

5. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін.; за ред. М. П. Требіна. Х. : Право, 2015. 816 с.
6. Сидоренко Е. В. Личностное влияние и протivotояние чужому влиянию. *Психология влияния* / сост. А. В. Морозов. СПб. : Питер, 2001. С. 11–31.
7. Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М. : Изд-во Института Психотерапии, 2002. 339 с.
8. Шейнов В. П. Манипулирование и защита от манипуляций. СПб. : Питер, 2014. 304 с.
9. Corzine J. B., Buntzman G. F. Machiavellianism in U. S. Bankers. *International Journal of Organizational Analysis*. 1999. № 7 (1). P. 72–83.
10. Christie R., Geis F. L. *Studies in Machiavellianism*. New York : Academic Press, 1970. 430 p.
11. Hawley P. H. Evolution and personality: A new look at Machiavellianism. *Handbook of personality development* / Mroczek D. K., T. D. Little (eds). New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2006. P. 147–161.
12. Karkoulіan S., Samhat A., Messarra L. The relationship between Machiavellianism and career development. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*. 2010. № 14 (1). P. 1–11.
13. Shepperd J., Socherman R. E. On the Manipulative Behavior of Low Machiavellians: Feigning Incompetence to «Sandbag» an Opponent. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1997. Vol. 72. № 6. P. 1448–1459.
14. Wilson D. S., Near D., Miller R. R. Machiavellianism: A Synthesis of the Evolutionary and Psychological Literatures. *Psychological Bulletin*. 1996. Vol. 119. № 2. P. 285–299.
15. Zin S. M., Ahmad N., Ngah N. E., Ismail R., Abdullah I. H. T., Ibrahim N. Effects of Machiavellianism on Ingratiation in Organizational Settings. *Canadian Social Science*. 2011. № 7 (2). P. 183–190.

УДК 159.9: 316.6

doi: 10.15330/psp.23.26–35

Олександра Гринчук, Надія Назарійчук

ІМІДЖ МАЙБУТНЬОГО ПСИХОЛОГА: ОСОБЛИВОСТІ УЯВЛЕНЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

У статті розкривається зміст поняття «імідж». Проаналізовано основні підходи до виокремлення складових іміджу майбутнього психолога. На основі аналізу визначено три базових складових іміджу майбутнього психолога: професійно-важливі якості, зовнішньо-поведінкові та індивідуальні характеристики і їх показники. Висвітлено результати емпіричного дослідження уявлень студентів про імідж майбутнього психолога, що формується у процесі навчання. Зроблено висновок про несформованість професійно-важливих якостей майбутніх психологів.

Ключові слова: імідж, складові іміджу, професійно-важливі якості особистості, зовнішньо-поведінкові характеристики, індивідуальні характеристики майбутнього психолога.

The article deals with the analysis of the content of the concept of «image». The image is defined as an image that consists of external and internal indicators and is formed purposefully for influencing the environment in order to form the general impression that the person wants to demonstrate.

The basic theoretical approaches to the identification of the components of the image of the would-be psychologist are analysed. Three basic components of the image of the would-be psychologist are identified: the professionally important qualities, the external-behavioural and

individual characteristics. The indicators of the professional qualities include: the professional competence, communication skills, observation, stress tolerance, empathy, benevolence, responsibility, creativity, self-observation, erudition, tactic and delicacy. The external-behavioural characteristics of the would-be psychologist include the physical and social appearance. The indicators of the individual characteristics of the would-be psychologist are communicability, stress resistance and empathy.

The results of the empirical research into the students' ideas about the image of the would-be psychologist, which is formed during the studying process, are revealed. In particular, it is specified, what indicators the interviewers consider to be the main components of the image, which professionally important qualities and external-behavioural characteristics the psychologist should possess, what determines the social design of the appearance of the psychologist and which communicative features the specialist psychologist should possess.

The conclusion is made of the insufficient formation of the professional qualities of the would-be psychologists, because the development of the outlined main characteristics – communicability, stress resistance, empathy – is not appropriate for the specialist psychologist. It proves that it is of utmost importance to work on the image of the would-be psychologists and purposefully shape it.

