

А. П. Шумейко

ад'юнк (штатний) науково-організаційного відділення
Військовий інститут
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОФІЦЕРА-ПСИХОЛОГА: МЕТОДОЛОГІЧНО-ДОСЛІДНИЦЬКИЙ АСПЕКТ

У статті пропонується конкретний інструментарій для вивчення іміджу офіцера-психолога. Обґрунтовано вихідну теоретичну модель, що включає в себе середовище, ресурси та конкретні індивідуальні прояви професійного іміджу. Окреслені адресати та мета формування іміджу у військовому організаційному середовищі. Наведені списки питань для збору інформації щодо ідеального образу психолога; розроблено процедуру експертної оцінки іміджевих характеристик успішних військових психологів; складено списки стандартизованих діагностичних методик для дослідження стану сформованості іміджу та його впливу на ефективність діяльності.

Ключові слова: професійний імідж, офіцер-психолог, імідж психолога, імідж офіцера, складові елементи іміджу, авторитет, самопрезентація психолога.

Постановка проблеми. Проблема формування професійного іміджу є відносно новою для вітчизняної психології і ще далека від остаточного вирішення. В цьому контексті міждисциплінарне поняття «імідж» ми розуміємо як соціальний стереотип – емоційно забарвлений образ, що відображує притаманні та / або приписані психологові особистісні, статусні, професійні якості та багато в чому обумовлює процес і результат професійної взаємодії. Зрозуміло, що грамотно побудований імідж забезпечує довіру та авторитет у військовому колективі, сприяє ефективному виконанню професійних завдань психолога. Формування іміджу детермінується, з одного боку, професійно-особистісними якостями фахівця, а з іншого – соціо-культурними, організаційними особливостями середовища (військового підрозділу), проблемами та запитамі, що існують в ньому і потребують психологічного втручання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор. Теоретичне обґрунтування формування іміджу, започатковане в психології соціальної взаємодії (І. Гофман, Ф. Девіс, Ч. Кулі, Дж. Мід, Т. Парсонс, С. Розум та інші), знайшло практичне відображення в працях В. Горчакова, В. Королька, Д. Ольшанського, Г. Почепцова, Л. Прудникова, Т. Скрипаченко, В. Шепеля і багатьох інших. У вітчизняній психології існують ґрунтовні дослідження іміджу військових офіцерів та ЗСУ (В. Алещенко, С. Горевалова, У. Ільницька, Г. Ковальська, Л. Лаптева, О. Матеюк, Є. Потапчук, О. Сафін та ін.). Щодо іміджу психолога, слід згадати теоретичні та практичні розробки В. Бозаджієва, О. Затворнюк, О. Єлісеєвої, О. Чебикіна.

Проте військова сфера діяльності психолога зумовлює особливості формування іміджу не враховані у попередніх дослідженнях. Йдеться

про досить жорстку регламентацію та вертикальну субординацію взаємовідносин, суворі вимоги дотримання етичного кодексу, додаткове навантаження виховним складником професійної діяльності, готовність до дій в екстремальних умовах тощо. Майже п'ятирічне існування України в умовах зовнішньої військової загрози суттєво поліпшило ставлення громадського суспільства до збройних сил. Водночас суспільство стоїть перед гострими, небаченими раніше викликами, що потребують психологічного супроводу. До них належать швидке формування бойової готовності військовослужбовців, психологічна реабілітація демобілізованих учасників бойових дій, поширеність посттравматичних розладів, робота з сім'ями військових і багато іншого. Слід відзначити гостре протиріччя між зростанням вимог до компетентностей сучасного офіцера-психолога та відсутністю завдань щодо умінь професійної самопрезентації, іміджу в програмах фахової підготовки у вищих військових навчальних закладах.

Мета статті – окреслити загальну логіку емпіричного дослідження та обґрунтувати психодіагностичний інструментарій для вивчення іміджу офіцера-психолога.

