміка розвитку інформаційно-комунікативного простору, що розгортаються у сучасному суспільстві, надзвичайно актуалізують проблему адаптації особистості фахівців соціономічної сфери до професійної діяльності з метою створення їх ефективного особистісно-професійного іміджу. Сучасні тенденції соціономічних професій ставлять перед фахівцями пріоритетні вимоги, зокрема, такі фахівця мають бути готові до постійних змін та самовдосконалення свого особистісно-професійного іміджу. Прагнення фахівців соціономічної сфери створювати ефект враження передбачає передусім врахування психологічних механізмів персоніфікації образу-типажу та усвідомлення відповідного ефективного іміджу фахівця-професіонала. Варто зазначити, що ефективний особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери відображає процес формування унікальної особистісної ідентичності та професійного самовизначення фахівця-кар'єриста.

Війна в Україні вплинула на психологічні аспекти становлення та формування особистісно-професійного іміджу, ставлячи перед фахівцями соціономічної сфери нові виклики та завдання. В незалежній Україні, де постійно розвивається інформаційно-комунікативний простір, важлива роль належить особистісно-професійному іміджу фахівців соціономічної сфери для досягнення успіху у їх професійній кар'єрі. У цьому контексті важливо розглянути психологічні чинники та фактори, які впливають на формування особистісно-професійного іміджу сучасного фахівця.

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю модернізації та осучаснення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Важливо визначити роль особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, що сприятиме їх конкурентоспроможності, професійній компетентності та особистісному зростанню. В умовах сьогодення роботодавці цінують таких фахівців, які мають відповідний рівень професійної компетентності та ефективний особистісно-професійний імідж, і готові до

постійного самовдосконалення. Сучасні тенденції в соціономічній сфері визначають пріоритетні вимоги до ефективного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, зокрема, включаючи естетичний зовнішній вигляд та професійний образ-типаж, що відповідає психологічним механізмам персоніфікації та статусності. На сучасному ринку праці успішним являється такий фахівець, який здатний до професійної самореалізації та до самовдосконалення власного особистісно-професійного іміджу. Зважаючи на актуальність означеної проблематики в рамках нашого дослідження, важливо вивчити психологічні чинники особистісно-професійного іміджу, що сприятимуть ефективності професіоналізації фахівців у соціономічній сфері.

У сучасних психологічних моделях формування особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери відіграють ключову роль психологічні чинники, що спричинені соціально-економічними змінами. Гостра зацікавленість особистісно-професійним іміджу в різних галузях зумовлена багатоаспектністю та міждисциплінарністю даної проблематики. Вирішення цього питання вимагає вивчення психологічних структурних складових та психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Дослідження психологічних аспектів іміджу проводили такі науковці, як: С. Беланджера, М. Беляєвої, Р. Бентона, П. Берда, Е. Берна, Е. Бернейза, Т. Білик, К. Боулдінга, Ф. Буарі, Б. Брюса, Ю. Дзядевича, О. Затворнюка, О. Ковальової, А. Кононенко, Н. Лікарчука, М. Лук'янової, В. Маценко, К. Мелдера, О. Митцевої, М. Морозенка, М. Навроцької, Л. Орбан-Лембрик, Ю. Палеха, О. Панасюка, Н. Прус, О. Романовської, Н. Савченко, Ж. Сегела, А. Семенова, В. Сизоненко, Т. Скрипаченка, З. Фрейда та ін.

На жаль, у науковій психологічній літературі присвяченій проблемам іміджу, виявляється недостатнє дослідження психологічних чинників формування особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, особливо в сучасних умовах. Необхідно враховувати диспропорцію між теоретичними знаннями в цій сфері та прикладними дослідженнями. Важливо

окреслити, що у сучасних дослідженнях недостатньо означена концептуальна модель структури особистісно-професійного іміджу саме фахівців соціономічної сфери, а також остаточно неузгоджені питання щодо психологічних чинників особистісно-професійного іміджу в наукових психологічних школах, що й зумовило вибір теми дослідження **«Психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери»**.

Об'єкт дослідження: особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери.

Предмет дослідження: психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Мета дослідження полягає у теоретико-емпіричному вивченні психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери та розробці тренінгової програми.

Завдання дослідження:

1. Проаналізовано особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери як психологічну проблему.
2. Визначено особистісно-ділові якості як важливу умову особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.
3. Обґрунтовано психологічні чинники, критерії та показники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.
4. Здійснено емпіричне вивчення психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.
5. Розроблено тренінгову програму ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Гіпотеза дослідження: ефективний особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери можливий за таких умов: врахування особистісно-ділових якостей фахівців соціономічної сфери, психологічних чинників, показників, критеріїв особистісно-професійного іміджу та впровадження тренінгової програми ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

У ході дослідження нами застосовувалися такі методи:

- *теоретичні методи*: аналіз понять та наукових психологічних концепцій: «імідж», «особистісний імідж», «індивідуальний імідж», «брендовий імідж», «соціальний імідж», «електронний імідж», «внутрішній імідж», «корпоративний імідж», «професійний імідж», «особистісно-професійний імідж», «особистісні якості», «професійні якості», «особистісно-ділові якості», «психологічні чинники особистісно-професійного іміджу», «тренінгова програма».

- *емпіричні методи*: анкетування фахівців соціономічної сфери для визначення їхнього сприйняття власного особистісно-професійного іміджу; опитування для виявлення психологічних чинників, що впливають на особистісно-професійний імідж; застосування психодіагностичних методик щодо вивчення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Практичне значення результатів дослідження полягає у визначенні психологічних чинників, критеріїв та показників особистісно-професійного іміджу та розробці тренінгової програми ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Матеріали дослідження можуть стати основою для розробки програм та тренінгів з підвищення ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження відображено на міжнародних конференціях та науково-практичних семінарах.

Експериментальна база дослідження. Емпіричне вивчення здійснювалося на базі Психологічного центру Хмельницького національного університету.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та переліку джерел посилання.

РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

1.1 Особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери як психологічна проблема

Сучасні наукові дослідження все більше приділяють увагу різноманітним аспектам іміджу фахівців у різних сферах галузі знань, зокрема, сутності самого поняття, аналізу структурних компонентів іміджу та факторів, що впливають на його формування. У психологічних концептуальних підходах «імідж» розглядають як складне поняття, що включає в себе психологічні, педагогічні, соціологічні, економічні та управлінські аспекти. Проаналізувавши психологічні концептуальні підходи означеної проблеми у даному розділі важливо розглянути такі ключові поняття, як: «імідж», «особистісний імідж», «індивідуальний імідж», «брендовий імідж», «соціальний імідж», «електронний імідж», «внутрішній імідж», «корпоративний імідж», «професійний імідж» та «особистісно-професійний імідж».

У ході дослідження важливо розкрити поняття «соціономічна сфера» для з'ясування контексту соціономічних професій як соціально-спрямованого виду діяльності. Дане поняття полягає у соціально-психологічній компетентності фахівців, оскільки воно описує взаємопов'язаний комплекс соціальних взаємодій, що відбуваються через організацію, управління, дослідження та корекцію соціальних відносин на всіх рівнях суспільства.

О. Корчова зазначає, що спектр «соціономічної сфери» включає вирішення тактичних проблем, пов'язаних з соціалізацією, тобто теоретичне розроблення та практичне впровадження технологій урегулювання соціальних стосунків на різних рівнях соціальної взаємодії у контексті різних соціальних процесів [22].

Комплекс соціальних взаємодій, що відбувається в межах соціономічної сфери, часто впливає на формування професійного іміджу фахівців. У цьому контексті професійний імідж стає важливим, оскільки відображає загальне

враження, що фахівець справляє для оточуючих. Враховуючи сучасні тенденції та зростаючу конкуренцію на ринку праці, питання професійного іміджу набуває особливого значення для успішної кар'єри фахівців соціономічної сфери. Саме тому, професійний імідж стає не лише частиною соціальної взаємодії, але й інструментом для досягнення професійного успіху.

Теоретичні дослідження вказують на те, що спочатку «імідж» - «*imago*» вживався для позначення іншої реальності (яка мала статус копії), що наслідувала «першу» реальність. Ця копія може бути імітованою, символізувати оригінал і навіть сприйматися як реальна, хоча не є такою насправді [14].

Термін «імідж» вперше з'явився в словнику Ноя Вебстера у 1806 році як штучна імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта, особливо особи [8].

Популяризація використання терміну «імідж» сягає корінням американського економіста К. Боулдінга, який у 1960-х роках ХХ століття вперше ввів цей термін у науковий обіг, підкресливши його важливість для досягнення успіху у справах. Саме у цей період, коли зросло зацікавлення у професійному створенні іміджу для фахівців соціономічного профілю, проблема формування іміджу стала предметом ретельного дослідження в рамках психології, соціології, педагогіки та інших наук [14].

У зарубіжних дослідженнях поняття «імідж» визначено, як:

- сприйняття та осмислення об'єкта (К. Боулдінг);
- сукупність знань, уявлень та передбачень (Б. Гарднер та С. Леві);
- набір особистісних якостей, що асоціюються з певною індивідуальністю (Р. Бентон);
- ментальну картинку або уявлення про особистість (С. Олівер);
- публічне «Я» або маску, що носить фахівець для створення привабливого враження (П. Берд);
- символічний образ сприйняття явища чи об'єкта (Б. Брюс та Ж. Сегела);
- процес створення фірмової репутації для ідентифікації суб'єкта та привертання уваги (Е. Бернейз);

- конструкт, що включає ставлення, пізнання, сприйняття та переконання (С. Беланджер, С. Бали та Б. Лонгден) [52].

Дослідники у структурі психологічної проекції іміджу визначають такі компоненти, як: цілісність, інтегральність, системність, інформативність, динамічність, емоційність, єдність зовнішнього вигляду та поведінки, функціональність, зумовленість характером діяльності, суб'єктність, відтворення потреби соціальної групи.

Науковці розглядають імідж в рамках педагогіки, визначають дане поняття як багатокomпонентний емоційний образ, що визначає рольову відповідність особистості стандартам і вимогам її професії в очах колег, підлеглих та суспільства. Імідж розглядається як поєднання зовнішніх і внутрішніх складових структури особистості, емоційно забарвлений стереотип сприймання образу суб'єкта у свідомості певної групи, а також у масовій свідомості. У педагогічних дослідженнях звертається увага на такі аспекти іміджу, а саме: активність, гнучкість, ситуативність, символічність, наслідуваність, орієнтованість на соціальну групу, емоційність, наявність етичних та ціннісних орієнтирів.

Довідникові джерела описують імідж, як: специфічний стереотип, сформований у масовій свідомості та обдумано утворений образ певного об'єкта, що має емоційне забарвлення; набір певних якостей, пов'язаних фахівцями з певною індивідуальністю. Крім того, імідж трактується як публічно визначений або підтримуваний образ громадської особистості, професії, діяльності, організації або способу життя [25].

У науковому психологічному дискурсі використовуються різні визначення поняття іміджу, зокрема, дане поняття розглядають, як:

- символічний образ суб'єкта;
- враження, що виникає у фахівця чи групи;
- образне уявлення про зовнішні та внутрішні характеристики об'єкта [1].

Психологічні дослідження порівнюють категорію «імідж» з впливом, виокремлюючи його маніпулятивність та заманливість як психічного образу, що впливає на емоційну сферу особистості, а іноді і на її підсвідомість. Вплив іміджу

на поведінку та механізми свідомості фахівців, здійснюється за допомогою сильного емоційного враження та зниження механізмів свідомого контролю, що дає змогу здійснювати маніпулятивну функцію.

Сучасні дослідження вказують на те, що імідж - це ключовий аспект нашого існування у соціумі, що визначає те, як нас бачать інші, при цьому має значний вплив на наші можливості, успіх та задоволення наших потреб у різних аспектах життя. Тому, розуміння різних видів іміджу та їх важливість у соціономічній сфері стає все більш необхідним у сучасному світі [52].

Різноманітність іміджу є важливим для розвитку як особистості, так і суспільства в цілому. Імідж, як правило, асоціюється з тим, як ми представляємо себе перед іншими. Проте, це поняття може мати різні відтінки і використовуватися в різних контекстах. Розглянемо детальніше різні види іміджу та їх вплив на наше життя.

1. Особистісний імідж - це спосіб представлення себе в соціальному середовищі. Даний вид іміджу визначається особистими характеристиками, стилем життя, цінностями та переконаннями. Особистісний імідж може включати такі аспекти, як: зовнішній вигляд, манери поведінки, комунікативні навички та інші складові [52].

2. Індивідуальний імідж - це унікальна ідентичність кожної особи, яка відображається в її характері, стилі життя та особистих досягненнях. Даний вид іміджу робить нас унікальними і відрізняє від інших. Індивідуальний імідж розвивається протягом усього нашого життя і відображає нашу особисту еволюцію та розвиток.

3. Брендний імідж - це спосіб, яким споживачі сприймають бренд чи компанію. Даний вид іміджу визначається не лише продуктами чи послугами, які надає компанія, але й її цінностями, репутацією та способом спілкування з клієнтами. Ефективний брендний імідж може забезпечити успіх компанії на ринку та збільшити її конкурентоспроможність [52].

4. Соціальний імідж - це спосіб, яким ми представляємо себе в соціальному оточенні, у групі друзів, на вечірках або суспільних заходах. Даний вид іміджу

включає в себе наші соціальні навички, стиль спілкування та наше ставлення до інших.