The prospects of the further empirical research with the use of the correlation analysis for the purpose of establishing causal relationships between the studied components, as well as for the deeper understanding of the problem, are outlined.

Keywords: *image, components of image, professionally important personality qualities, external-behavioral characteristics, individual characteristics of the future psychologist.*

Актуальність дослідження. У зв'язку з тим, що в останні роки професія психолога набула особливої популярності та почала застосовуватись у різних галузях людської діяльності, вона викликає чималий інтерес до себе та користується неабияким попитом на ринку. Така популярність фахівців професії типу «людина-людина» підкріплюється як самим суспільством, яке загалом має доволі поверхове уявлення про особливості діяльності психологів, так і тими фахівцями, які уже працюють у цій галузі, і вдало використовують свій імідж для просування власних послуг.

Стає очевидним, що система фахової підготовки майбутніх психологів має важливе значення. Аналізуючи сьогодні її особливості, можемо спостерігати, щонавчальні програми орієнтуються переважно на оволодіння студентами системою теоретичних знань і технік, формування Hard Skills. Однак специфіка професії психолога, її відношення до типу «людина-людина» передбачає, що важливим інструментом його роботи, окрім оволодіння методами і методиками, тестами, тренінговими і корекційними вправами, має виступати його власна особистість, система цінностей, індивідуальні та зовнішньо-поведінкові характеристики. А всі ці критерії, як відомо, є складовими професійного іміджу фахівця.

Тому сьогодні, у кожного майбутнього психолога, який хоче досягнути успіху у професії, стати затребуваним, конкурентоспроможним ще на етапі навчання у ВУЗі виникає необхідність побудови, становлення ефективного іміджу, який згодом буде працювати на нього. Фактично, мова йде про те, що ефективний імідж допомагає фахівцю стати успішним та досягати високих результатів у професійній діяльності.

Аналіз останніх досліджень. На сьогодні психологічна наука містить значний теоретичний доробок щодо дослідження проблем іміджу. Вивченням змістового наповнення поняття іміджу займалися В. Шепель, О. Перелигіна, О. Володарська, О. Панасюкта ін.; психологічні аспекти формування іміджу розглядали П. Гуревич, В. Маценко, Г. Почепцов, Е. Семпсон та ін.; професійний імідж педагогів досліджували Т. Бусигін, Т. Іванько, Д. Журавльов, О. Чебикін, Ю. Зубов, В. Ісаченко, О. Ковальова, Ю. Конаржевський, Т. Мареева та ін.; формування іміджу психолога розглядається у працях А. Панасюка, Б. Харріса, В. Лабунської, В. Маценко, В. Шепеля, Г. Почепцова, Е. Перелигіної, І. Огорілко, І. Федорова, М. Сабола, Н. Плеханової. Більшість науковців виділяють у структурі іміджу ряд компонентів, опираючись на власне бачення досліджуваної проблеми. Водночас, на сьогодні, в науковій літературі не існує єдиної точки зору на визначення поняття іміджу психолога та виокремлення його структурних компонентів, а проблема становлення позитивного професійного іміджу майбутніх психологів перебуває лише на стадії розробки.

Метою статті є теоретичне та емпіричне вивчення особливостей уявлень студентської молоді про імідж майбутнього психолога.

Виклад основних положень. Суть поняття «імідж» розкривають пояснюючи його як цілеспрямовано сформований образ, як набір певних характеристик, якостей, які асоціюються з певною індивідуальністю. У дослівному перекладі з англійської «імідж» – це образ, зображення.

У науковій літературі часто зустрічається думка, що імідж – це образ, манера і форма поведінки людини, яка у більшості випадків розглядається як зовнішнє вираження її поведінки у суспільстві. Так, В. Шепель першоосновою поняття імідж вважає візуальний образ, але не зводить імідж лише до зовнішності. Він трактує його як індивідуальний вигляд, який створюється ЗМІ, соціальною групою або власними зусиллями особи задля привернення уваги оточуючих, акцентуючи її на візуальній привабливості особистості [7, с. 21].

