

УДК 316.6:159-007.2

DOI <https://doi.org/10.32782/apv/2021.3.31>

**Ганна ВОШКОЛУП**

кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри інноваційних технологій в педагогіці, психології та соціальній роботі, Університет імені Альфреда Нобеля, вул. Січеславська Набережна, 18, Дніпро, Україна, 49000

**ORCID:** 0000-0002-5255-1993

**Бібліографічний опис статті:** Вошколуп, Г. (2021). Чинники формування професійного іміджу сучасного психолога. *Acta Paedagogica Volynienses*, 3, 212–218, doi: <https://doi.org/10.32782/apv/2021.3.31>

**ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО ПСИХОЛОГА**

У статті на основі аналізу наукових праць з питань сутності та особливостей формування професійного іміджу психолога визначено основні підходи науковців щодо трактування категорій «імідж» та «професійний імідж». Визначено, що імідж людини частіше за все визначають як певний образ, що сформувався у особистості на основі її поведінки, вчинків, поводження в соціумі, який сприймається оточуючими людьми. З'ясовано, що професійний імідж є складовою частиною особистісного іміджу психолога. визначення професійного іміджу є логічним продовженням іміджу в звичайному розумінні з урахуванням формування образу особистості як професіонала своєї справи. Сформульовано основні завдання формування професійного іміджу сучасного психолога, серед яких: формування позитивної установки на отримання професійних результатів; сприяння професійному успіху на основі формування сприятливого враження на оточуючих; зростання впевненості в собі й своїх силах; забезпечення концентрації зусиль на сильних сторонах своєї професійної діяльності й коригуванні слабких; адаптація зовнішнього вигляду та поведінки до умов різних професійних ситуацій. Доведено, що формування професійного іміджу у середовищі «людина – людина» є важливим, оскільки професійна діяльність фахівців цієї сфери, зокрема психологів, заснована на міжособистісній взаємодії. Це тягне за собою обґрунтування вибору з боку клієнта щодо психолога, до якого бажано звернутися за допомогою. У статі здійснено порівняльний критичний аналіз чинників формування професійного іміджу психолога, виділених іншими дослідниками. З урахуванням проведеного аналізу сформовано перелік найбільш важливих з точки зору автора чинників. Наведено результати дослідження рівнів значущості чинників формування професійного іміджу сучасного психолога. У дослідженні взяло участь три групи респондентів: практикуючі психолога у кількості 30 осіб, клієнти у кількості 50 осіб та студенти у кількості 60 осіб. За результатами проведеного дослідження виявлено, що всі три групи респондентів віддають перевагу таким чинникам, як: знання і професіоналізм; емоційна врівноваженість і стабільність; прагнення до саморозвитку; результативність професійної діяльності; професійна інтуїція; презентабельність; популярність, активність у соціальних мережах; зовнішній вигляд, професійна індивідуальність. Крім того, професійні психологи на одне з перших місць ставлять також стресостійкість та вміння уникати конфліктів, а також зовнішній вигляд. Серед клієнтів найбільш значущими також є: відповідальність, цілеспрямованість. А студенти також наголошують на важливості цілеспрямованості і зовнішнього вигляду.

**Ключові слова:** психолог, професійна діяльність, імідж, професійний імідж, формування іміджу, чинники.

**Нанна VOSHKOLUP**

Candidate of Pedagogic Sciences, Senior Lecturer at the Department of Innovative Technologies in Pedagogy, Psychology and Social Work, Alfred Nobel University, Sicheslavska Naberezhna str., 18, Dnipro, Ukraine, 49000

**ORCID:** 0000-0002-5255-1993

**To cite this article:** Voshkolup, H. (2021). Chynnyky formuvannia profesiinoho imidzhu suchasnoho psykholoha [Factors of formation of the professional image of the modern psychologist]. *Acta Paedagogica Volynienses*, 3, 212–218, doi: <https://doi.org/10.32782/apv/2021.3.31>

**FACTORS OF FORMATION OF THE PROFESSIONAL IMAGE OF THE MODERN PSYCHOLOGIST**

The article, based on the analysis of scientific works on the essence and features of the formation of the professional image of a psychologist, identifies the main approaches of scientists to the interpretation of the categories "image" and "professional image". It is determined that the image of a person is most often defined as a certain image formed in the individual on the basis of his behavior, actions, behavior in society, which is perceived by others. It has been found