5. Електронний імідж - це спосіб, яким ми представляємо себе в онлайн-середовищі, такому як соціальні мережі, електронна пошта, веб-сайти тощо. Даний вид іміджу включає в себе наші профілі в соціальних мережах, електронні повідомлення, коментарі, які ми залишаємо тощо.

6. Внутрішній імідж - це спосіб, яким ми бачимо себе всередині себе, свої власні переконання, віру в себе, самооцінку та ставлення до себе. Даний вид іміджу може впливати на нашу самодостатність, рішучість та здатність до досягнення цілей [52].

7. Корпоративний імідж - це спосіб, яким організація або компанія представляє себе перед своїми клієнтами, партнерами та громадськістю. Даний вид іміджу включає в себе бренд, репутацію, етику та спосіб комунікації компанії.

8. Професійний імідж - це спосіб, яким ми представляємо себе в робочому оточенні та взаємодіємо з колегами, клієнтами та роботодавцями. Даний вид іміджу включає в себе такі аспекти, як професійні навички, досвід роботи, стиль одягу, етикет та комунікаційні вміння. Професійний імідж є важливим фактором успіху в кар'єрі та може впливати на наші професійні можливості та досягнення.

Різноманіття іміджу відіграє важливу роль у нашому житті, впливаючи на наше сприйняття, відношення до роботи та взаємодії з іншими фахівцями, допомагаючи нам досягти успіху, як на особистому, так і на професійному рівнях [52].

Дослідники відзначають, що в структурі іміджу можна виділити статичний комплекс, що включає в себе:

- ядро іміджу: усталені структурні характеристики, що забезпечують функціонування іміджу (тобто, Я-концепція, духовність, ціннісні орієнтири та інші основні аспекти, які визначають особистість);

- індивідуально-особистісний компонент: включає індивідуально-особистісні якості особистості, а також її спрямованість такі, як: потяги, інтереси, схильності та переконання;

- соціальний компонент: охоплює стан та поведінку фахівця у соціумі, включаючи його взаємодію з іншими фахівцями та роль у суспільстві;
- професійний компонент: пов'язаний з діяльністю фахівця та включає характеристики, що стосуються його професійної компетентності, знань і навичок.

Запропонований підхід дозволяє зрозуміти, що імідж складається з різних компонентів, які взаємодіють та впливають на сприйняття фахівців соціономічної сфери [14].

З точки зору різних наукових напрямків поняття «професійний імідж» має декілька підходів, зокрема: з психологічного контексту «професійний імідж» можна розглядати через мотивацію та самовизначення особистості у сфері професійної діяльності; з педагогічного контексту «професійний імідж» визначається формуванням професійних якостей особистості під час самореалізації та постійного вдосконалення. Проаналізувавши різні наукові підходи до сутності визначення «професійного іміджу» можна констатувати, що на сьогодні у науковій літературі не має єдиного погляду на зміст даного поняття. У зв'язку з цим, необхідно провести теоретичний аналіз та систематизацію наукових думок із проблематики «іміджу» та «професійного іміджу» для визначення їх сутності та типологічних ознак.

О. Варгата розглядає «професійний імідж фахівців соціономічних професій» як комплексне утворення, що має багатоаспектний та динамічний характер. Автор зазначає, що дане поняття є психоемоційним образом, що охоплює різноманітні складові, такі як когнітивний, інтелектуальний, емоційний, комунікативний, творчий та рефлексивний компоненти. Крім того, професійний імідж включає в себе особистісно-професійні якості та відображає індивідуально-психологічні властивості кожного фахівця [3].

У сучасному науковому дискурсі поняття «імідж» стає особливо актуальним у контексті певної професійної діяльності. Професійний імідж представляє собою складний соціально-психологічний феномен, який передбачає створення образу

конкретної професії. Це сукупність уявлень про те, як повинен виглядати та поводитися фахівець соціономічної сфери [16].

Звернувшись до наукової монографії О. Варгатої, можна зазначити, що професійний імідж виступає важливим елементом професійної компетентності фахівців соціономічного профілю та є ключовою передумовою для успішної реалізації у професійній діяльності. Важливим аспектом професійного іміджу є гармонійне поєднання професійних і особистісних якостей фахівців, що сприятиме їх успішній реалізації у професійній сфері [1].

У сучасному науковому дискурсі поняття «професійний імідж» розглядається з різних позицій та інтерпретується різними дослідниками, зокрема, автори тлумачать його як уявлення про особистість, а саме фахівця-професіонала. Інші дослідники вважають «професійний імідж» статусним образом особистості, що відображає уявлення суспільства про те, яким повинен бути фахівець відповідно до свого професійного статусу.

Окрім того, є тлумачення, згідно з яким «професійний імідж» визначається як загальне враження про фахівця, що справляється на оточуючих за допомогою сприйняття його особистісно-професійних якостей, манери говоріння і поведінки, а також зовнішнього вигляду. Деякі дослідники, розглядаючи «професійний імідж» застосовують термін «символічний образ» та описують його як стійку організовану сукупність знаків-символів [21].

У науковій монографії О. Варгата описує, що професійний імідж фахівців соціономічного профілю визначається як багатокомплексне і багатоаспектне сприйняття зовнішнього вигляду та професійного досвіду фахівця. Професійний імідж впливає на сприйняття фахівця оточуючими колегами. Поняття тісно пов'язане з професійною компетентністю і майстерністю та включає в себе високий рівень психологічної культури [1].

На думку О. Варгатої, основними складовими професійного іміджу фахівців соціономічного профілю є:

- високий рівень фахової компетентності;
- присутність харизми, здатність притягувати до себе інших особистостей;

- високий рівень емоційної компетентності та розвинута емпатійність;
- приваблива зовнішність та приємні зовнішні дані [1].

В інших тлумаченнях професійний імідж розглядається як інтегрована якість особистості, що забезпечується системою культурологічних, психологічних та професійних знань, навичок і вмінь. Інші дослідники підкреслюють, що професійний імідж визначається соціальними ролями та особливостями професійної діяльності, включаючи етико-ціннісні орієнтири.

Узагальнюючи вищеописане, поняття «професійного іміджу» включає в себе різноманітні аспекти такі, як: психологічний, соціальний, емоційний, поведінковий та відображає вплив фахівця у сфері професійної діяльності [21].

Очевидно, що в процесі дослідження різних аспектів професійного іміджу науковці не досягли консенсусу стосовно його точного визначення. Це призвело до нечіткості та широкого спектру тлумачень цього поняття. Проаналізуємо деякі з цих тлумачень для отримання більш повного уявлення про сутність даного поняття.

Професійний імідж визначається уявленням про особистість у ролі фахівця соціономічної сфери та набуває особливого значення в контексті взаємодії «особа – особистість» та «фахівець – колектив». Дане поняття сприяє підвищенню ефективності професійної діяльності фахівця та поліпшенню його індивідуальних характеристик. Важливо зазначити, що кожен фахівець соціономічної сфери має свій власний професійний імідж, який відображає комплекс його зовнішніх і внутрішніх особистісно-професійних якостей. Ці якості призначені для виявлення бажання, готовності і здатності особистості до взаємодії «суб'єкт - суб'єкт».

Практики-науковці розглядають професійний імідж як систему особистісних якостей (доброзичливість, толерантність, рефлексивність) та психологічних аспектів (ролі, позиції, вербальні і невербальні методи спілкування), які фахівець використовує для досягнення цілей професійної діяльності [52].

Професійний імідж формується в процесі професійного розвитку та включає у себе різноманітні професійно-орієнтовані характеристики, зокрема професійну та культурну компетентність. Професійний компонент враховує якості, що

відображають професійну самосвідомість, відповідність фахівця своїй професії, розуміння професійного обов'язку, прийняття себе в цій ролі, рівень культури в професійній діяльності та інші аспекти, які визначають особистість у контексті її професійної діяльності [52].

Л. Серман стверджує, що професійний імідж являється ядром особистості та зазначає, що всі структурні компоненти професійного іміджу взаємопов'язані та взаємодоповнюють, що включають в себе:

- індивідуально-мотиваційний компонент (самотивація, саморозвиток, самореалізація);
- комунікативно-інтерактивний компонент (розумова активність, комунікативна компетентність, самопрезентація, саморегуляція);
- професійно-статусний компонент (алгоритмічність поведінки, соціальна значущість, фахова компетентність) [61].

О. Панькевич визначає професійний імідж як синтез професійних якостей та компетентностей, особистісних рис та зовнішності. З даного погляду, професійний імідж включає у себе створення цілісного образу, де всі компоненти взаємодіють та взаємопідтримуються без надання переваги жодному з них [22].

Значна кількість дослідників відзначають знакову та інформаційно-символічну природу іміджу.

Н. Савченко визначає імідж як персоніфікований образ професії та розглядає дане поняття як загальний, емоційно забарвлений образ типового представника, що має символічний характер і здатний навіювати психологічний вплив на оточуючих. Запропонований підхід підкреслює важливість іміджу як засобу комунікації та впливу, спрямованого на формування сприйняття та уявлень про певну професію або особу [28].

У концептуальних підходах професійний імідж розглядається як складне, багатогранне поняття, що включає в себе різноманітні соціально-психологічні аспекти та особистісно-професійні характеристики.

О. Митцева описує дане поняття як цілісний, динамічний та інтегративний образ, який виникає внаслідок професійної діяльності суб'єкта та відображає його

місію, позитивну концепцію себе та орієнтацію на бажане і ідеальне, сприяючи постійному професійному та особистісному розвитку.

Н. Прус зазначає, що професійний імідж формується на основі особистісних якостей індивіда та виявляється у внутрішніх і зовнішніх проявах фахівця, що у подальшому визначає його успішність у професійній сфері [24].

І. Ніколаєску розкриває професійний імідж як форму самовиявлення фахівця, через яку він здійснює свою самореалізацію, активуючи особистісно- професійні якості [20].

Л. Новік здійснила науковий підхід до визначення професійного іміджу та розглядає дане поняття як якісну характеристику особистості, що дозволяє виявити її внутрішні установки, особистісні якості, життєву компетентність, фахові знання та професіоналізм через зовнішні прояви, такі як зовнішній вигляд, поведінка, особливості спілкування та організація простору. Ці зовнішні прояви мають значний вплив на ефективність міжособистісної взаємодії та реалізацію професійних функцій у конкретній сфері діяльності. Запропонований авторський підхід дозволяє охопити різноманітні аспекти професійного іміджу та зрозуміти його значення як ключового елемента успішної професійної діяльності [21].

Важливо зазначити, що проаналізовані концептуальні підходи підкреслюють важливість професійного іміджу як складника успішної професійної діяльності та особистісного розвитку в соціономічній сфері. Адже саме професійний імідж відіграє ключову роль у кар'єрному успіху фахівця та має вирішальне значення для його просування в соціономічній сфері.

Успішна професійна кар'єра значною мірою залежить від здатності свідомо будувати професійний імідж, який відповідає завданням і особливостям конкретної професії. Основою професійного іміджу є поєднання професійних та особистісних якостей фахівця, які сприяють успішній його реалізації в професійній сфері [52].

Зокрема, у сучасних психолого-педагогічних дослідженнях часто виділяються основні характеристики у структурі іміджу, які перетинаються і утворюють єдине ціле, а саме:

- фізичні характеристики (здоров'я, стиль одягу, зачіску, макіяж та інші зовнішні аспекти, які стосуються зовнішнього вигляду особистості);

- психологічні характеристики (характер, темперамент, внутрішній світ, система цінностей, смаки, установки, ідеали та інші внутрішні аспекти особистості, які впливають на її поведінку та сприйняття);

- соціальні характеристики (роль у суспільстві, поведінка та комунікативні особливості, такі як самопрезентація, особистісна привабливість, рівень сформованості комунікативних умінь та навичок, а також харизма) [52].

Ю. Дзядевич розширює структуру іміджу, виокремлюючи зовнішні та внутрішні характеристики, а також міжособистісні характеристики такі, як самопрезентація та комунікативні навички [9].

Р. Кравець визначила структуру іміджу як єдність таких компонентів, як:

- особистісний компонент: включає Я-концепцію, спрямованість, інтереси, ціннісні орієнтири, мотивацію та особистісні якості, які характеризують ідентичність особистості;

- аудіовізуальний компонент: включає візуальні, аудіальні, вербальні, кінетичні, габітарні, ольфакторні та кінестетичні складові частини іміджу, які впливають на сприйняття особистості через зовнішні прояви та способи спілкування;

- соціальний компонент: охоплює соціальні ролі, моделі поведінки та спілкування особистості, які визначають її взаємодію з оточуючими та позиціонування у соціумі;

- функціональний компонент: включає стиль і зміст процесу професійної діяльності особистості, що відображає її професійну компетентність та впливає на сприйняття її як фахівця.

Запропонована автором структура враховує різноманітні аспекти особистості, які формують загальний імідж і впливають на сприйняття та роль в суспільстві [14].

Здійснене теоретичне вивчення різних наукових позицій щодо структури іміджу свідчить про те, що імідж особистості включає соціальні, професійні і

психологічні характеристики, а також уявлення про її зовнішній вигляд. Структура іміджу повинна мати цілісний, узгоджений характер, де окремі її компоненти не суперечать один одному.