Якщо розглядати імідж з точки зору соціальної психології, можна сказати, що дане поняття часто визначається як сукупність уявлень, які сформувалися в громадській думці про те, як повинна поводити себе особа у відповідності до власного статусу, а також як її права і обов'язки повинні співвідноситися між собою в даному статусі [6, с. 31].

Деякі дослідники порівнюють поняття «імідж» із впливом та визначають його як маніпулятивний, заманливий, зрозумілий психічний образ, який впливає на емоційну сферу особистості, можливо і на її підсвідомість. У результаті цього відбувається вплив на поведінку та механізми свідомості людини. Імідж здійснює вплив за рахунок сильного емоційного враження, адже саме тоді знижуються механізми свідомого контролю, і відповідно у таких ситуаціях імідж виступає маніпулятивним впливом [2, с. 18].

Найбільш прийнятним нам видається визначення іміджу, як образу, який складається із зовнішніх та внутрішніх показників та формується цілеспрямовано, задля здійснення впливу на оточення з метою формування загального враження, яке особа хоче продемонструвати.

Для дослідження особливостей іміджу майбутнього психолога у процесі навчання, необхідно здійснити аналіз його структурних компонентів, так як досі немає чіткої класифікації складових іміджу, адже кожен автор пропонує свою теорію структури даного поняття.

Так, Н. Барна виділяє такі провідні компоненти іміджу: зовнішній вигляд (фізичні дані, одяг, мовні особливості), іміджеву символіку (ім'я, особисту атрибутику), соціально-рольові характеристики (репутація, амплуа), індивідуально-особистісні властивості (індивідуальні особливості характеру, професійно-важливі якості особистості) [1, с. 86].

Л. Мітіна досліджуючи імідж професіонала, виокремила такі його складові компоненти, як зовнішні (манера поведінки, особливості мови, голосу, міміки, постава, конституція тіла тощо), внутрішні (рівень інтелекту, спосіб мислення, рівень самооцінки, ідеї, інтереси, переконання тощо), процесуальні (форми спілкування, тип темпераменту, професіоналізм, професійні компетенції, традиції) та образ (виникає під час появи людини у полі зору і залишається при її зникненні) [9, с. 147].

М. Мазоренко виокремлює наступні складові іміджу професіонала: зовнішні компоненти іміджу, професійну та особистісну спрямованість, професійну компетентність, професійно-важливі психофізіологічні особливості, професійно-важливі властивості особистості, репутацію, особливості соціальної перцепції [6, с. 138].

Д. Сабол до складових іміджу сучасного психолога відносить: професійну компетентність, професіоналізм у галузі психології, ерудицію, культуру одягу (охайність, доглянутість, витонченість, стиль), загальний вигляд (силует, зачіска, гігієна, взуття, парфум, аксесуари), манеру спілкування, уміння долати, розв'язувати конфліктні ситуації, мову тіла (жести, міміка), культуру поведінки (відповідальність, чесність, тактовність, порядність, толерантність, доброзичливість та інше), статус [12].

На думку В. Бозаджаєва до складових іміджу психолога належать: індивідуальні характеристики (темперамент, характер, здібності), професійно-важливі якості особистості (комунікабельність, самоактуалізація, відповідальність, емпатійність, спостережливість, толерантність, креативність та інші), комунікативні особливості, діяльні характеристики (мотивація, цілепокладання та інше), зовнішньо-поведінкові характеристики [3, с. 46].

Здійснений аналіз структурних компонентів іміджу свідчить, що всі вони виділяють таку складову даного феномену, як особистісні якості. Проте кожен називає їх по своєму. Н. Барна вживає поняття «індивідуально-особистісні властивості», М. Мазоренко – «професійно-важливі властивості особистості», а В. Бозаджаєв – «професійно-важливі якості особистості». Саме тому, вважаємо за доцільне, детальніше розглянути таку складову іміджу психолога, як особистісні професійні якості.