*that the professional image is an integral part of the personal image of the psychologist. definition of professional image is a logical continuation of the image in the usual sense, taking into account the formation of the image of the individual as a professional. The main tasks of forming the professional image of a modern psychologist are formulated, among which: formation of a positive attitude to obtaining professional results; promotion of professional success based on the formation of a favorable impression on others; growth of self-confidence and self-strength; ensuring the concentration of efforts on the strengths of their professional activities and correcting the weaknesses; adaptation of appearance and behavior to the conditions of different professional situations. It is proved that the formation of professional image in the environment "man - man" is important because the professional activity of specialists in this field, in particular, psychologists, is based on interpersonal interaction. This entails justifying the client's choice of the psychologist to whom it is desirable to seek help. The article provides a comparative critical analysis of the factors shaping the professional image of a psychologist, identified by other researchers. Taking into account the analysis, a list of the most important factors from the point of view of the author is formed. The results of research of levels of significance of factors of formation of professional image of the modern psychologist are resulted. Three groups of respondents took part in the study: 30 psychologists, 50 clients and 60 students. The results of the study revealed that all three groups of respondents prefer such factors as: knowledge and professionalism; emotional balance and stability; desire for self-development; effectiveness of professional activity; professional intuition; presentability; popularity, activity in social networks; appearance, professional personality. In addition, professional psychologists also put stress resistance and the ability to avoid conflicts, as well as appearance, in one of the first places. Among the clients the most significant are also: responsibility, purposefulness. And students also emphasize the importance of focus and appearance.*

**Key words:** *psychologist, professional activity, image, professional image, image formation, factors.*

**Актуальність проблеми.** На сьогоднішній день професія психолога є однією з найбільш популярних та затребуваних суспільством. Пересічні громадяни все частіше звертаються за психологічною допомогою до таких фахівців. Крім того, на зразок західного досвіду, окремі вітчизняні компанії також починають вдаватися до послуг штатних або позаштатних психологів з метою покращення психологічного клімату в колективі та налаштування працівників на продуктивну працю. Конкуренція серед психологів, які пропонують свою допомогу, з кожним роком зростає. Досить багато подібних фахівців фігурує в соціальних мережах, пропонуючи свої послуги. Проте не завжди можна точно і правильно визначитися з тим, до кого з них звертатися, щоб отримати дійсно якісну психологічну допомогу. Багато в чому визначитися з вибором психолога допомагає його імідж. Тому питання формування професійного іміджу сучасного психолога не втрачає своєї актуальності, а навпаки, посилюється реаліями сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сьогодні як вітчизняною, так і зарубіжною наукою та практичним досвідом накопичено широкий арсенал методів, способів та технологій, спрямованих на формування та підвищення професійного іміджу різних фахівців, у т.ч. психологів. Серед зарубіжних дослідників питаннями формування іміджу особистості займалися: П. Берд, Ф. Котлер, М. Мескон, М. Спіллейн, Б. Швальбе, В. Шепель та ін. Серед вітчизняних – О. Володарська, В. Зазикін, О. Панасюк, О. Перелигіна, О. Петрова,

Г. Почечов, І. Чертикова та ін. Питаннями формування професійного іміджу психолога займалися: О. Затворнюк, Л. Зотова, А. Кривцова, О. Купріна, Т. Лигомина, С. Салманова, О. Шолох та ін.

Не дивлячись на такі значні наукові доробки щодо формування психологами свого професійного іміджу, на практиці досить часто трапляються випадки, коли фахівці недостатньо уваги приділяють своєму іміджу, що зумовлює вивчення питання не тільки з теоретичної, але і з практичної сторони.

Узагальнення вищевказаних та багатьох інших праць дозволяє сформувати мету дослідження, спрямовану на визначення чинників формування сучасного фахівця нового типу, який якісно підходить до своєї професійної діяльності, постійно розвивається та самовдосконалюється з урахуванням вимог часу.

**Мета дослідження** – визначити чинники формування та підвищення професійного іміджу сучасного психолога у контексті забезпечення конкурентоспроможності такого виду фахівців у сфері надання якісної психологічної допомоги.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Звертаючись до теоретичних основ визначення поняття «імідж» у сучасній науці, знаходимо його латинське коріння від *imago*, яке має декілька схожих значень – «правило», «візуальний образ», «символ прообразу», «копія» тощо (Затворнюк, 2014, С. 42).