Розглянутий огляд різноманітних підходів та розуміння професійного іміджу дозволяє визначити його як складний конструкт, що включає в себе персоніфікований образ професії та індивідуальний імідж фахівця. Цей образ формується ще на етапі професійного навчання фахівців соціономічної сфери і доповнюється в процесі взаємодії з оточуючим соціальним середовищем [1].

Зарубіжні дослідження характеризують особистісно-професійний імідж як комплексну концепцію, що відображає сприйняття особистості у професійному оточенні та громадському просторі. Це сукупність вражень, які оточуючі отримують про фахівця, включаючи його професійні здібності, особисті якості, етичність, комунікативні навички та загальний вигляд [52].

Складовими частинами особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначають:

- професійні здібності та компетентність: вміння та знання фахівця у власній сфері діяльності;
- особисті якості та характеристики: включає в себе такі аспекти, як емоційна стійкість, відповідальність, комунікативність, етичність;
- зовнішній вигляд та зовнішній стиль: відображення професійної апропріатності та підходу до власного зовнішнього представлення [52].

У зарубіжних джерелах можна зустріти фактори, що сприяють формуванню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, а саме:

- досвід роботи та професійна репутація: рівень кваліфікації та успішність у професійній діяльності;
- комунікаційні навички та вміння взаємодії: здатність ефективно спілкуватися з колегами, клієнтами, керівництвом;
- стійкість до стресу та емоційна інтелігентність: здатність зберігати емоційний баланс у різних ситуаціях та управляти власними емоціями;

- психологічні аспекти впливу іміджу на професійну діяльність та особистісний розвиток фахівців;
- мотивація та самопочуття: позитивний імідж може підвищити мотивацію та самопочуття фахівця, сприяючи досягненню професійних цілей;
- сприйняття соціального середовища: імідж може впливати на сприйняття фахівця оточуючими, що може впливати на його інтеракції та можливості у професійній сфері;
- особистісний розвиток: розвиток іміджу може сприяти саморозвитку, підвищенню самооцінки та розширенню професійних горизонтів [52].

Врахування запропонованих вище факторів сприятиме ефективному формуванню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Розгляд даних аспектів є значним для розуміння та аналізу впливу особистісно-професійного іміджу на фахівців у соціономічній сфері.

Даний соціально-психологічний феномен є важливим показником професійного росту та самовизначення фахівців соціономічної сфери і відображає якісну реалізацію фахівця у соціономічній діяльності [21].

Наукові дослідження дозволяють підкреслити те, що професійна підготовка фахівців соціономічної сфери є цілеспрямованою для формування образу фахівця, який має відповідати специфіці його майбутньої професії. Запропонований підхід дозволить фахівцям не лише отримати необхідні знання та навички, але й створити власний ефективний особистісно-професійний імідж, який сприятиме успішній кар'єрі [52].

Здійснивши теоретичне вивчення означеної проблеми можна зазначити, що особистісно-професійний імідж є невід'ємною складовою особистості фахівця-професіонала та візитівкою його ефективної професійної діяльності з клієнтами, що сприяє довготривалій комунікації, здійснюючи ефект позитивного враження та впливу на інших. Даний соціально-психологічний феномен передбачає створення образу-типажу конкретної професії, основою чого є поєднання професійно-особистісних якостей фахівця, які у подальшому сприятимуть його ефективній реалізації у соціономічній сфері. Для формування особистісно-

професійного іміджу фахівців соціономічної сфери важливо мати ряд якостей, як на особистісному (активність, впевненість у собі, працьовитість, емоційність, комунікабельність, порядність, прихильність до певних ціннісних орієнтирів), так і на професійному рівнях (компетентність, гнучкість, цілеспрямованість, відповідальність, асертивність, креативність, адаптивність, швидкість у прийнятті рішень, прагнення до досягнень, незалежність). Особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери є важливим соціально-психологічним аспектом, оскільки впливає на сприйняття їхньої компетентності та професійної достовірності з клієнтами. Дана проблема є особливо актуальною в контексті зростання конкуренції на ринку праці. Важливою умовою створення позитивного особистісно-професійного іміджу є збереження довіри між колегами та розвиток особистісно-ділових якостей фахівців соціономічної сфери, які сприятимуть ефективності у вирішенні професійних завдань.

1.2 Особистісно-ділові якості як важлива умова особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери

В сучасних реаліях конкуренції на ринку праці професійний успіх та кар'єрне зростання фахівців соціономічної сфери визначаються не лише їхніми професійними знаннями та навичками, але й особистісно-діловими якостями. Затребуваними особистісно-діловими якостями, що сприятимуть формуванню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначають такі, як: адаптивність, гнучкість, комунікабельність, емпатія, креативність, ініціативність, аналітичні навички, емоційний інтелект, лідерські якості, стресостійкість, толерантність, творчість та інноваційність.

Особистісно-ділові якості у контексті формування особистісно-професійного іміджу відіграють важливу роль для успішної кар'єри фахівців у соціономічній сфері. Ключові аспекти взаємозв'язку між особистісно-діловими якостями та формуванням іміджу фахівців соціономічної сфери впливають на їх репутацію, сприйняття та професійний успіх [6].

Однією з важливих складових успішної професійної діяльності фахівців соціономічної сфери є їхні особистісно-ділові якості. Саме ці якості визначають не лише ефективність роботи, але й впливають на взаємодію з колегами, клієнтами та іншими учасниками соціального середовища. З огляду на важливість даного питання важливо дослідити особистісно-ділові якості та їх значення для фахівців у соціономічній сфері.

Особистісно-ділові якості є внутрішніми характеристиками особистості, які визначають її здатність до успішного виконання професійних обов'язків та ефективної взаємодії з оточуючими. Ці якості включають широкий спектр рис особистості, від внутрішньої мотивації та емоційної стійкості до комунікабельності та відповідальності [6].

Стівен Кові виділяє основні компоненти особистісно-ділових якостей особистості, а саме:

- відповідальність: здатність брати на себе відповідальність за свої дії та приймати рішення, відповідні до професійних стандартів і етики;
- комунікабельність: здатність ефективно спілкуватися та взаємодіяти з іншими учасниками професійного процесу;
- емоційна стійкість: здатність контролювати свої емоції у стресових ситуаціях та продовжувати ефективно працювати;
- ініціативність: здатність самостійно виявляти проблеми та запропонувати їх вирішення, не чекаючи на директиви;
- толерантність: здатність розуміти та приймати різноманітні точки зору та культурні особливості;
- адаптивність: здатність швидко адаптуватися до змін у професійному середовищі та вирішувати нові завдання;
- креативність: здатність знаходити нестандартні рішення для вирішення завдань та досягнення поставлених цілей [11].

Автор зазначає, що особистісно-ділові якості є необхідними складниками успішної професійної діяльності фахівців у соціономічній сфері. Їхня важливість

полягає у здатності забезпечити ефективне виконання роботи та побудувати продуктивні взаємини з оточуючими.

М. Гаррісон, Р. Джонс та Ф. Ройс описують такі важливі якості особистості:

- комунікаційні навички: фахівці, які вміють чітко висловлювати думки та слухати можуть легко вирішувати конфлікти та співпрацювати в команді;
- лідерські якості: фахівці, які можуть надихати і мотивувати інших, вести їх до досягнення спільних цілей, зазвичай досягають більшого успіху в кар'єрі;
- аналітичні здібності: фахівці, які вміють аналізувати складні проблеми та знаходити кращі рішення можуть стати цінними учасниками команди;
- емоційний інтелект: фахівці, які вміють ефективно керувати своїми емоціями, вміють розуміти та емпатійно співпереживати іншим, зазвичай краще впораються зі складними ситуаціями та встановлять взаємини з колегами;
- творчість і інновації: фахівці, які можуть приймати новаторські підходи до вирішення проблем, розробляти нові ідеї стають лідерами у своїй сфері [6].

Дослідники зазначають, що особистісно-ділові якості стають визначальними для успішної кар'єри фахівців у соціономічній сфері та впливають на їх розвиток.

Джон Коттер охарактеризовує роль особистісно-ділових якостей у професійному контексті, що полягає у забезпеченні успішності виконання професійних завдань, підвищенні ефективності співпраці з колегами, а також у сприянні розвитку кар'єри та досягненні професійних цілей. Ці якості допомагають фахівцям адаптуватися до змін вирішувати складні завдання та розвиватися у професійній діяльності [51].

John C. Maxwell з'ясував, що особистісно-ділові якості є ключовими для успішної професійної діяльності фахівців у соціономічній сфері. Автором запропоновано характеристики особистісно-ділових якостей особистості такі, як:

- відповідальність: виявляється у здатності брати на себе відповідальність, вирішувати проблеми, виконувати покладені обов'язки та проявляється у відповідальності фахівців, які завжди дотримуються своїх зобов'язань та готові взяти на себе відповідальність за результати своєї роботи;

- комунікабельність: виявляється в здатності ефективно спілкуватися з іншими та включає в себе вміння слухати, виражати свої думки чітко, а також вміння будувати позитивні взаємини з колегами професійного середовища;

- емоційний інтелект: виявляється в здатності розуміти та керувати своїми емоціями, а також емпатійно розуміти емоції і потреби інших та проявляється у здатності фахівців ефективно взаємодіяти з колегами;

- лідерські якості: виявляється у здатності брати на себе лідерську роль у команді та включає в себе вміння фахівців мотивувати та надихати інших до досягнення спільних цілей, а також здатність приймати обґрунтовані рішення;

- аналітичні здібності: виявляється в здатності аналізувати складні проблеми, збирати, оцінювати інформацію, приймати обґрунтовані рішення, швидко реагувати на зміни у середовищі та вирішувати складні завдання [54].

Охарактеризовані особистісно-ділові якості є важливими для успішної кар'єри фахівців та досягнення успіху у соціономічній сфері.

Peter F. Drucker досліджуючи лідерські якості та стратегії успіху класифікував особистісно-ділові якості на основі різних критеріїв таких, як:

- функціональність: особистісно-ділові якості можна класифікувати за їхньою функціональністю у професійній діяльності;

- характеристика впливу: ця класифікація передбачає розподіл якостей на позитивні, негативні та нейтральні впливи на професійну діяльність;

- структура особистості: деякі класифікації базуються на структурі особистості, розподіляючи якості за впливом на різні аспекти особистості, такі як інтелектуальність, емоційний інтелект, соціальні навички тощо;

- сфера застосування: цей підхід передбачає класифікацію якостей в залежності від того, у якій сфері професійної діяльності вони найбільш важливі;

- розвиток та підтримка: особистісно-ділові якості можна класифікувати залежно від їхньої здатності до розвитку та підтримки [41].

Запропоновані автором підходи до класифікації особистісно-ділових якостей дозволяють краще розуміти різноманітність цих якостей у діяльності.

Peter F. Drucker дослідив, як різні види особистісно-ділових якостей взаємодіють між собою у складних і взаємозалежних способах, що впливають на професійну діяльність та успіх у кар'єрі. З даної позиції, взаємодія цих якостей може бути різноманітною та має свої особливості в залежності від конкретного контексту та сфери діяльності. Автор описує деякі способи взаємодії особистісно-ділових якостей та виділяє такі, як:

- синергія: деякі якості можуть посилювати одна одну, утворюючи синергетичний ефект;
- компенсація: деякі слабкі сторони особистості можуть бути компенсовані сильними якостями;
- баланс: важливо знаходити баланс між різними якостями для досягнення успіху в професійній діяльності;
- співвідношення: взаємодія між різними видами якостей може варіювати в залежності від контексту і завдань;
- розвиток: взаємодія між різними видами якостей може стимулювати їхній розвиток [41].

Запропоновані автором взаємодії особистісно-ділових якостей відображають міжособистісну динаміку, що дозволить фахівцям ефективно використовувати свої особистісно-ділові якості для досягнення успіху в соціономічній сфері.

John C. Maxwell виділяє найбільш цінні особистісно-ділові якості такі, як:

- аналітичність - фахівці повинні мати здатність ретельно аналізувати складні процеси, розуміти причинно-наслідкові зв'язки та розробляти ефективні стратегії, прогнозувати ризики та приймати обґрунтовані рішення;
- комунікабельність - здатність ефективно спілкуватися з різними групами особистостей є ключовою для фахівців у соціономічних професіях, які повинні бути здатні сприймати, пояснювати та передавати складну інформацію, а також вміти вирішувати конфлікти та працювати у команді;
- емпатія - здатність співпереживати, розуміти емоційний стан інших є важливою для фахівців, оскільки розвинені емпатійні здібності допомагають їм краще розуміти ситуацію та виявляти оптимальні шляхи вирішення проблем;

- відповідальність - у соціономічній сфері рішення та дії фахівців можуть мати значний вплив на суспільство та економіку, тому важливо, щоб вони були відповідальними та брали на себе відповідальність за свої дії та наслідки;

- творчість та інноваційність - у сучасному світі соціономічна сфера потребує нових інноваційних рішень та підходів, тому фахівці повинні бути творчими та готовими до пошуку новаторських рішень для вирішення проблем;

- стресостійкість - робота в соціономічній сфері може бути високо напруженою та вимагати швидкого реагування на зміни, тому стресостійкість дозволяє фахівцям залишатися ефективними у стрес-ситуаціях [54].

Запропоновані особистісно-ділові якості допоможуть фахівцям соціономічних професій розвиватися та досягати успіху у кар'єрі.