Найбільш повно визначили та описали загальні професійні якості психолога Е. Сидоренко і Н. Хрящева [10]. Автори виокремлюють спостережливість, психологічне мислення, самовладання, вміння психолога концентруватися на

поставленій задачі, вміння слухати, здатність психолога до співпереживання, співчуття, співучасті та креативність.

Р. Кочюнас виділяє такі професійні особистісні якості, як аутентичність, відкритість власного досвіду, розвиток самопізнання, ідентичність, толерантність до невизначеності, прийняття особистої відповідальності за свої дії.

Цікавим також є виокремлення властивостей особистості психолога, які виділяє Національна асоціація професійної орієнтації США: прояв глибокого інтересу до людей і терпіння в спілкуванні з ними, чутливість до установок і поведінки інших людей, емоційна стабільність і об'єктивність, здатність викликати довіру інших людей, повага прав інших людей [4].

Всі перелічені професійно-особистісні якості формуються та розвиваються в процесі спеціального навчання, протягом усієї професійної діяльності і відносяться, на наш погляд, до такої загальної складової іміджу, як професійно-значущі якості особистості психолога.

Також варто зауважити, що психолог, як об'єкт сприйняття, міжособистісної взаємодії і спілкування, відрізняється своїми зовнішньо-поведінковими характеристиками, як стверджує В. Бозаджаєв, до них відносяться особливості зовнішнього вигляду, міжособистісної привабливості, чутливість до індивідуальних особливостей клієнта [3, с. 74].

Зовнішній вигляд людини взагалі, і психолога зокрема, включає в себе два аспекти фізичний і соціальний.

Фізичний вигляд особистості, куди входять анатомічні (ріст, статура, будова та маса тіла та інше), фізіологічні (дихання, кровообіг, потовиділення та інше) та функціональні (постава, поза, хода та інше) особливості, а також паралінгвістичні характеристики (міміка, жести, рухи тіла людини).

Соціальний вигляд особистості формується з соціального оформлення зовнішності (стиль одягу, взуття, аксесуари), проксемічних (просторових) (відстань між тими, хто спілкується і їх взаємне розташування), мовних (семантика, граматики, фонетика), екстралінгвістичних (манера подачі інформації, тон голосу, його висота, гучність, інтонація та інше) та діяльних особливостей (професійні якості, деякі риси характеру, властивості темпераменту та інше) [3, с. 184].

Отже, дослідження вчених свідчать, що основні складові іміджу психолога можна поділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх ми зараховуємо: індивідуальні характеристики, професійно-значущі якості особистості, комунікативні особливості, певні діяльні характеристики та інші. До зовнішніх: фізичні дані, особливості поведінки, мовлення та голос, одяг, зачіска, міміка та інше.

Здійснений теоретичний аналіз також дозволив нам визначити основні професійно-значущі якості особистості психолога: доброзичливість; сумлінність; гуманність; щирість; комунікабельність; креативність; спостережливість; відповідальність; привітність; проникливість; здатність до самоспостереження; стресостійкість; тактовність; терпимість до різних людей і до проблем; працьовитість; вміння переробляти, аналізувати і оцінювати зазначену інформацію; вміння слухати; емоційна сприйнятливість і чуйність; емоційна стійкість; емпатійність; ерудиція; етичність.

Отож, до основних структурних складових іміджу майбутнього психолога на нашу думку належать:

- професійно-значущі якості особистості майбутнього психолога, а саме професійні компетенції: комунікабельність, спостережливість, стресостійкість, емпатійність, доброзичливість, відповідальність, креативність, самоспостережливність, ерудиція, тактичність, делікатність;

- зовнішньо-поведінкові характеристики майбутнього психолога (фізичний та соціальний вигляд майбутнього психолога);

- індивідуальні характеристики майбутнього психолога, а саме комунікабельність, стресостійкість, емпатійність.