Виклад основного матеріалу. Процес виконання низки завдань і обов'язків офіцера-психолога значно обумовлений професійним іміджем. До цих завдань, зокрема, належать такі: організація діагностичних обстежень, динамічне спостереження і оцінка психологічного стану особового складу; вивчення впливу організаційних та інших факторів життєдіяльності на військовослужбовців; прогнозування соціально-психологічних процесів у підрозділах; супровід адаптації до умов військової служби; психологічна робота під час виконання бойових (навчально-бойових) завдань і повсякденної діяльності військової частини;

профілактика порушень дисципліни, правопорушень, суїцидальних проявів та інших відхилень поведінки; проведення психокорекційних заходів, спрямованих на збереження психічного здоров'я особового складу; безпосереднє надання кваліфікованої психологічної допомоги тим, хто її потребує (військовослужбовцям, членам їх родин, цивільному персоналу); забезпечення реабілітації психотравмованих військовослужбовців; надання психологічно обґрунтованих пропозицій посадовим особам, вищому керівництву стосовно підвищення психологічної стійкості військовослужбовців, поліпшення умов служби, забезпечення здорового морально-психологічного клімату; рекомендації щодо кадрових рішень; підвищення рівня психолого-педагогічної компетентності офіцерів, навчання формам і методам психологічної роботи з підлеглими; навчання військовослужбовців прийомам психологічної само- та взаємодопомоги; протидія негативному інформаційному впливу, забезпечення морально-психологічної стійкості в умовах гібридної війни [8].

Формування іміджу офіцера-психолога має дві магістральні цілі-спрямованості: з одного боку, це довіра з боку військовослужбовців (цей фактор має особливе значення в умовах військового підрозділу, адже психолог має бути «своєю людиною», тісно знайомою з тонкощами і проблемами несення служби, і водночас має дотримуватись тих самих етично-дисциплінарних норм); з іншого боку, це авторитет вищого керівництва, беззаперечне визнання значущості психологічного фактору під час прийняття рішень.

Д. Крутилін (2011) представляє процес формування іміджу у вигляді системи, до складників якої належать: а) особистість офіцера як результат процесу соціалізації у військовому середовищі; б) військовий підрозділ – об'єднана суспільно значимою метою захисту держави група людей, що вирішує завдання з оволодіння військовою справою, підтримки постійної бойової готовності і ведення збройної боротьби. Реалізація іміджу обумовлена умінням самопрезентації офіцера, а також специфікою військової організації. Імідж формується в процесі безпосередньої взаємодії як результат сприйняття й інтерпретації демонстрованих офіцером особистісно-професійних якостей; статусних характеристик; стилю поведінки і вибудовування взаємин. Крім того, конструювання іміджу може відбуватись дистанційно, на основі непрямої інформації, що наділяє людину певними характеристиками: розповіді, чулки, публікації в ЗМІ і таке інше [7].

Водночас соціолог виділяє суб'єктивні чинники формування іміджу, а саме: систему потреб, соціальних установок, спрямованостей і ціннісних орієнтацій, що регулюють поведінку фахівця. Вплив інституту військової служби на формування іміджу офіцера полягає у його інтеграції у військово-про-

фесійне соціокультурне середовище; створенні умов, що сприяють засвоєнню норм і цінностей військової служби, моделей рольової поведінки; узгодженні світогляду офіцера із соціальними цілями і завданнями військових підрозділів.

Цю позицію розвиває В. Алещенко (2016), зауважуючи, що офіцер здійснює управління поведінкою підлеглих в умовах небезпеки, високого ступеню ризику для життя. Таким чином, імідж офіцера визначається його діяльністю в екстремальних умовах [1].

В. Шевченко відзначає, що образ військового психолога на цей час тільки формується. Спостерігається переважаність додатковою роботою із особовим складом та оформленням паперів, що заважає виконанню безпосередніх завдань психолога (тести, супровід, консультації, робота з сім'ями). Автор звертає увагу на страх старшого покоління командирів перед психологами: «мовляв, ось вони залізуть мені в душу своїми брудними калошами, дізнаються всі мої таємниці» [4].

В. Торічний (2011) звертає увагу на одну із особливостей професійного іміджу – його спрямованість на зовнішнє середовище, відображення потреб інших за допомогою своєрідного носія [9]. Тому слід додатково зробити акцент на гнучкості іміджу психолога, динаміка якого відтворює актуальні потреби соціальної групи.

Будучи засобом соціально-психологічного впливу, імідж одночасно виконує функції самовираження, самопрезентації, самопізнання, саморозвитку особистості фахівця. Отже, здійснюючи цілеспрямовані зусилля з формування власного позитивного іміджу, фахівець не тільки демонструє найбільш соціально важливі особистісні та професійні якості в соціальному оточенні, а й вчиться бачити себе ніби «з боку» – співвідносити свої характеристики із соціально необхідним образом офіцера [1; 7].