Деніел Гоулман визначив ключові особистісно-ділові якості такі, як:

- внутрішня мотивація - здатність до самомотивації та внутрішньої дисципліни допоможе працювати ефективно та досягати поставлених цілей;

- емоційна стійкість - здатність контролювати свої емоції та залишатися спокійним у стрес-ситуаціях зберігаючи професійний підхід та продуктивність;

- емпатія та співпереживання - розуміння та співпереживання потребам інших стає важливим фактором довіри та ефективною комунікації з колегами;

- комунікабельність - здатність фахівців ефективно спілкуватися та встановлювати контакт з колегами є ключовим аспектом професійного успіху;

- аналітичне мислення - здатність аналізувати складні ситуації, виявляти причинно-наслідкові зв'язки та приймати обґрунтовані рішення;

- гнучкість та адаптивність - здатність швидко адаптуватися до змін у середовищі дозволить ефективно пристосовуватися до нових умов;

- проактивність - ініціативність та здатність до самостійної дії дозволяють фахівцям бути активними у вирішенні проблем та досяганні цілей;

- етика та професійний інтегритет - дотримання етичних принципів та стандартів професійної поведінки є важливим для підтримання довіри [7].

Автор зазначає, що саме ці якості допоможуть фахівцям у соціономічній сфері створити ефективний особистісно-професійний імідж, який сприятиме їхньому успіху у професійній діяльності.

Підводячи підсумки можна зазначити, що особистісно-ділові якості визначають успішність та ефективність професійної діяльності фахівців соціономічної сфери. Саме такі якості допоможуть фахівцям аналізувати складні ситуації та знаходити творчі рішення, ефективно спілкуватися з колегами та виявляти емпатію, відповідально виконувати свої професійні обов'язки та залишатися при цьому стресостійкими. Охарактеризовані особистісно-ділові якості становлять основу успішної кар'єри фахівців у соціономічній сфері та сприятимуть їх особистісно-професійному зростанню.

1.3 Психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери

В сучасних реаліях постійних змін, що відбуваються у нашій державі, актуальним постає питання формування ефективного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Успішний фахівець-професіонал звертає увагу на свій особистісно-професійний імідж та максимально готовий до його зміни, адже прагне створити позитивне враження про себе, що у подальшому сприятиме досягненню його соціальних цілей та успіху в професійній діяльності. Дане питання вкрай актуальне та має важливе теоретико-практичне значення, оскільки потребує наукового вивчення психологічних чинників та факторів, які впливають на формування особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери в епоху глобальних трансформацій. Важливо окреслити значущість означеної проблематики та зазначити, що створення ефективного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери є ключовим аспектом для їх успішного саморозвитку та кар'єрного зростання [3].

У ході дослідження під психологічними чинниками особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери будемо розуміти різні

психологічні аспекти та властивості психіки особистості, які впливають на її поведінку, сприйняття, емоційний стан, рішення та інші аспекти психологічного функціонування.

Здійснивши теоретико-емпіричне вивчення означеної проблеми наводимо психологічні чинники, які впливають на формування особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Самосвідомість та самооцінка: сприйняття себе, своїх можливостей, якостей, слабкостей, що є ключовим аспектом психологічного функціонування фахівців соціономічної сфери [53].

Самосвідомість - це усвідомлення і розуміння себе, своїх думок, почуттів, прагнень і дій у контексті соціономічної діяльності. Вона включає в себе рефлексію та свідоме сприйняття власного існування в цій сфері, а також своєї ролі в оточуючому соціальному середовищі.

Самооцінка - це оцінка власних професійних та особистісних якостей, досягнень і можливостей фахівцем. Самооцінка визначається тим, наскільки фахівець задоволений своїми професійними досягненнями, якістю своєї роботи та своїм місцем у професійному колективі.

Самосвідомість та самооцінка взаємопов'язані і взаємовпливають один на одного у контексті особистісно-професійної діяльності фахівців соціономічної сфери. Наприклад, якщо фахівець має високу самосвідомість, він зазвичай має більш позитивну самооцінку своїх професійних здібностей, і навпаки, низька самооцінка може призвести до відчуття неспроможності та погіршити самосвідомість фахівця [53].

Важливо окреслити, що самосвідомість та самооцінка відіграють важливу роль у формуванні професійної ідентичності фахівців соціономічної сфери та впливають на їх професійну поведінку, взаємовідносини з колегами, а також загальний рівень задоволення та успіху у професійній діяльності [53].

Емоції та мотивація: внутрішні стани, що впливають на сприйняття подій, прийняття рішень та напрямки дії.

Емоції - це внутрішні стани, які виникають як реакція на певні події, ситуації чи стимули. Емоції можуть варіюватися від позитивних (наприклад, радість, захоплення) до негативних (стрес, злість, роздратування). У соціономічній сфері фахівці можуть відчувати різні емоції у зв'язку із поставленими завданнями, взаємодією з клієнтами або колегами, а також внаслідок зовнішніх чинників таких, як тиск колективної думки.

Мотивація - це внутрішній стимул або потяг, який підштовхує фахівців соціономічної сфери до досягнення певних цілей або виконання конкретних завдань. Мотивація може бути внутрішньою (особистісними цілями, цінностями, інтересами) або зовнішньою (винагородою, визнанням, позитивними оцінками оточуючих). У соціономічній сфері мотивація може бути визначена, наприклад, бажанням покращити соціальну справедливість, сприяти економічному зростанню або досягти особистих та професійних цілей [43].

Емоції та мотивація взаємопов'язані і можуть впливати один на одного. Наприклад, позитивні емоції можуть підвищити рівень мотивації до виконання завдань, тоді як негативні емоції можуть пригнічувати мотивацію та знижувати продуктивність діяльності. До важливих завдань психологічного супроводу фахівців у соціономічній сфері відноситься розвиток стратегій емоційної регуляції та стимулювання мотивації на досягнення успіху в їхній професійній діяльності [43].

Когнітивні процеси: процеси мислення, сприйняття, уваги та пам'яті, які впливають на розумову діяльність.

Процеси мислення - це складні когнітивні операції, які включають аналіз, синтез, оцінку і вирішення проблем. У соціономічній сфері фахівці повинні використовувати когнітивні навички для аналізу складних ситуацій, прийняття рішень та розв'язання проблем, які виникають у процесі їхньої діяльності.

Сприйняття - це процес обробки інформації з навколишнього середовища. Фахівець у соціономічній сфері повинен бути здатним ефективно сприймати та аналізувати інформацію, що стосується соціальних та економічних процесів.

Увага - це здатність фокусувати увагу на певних аспектах оточуючого середовища та відкидати непотрібну інформацію. У соціономічній сфері увага відіграє важливу роль у здійсненні професійної діяльності, такій як аналіз даних, взаємодія з клієнтами та виконання різних завдань [43].

Пам'ять - це процеси запам'ятовування, зберігання та відтворення інформації. Фахівці у соціономічній сфері повинні мати здатність ефективно використовувати свою пам'ять для зберігання та відтворення великої кількості даних, що стосуються соціальних та економічних процесів.

Когнітивні процеси є важливими для успішної роботи фахівців у соціономічній сфері, оскільки вони допомагають зрозуміти складні соціальні взаємодії, приймати обґрунтовані рішення та ефективно виконувати свої професійні обов'язки [43].

Сприйняття себе та сприйняття інших: взаємодія з іншими фахівцями, емпатія, розуміння чужих почуттів та інтенцій.

Взаємодія з іншими фахівцями відбувається у соціономічній сфері в команді або в співпраці з іншими колегами. Їхня здатність ефективно спілкуватися, співпрацювати та вирішувати конфлікти є важливою для досягнення спільних цілей та успішного виконання професійних завдань.

Емпатія - фахівці у соціономічній сфері повинні мати здатність співчувати та розуміти почуття і потреби інших. Це дозволяє їм ефективно спілкуватися з клієнтами, колегами та іншими учасниками соціальних взаємодій [43].

Розуміння чужих почуттів та інтенцій - фахівці у соціономічній сфері повинні бути здатні розуміти мотивації, цілі та інтенції інших. Це допомагає їм взаємодіяти з клієнтами та колегами, враховуючи їхні потреби та очікування.

Сприйняття себе та сприйняття інших є важливими психологічними чинниками, які допомагають фахівцям у соціономічній сфері ефективно взаємодіяти з оточуючими та досягати успіху у своїй професійній діяльності [53].

Поведінка - різноманітні форми діяльності та реакції на зовнішні події, що виражаються у фізичній, вербальній або психологічній активності.

Поведінка є ключовим аспектом особистісно-професійного іміджу фахівців у соціономічній сфері. Вона відображається у різноманітних формах діяльності та реакцій на зовнішні події, виражаючи себе у фізичній, вербальній або психологічній активності [53].

Невербальна поведінка - це обумовлено діями, жестами та мімікою, які виражають енергію, емоції та ставлення фахівця до оточуючих. Наприклад, впевненість у собі може виявлятися у прямій поставі та активних рухах, тоді як стрес може призводити до нервової поведінки.

Вербальна поведінка - це спосіб вираження думок, ідей та почуттів через мовлення. Фахівець у соціономічній сфері повинен мати вміння чітко та конкретно висловлювати свої думки, а також ефективно спілкуватися з іншими учасниками професійного середовища [53].

Психологічна поведінка - включає в себе емоційну реакцію на події та ставлення до них. Фахівець у соціономічній сфері повинен бути здатним контролювати свої емоції та реагувати на них адекватно, що сприяє побудові позитивних відносин з клієнтами та колегами.

Формування поведінки та контроль над нею є важливим елементом психологічного аспекту особистісно-професійного іміджу, що визначає успішність фахівця у соціономічній сфері [53].

Зовнішні та внутрішні чинники формування особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери відіграють ключову роль у сприйнятті. Дані чинники обумовлюються різними психологічними аспектами, які включають в себе як зовнішні, так і внутрішні складові особистості. Розглянемо їх детальніше:

Зовнішніми чинниками особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначають:

- зовнішній вигляд - одяг, аксесуари, зачіска та макіяж відображають стиль і професійний смак фахівця;
- гарні манери - виявлення належних жестів, поз, постави та ходи підкреслюють впевненість та професійну компетентність;

- міміка та виразність - вміння контролювати міміку та використовувати її для спілкування може впливати на емоційне сприйняття співрозмовника;

- використання простору - вміння ефективно використовувати простір для спілкування може створювати враження відкритості та доступності [3].

Внутрішніми (психологічними) чинниками особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначають:

- мистецтво подобатися іншим - уміння викликати позитивні емоції та враження у співрозмовників;

- вміння правильно спілкуватися - здатність ефективно взаємодіяти з іншими та висловлювати свої думки;

- наявність якостей особистості - психологічні характеристики, такі як впевненість, емпатія, толерантність та спроможність до самовдосконалення [3].

Внутрішніми (етичними) чинниками особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначають:

- чесність та порядність - дотримання етичних норм та принципів у професійній діяльності;

- повага та відповідальність - ставлення до підлеглих, колег та партнерів з повагою та відкритістю;

- дотримання обіцянок та норм - здатність до зобов'язання та ефективна взаємодія у відповідності з правилами та нормами.

Розглянуті психологічні чинники впливають на комплексне формування особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери [3].

О. Варгата розглядає ключові якості, які є необхідними для створення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Серед таких ключових якостей автор виділяє:

- особистісні характеристики - вони включають в себе ряд таких рис, як активність, енергійність, ініціативність, впевненість, чесність, стресостійкість, саме ці якості допоможуть побудувати позитивні стосунки з колегами;

- професійні характеристики - фаховість, компетентність, організованість, творчість, відповідальність, саме ці якості допоможуть сформувати основу професійної компетентності та довіри до фахівця [1].

Особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери формується на основі різних психологічних чинників: персональні характеристики, соціальний контекст та символічне навантаження, що впливають на його створення.

Підсумовуючи можна зазначити, що психологічні чинники впливають на створення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери: по-перше, ефективний особистісно-професійний імідж не обмежується лише професійними навичками, але й включає в себе особистісні характеристики такі, як: зовнішність, спосіб спілкування та взаємодію з іншими; по-друге, різні психологічні аспекти (самосвідомість, емоції, мотивація, когнітивні процеси та сприйняття) відіграють важливу роль у формуванні особистісно-професійного іміджу; по-третє, важливою складовою формування особистісно-професійного іміджу є етичність та здатність до ефективної взаємодії.

Висновки до розділу

Здійснено теоретичне вивчення особистісно-професійного іміджу як соціально-психологічного феномену, що є комплексним утворенням, яке має динамічний характер, включаючи в себе індивідуально-психологічні властивості й особистісно-ділові якості фахівців соціономічної сфери та виступає ключовою передумовою для їх успішної реалізації у професійній діяльності.

Визначено психологічні чинники (самосвідомість, самооцінка, емоції, мотивація, когнітивні процеси, сприйняття, етичність, здатність до ефективної взаємодії) та особистісно-ділові якості, що сприяють створенню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери (адаптивність, гнучкість, комунікабельність, емпатія, креативність, ініціативність, аналітичні навички, емоційний інтелект, лідерські якості, стресостійкість, толерантність, творчість та інноваційність).

РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

2.1 Критерії та показники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери

Здійснене теоретичне вивчення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери як психологічної проблеми дозволило виокреслити особистісно-ділові якості як важливу умову особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери та надало можливість обґрунтувати психологічні чинники, які сприятимуть формуванню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Психологічними чинниками створення ефективного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначено: самосвідомість та самооцінка; емоції та мотивація; когнітивні процеси та сприйняття; етичність та здатність до ефективної взаємодії. Виокреслені психологічні чинники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери стали основою для подальшого визначення критеріїв та показників, які дозволять здійснити емпіричне вивчення психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

У контексті нашого дослідження, критерій визначається як певна ознака та формується на основі комплексу показників, за якими проводиться оцінка особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Такий комплексний підхід дозволить провести об'єктивне оцінювання особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, а також отримати достовірні результати емпіричного дослідження [51].

Важливо, щоб кожен критерій враховував психологічні аспекти та показники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, у свою чергу, це дасть можливість провести комплексне вивчення особливостей особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери [46].

Показниками особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери є конкретні характеристики, які використовуються для оцінки кожного з критеріїв. Виокреслені показники відображають конкретні характеристики або прояви певних психологічних аспектів особистісно-професійного іміджу, які вказують на рівень відповідності до кожного з критеріїв. У нашому дослідженні охарактеризовані показники допоможуть вивчити, наскільки успішно фахівці соціономічної сфери відповідають встановленим критеріям [46].

Вивчення критеріїв та показників є важливим для розробки комплексної системи оцінювання особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Для об'єктивної оцінки особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери важливо розглянути наукові підходи до критеріїв та показників, що впливають на його формування.

Т. Лигоміна визначила відповідні критерії та показники формування професійного іміджу фахівців у соціономічних професіях, як:

- когнітивний критерій – даний критерій розкриває компетентність фахівця у сфері професійного іміджу через його знання про психологічну структуру та закономірності формування іміджу, а також розуміння впливу різних чинників на цей процес;

- мотиваційний критерій – даний критерій оцінює мотиваційну компетентність фахівця, його розуміння власної професійної ідентичності, потреби у саморозвитку та бажання покращувати свій професійний імідж;

- оцінювання власного іміджу – даний критерій відображає рівень самозадоволеності фахівця своїм позитивним професійним іміджем та його здатність до соціально-психологічного комфорту в професійному оточенні;

- операційний (діяльнісний) критерій – даний критерій оцінює здатність фахівця використовувати психологічні прийоми та техніки для формування ефективного професійного іміджу, а також його планування та організацію професійної діяльності з цією метою;

- рефлексивний критерій – даний критерій відображає самопізнання фахівця, його знання сильних сторін та самооцінку, а також його бачення ідеального образу, що прийнятий в суспільстві [17].

О. Ковальова виокремлює три групи критеріїв-показників, що впливають на формування професійного іміджу фахівців у соціономічних професіях:

- індивідуальні властивості особистості (цілеспрямованість, впевненість, рішучість, сильний характер, стресостійкість, порядність, прояви почуття гумору, розвинений інтелектуальний потенціал, активність, оптимізм, розвинена інтуїція;

- професійно-направлені якості (ораторські уміння, вміння вирішувати конфлікти, вміння дискутувати, відповідальність за власні вчинки, працелюбність, щирість у спілкуванні, взаємодія з керівництвом, вміння оцінювати та керувати кадровим персоналом, власний професійний досвід);

- соціально-психологічні якості (публічність, статусність, авторитетність, самопрезентація у засобах масової інформації, здоровий спосіб життя, статусність сім'ї, привабливий зовнішній вигляд, достаток).

Запропоновані автором критерії та показники визначають ключові аспекти, що впливають на сприйняття та оцінку особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери [10].

У даному дослідженні важливо звернутися до зарубіжних концепцій у яких детально подано інтерпретацію критеріїв та показників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, зокрема:

- фахові знання - здатність фахівця до глибокого розуміння ключових концепцій, методів та теорій, які характеризують соціономічну сферу;

- навички роботи - здатність фахівця до використання різноманітних інструментів, методів та технологій для вирішення професійних завдань у соціономічній сфері;

- аналітичні здібності - здатність фахівця до проведення аналізу, оцінки та інтерпретації даних та інформації з метою прийняття обґрунтованих рішень;

- комунікаційні навички - здатність фахівця до ефективного спілкування з різними групами людей, включаючи клієнтів, колег та інших учасників соціономічних процесів;

- лідерські якості - здатність фахівця до керування проектами та групами виявлення лідерських якостей у вирішенні проблем та досягненні цілей;

- творчість та інновації - здатність фахівця до генерації нових ідей, розробки нових підходів та рішень для вирішення проблем у соціономічній сфері;

- адаптивність - здатність фахівця до адаптації до змін у професійному середовищі та вміння швидко реагувати на нові виклики і можливості;

- проектний менеджмент - здатність фахівця до планування, організації та керування проектами у соціономічній сфері з метою досягнення цілей;

- етика та професійні стандарти - здатність фахівця до дотримання етичних норм та професійних стандартів у своїй діяльності, включаючи збереження конфіденційності та повагу до прав людини;

- креативність - здатність фахівця до виявлення креативності та інноваційного мислення у пошуку нових шляхів вирішення проблем та вдосконалення соціономічних процесів;

- соціальна компетентність - здатність фахівця до виявлення емпатії, вміння підтримувати ефективні стосунки з різними групами людей та розвивати взаєморозуміння в соціальних взаємодіях;

- постійне навчання - здатність фахівця до постійного самовдосконалення, вивчення нових технологій та методів у своїй сфері діяльності для підтримки професійного розвитку [46].

Запропонована класифікація дала змогу охарактеризувати критерії та показники особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери такі, як: когнітивний, емоційний, мотиваційний та рефлексивний. Охарактеризуємо їх.

1. Когнітивний критерій особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери відображає рівень когнітивних здібностей та інтелектуальних вмінь, що впливають на здатність аналізувати, розуміти та вирішувати складні проблеми у професійній діяльності. Запропонований критерій

включає в себе такі характеристики, як: аналітичні навички, критичне та креативне мислення, адаптивність та здатність до самоосвіти.

Показниками когнітивного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначено:

- аналітичні навички - фахівець має бути здатним аналізувати складні проблеми, виявляти тенденції та розробляти стратегії відповідно до цих аналізів;
- критичне мислення - фахівець повинен бути здатним критично оцінювати інформацію та вміти аргументовано захищати свою позицію;
- креативність мислення - здатність фахівця до розробки нових ідей, методів або підходів до вирішення соціально-економічних проблем;
- адаптивність - здатність фахівця адаптуватися до змін у соціально-економічному середовищі та швидко реагувати на нові виклики та можливості;
- здатність до самоосвіти - здатність фахівця до постійного самовдосконалення та оновлення знань у соціономічній сфері [46].

2. Емоційний критерій особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери відображає рівень емоційної компетентності та здатність ефективно керувати своїми емоціями в професійному оточенні. Запропонований критерій включає в себе такі характеристики, як: емоційна інтелігентність, емпатія, стресостійкість, емоційна стабільність та психологічний комфорт [56].

Показниками емоційного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначено:

- емоційна інтелігентність - здатність фахівця розуміти свої емоції, розпізнавати їх та ефективно керувати ними для досягнення професійних цілей
- емпатія - здатність фахівця співчувати та розуміти емоції інших, що дозволяє йому ефективно взаємодіяти з колегами;
- стресостійкість - здатність ефективно реагувати на стрес-ситуації, використовуючи адаптивні стратегії та відновлення емоційної стабільності;
- емоційна стабільність - здатність фахівця залишатися спокійним у непередбачуваних ситуаціях та зберігати емоційну рівновагу;

- психологічний комфорт - здатність відчувати психологічний комфорт у професійному середовищі та ефективно функціонувати в ньому [56].

3. Мотиваційний критерій особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери відображає рівень мотивації та інтересу до професійної діяльності та досягнення професійних цілей. Запропонований критерій включає в себе такі характеристики, як: внутрішня мотивація, задоволення від роботи, цілеспрямованість, відповідальність та адаптивність мотивації [7].

Показниками мотиваційного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначено:

- внутрішня мотивація - здатність фахівця до самостійного внутрішнього стимулювання досягнення цілей, заснована на цінностях та інтересах;
- задоволення від роботи - здатність фахівця до відчуття задоволення від виконання професійних обов'язків та досягнення результатів;
- цілеспрямованість - здатність фахівця до чіткого визначення своїх професійних цілей та наполегливого працювання для їх досягнення;
- відповідальність - здатність фахівця до відчуття відповідальності за свої дії та результати своєї професійної діяльності;
- адаптивність мотивації - здатність фахівця до зміни мотиваційних стратегій та підходів у відповідь на нові обставини, завдання чи цілі [7].

4. Рефлексивний критерій особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери відображає рівень здатності до саморефлексії, аналізу та критичного оцінювання власної професійної діяльності та професійного становища. Запропонований критерій включає в себе такі характеристики, як: самопізнання, самооцінка, рефлексія над діями, рефлексія над взаємодією та саморозвиток.

Показниками рефлексивного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери визначено:

- самопізнання - здатність фахівця до розуміння власної особистості, професійних навичок, сильних та слабких сторін у професійній сфері;

- самооцінка - здатність фахівця до об'єктивного оцінювання своєї професійної діяльності, досягнень та провалів, що дозволяє йому зростати;
- рефлексія над діями - здатність фахівця до систематичного аналізу та рефлексії над власними діями, рішеннями та вчинками;
- рефлексія над взаємодією - здатність фахівця до аналізу та рефлексії над власними міжособистісними взаємодіями, спілкуванням та конфліктами;
- саморозвиток - здатність фахівця до використання результатів рефлексії для планування та реалізації стратегій саморозвитку [7].

Визначені критерії та показники відображають рівень особистісно-професійних компетенцій, які необхідні для ефективного створення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Таким чином, вищезазначені показники і критерії взаємодіють у єдиному контексті та можуть взаємно доповнюватися, сприяючи ефективному формуванню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери. Визначені критерії та показники пропонують одну з можливих альтернатив структуризації особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери та є умовними, оскільки вони є комплексною системою їх важко відокремити один від одного, переплітаючись між собою вони утворюють сукупність взаємопов'язаних індивідуально-психологічних характеристик та особистісно-ділових якостей фахівців соціономічної сфери [1].

2.2 Методика дослідження психологічних чинників особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери

Здійснивши теоретичне дослідження означеної проблеми визначено, що особистісно-професійний імідж є важливою складовою фахівців соціономічної сфери, що являється ефективним ключем до успішної комунікації та впливу на інших. Даний соціально-психологічний феномен передбачає створення образу-типажу професії соціономічної сфери, що базується на поєднанні професійних та особистісних якостей. Однією з

ключових складових успішного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери є психологічні чинники та особистісно-ділові якості такі, як: адаптивність, гнучкість, комунікабельність, емпатія, креативність, ініціативність, аналітичні навички, емоційний інтелект, стресостійкість, толерантність, творчість та інноваційність.

Критеріями та показниками особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери виокреслено: когнітивний (аналітичні навички, критичне та креативне мислення, адаптивність та здатність до самоосвіти), емоційний (емоційна інтелігентність, емпатія, стресостійкість, емоційна стабільність та психологічний комфорт), мотиваційний (внутрішня мотивація, задоволення від роботи, цілеспрямованість, відповідальність та адаптивність мотивації), рефлексивний (самопізнання, самооцінка, рефлексія над діями, рефлексія над взаємодією та саморозвиток).

Для вивчення готовості фахівців соціономічної сфери до змін індивідуального іміджу, розроблено авторський опитувальник «Психологічна готовність до зміни індивідуального іміджу фахівців соціономічної сфери».

В опитуванні взяло участь 37 фахівців соціономічної сфери (філологи, соціальні-педагоги, соціологи, психологи, менеджери). Базою дослідження став Психологічний центр Хмельницького національного університету.

Мета авторського опитувальника: визначити психологічну готовність фахівців соціономічної сфери до змін індивідуального іміджу. Розроблені питання допоможуть вивчити, як фахівці ставляться до можливості зміни свого зовнішнього вигляду та їх відношення до експериментів з іміджем.

Авторський опитувальник містить 10 тверджень, які слід уважно прочитати та відповідно до того, чи погоджуєтеся ви із твердженням поставити «+» у стовпчику «так», «частково», «ні». Відповіді на запитання оцінюються таким чином: «так» - 2 бали; «частково» - 1 бал; «ні» - 0 балів. Відповідно ключа співвідносимо відповіді та отримані бали сумуємо. Відповіді оцінюються за допомогою ключа. Результати опитувальника подано на рисунку 2.1.