У середині ХХ ст. поняття іміджу почало широко використовуватися в бізнесовій і політичній сфе-

рах для рекламування та просування конкретних товарних брендів або політиків, що надало цьому поняттю специфічний сенс, визначивши його як «образ», який може бути сформований під конкретні умови чи запити. Результати дослідження наукових праць щодо сутності поняття «імідж» у сучасному його розумінні з психологічної точки зору узагальнено нами у табл. 1.

Отже, імідж людини частіше за все визначають як певний образ, що сформувався в особистості на основі її поведінки, вчинків, поводження в соціумі, який сприймається оточуючими людьми.

Цікавим у межах дослідження вбачається погляд Г. Почепцова на формування іміджу особистості. З його точки зору розглядається модель трикутника іміджу, в якому присутні:

– ідеальний образ – точка зору про особистість всієї досліджуваної аудиторії стосовно

ідеального прояву іміджу (для психолога це його колеги-психологи, майбутні фахівці, існуючі та потенційні клієнти);

– реальний образ – тобто такий, що співпадає з уже існуючими характеристиками особистості, його сильними і слабкими сторонами;

– створений образ – масова свідомість, яка сформована щодо особистості після проведення відповідної іміджеформувальної роботи (Почепцов, 2009).

Багато дослідників також наголошують, що імідж – категорія динамічна. Імідж може змінюватися під впливом активності людини, яка частіше за все носить професійний характер або певним чином пов'язана з її професійною діяльністю. У зв'язку з цим дослідниками також виділяється поняття «професійного іміджу» (табл. 2).

Таблиця 1

### Визначення поняття «імідж» у працях дослідників

Автор	Визначення іміджу
О. Затворнюк (Zatvorniuk, 2014)	Символ про соціальний статус особистості, її характер, темперамент, можливості, смаки, професійну належність тощо, який інформує оточуючих, характеризує її цінності, установки, знання та уміння.
П. Берд (Berd, 1997)	Візитна картка особистості, загальне враження про неї з боку оточуючих, що складається з таких компонентів: як ви поведетеся в соціумі, як представляєте свої ідеї, одягаєтеся, говорите, виконете певні дії тощо.
А. Панасюк (Panasyuk, 2000)	Думка щодо особистості, яка сформувалась про неї у певній групі людей. Це «оцінений образ», тобто образ, до якого сформовано певне ставлення.
Л. Вечер (Vecher, 2002)	Відповідність внутрішнього змісту особистості її зовнішньому обліку.
О. Шолох (Sholokh, 2020)	Повідомлення про статус особистості, її професійну роль, унікальні риси та особистісні якості, яке сприймається соціумом та формує уявлення про неї.
Г. Почепцов (Pochepcov, 2009)	Сукупність асоціацій та уявлень однієї особистості про іншу, які складаються в її уяві.

Таблиця 2

### Визначення поняття «професійний імідж» у працях дослідників

Автор	Визначення професійного іміджу
В. Шепель (Shepel', 2002)	Уявлення про особистість як про фахівця та професіонала своєї справи.
О. Попова (Popova, 2007)	Враження про фахівця, яке він справляє на оточуючих, що формується на основі його професійно-особистісних здібностей, якостей, комунікативних умінь, зовнішнього вигляду та поведінки.
Г. Андрєєва (Andreeva, 2004)	Образ професіонала, який формується в результаті соціальної перцепції та зумовлюється суб'єктами сприйняття.
І. Ніколаєску (Nikolaiesku, 2011)	Форма життєвого прояву та самоствердження фахівця за допомогою активізації ним своїх особистісно-ділових якостей та професійних здібностей.
Т. Лигоміна (Lyhomyna, 2019)	Образ особистості як фахівця, професіонала своєї справи, який формується у оточуючих під впливом її професійних та особистісних якостей.
С. Наумова (Naumova, 2004)	Імідж, що базується на формуванні в очах рецепієнтів знань про образ ідеального представника тієї чи іншої професії.