В. Бозаджисев (2009) пише про імідж як «засіб керування життєвою перспективою» психолога і відзначає важливість іміджевої компетенції (як складника загальної соціально-професійної компетентності) – здатності та готовності самостійно й успішно формувати власний професійний образ, а також «вживатися» в нього [2, с. 99]. Відомо, що навички самопрезентації складають важливий компонент соціальної компетентності сучасного фахівця.

Треба наголосити, що під час формування іміджу реальні риси людини, притаманні їй якості та характеристики тісно переплітаються з приписаними (нею самою або оточуючими). Через це в процесі формування позитивного іміджу однією із найголовніших умов є відповідність образу, який створюється, об'єктивному стану справ. Офіцер-психолог має успішно демонструвати професійно-значущі якості, якими насправді володіє. В умовах військової служби адресат, якому спря-

мована побудова іміджу, рано чи пізно дізнається про невідповідність, і це призведе до скептичного і навіть ворожого ставлення.

О. Караяні та І. Сиромятников (2006) пишуть про *професійну суб'єктність* – утворення, що виникає на певному етапі професійного розвитку психолога (стаж більше трьох років) та актуалізується в ситуаціях професійного самовизначення. Цю здатність можна розглянути через механізм «самопроголошення» професійної ініціативи в умовах нормативної невизначеності (особистісної та професійної), коли дієва самосвідомість реалізує позитивні з точки зору фахівця потенції професійної «Я-концепції». Це відповідальна автономія в професійних діях, що утверджує на практиці життєву позицію фахівця, виражає розуміння ним свого місця і ролі в структурі діяльничих взаємозв'язків, а також загальний рівень його психічної активності, сформований як результат поєднання попередніх соціальних взаємодій та індивідуальних особливостей [5]. Безумовно, описаний механізм безпосередньо стосується формування іміджу. Серед споріднених професійних феноменів слід відзначити професійне самоствердження – це свідомо об'єктивація сутнісних сил особистості, що виявляється у потребі встановлювати і відстоювати свій статус у суспільстві, досягати поваги й самоповаги, отримувати позитивні оцінки власної професійної діяльності.

О. Єлісеєва (2011) сформулювала практичну модель іміджу психолога-консультанта як фактору довіри клієнта. До компонентів іміджу належать такі: зовнішній вигляд (габітус, експресивна поведінка, голос); запахи і соціальне оформлення особистості (одяг, аксесуари); предметне середовище як фон сприйняття; індивідуально-психологічні особливості психолога; особливості професійного спілкування та діяльності. З іншого боку, компонентами довіри клієнта до психолога є когнітивний (уявлення і очікування, пов'язані з поведінкою психолога), емоційний (оцінки клієнтом процесу взаємодії з психологом) і поведінковий (готовність клієнта до певних дій щодо психолога і умов взаємодії). Довіра клієнта виникає за наявності готовності до її прояву в результаті сприйняття іншого як значимого, надійного і безпечного, а також власної суб'єктивної значущості і безпеки (оскільки в умовах військової служби говорити про повну безпеку неможливо, можна уточнити цю модель, оперуючи поняттям емоційної безпеки). У встановленні стосунків довіри виділені три етапи, починаючи від рівня соціально-перцептивних процесів до визначення міри схожості з партнером і до встановлення рольової відповідності. Ця модель є корисною для оцінки сприйняття цільового іміджу офіцера-психолога та ефективності його впливу. Автор розробив дві такі методики: «Критерії довіри і недовіри особи-

стості психолога-консультанта» та «Оцінка типів іміджів психолога-консультанта» [3].