З метою вивчення уявлень студентів про імідж майбутнього психолога, та його особливості нами було проведено емпіричне дослідження, у якому взяло участь 30 молодих людей, віком 20–22 років, які навчаються на філософському факультеті Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника на спеціальності «Психологія».

Для дослідження використано наступні методики: «Тест для визначення рівня сформованості емпатії» (Б. Кіндратюк, С. Литвин) [5], «Тест на оцінку рівня комунікабельності» (В.Ф. Ряховського) [11], тест «Аналіз стилю життя» (Бостонський тест на стресостійкість) [13], та авторські анкети «Визначення провідних професійно-важливих якостей та зовнішньо-поведінкових характеристик майбутнього психолога» (авторська) та «Імідж сучасного психолога» (авторська).

Результати дослідження показали, що індивідуальні характеристики майбутнього психолога, а саме емпатійність (60%), комунікабельність (53%), стресостійкість (77%) у більшості досліджуваних розвинені на середньому рівні (рис. 1). А оскільки ці характеристики є одними із основних професійно-важливих якостей майбутнього психолога, то їх рівень повинен бути вищим, для формування позитивного іміджу. Це стосується не лише емпатійності, тому, що середній рівень розвитку емпатійності у психологів є найбільш сприятливим для діяльності. По тій причині, що особи, у яких виявлено середній рівень емпатійності достатньо володіють своїми почуттями, думками, емоціями, тримають їх під свідомим контролем, при цьому розуміють душевний стан, переживання клієнта, до того ж відділяють свої почуття від почуттів клієнта, що теж є важливим у роботі фахівця. Результати інших 40% респондентів, які брали участь у дослідженні рівня емпатійності, свідчать про необхідність корекції даної характеристики. Це стосується як осіб із високим рівнем емпатійності (3%), так із низьким (37%).

Слід зазначити, що майбутніх психологів із дуже низьким рівнем емпатійності, комунікабельності та стресостійкості не виявлено серед опитуваних. Це свідчить про те, що у всіх респондентів є сформовані на певному рівні індивідуальні характеристики, проте не у всіх рівень розвитку індивідуальних характеристик майбутнього психолога достатній для подальшої професійної діяльності. Проте це значно полегшує подальшу корекційну роботу, щодо формування позитивного іміджу.