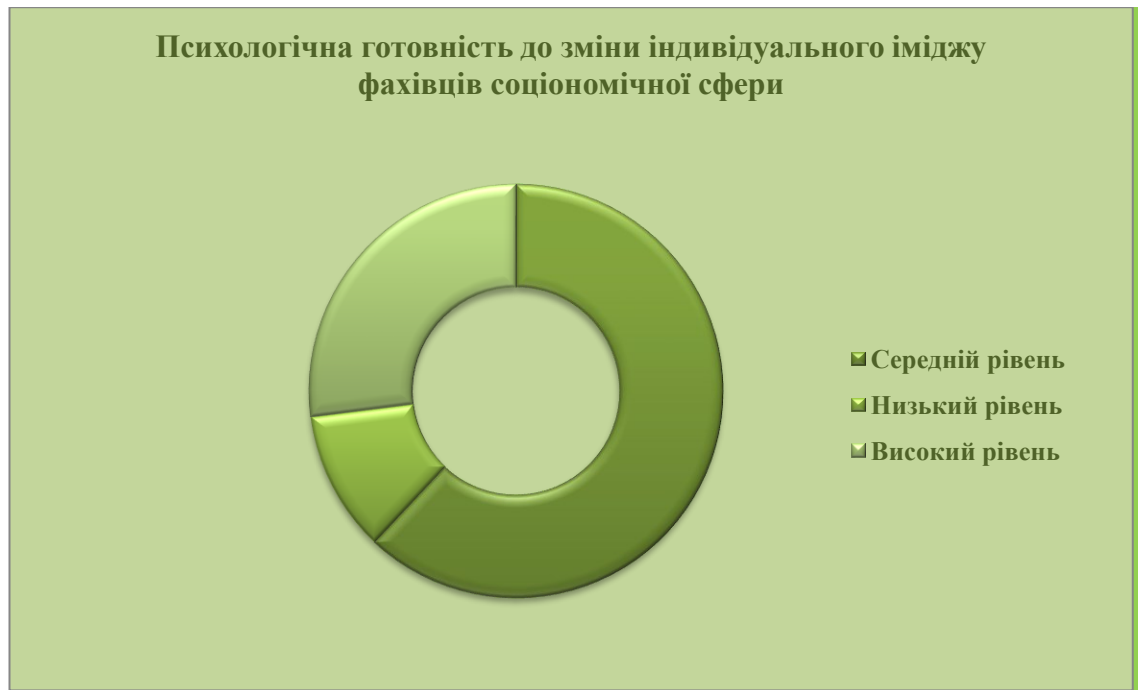


Рисунок 2.1 – Результати авторського опитувальника «Психологічна готовність до зміни індивідуального іміджу фахівців соціономічної сфери»

За результатами опитування визначені наступні показники:

- (16-20 балів) - високий рівень готовності до змін індивідуального іміджу (10.8%), такі фахівці готові до нових ідей, тенденцій та готовності приймати ризики, це свідчить про їхню впевненість, внутрішній комфорт і віру в можливість позитивного впливу нового іміджу на ваше життя, вони незалежні від відгуків оточуючих, що свідчить про внутрішню міцність і самостійність в прийнятті рішень про свій зовнішній вигляд, визнають свою унікальність і ставлять власні інтереси та бажання на перше місце; - високий рівень готовності до змін іміджу;

- (10-15 балів) - середній рівень готовності до змін індивідуального іміджу (62.2%), такі фахівці можуть бути відкритими до ідеї зміни іміджу, але не завжди прагнуть до цього, вони оцінюють інші точки зору, але можуть також враховувати свої власні переконання, для них буде комфортно, щоб зміни відбувалися поетапно або поступово, до раптових революцій у своєму іміджі не готові, для цієї групи фахівців важливо зберегти баланс між відкритістю до нового і збереженням стабільності;

- (1-9 балів) - низький рівень готовності до змін індивідуального іміджу (27.0%), такі фахівці надають високу цінність стабільності та відсутність бажання ризикувати зовнішнім виглядом, вони можуть відчувати стрес або непевність перед можливістю привертання уваги або відзначення через зміни в іміджі, для цієї групи фахівців важливо враховувати потребу у стабільності та обережності, а також шанси збагачення життя через нововведення.

За результатами опитування можна констатувати, що більшість фахівців соціономічної сфери відкриті до ідеї зміни індивідуального іміджу, але не завжди прагнуть до цього.

Для вивчення когнітивного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічного профілю за показниками аналітичні навички, адаптивність та здатність до самоосвіти використано методика «Оцінка здатності до самоосвіти» Бенджаміна Блума - відомого американського психолога, який досліджував процеси навчання та розвитку когнітивних навичок, що можуть впливати на здатність до самоосвіти [36].

Мета методики: здійснити оцінювання індивідуальної здатності до самостійного навчання та розвитку навичок самоосвіти. Дана методика дозволяє отримати об'єктивну оцінку рівня здатності особистості фахівців до самоорганізації, самодисципліни та самостійного засвоєння нових знань.

Інструкція проведення методики:

- анкетування: учасники заповнюють анкету, яка включає питання про їхні навички та досвід у самоосвіті, їхній підхід до навчання та організацію навчального процесу;

- тестування: учасники проходять спеціально розроблені тести, спрямовані на визначення рівня їхньої здатності до самостійного мислення, розв'язання проблем та самоорганізації;

- самостійні завдання: учасники отримують завдання, які потребують самостійного дослідження де спостерігається їхній підхід до розв'язання завдання та ефективність засвоєння необхідної інформації.

Результати анкетування та тестування аналізуються з метою визначення рівня здатності фахівців до самоосвіти. Важливо зазначити, чим більшу кількість балів респонденти набрали, тим вищий рівень їх здатності до самоосвіти та навпаки. Результати методики подано на рисунку 2.2.



Рисунок 2.2 – Результати за методикою «Оцінка здатності до самоосвіти»

За результатами методики визначено такі показники:

- високий рівень визначено у 21.6% фахівців соціономічної сфери, постійне самовдосконалення та навчання є ключовими факторами успіху. У фахівців з високим рівнем є можливості для подальшого розвитку. Результати методики можуть стимулювати фахівців до більш активного залучення до самоосвіти та пошуку нових можливостей для професійного розвитку, вони можуть стати підставою для створення особистих навчальних планів та цілей. Результати можуть бути використані для формулювання стратегій розвитку кар'єри фахівців, включаючи вибір навчальних програм, курсів або тренінгів, що найбільш відповідають їхнім потребам та цілям.

- середній рівень здатності до самоосвіти мають 59.5% фахівців соціономічної сфери, такий результати методики виявляє потенціал для розвитку фахівців на основі їхніх поточних здібностей та навичок. Це може включати виявлення областей, де вони можуть покращити свої навички самоосвіти для підвищення професійного рівня. Позитивні результати можуть сприяти збільшенню самовпевненості фахівців у їхній здатності до самоосвіти

та можливості досягнення нових цілей. Це може підтримати їхній мотивацію до подальшого навчання та розвитку. Результати методики можуть стати основою для розробки персоналізованих навчальних планів для фахівців з середнім рівнем. Це може включати вибір курсів або тренінгів, що відповідають їхнім потребам та цілям;

- низький рівень здатності до самоосвіти визначено у лише у 18.9% фахівців соціономічної сфери, результати методики допомогли виявити можливі обмеження або причини, що призводять до низького рівня здатності до самоосвіти. В деяких фахівців - це було пов'язано з відсутністю необхідних навичок, низькою мотивацією або невідомістю з ефективними стратегіями самонавчання. На основі результатів методики розроблено індивідуалізовані підходи для підтримки фахівців з низьким рівнем такі, як: надання додаткової підтримки, організацію навчальних курсів або тренінгів з розвитку навичок самоосвіти. Методика стала інструментом для підтримки фахівців у процесі саморозвитку. Вона допомогла їм зрозуміти їхні потенційні можливості та знайти шляхи для подолання обмежень у навчанні та професійному розвитку самоосвіти [36].

Результати методики «Оцінка здатності до самоосвіти» можуть бути корисним інструментом для фахівців соціономічної сфери усіх рівнів професійної підготовки. Вона допоможе ідентифікувати сильні сторони та обмеження в їхній здатності до самостійного навчання і розвитку, а також надасть основу для подальшої підтримки та розвитку.

Для фахівців з високим рівнем дана методика може підтримати їхнє професійне зростання та розвиток, підкріплюючи їхню впевненість у собі та надаючи конкретні рекомендації для подальшого удосконалення; для фахівців з середнім рівнем дана методика може служити стимулом до подальшого вдосконалення та надання підтримки у розвитку їхніх навичок та здібностей; для фахівців з низьким рівнем дана методика може стати інструментом для ідентифікації обмежень та розробки індивідуалізованих стратегій підтримки та розвитку [36].

Для вивчення емоційного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери за показниками стресостійкість, емоційна стабільність, усвідомлення та керування емоціями була використана методика «Шкала стресостійкості» Сьюзен Ковінгтон, яка є психологом і автором концепції стресостійкості (інтерактивна модель), яка висвітлює п'ять складових стресостійкості: афект (позитивність), контроль, зобов'язання, соціальна компетентність та згуртованість. Запропонована шкала допоможе оцінити рівень стресостійкості у фахівців соціономічної сфери [44].

У даній методиці запропонована анкета, що містить 30 запитань. Оцінювання відповідей на запитання анкети здійснюватися за різними шкалами, від «повністю не погоджуюся» до «повністю погоджуюся», чи за числовими шкалами від 1 до 5 або від 0 до 10, де кожне число відображає рівень погодження з певною заявою. Фахівець може оцінювати свою здатність до контролю за стресом на шкалі від 1 до 5, де: 1 - повністю не погоджуюся; 2 - скоріше не погоджуюся; 3 - нейтральне; 4 - скоріше погоджуюся; 5 - повністю погоджуюся. Для кожного запитання учасник відзначає свій рівень згоди з твердженням, вибираючи відповідний пункт на шкалі.

Результати анкетування можуть бути аналізовані для визначення загального рівня стресостійкості. Результати відображено на рисунку 2.3.



Рисунок 2.3 – Результати дослідження за методикою «Шкала стресостійкості»

За результатами методики визначено такі рівні:

Низький рівень стресостійкості (0-33 бали) визначено у 29.7% фахівців соціономічної сфери. Низький рівень стресостійкості може впливати на ефективність діяльності фахівця, особливо в сфері соціономічних професій, де може бути значна кількість стресогенних ситуацій.

Рекомендаціями фахівцям із низьким рівнем стресостійкості будуть наступні: розвивайте навички управління стресом: важливо навчитися реагувати на стресові ситуації ефективно, це може включати в себе вправи релаксації, дихальні техніки, медитацію, які допомагають знизити рівень стресу та відновити емоційний баланс; організуйте свій робочий день: спробуйте створити регулярний графік роботи, визначте пріоритети та плануйте свої завдання, це може допомогти знизити відчуття перевантаження та підвищити контроль над робочим процесом; забезпечте підтримку: важливо мати можливість обговорити свої проблеми та стресові ситуації з колегами або керівництвом; розвивайте вміння працювати з емоціями: навчіться розпізнавати свої емоції та ефективно з ними взаємодіяти, це може включати в себе тренування емоційної інтелігентності, уміння керувати своїми реакціями та виражати емоції конструктивно; звертайтеся за професійною підтримкою: якщо стрес перешкоджає вашій роботі або особистому життю, не соромтеся звертатися за допомогою до психологів, які можуть надати індивідуальну підтримку.

Середній рівень стресостійкості (34-66 балів) визначено у 54.1%. Для фахівців з середнім рівнем стресостійкості також можуть бути корисними певні стратегії, щоб зберегти ефективність та добробут в умовах стресу.

Рекомендаціями фахівцям із середнім рівнем стресостійкості будуть наступні: розширюйте свою стресостійкість: продовжуйте працювати над вдосконаленням своєї стресостійкості, навчайтеся новим стратегіям управління стресом та розвивайте свої навички релаксації і саморегуляції; створіть підтримуюче середовище: спілкуйтеся з колегами та керівництвом про стресові ситуації та підтримайте один одного; плануйте та організуйте

свій час: визначте пріоритети та створіть розклад роботи, щоб ефективно виконувати завдання та уникати перевантаження; розвивайте свої навички емоційної інтелігентності: навчайтеся керувати своїми емоціями та ефективно спілкуватися з колегами в стресових ситуаціях, що може допомогти зберегти емоційний баланс; використовуйте стрес як можливість для зростання: намагайтеся підходити до стресових ситуацій як до можливостей для особистого зростання та розвитку, відносьтеся до них як до викликів, які допомагають вам стати сильнішим та кращим професіоналом.

Високий рівень стресостійкості визначено у 16.2% фахівців соціономічної сфери.

Рекомендаціями фахівцям із високим рівнем стресостійкості будуть наступні: не розслабляйтеся: хоча високий рівень стресостійкості є позитивним показником, все ж варто продовжувати розвивати свої навички управління стресом та практикувати стратегії релаксації, щоб зберігати свій емоційний баланс; підтримуйте високий рівень ефективності: вам може бути складно відчувати стрес у ситуаціях, коли інші можуть бути у стані стресу; будьте допоміжними колегам: ви можете використовувати свої навички управління стресом та емоційною стійкістю, щоб підтримувати та допомагати колегам, які можуть бути менш стійкими до стресу; встановлюйте перед собою виклики: шукайте можливості для розвитку та зростання, щоб не залишатися на місці; дбайте про своє фізичне та емоційне здоров'я: практикуйте здоровий спосіб життя, знаходьте час для релаксації та відновлення, звертайтеся за допомогою, якщо відчуваєте стрес.

Запропоновані поради можуть допомогти фахівцям зберігати свою ефективність та емоційний благополуччя в роботі та особистому житті.

За результатами методики «Шкала стресостійкості» визначено, що управління стресом є важливим елементом для забезпечення ефективності фахівців у соціономічній сфері, і важливо надавати їм підтримку та ресурси для успішного управління стресом [44].

Для вивчення мотиваційного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери за показниками цілеспрямованість, відповідальність, стабільність та адаптивність мотивації була використана методика «Шкала Цілеспрямованості (Goal Orientation Scale)» Джекі Л. Мідглі та Еллен Ф. Вест [62].