О. Чебикін та С. Астрейко визначають імідж психолога як емоційно привабливий для оточуючих образ, що відповідає очікуванням конкретної людини або групи людей, тобто фахівця, спроможного надати кваліфікаційну психологічну допомогу. В роботі над проблематикою цього феномену треба враховувати його подвійну природу – соціальну і психологічну. Автори пропонують використовувати модель трикутника: образ ідеальний – точка зору досліджуваної аудиторії стосовно ідеального прояву іміджу; образ реальний, що співпадає з наявними характеристиками, його сильними і слабкими сторонами; образ створений – сформована масова свідомість після проведення імідже-формульованої роботи. Цікаво, що погляди на професійно-важливі риси психологів у клієнтів, представників професії та студентів не співпадають. Найбільш важливими особливостями, що детермінують імідж практичного психолога, клієнти назвали підвищене почуття відповідальності за слова та дії, культуру поведінки, широту інтересів і незалежність поглядів, емоційну врівноваженість, здатність емоційно притягувати до себе людей [10].

На основі попереднього теоретичного аналізу проблеми ми склали концептуальну модель процесу формування іміджу, головними складниками якої є: 1) середовище формування професійного іміджу; 2) ресурси формування професійного іміджу; 3) конкретно-індивідуальні прояви професійного іміджу – див. рис. 1.

Соціальне середовище формує запит на конкретні види роботи психолога, а отже, відповідні професійно-важливі якості (ідеальний образ професіонала очима клієнта). Ця соціальна установка трансформується, проходячи своєрідний фільтр – індивідуальні ресурси фахівця стосовно формування іміджу. До них ми віднесли наступні:

а) структуру компетенцій та професійний «Я-образ» психолога;

б) особистісні властивості (самоповага, самодисципліна, людяність, високі моральні й ціннісні орієнтири, патріотизм, активна громадянська позиція);

в) статусні характеристики, систему соціальних ролей і повноважень фахівця.

В результаті взаємодії цих факторів (з одного боку – соціальний запит, з іншого – власні ресурси) формується індивідуальний та неповторний імідж фахівця, що має численні конкретні прояви в цьому соціальному середовищі. Серед них:

– поведінка в міжособистісних взаєминах, тактики комунікації;

– відпрацьована самопрезентація, що базується на чіткій професійній самоідентифікації;

– доброзичливість, небайдужість і шанобливе ставлення до оточуючих;

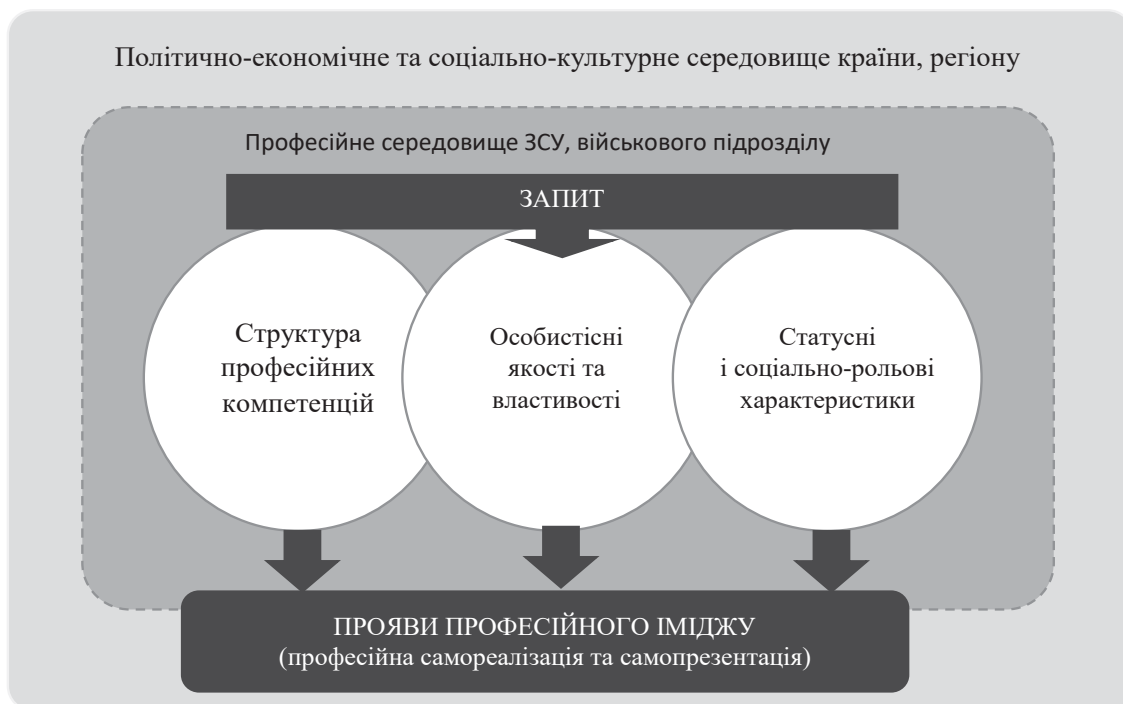


Рис. 1. Концептуальна схема формування та реалізації професійного іміджу офіцера-психолога.