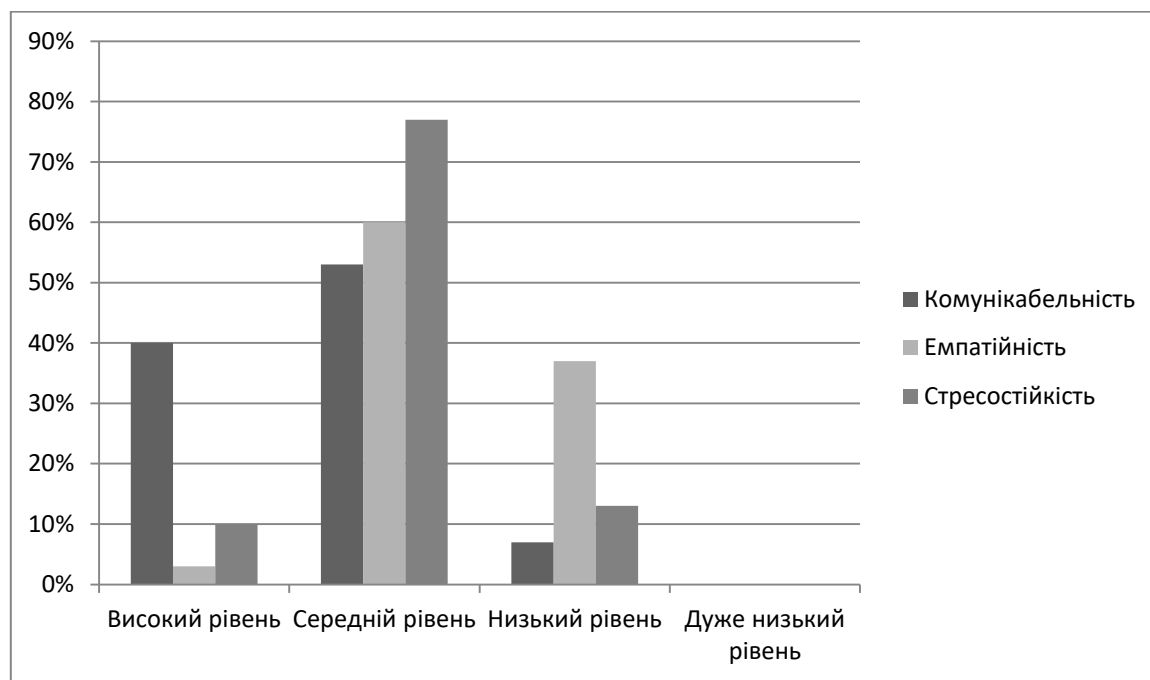


Рис. 1. Показники рівня розвитку індивідуальних характеристик майбутнього психолога (у %)

Щодо визначення основних складових іміджу психолога думки респондентів розділилися. За допомогою ранжування ми виявили, що перевагу отримали індивідуальні характеристики особистості (47%), комунікативні особливості (40%), діяльнісні характеристики (40%). Також майбутні психологи відмітили професійно-значущі якості (33%) та зовнішньо-поведінкові характеристики (10%). Незначна кількість респондентів (7%) надали власний варіант відповіді: всі зазначені характеристики та особливості однаковою мірою впливають на імідж психолога.

Також слід зазначити, що відповіді досліджуваних не були однозначними, 50% обирали одразу декілька поданих характеристик основними складовими іміджу психолога. Це свідчить про те, що імідж психолога включає у себе комплекс цих характеристик. Проте, на думку майбутніх психологів, саме індивідуальні характеристики є провідними, та полягають в особливостях спрямованості особистості, її темпераменту, характеру і здібностях, стилю взаємостосунків з людьми, що проявляються у базових цінностях.

При виборі психолога, респонденти звертали б увагу в першу чергу на рівень його професіоналізму та досвід роботи (73%), відгуки щодо нього та рекомендації знайомих (40%). Значно менша частина опитуваних брала б до уваги зовнішні дані фахівця (20%), вік та стать (10%), стиль одягу (7%) та рівень його освіти (7%). Отже, найважливішим у виборі психолога для респондентів все ж таки виступає його кваліфікованість та професіоналізм у даній справі.

Хотілося б зазначити, що 40% студентів, при виборі психолога орієнтувалися б на відгуки та рекомендації, а вони у свою чергу ґрунтуються на іміджі фахівця. Це ще раз підтверджує, що професійно сформований імідж є кроком до збільшення кола клієнтів, а відповідно, до успішності у професії.

Також у ході дослідження нами виявлено, що 83% опитуваних вважають, що мовні та паралінгвістичні особливості в однаковій мірі важливі у процесі роботи психолога. Це свідчить про те, що під час навчання психолог не тільки має працювати над своїми мовними особливостями, а й розвивати власну міміку та жести, для ефективності своєї подальшої діяльності.

Дослідження професійно-важливих якостей за допомогою методу ранжування показало наступний розподіл: комунікабельність (27%), професійні компетенції (22%), спостережливість (14%), стресостійкість (10%), емпатійність (10%). До найменш важливих із запропонованих віднесли: рішучість, делікатність, працелюбство.

Із переліку зовнішньо-поведінкових характеристик, досліджувані надали перевагу діяльнісним особливостям (47%). Також виділили соціальне оформлення зовнішності (17%), мовну культуру (13%) та екстралінгвістичні особливості психолога (10%).

Це свідчить про те, що найважливішими, для майбутніх психологів, зовнішніми проявами є діяльнісні особливості, а саме професійні якості, відношення до роботи, деякі риси характеру, властивості темпераменту, рівень сформованості емоційно-вольових якостей. Також важливим виступає соціальне оформлення зовнішності, в яке включають одяг людини, її взуття, прикраси та інші аксесуари. Припускаємо, що респонденти надали значення даному показнику через можливість визначити смаки об'єкта, деякі риси характеру, ціннісні орієнтації, соціальний статус, матеріальне становище за допомогою соціального оформлення зовнішності.