Мета методики: вимірювання тенденцій фахівця, пов'язаних із спрямованістю на досягнення цілей, а також ставлення до зусиль, що необхідні для досягнення цих цілей. Дана методика дозволяє виміряти ставлення фахівців до установки та досягнення цілей, а також їх готовність до зусиль, що потрібні для досягнення цих цілей.

Анкета містить ряд питань, що досліджують різні аспекти цілеспрямованості такі, як: установка цілей, мотивація до досягнення, ставлення до невдачі та успіху, інтерес до викликів. Метод вимірювання: відповіді на питання оцінюються за шкалою Лікерта, де учасник оцінює свою згоду з твердженням за п'яти або семи бальною шкалою, де 1 – «повністю не погоджуюся» і 5 або 7 – «повністю погоджуюся». Після заповнення анкети виконується аналіз відповідей для розрахунку загального балу та підсумкових показників для різних аспектів цілеспрямованості [62].

Результати відображено на рисунку 2.4.



Рисунок 2.4 – Результати за методикою «Шкала Цілеспрямованості (Goal Orientation Scale)»

Для розподілу результатів використано наступний підхід:

- середній рівень цілеспрямованості: 54.1% - приділіть час на визначення конкретних та досяжних цілей, розділіть їх на менші завдання, щоб легше слідувати плану дій, стимулюйте себе: використовуйте невеликі нагороди або заохочення для досягнення малих кроків до великих цілей, це може стимулювати вас до досягнення успіху, постійно переглядайте свої цілі: регулярно переглядайте свої цілі, адаптуйте їх, якщо потрібно, та визначайте прогрес, щоб залишатися на правильному шляху;

- високий рівень цілеспрямованості: 21.6% - прагніть до нових та складніших завдань, які стимулюватимуть вас до розвитку та зростання, будьте проактивними: плануйте свої кроки наперед, враховуючи ваші цілі та амбіції, будьте готові до викликів та шукайте можливості для розвитку, розвивайте рефлексію: постійно аналізуйте свої досягнення та навчання з власного досвіду, визначайте, що працює для вас, і постійно працюйте над своїм удосконаленням;

- низький рівень цілеспрямованості: 24.3% - спробуйте поставити невеликі, конкретні цілі, які можна досягти в короткі строки, поступово збільшуйте їх складність з часом, запишіть свої цілі: визначте свою мету та цілі на папері, це допоможе вам зосередитися і зберегти мотивацію, шукайте підтримку: поділіться своїми цілями з друзями, родиною або колегами, щоб отримати підтримку та стимул до досягнення.

За результатами методики рівень цілеспрямованості може відрізнитися серед фахівців соціономічної сфери і має важливе значення для їхньої успішної професійної діяльності. Ідентифікація цього рівня дозволить зрозуміти, які особистісні якості можуть бути покращені або підтримані для досягнення кращих результатів.

Фахівці з середнім рівнем цілеспрямованості можуть відчувати потребу в більшій чіткості у своїх цілях та планах для досягнення їх; для фахівці з високим рівнем цілеспрямованості, може бути корисно поставити перед собою більш амбіційні цілі та виклики для розвитку; фахівці з низьким рівнем

цілеспрямованості, можуть потребувати більшої підтримки та стимулу для постановки та досягнення своїх цілей.

Вивчення рівня цілеспрямованості дозволить ідентифікувати потенційні сильні та слабкі сторони фахівців у соціономічній сфері, що може бути корисним для розробки індивідуальних тренінгових програм психологічної підтримки в їхній професійній діяльності [62].

Для вивчення рефлексивного критерію особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери за показниками самопізнання та самооцінка, рефлексія та відповідальність за власні дії, самоідентифікація та саморозвиток була використана методика «Шкала самооцінки розуміння (Self-Understanding Scale)», розроблена Джоном К. Флетчером та Мартіною С. Хайнс [44].

Мета методики: виміряти рівень самооцінки особистості щодо розуміння внутрішніх процесів, переконань, мотивації та емоційних реакцій.

Шкала складається з ряду питань, що оцінюють, наскільки учасники згодні з різними твердженнями. Вони оцінюються за бальною шкалою, де учасники відповідають на питання від «повністю не згоден» до «повністю згоден». Для визначення рівнів самооцінки використано рейтингову шкалу, яка оцінює рівень згоди учасника з різними твердженнями щодо самооцінки.

«Я здатний/здатна розуміти свої власні емоції».

«Я розумію, що впливає на мої дії та рішення».

«Я можу точно визначити свої цілі та мотивації».

«Я здатний/здатна розуміти свої сильні та слабкі сторони».

«Я розумію, які цінності мають для мене найбільше значення».

Учасники дослідження оцінюють кожне твердження за бальною шкалою, наприклад, від 1 до 5, де 1 – «повністю не згоден», а 5 – «повністю згоден». Після цього бали сумуються.

Схематично результати відображені на рисунку 2.5.



Рисунок 2.5 – Результати за методикою «Шкала самооцінки розуміння (Self-Understanding Scale)»

За результатами методики визначено такі рівні самооцінки:

- висока самооцінка (16.2%): за результатами дослідження виявлено, що такі фахівці володіють досить глибоким розумінням власних внутрішніх процесів та емоційних реакцій;

- середня самооцінка (54.1%): за результатами дослідження виявлено, що такі фахівці мають розуміння своїх внутрішніх процесів, але можуть також потребувати підвищення свідомості щодо цього аспекту;

- низька самооцінка (29.7%): за результатами дослідження виявлено, що такі фахівці потребують додаткової підтримки та розвитку своєї здатності розуміти власні внутрішні процеси та емоції.

Результати методики показують, що більшість фахівців мають середній рівень самооцінки розуміння, самоусвідомлення та самоаналізу [44].

У ході дослідження розроблено авторський опитувальник «Типи особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери».

Мета: допомогти фахівцям зрозуміти, який тип іміджу може бути найбільш відповідним для їхньої професійної кар'єри та середовища, в якому вони працюють. А також стимулювати самопізнання фахівців соціономічної сфери, допоможе їм краще розуміти свої вподобання та особливості стилю.

У запропонованому опитувальнику використано 15 запитань, де потрібно обрати відповідь а, б, в, г. Результати слід записувати в таблицю.

Оцінювання іміджу відбувається таким чином:

- «класичному іміджу» відповідає відповідь та літера А;
- «реальному іміджу» відповідає відповідь та літера Б;
- «штучному іміджу» відповідає відповідь та літера В;
- «креативному іміджу» відповідає відповідь та літера Г.

У ході опитування яких літер найбільше набере учасник – такий тип іміджу йому притаманний. Схематично результати подано на рисунку 2.6.

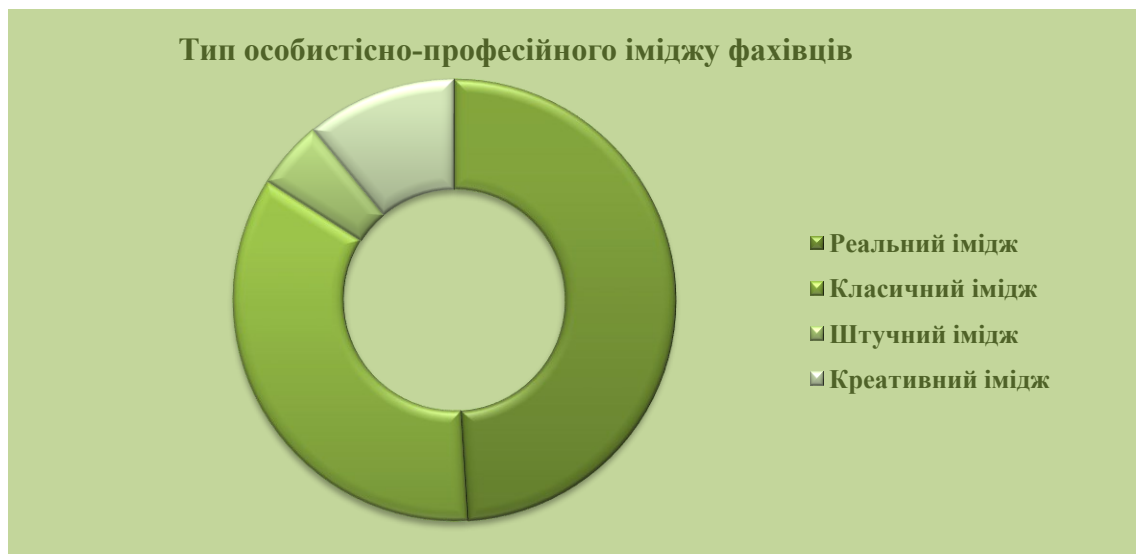


Рисунок 2.6 – Результати авторського опитувальника «Типи особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери»

Комплексне емпіричне вивчення дозволило визначити особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери:

«Класичний імідж» у 35.1%: фахівці з класичним іміджем вірні традиційним та елегантним стандартам. Їхні вибори в одязі та аксесуарах відзначаються приглушеними кольорами, класичними формами. Вони завжди виглядають охайно та стильно в будь-якій ситуації. Такий стиль вражає стриманістю та бездоганністю, викликаючи враження невимушеної елегантності у будь-якій ситуації. В образі проявляють стриманість та ввічливість, надаючи перевагу класичним та традиційним формам.

«Реальний імідж» у 48.6%: фахівці з реальним іміджем обирають комфорт і практичність. Їхні вибори в одязі та аксесуарах відповідають їхньому активному способу життя. Вони обирають прості та зручні речі. В образі проявляють відкритість та практичність.

«Штучний імідж» у 5.5%: фахівці з штучним іміджем виражають свою творчість і експериментують із стилем. Їхні вибори відзначаються екстравагантними кольорами, нестандартними формами та штучними прикрасами. Вони використовують моду як мистецтво вираження індивідуальності. В образі виявляють творчий, індивідуальний та експериментальний підхід.

«Креативний імідж» у 10.8%: фахівці з креативним іміджем не бояться експериментів та вираження себе через стиль. Їхні вибори відзначаються яскравими кольорами, нестандартними формами та креативним дизайном. Вони обирають унікальні та оригінальні речі, що відображають їх творчість, індивідуальність та креативність. В образі можуть виявляти непередбачуваність та експериментальний підхід.

За результатами комплексного емпіричного вивчення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери за такими методиками, як: «Психологічна готовність до зміни індивідуального іміджу фахівців соціономічної сфери», «Оцінка здатності до самоосвіти», «Шкала стресостійкості», «Шкала Цілеспрямованості (Goal Orientation Scale)», «Шкала самооцінки розуміння (Self-Understanding Scale)» та «Типи особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери», отримано середні рівні критеріїв та показників (когнітивного, емоційного, мотиваційного та рефлексивного). Використання комплексу методик дозволило зібрати інформацію та надало можливість вивчити особистісні характеристики фахівців такі, як: самооцінка, стресостійкість, цілеспрямованість, що впливають на формування їх особистісно-професійного іміджу. У подальшому комплексне використання методик сприятиме розвитку особистісно-ділових якостей фахівців соціономічної сфери та підвищенню їх ефективності особистісно-професійного діяльності, створюючи при цьому сприятливі психологічні чинники для самовдосконалення та досягнення успіху в соціономічній сфері.

2.3 Тренінгова програма ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери

Тренінгова програма ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери є комплексом когнітивного, емоційного, мотиваційного, рефлексивного компонентів в основу якої покладено психологічний тренінг. Психологічний тренінг спрямований на підвищення рівня когнітивних, емоційних, мотиваційних ресурсів з урахуванням психологічних чинників, які сприятимуть ефективності створенню індивідуального образу та особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Мета психологічного тренінгу: розвиток когнітивного, емоційного, мотиваційного, рефлексивного компонентів та оволодіння психотехніками створення ефективного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Завдання психологічного тренінгу:

- підбір інформаційного матеріалу та розробка міні-лекцій;
- підбір психодіагностичного інструментарію для оцінки когнітивного, емоційного, мотиваційного, рефлексивного компонентів;
- розробка тренінгових занять із використанням психотехнік та інтиерактивних методів;
 - впровадження психотехнік, інтерактивних методів, практичних вправ, для розвитку комунікативних навичок та навичок самопрезентації;
 - створення довірливої атмосфери між учасниками для обміну ідеями та формування групової згуртованості.

Психологічний тренінг ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери здійснюється з урахуванням таких принципів:

- принцип спрямованості на когнітивний розвиток - сприятиме підвищенню здатності до аналізу та швидкого прийняття рішень;

- принцип гуманності забезпечить - сприятиме створенню підтримуючої атмосфери, відкритості та довірі в групі;

- принцип моральності - допоможе сформувати етичні стандарти поведінки, що відображаються в особистісно-професійному іміджі;

- принцип комфортності - передбачає врахування фізичних та емоційних потреб учасників, забезпечення зручного середовища для розвитку;

- принцип об'єктивності - передбачає неупереджене ставлення до кожного учасника та об'єктивне оцінювання його можливостей.

Врахування принципів забезпечить цілісний та системний підхід до розвитку когнітивного, емоційного, мотиваційного та рефлексивного компонентів особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Психологічний тренінг ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери передбачає виконання тренером ряду задач до власної діяльності та до діяльності учасників.