- особливості поведінки в кризових умовах, екстремальних ситуаціях;
- габітарні і кінетичні характеристики;
- мовні особливості (інтонації, паузування, володіння «мовою клієнта» та професійною термінологією);
- предметні прояви (візитівка, кабінет тощо);
- єдність світосприйняття; зовнішня, рольова, ціннісна схожість;
- ретельне дотримання конфіденційності та військової таємниці;
- морально-ціннісні орієнтири та способи їх декларації;
- щирі прояви патріотизму (спілкування українською мовою);
- пунктуальність, організація і розподіл робочого часу.

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

Ми сформулювали технологію вивчення іміджу офіцера-психолога, що включає в себе комплекс різноманітних методів збору психологічної інформації, її якісного й кількісного аналізу. Логіка дослідження:

1) Визначити ідеальний професійний образ психолога за результатами опитування особистого складу військового підрозділу, а також командування.

2) З'ясувати експертну думку щодо реальних якостей успішних психологів, способів побудови самопрезентації.

3) Проаналізувати відповідність цих двох образів. Скласти перелік іміджевих характеристик офіцера-психолога.

4) Скласти анкету-самозвіт та дослідити конкретних психологів (випускників-студентів військових вишів) на відповідність отриманій моделі.

5) Визначити зовнішні фактори та внутрішні ресурси, що впливають на професійну успішність за допомогою стандартизованих методів діагностики.

6) Розробити та апробувати програму тренінгового впливу, що включає конкретні способи презентації іміджевих якостей в професійній взаємодії.

Слід розуміти, що іміджева модель відрізняється від компетентнісної моделі психолога – під час навчання концентруються саме на останній (що цілком зрозуміло). Але в практичній діяльності висувається на перший план іміджевий складник професійної компетентності.

Для вивчення зовнішнього аспекту іміджу – сприйняття образу психолога в конкретному організаційному середовищі – ми пропонуємо коротку письмову анкету з відкритими питаннями (опитування добровільне та анонімне). Для *військовослужбовців* вона виглядає наступним чином:

1. Чи є у вас досвід спілкування з військовим психологом?

2. Якщо відповідь на попереднє питання «так», то позначте, яке враження справив на вас фахівець?

3. Перерахуйте конкретні професійні та особистісні якості, котрі повинен мати психолог, якому, на вашу думку, варто довіряти? Перерахуйте не менше семи.

4. Як ви вважаєте, чим «хороший» психолог відрізняється від «поганого»?

Для командирів та посадових осіб пропонуємо такий перелік питань (з цієї категорією респондентів краще проводити не письмове опитування, а усне структуроване інтерв'ю):

1. Як часто у своїй роботі ви спілкуєтесь з військовим психологом (декілька разів на день, щодня, декілька разів на тиждень, 3–5 разів на місяць, раз на місяць або рідше)? З яких питань та ситуацій? Чи було таке, що рекомендація або пропозиція психолога суттєво вплинула на ваше посадове рішення?

2. Які найбільш корисні, важливі функції виконує психолог у вашому підрозділі? Яку частину роботи психолога ви вважаєте найбільш безцільною або невдалою? Чи є такі завдання, до виконання яких ви б хотіли залучати психолога більшою мірою?

3. Назвіть конкретні професійні та особистісні якості, що, на вашу думку, повинен мати військовий психолог? Перерахуйте не менше десяти.

4. Як керівник, чи можете ви з першого погляду визначити, наскільки вартий психолог довіри? Чим, на вашу думку, «хороший» психолог відрізняється від «поганого»?

Контент-аналіз даних опитування дає досліднику максимально широкий перелік різноманітних професійних властивостей та іміджевих якостей, затребуваних користувачами психологічних послуг. Таким чином, ми реалізуємо психосеміотичний підхід – імідж як відображення у масовій свідомості образу представника певної професії. Також ми заклали умови виявлення «анти-»якостей, що негативно позначаються на формуванні професійного іміджу офіцера-психолога.