Важливими складовими зовнішнього вигляду психолога виступають стиль одягу (50%), макіяж (для жінок) (10%), зачіска (7%). Жоден опитуваний не відзначив аксесуари провідними складовими зовнішнього вигляду психолога. Також, окремі респонденти відзначали охайність, гармонійне поєднання всіх складових (20%) запорукою успішного зовнішнього вигляду фахівця.

Оскільки до зовнішніх складових іміджу досліджувані віднесли стиль одягу (50%), то ми запитали про те, який стиль одягу має бути притаманний психологу. Опитувані віддали перевагу класичному стилю (50%) на противагу діловому стилю (20%), стилю casual (вільному) (22%) та екстравагантному (7%). Проте також у відповідях було зазначено, що важливо підбирати той стиль, який личить психологу, і в якому він буде почувати себе комфортно та виглядати гармонійно.

Висновки. Отже, в результаті здійсненого теоретичного аналізу можна підсумувати, що основні складові іміджу психолога поділяються на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх ми відносимо: індивідуальні характеристики (домінуючі індивідуальні характеристики, стиль взаємостосунків з людьми), професійно-значущі якості особистості, комунікативні особливості, професійну компетентність, певні діяльні характеристики (мотивація, цілепокладання, сукупність дій, що застосовуються у професійній діяльності) та інші. До зовнішніх: фізичні дані (вік, стать, ріст, вага, комплекція), особливості поведінки (манери, рухи, міміка, жести), мовлення та голос (розвиненість мовлення, швидкість мовлення, тембр голосу), соціальне оформлення зовнішності (стиль одягу,

зачіска, аксесуари). Також ми з'ясували, що зовнішній вигляд повинен відповідати професійним вимогам фаху, віку та особливостям зовнішності, соціально-культурним особливостям оточення, ситуації, гендерному статусу.

Щодо зовнішнього вигляду психолога, то він включає в себе фізичний (анатомічні, фізіологічні та функціональні особливості, а також паралінгвістичні характеристики) і соціальний (соціальне оформлення зовнішності, проксемічні особливості спілкування, мовні, екстралінгвістичні і діяльні особливості) аспекти.

На підставі проведеного аналізу нами виокремлено три базових структурних складових іміджу майбутнього психолога: професійно-значущі якості особистості психолога; зовнішньо-поведінкові характеристики та індивідуальні характеристики майбутнього психолога.

Результати емпіричного дослідження виявили, що у досліджуваних майбутніх психологів переважає середній рівень емпатійності, комунікабельності та стресостійкості. Це свідчить про те, що професійно-важливі якості у досліджуваних досі не сформовані остаточно, відповідно, над іміджем майбутніх психологів ще потрібно працювати та цілеспрямовано його формувати.

Щодо уявлень студентської молоді про імідж майбутнього психолога отримали такі результати:

1) до основних складових іміджу психолога респонденти віднесли індивідуальні характеристики особистості, комунікативні особливості, діяльнісні характеристики;

2) серед професійно-важливих якостей особистості психолога перевагу отримали: комунікабельність, стресостійкість, емпатійність, спостережливість, відповідальність, креативність;

2) до зовнішньо-поведінкових характеристик віднесли: діяльнісні особливості, соціальне оформлення зовнішності, мовна культура;

3) під соціальним оформлення зовнішності майбутні психологи вбачають одяг (класичний), макіяж та зачіску;

4) мовні та паралінгвістичні особливості в однаковій мірі важливі у процесі роботи психолога, на думку молоді.

Перспективами подальшого дослідження є проведення кореляційного аналізу задля встановлення причинно-наслідкових зв'язків між досліджуваними компонентами, а також задля глибшого вивчення даної проблематики. Подальше використання результатів дослідження для вирішення практичних завдань у даній галузі можливе у формі розроблених методичних рекомендацій, спрямованих на оптимізацію формування іміджу майбутнього психолога як феномену інтерсуб'єктної взаємодії.

1. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посібник для дистанційного навчання. Київ, 2007. 131 с.
2. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Пабликрилейшнз». 2-е изд. Питер, 2003. 208 с.
3. Бозаджиев В. Л. Имидж психолога : монографія. Москва, 2009. 220 с.
4. Быстрова Т. Ю. Определение имиджа: аналитика и феноменология. *Имиджелогия, разработка имиджа*. URL: http://taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/imagelogija_statji/image_analytic/image_analytic1.html (дата звернення: 12.12.2018).

5. Кіндратюк Б., Литвин С. Тест для визначення рівня сформованості емпатії. Івано-Франківськ. URL: <https://studfiles.net/preview/5258522/page:11> (дата звернення: 17.03.2018).
6. Курлянд З. Н. Становлення позитивної «Я-концепції» майбутнього вчителя : монографія. Одеса, 2005. 142 с.
7. Мазоренко М. О. Психологічні скадові іміджу сучасного фахівця. *Вісник Національного університету оборони України. Питання психології*. Харків, 2012. Вип. 4. С. 187.
8. Митина Л. М. Психологія професійного розвитку учителя. Москва, 1998. 276 с.
9. Процько Н. В. Роль іміджу у сприйнятті практичного психолога URL: http://ecopsy.com.ua/zbirki/2009_20_2/sb20_ch2_29.pdf (дата звернення: 27.11.2018).
10. Ряховський В. Ф. Тест на оцінку рівня комунікабельності. URL: http://ininv.vntu.edu.ua/ukr/index.php?option=com_content&view=article&id=735:test-otsinka-komunikabelnosti-z-kliuchem&catid=41&Itemid=967 (дата звернення: 20.03.2018).
11. Сабол Д. М. Особливості іміджу сучасного психолога. Дата оновлення: 22.02.2016. URL: <https://www.slideshare.net/ssuser02ed91/ss-58554790> (дата звернення: 06.12.2018).
12. Тест Аналіз стиля життя (Бостонський тест на стрессоустойчивость). URL: http://kolpсrb.tom.ru/?page_id=643 (дата звернення: 06.04.2018).

УДК 159.9: 316.6

doi: 10.15330/psp.23.35–41

Ольга Демчина

ГЕНДЕРНА ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН

У статті проаналізовано основні теоретико-методологічні підходи науковців щодо розуміння феномену толерантності та його складників. Висвітлено поняття «гендеру» у соціально-конструктивістському трактуванні, на основі якого сформовано та проаналізовано поняття «гендерної толерантності». Уточнено зміст поняття «гендерна толерантність» як особистісного утворення і виділено характеристики, які її утворюють. Проведено теоретичний аналіз досліджень гендерної толерантності у соціально-психологічному контексті, визначено ймовірні моделі гендерної толерантності та сформульовано принципи толерантності у міжособистісних відносинах.

Ключові слова: гендер, толерантність, інтолерантність, гендерна толерантність, сексизм.

A representative of modern society should have a high level of general culture, a number of moral qualities, be able to find a common language with other people, which is extremely important for the process of integration and assimilation of cultures. That is why nowadays the formation of tolerance is one of the priority tasks of psychology. The new millennium sharply puts the world community in the formation of the problem of tolerance in various spheres of human interaction, including gender relations. The concept of «tolerance» has a complex structure precisely because tolerance acts as the psychological and spiritual and moral quality of the individual and has a specific implementation of activities in various spheres of social and personal life.

Social reproduction of gender consciousness at the level of the individual supports the socio-role status of the individual, which defines social opportunities in professional and personal self-realization. Therefore, gender is one of the basic measurements of the social structure of society, which with both socio-demographic and cultural characteristics (race, class, age, etc.), organizes a social system. Gender is considered as a holistic psychic representation of sex, full of unique