Завдання тренера до себе:

- постійна робота над собою та самовдосконалення - тренер має вдосконалювати свої професійні навички та бути в курсі новітніх досліджень;

- формування особистісного прикладу - тренер має демонструвати етичні стандарти, професіоналізм та впевненість у своїй професійній діяльності;

- толерантність у міжособистісній взаємодії - тренер має демонструвати толерантність у спілкуванні, сприяючи створенню довірливої атмосфери.

Завдання тренера по відношенню до учасників тренінгу:

- створення невимушеної атмосфери між учасниками - тренер має забезпечити комфортне середовище для вільного самовираження учасників;

- мотивування учасників до саморозвитку - тренер має заохочувати учасників до активного саморозвитку та вдосконалення власного іміджу;

- допомога в усвідомленні шляхів розв'язання проблеми - тренер має сприяти учасникам у розумінні їх особистісних та професійних викликів допомагаючи знаходити ефективні шляхи їх вирішення;

- навчання учасників психотехнікам особистісно-професійного іміджу - тренер має забезпечити учасників практичними техніками та методиками, що допоможуть їм у створенні особистісно-професійного іміджу;

- допомога у створенні гармонійного образу та ефективної моделі поведінки: тренер має сприяти учасникам у формуванні гармонійного особистісно-професійного іміджу та розвитку ефективних моделей поведінки.

Основною формою роботи психологічного тренінгу є тренінгові заняття, що включають теоретичну та практичну частини.

Структура тренінгових занять: теоретична частина: на кожному занятті проводяться міні-лекції, де учасники отримують інформацію про ключові аспекти ефективності особистісно-професійного іміджу; практична частина: учасники вправляються у застосуванні інноваційних технік, психотехнік та психологічних вправ, авторських методик спрямованих на розвиток відповідних компонентів особистісно-професійного іміджу.

Мета занять: розвиток ефективного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Завдання занять: визначення та вдосконалення ключових компонентів особистісно-професійного іміджу та підвищення іміджевої компетентності.

Використані інноваційні техніки – застосовуються, як комплекс розвитку когнітивного, емоційного, мотиваційного, рефлексивного компонентів з урахуванням психологічних чинників; психотехніки –використовуються для підвищення емоційної стійкості та мотивації учасників; авторські методики – розроблені для підвищення рівня рефлексії та розвитку когнітивних навичок.

Психологічний тренінг ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери спрямований на розвиток когнітивного, емоційного, мотиваційного ресурсів та навичок саморегуляції. Для досягнення цієї мети доцільно використовувати різноманітні методи: бесіди, дискусії, метод пошуку нової інформації, мозковий штурм, дидактичні ігри, коло ідей, малюнок-проекція та психологічні вправи.

Важливо враховувати індивідуальні особливості групи та використовувати психотехніки комплексно, адаптуючи їх до потреб та можливостей учасників.

Психологічний тренінг ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери включає у себе цикл занять спрямованих на поетапний розвиток необхідних навичок та вмінь.

Заняття 1. Розвиток когнітивного ресурсу фахівців соціономічної сфери.

Мета заняття - ознайомити фахівців соціономічної сфери з основними поняттями та сприяти розвитку когнітивних ресурсів: підвищення рівня критичного та креативного мислення фахівців, розвиток інтелектуальних навичок: аналізу, оцінки інформації та генерування нових ідей.

Завдання заняття - формувати уявлення про критичне та креативне мислення; розвинути інтелектуальні навички аналізу та оцінки інформації; стимулювати творчий підхід до вирішення завдань;

Методика організації заняття: знайомство (бесіда) з учасниками групи (коротке представлення кожного учасника, обговорення очікувань від тренінгу). Теоретична частина: міні-лекція «Розвиток когнітивних ресурсів». Проведення тестування за «Методикою оцінки критичного мислення». Складання власного когнітивного портрета - учасники описують свої сильні/слабкі сторони. Дискусія «Особливості критичного та креативного мислення». Мозковий штурм «Мої когнітивні ресурси» - учасники перераховують навички та методи, які допомагають їм ефективно мислити критично та креативно. Ділова гра «Аналіз проблеми» - учасникам пропонується визначити проблемну ситуацію та знайти кілька способів її вирішення, використовуючи критичне мислення. Коло ідей «Мої креативні ресурси» - учасники перераховують свої сильні сторони у генеруванні нових ідей, обговорюють приклади з життя. Психологічна вправа «Коло критичного мислення» - учасники малюють коло та визначають свої якості, що допомагають їм бути ефективними у критичному мисленні. Психологічна вправа «Валіза ідей» - учасники уявляють, що вони кладуть свої ідеї у валізу

для подальшого використання. Ця вправа допомагає організувати та структурувати свої креативні думки. Підведення підсумків, домашнє завдання: Малюнок-проекція «Мої креативні ідеї» - учасники малюють малюнок, що відтворює їхні креативні ідеї та позитивні емоції, пов'язані з їхнім розвитком. Саморефлексія та самоаналіз.

Заняття 2. Розвиток емоційного ресурсу фахівців соціономічної сфери.

Мета: ознайомити учасників з основними поняттями і сприяти розвитку емоційної стійкості та оволодіння психотехнікам керування емоціями.

Завдання заняття: ознайомити учасників з позитивними та негативними чинниками, що впливають на розвиток емоційної стійкості та стабільності.

Методика організації заняття: привітання: коротке представлення та обговорення очікувань від заняття. Теоретична частина: міні-лекція «Ознайомлення з поняттями «емоційна стійкість» та «емоційна стабільність». Визначити психологічні чинники, що впливають на розвиток емоційної стійкості; усвідомлення власних емоцій та емоцій інших; керування власними емоціями та поведінкою. Проведення методики «Шкала стресостійкості» (С. Ковінгтон), проблемні запитання: «Які емоційні чинники є для вас негативними?», «Які емоційні чинники є для вас позитивними?» учасникам пропонуються проблемні запитання, а завдання тренера допомогти учасникам розкритися та зняти психоемоційну напругу; мозковий штурм «Мої емоційні чинники» учасники називають емоційні чинники, тренер записує їх, складаючи словник чинників; коло ідей «Мої емоційні ресурси» учасникам пропонується описати власні емоційні ресурси та описати, як вони використовують їх, і як у них це виходить; вправа «Психологічний ресурс» учасникам пропонується пригадати власні психологічні ресурси та, як вони допомагають у різних стресових ситуаціях; вправа «Мій позитивний образ» метою вправи є використання сприятливих позитивних образів та розвинути здатність до емоційної стійкості. Підведення підсумків, домашнє завдання: малюнок-проекція «Мій імідж емоційної стійкості», розробити власні

рекомендації щодо розвитку емоційної стійкості. Саморефлексія та самоаналіз.

Заняття 3. Розвиток мотиваційного ресурсу фахівців соціономічної сфери.

Мета - ознайомити учасників з поняттями «мотивація успіху» та «мотивація невдачі» та сприяти розвитку мотивації до успіху й позитивного ставлення до невдач та використання психотехнік на підвищення внутрішньої мотивації та задоволення від професійної діяльності.

Завдання заняття - ознайомити учасників з позитивними та негативними чинниками, що впливають на розвиток мотивації досягнення успіху та подолання невдач.

Методика організації заняття: теоретична частина: міні-лекція «Мотивація успіху та невдачі фахівців соціономічної сфери». Проведення психологічного тесту «Тест мотивації досягнення успіху» (Т. Елерс); проблемні запитання: «Що для вас є успіхом?», «Які фактори сприяють або перешкоджають досягненню успіху?», «Як ви справляєтеся з невдачами?»; учасникам пропонуються проблемні запитання, а завдання тренера допомогти учасникам розкритися та зняти психоемоційну напругу; мозковий штурм «Мої мотиватори» – учасники називають фактори, що їх мотивують, тренер записує їх, складаючи словник мотиваторів; коло ідей «Мої стратегії успіху» – учасникам пропонується описати власні стратегії досягнення успіху та як вони їх використовують, і як у них це виходить; вправа «Психологічний ресурс» – учасникам пропонується пригадати власні психологічні ресурси та як вони допомагають у різних ситуаціях досягнення успіху й подолання невдач; вправа «Мій позитивний образ успіху» – метою вправи є використання сприятливих позитивних образів, завдання психологічної вправи – досягнути внутрішньої гармонії та розвинути здатність до мотивованої поведінки. Підведення підсумків, домашнє завдання: малюнок-проекція «Мій шлях до успіху», розробити рекомендації щодо розвитку мотивації досягнення успіху. Саморефлексія та самоаналіз.

Заняття 4. Розвиток ресурсів саморегуляції фахівців соціономічної сфери.

Мета - ознайомити учасників з основними поняттями і сприяти розвитку ресурсам та навичкам саморегуляції.

Завдання заняття - ознайомити учасників з позитивними та негативними чинниками, що впливають на розвиток навичок саморегуляції.

Методика організації заняття: теоретична частина: міні-лекція «Саморегуляція фахівців соціономічної сфери»; проведення психологічного тесту «Тест на визначення рівня саморегуляції» (Карвера та Шоу); проблемні запитання: «Які стратегії саморегуляції ви використовуєте?», «Які чинники сприяють або перешкоджають вашій саморегуляції?»; учасникам пропонуються проблемні запитання та завдання тренера допомогти учасникам розкритися та зняти психоемоційну напругу; мозковий штурм «Мої стратегії саморегуляції» – учасники називають стратегії, що допомагають їм саморегулюватися, тренер записує їх, складаючи словник стратегій; коло ідей «Мої ресурси саморегуляції» – учасникам пропонується описати власні ресурси саморегуляції та як вони їх використовують; вправа «Психологічний ресурс» – учасникам пропонується пригадати власні психологічні ресурси та як вони допомагають у різних ситуаціях; дидактична гра «Миттєва реакція» на розвиток навичок саморегуляції. Учасники діляться на групи. Кожній групі пропонується набір карток з різними сценаріями (наприклад, конфлікт з колегою або тривожні новини). Учасники обговорюють сценарій в групі та обирають найефективнішу стратегію саморегуляції в цій ситуації. Потім група вибирає учасника, який представлятиме їхню команду, демонструючи навички саморегуляції. Результат: гра допоможе учасникам усвідомити важливість навичок саморегуляції; вправа «Мій позитивний образ саморегуляції» – метою вправи є розвиток навичок саморегуляції. Підведення підсумків, домашнє завдання: малюнок-проекція «Мій шлях до саморегуляції», розробити рекомендації щодо розвитку навичок саморегуляції. Саморефлексія та самоаналіз.

Заняття 5. Заключне заняття.

Мета заняття – підведення підсумків психологічного тренінгу.

Завдання заняття – полягає в усвідомленні змін та оцінці ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Методика організації заняття: проводиться повторна діагностика, яка дозволить виявити психологічні аспекти, що впливають на ефективність особистісно-професійного іміджу. На завершальному етапі тренер аналізує результати та висуває гіпотези щодо психологічних причин, які можуть впливати на створення особистісно-професійного іміджу. Такий підхід дозволить ідентифікувати сильні/слабкі сторони учасників та сприятиме розробці індивідуалізованої стратегії особистісно-професійного іміджу.

Таким чином, впровадження психологічного тренінгу з урахуванням запропонованих тренінгових занять в комплексі сприятиме створенню індивідуального образу фахівця-професіонала та ефективного особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

Висновки до розділу

Здійснено комплексне емпіричне вивчення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери та отримано середні рівні критеріїв і показників: когнітивний (аналітичні навички, адаптивність та здатність до самоосвіти), емоційний (емоційна стабільність, стресостійкість та психологічний комфорт), мотиваційний (внутрішня мотивація, цілеспрямованість та адаптивність мотивації), рефлексивний (самопізнання, самооцінка та саморозвиток).

Розроблено психологічний тренінг ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, що спрямований на підвищення рівня когнітивних, емоційних, мотиваційних ресурсів з урахуванням психологічних чинників, які сприятимуть ефективності створенню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери.

ВИСНОВКИ

Проаналізовано особистісно-професійний імідж фахівців соціономічної сфери як психологічну проблему та визначено, що даний соціально-психологічний феномен передбачає створення образу-типажу особистості фахівця конкретної професії, основою чого є поєднання індивідуально-психологічних властивостей та особистісно-професійних якостей, що сприяє ефективній комунікації, здійснюючи ефект позитивного враження на інших.

Визначено особистісно-ділові якості як важливу умову особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, що включають широкий спектр рис особистості від відповідальності, комунікабельності, емоційної стійкості, мотиваційності до креативності вирішення завдань та обґрунтовано психологічні чинники, що сприяють створенню особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери (самосвідомість, самооцінка, емоції, мотивація, когнітивні процеси, етичність та здатність до ефективної взаємодії).

Здійснено комплексне емпіричне вивчення особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери та отримано середні рівні показників: когнітивного (аналітичні навички, критичність та креативність мислення, адаптивність та здатність до самоосвіти), емоційного (емоційна інтелігентність, емпатія, стресостійкість, емоційна стабільність та психологічний комфорт), мотиваційного (внутрішня мотивація, задоволення від роботи, цілеспрямованість, відповідальність та адаптивність мотивації), рефлексивного (самопізнання, самооцінка, рефлексія над діями, рефлексія над взаємодією та саморозвиток).

Розроблено тренінгову програму ефективності особистісно-професійного іміджу фахівців соціономічної сфери, яка спрямована на підвищення рівня когнітивних, емоційних, мотиваційних ресурсів з урахуванням психологічних чинників, які сприятимуть ефективності створенню індивідуального образу та особистісно-професійного іміджу у соціономічній сфері.