Другим кроком дослідження є експертна оцінка сутнісних характеристик професійного іміджу з боку найбільш успішних офіцерів-психологів. Критеріями успішності в такому разі можуть виступати як об'єктивні показники (офіційний статус, стаж роботи, нагороди тощо), так і відгуки з боку користувачів – військовослужбовців.

Структура опитувальника-інтерв'ю для психолога:

– Вступне питання (налагодження контакту) про посаду та стаж роботи психолога, досвід участі у військових операціях. Як ви тут опинилися, чому обрали цю роботу? Хто тут працював до вас, яка історія місця роботи?

– Чи задавались ви коли-небудь питанням побудови власного іміджу під час професійної діяльності? Що таке «імідж», по-вашому?

– Які якості, здібності, поведінкові риси, зовнішні характеристики важливі для психолога на вашій посаді?

– Чи є певний образ-ідеал фахівця, на який ви рівняєтесь (уточнююче питання: «Як виглядає та поводить себе ідеальний офіцер-психолог»)? Як відбувається втілення цього ідеалу в реальний діяльності, якими способами?

– На вашу думку, як вас сприймають військовослужбовці? За якими питаннями вони звертаються, за порадою чи допомогою?

– Як вас сприймає вище керівництво? В яких ситуаціях залучають вас як фахівця, з яких питань надає рекомендації? Наскільки пропозиція психолога впливає на остаточне рішення командира?

– Яка найбільш вдала знахідка (або знахідки) у побудові власного професійного іміджу?

– Від яких помилок у самоподанні ви можете застерегти психологів-початківців, випускників вишу?

Відомо, що в умовах пошукового, розвідувального дослідження відкриті опитування є найбільш простим і до того ж ефективним методом отримання інформації. Вони дозволяють прояснити феноменологічне поле досліджуваного явища, виявити раніше невраховані його прояви та аспекти, сформулювати нові дослідницькі гіпотези. Гнучка побудова бесіди дає змогу уточнювати та деталізувати відповіді, ставити додаткові питання і таким чином з'ясовувати найбільш значущі елементи досвіду офіцерів-психологів. Додатково ми можемо спостерігати невербальні реакції, а також фіксувати зовнішні елементи іміджу (одяг, зачіска, манера поведінки, мова психолога, а також облаштування кабінету). Інтерв'ю займає небагато часу (20–30 хвилин), для складання повного уявлення достатньо десяти кейсів.

Для подальшого вивчення стану і процесу формування іміджу у студентів в процесі професійної підготовки можуть бути використані письмові есе на тему «Яким має бути психолог» (контент-аналіз та порівняння списку якостей із результатами експертної оцінки). Серед відомих стандартизованих діагностичних інструментів слід відзначити наступні: тест «Кто Я?» (20 тверджень) М. Куна-Т. Макпартленда; Методику вивчення професійної ідентичності Л. Шнейдер; Інтерперсональний діагноз Т. Лірі (метод діагностики міжособистісної взаємодії в модифікації

Л. Собчик, що дає змогу досліджувати як реальну, так і ідеальну модель поведінки); Шкали психологічного благополуччя К. Ріфф; Опитувальник професійного самоздійснення О. Кокуна. В дослідженні ідеального образу психолога, присутнього в масовій свідомості, добре зарекомендував себе метод семантичного диференціала Ч. Осгуда [6].

Висновки. Вихідна концептуальна модель формування професійного іміджу включає в себе середовище, ресурси і конкретно-індивідуальні прояви професійного іміджу. Середовище формує запит на конкретні види роботи психолога й відповідні професійно-важливі якості. Ця соціальна установка трансформується, проходячи через індивідуальні ресурси формування іміджу: структуру компетенцій та професійний «Я-образ» психолога, особистісні властивості та статусні характеристики фахівця. В результаті взаємодії цих факторів (з одного боку – соціального запиту, з іншого – власних ресурсів) формується індивідуальний та неповторний імідж фахівця, що має конкретні прояви в соціально-організаційному середовищі. Сформульована теоретична модель потребує уточнення в емпіричному дослідженні. Технологія такого дослідження передбачає попередній збір інформації в професійному середовищі щодо з'ясування ідеального іміджу офіцера-психолога; на наступному етапі – формування (втілення) бажаного іміджу з урахуванням наявних ресурсів та перевірка його впливу на ефективність реалізації професійних завдань. Результатом такого дослідження має стати емпірично обґрунтована компонентна модель іміджу як орієнтир для навчально-виховного процесу ВВНЗ та подальшого професійного саморозвитку фахівця.

Перспективами подальших розвідок у цьому напрямі є виявлення внутрішніх ресурсів формування іміджу офіцерів-психологів та організація формувального експерименту, спрямованого на конструювання моделі бажаного іміджу відповідно до специфіки військової діяльності з урахуванням індивідуальних особливостей і ресурсів психолога. Розробка та впровадження технології формування іміджу в освітній практиці військового вишу.

Література:

1. Алещенко В. Психологічні умови формування іміджу майбутнього офіцера Збройних Сил України. Збірник наукових праць Національної Академії Державної Прикордонної Служби України. Серія «Психологічні науки». 2016. № 1 (3). С. 6–18.
2. Бозаджиев В.Л. Имидж психолога. М.: Академия естествознания, 2009. 219 с.
3. Елисеєва О.О. Профессиональный имидж психолога-консультанта. Преподаватель XXI век. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru>
4. За роки війни в Україні не створено іміджу воїна-захисника: інтерв'ю з психологом Вірою Шевченко. URL: <https://golosua.info/2018/04/06/psykholoh-vira-shevchenko-za-roky-viiny-v-ukraini-ne-stvoreno-imidzhu-voina-zakhysnyka/>.
5. Караяни А. Прикладная военная психология. А. Караяни, И. Сыромятников. СПб.: Питер, 2006. 480 с.
6. Ковальська Г.О. Образ ідеального військово-вслужбовця в уявленні мобілізованих солдат. Науковий вісник Херсонського державного ун-ту. Серія «Психологічні науки». 2014. Вип 2(1). С. 67–71. URL: <http://nbuv.gov.ua>.
7. Крутилин Д.С. Имидж офицера-руководителя современных Вооруженных Сил РФ (социологический анализ): автореферат дис. ... на соискание уч. степени канд. социол. наук: спец. 22.00.08. М., 2011. 26 с.
8. Положення про органи по роботі з особовим складом ЗСУ. Типові обов'язки офіцера психолога: Наказ Міністерства оборони України №491 від 17.07.2013. URL: <http://www.mil.gov.ua>.
9. Торічний В.О. Структура професійного іміджу прикордонника. Вісник Національного університету оборони України. 2011. Вип. 2. С. 238–243.
10. Чебикін О.Я. Імідж психолога та можливості його формування. О.Я. Чебикін, С.В. Астрейко. Наука і Освіта. 2010. Випуск № 8. С. 44–48.

Шумейко А. П. Формирование имиджа офицера-психолога: методологически-исследовательский аспект

В статье предлагается конкретный инструментальный для изучения имиджа офицера-психолога. Обоснована исходная теоретическая модель, включающая в себя среду, ресурсы и конкретно-индивидуальные проявления профессионального имиджа. Указаны адресаты и цель формирования имиджа в военной организационной среде. Приведены списки вопросов для сбора информации об идеальном образе психолога; разработана процедура экспертной оценки имиджевых характеристик успешных военных психологов; составлены списки стандартизированных диагностических методик для исследования состояния сформированности имиджа и его влияния на эффективность деятельности.

Ключевые слова: профессиональный имидж, офицер-психолог, имидж психолога, имидж офицера, составляющие имиджа, авторитет, самопрезентация психолога.

Shumeyko A. P. Formation of the image of the officer-psychologist: methodological and research aspect

The article suggests a specific tool for studying the image of a psychologist officer. The original theoretical model is grounded, including the environment, resources and specific individual manifestations of the professional image. The addressees and the goal of forming the image in the military organizational environment are indicated. Lists of questions for collecting information on the ideal image of a psychologist are given; the procedure of expert evaluation of image characteristics of successful military psychologists was developed; lists of standardized diagnostic techniques for the study of the state of the formation of the image and its impact on the effectiveness of the activity have been compiled.

Key words: professional image, officer-psychologist, image of a psychologist, image of an officer, components of the image, authority, self-presentation of a psychologist.