З наведених визначень видно, що визначення професійного іміджу є логічним продовженням іміджу в звичайному розумінні з урахуванням формування образу особистості як професіонала своєї справи.

Головними завданнями формування професійного іміджу, на нашу думку, можна вважати: формування позитивної установки на отримання професійних результатів; сприяння професійному успіху на основі формування сприятливого враження на оточуючих; зростання впевненості в собі й своїх силах; забезпечення концентрації зусиль на сильних сторонах своєї професійної діяльності й коригуванні слабких; адаптація зовнішнього вигляду та поведінки до умов різних професійних ситуацій.

Погоджуємося з точкою зору багатьох дослідників, що професійний імідж виступає частиною іміджу особистісного. Водночас як один, так і інший вид іміджу призначений забезпечувати гармонійну взаємодію особистості із зовнішнім оточенням, як в особистісному, так і професійному житті. Отже, виступаючи системним утворенням, професійний імідж складається як з особистісних, так і професійних характеристик індивіда (фізичні, психологічні, соціальні, професійні тощо).

Так склалося, що у забезпеченні належного професійного іміджу в першу чергу зацікавлені фахівці, що реалізують свою професійну діяльність у середовищі «людина – людина», до яких належать також і психологи. З урахуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (зокрема використання соціальних мереж), психологи постійно знаходяться на виду, тому формування та підтримання професійного іміджу відбувається постійно.

Якісно сформований професійний імідж дозволяє психологу розкрити свої професійні якості, внести у повсякденне спілкування зі своїми клієнтами особливий психологічний комфорт. Погоджуємося з автором праці (Шепель, 1997), що імідж не може замінити професіоналізм фахівця. Але, у той же час, ці дві категорії мають доповнювати одна одну, оскільки імідж виступає особливим інструментарієм, за допомогою якого більш якісно реалізуються професійні здібності людини.

Переходячи до чинників формування професійного іміджу сучасного психолога, варто відзначити, що дослідження у цьому напрямі

досить часто проводяться науковцями. Ними виділяються, систематизуються та класифікуються різноманітні чинники. Тому перш, ніж перейти до визначення значущості того чи іншого чинника у формуванні професійного іміджу психолога, звертаємося до існуючих на сьогодні класифікацій таких чинників, розроблених іншими дослідниками.

Зокрема, О. Чебикін і С. Астрейко до таких чинників відносять: емоційна врівноваженість; прагнення до саморозвитку; комунікабельність; відповідальність; культура поведінки; широта інтересів; незалежність поглядів; здатність емоційно притягувати до себе людей; гнучкість; стресостійкість (Чебикін, Астрейко, 2010).

Т. Лигоміна такі чинники відносить до таких критеріїв (Lyhomyna, 2019):

- когнітивний – обізнаність психолога у сфері іміджу;
- мотиваційний – наявність мотиву стати справжнім професіоналом своєї справи; розуміння особливостей власної професійної ідентичності; прагнення до розвитку; внутрішня потреба у створенні власного професійного іміджу;
- оцінювальний – рівень задоволеності власним професійним іміджем; рівень психологічного комфорту фахівця;
- операційний (діяльнісний) – уміння використовувати методи, інструменти та прийоми формування власного професійного іміджу; уміння організувати та планувати власну професійну діяльність та діяльність з формування іміджу;
- рефлексивний – знання особливостей своєї особистості, власних сильних сторін і можливостей; самооцінка та уявлення про ідеальний образ психолога;
- критерій сприйняття професійного іміджу психолога в масовій свідомості.

О. Ковальова виділяє три групи чинників (Ковальова, 2007):

- особистісні якості – цілеспрямованість, рішучість, емоційна стійкість, правдивість, сила волі, наявність почуття гумору, інтелектуальний потенціал, оптимізм, інтуїція в ухваленні рішень;
- професійно-спеціалізовані якості – володіння ораторським мистецтвом, уміння уникати конфлікти, уміння вести розмову, відповідність обіцянок вчинкам, працьовитість, відкритість у спілкуванні, професійний досвід;



- соціальні якості – популярність, респектабельність, частота згадування у ЗМІ, правильний спосіб життя, прихильність до спорту, сімейність, сексуальність, зовнішній вигляд і матеріальне благополуччя.

О. Терентьева виокремлює такі групи чинників (Терентьева, 2021):

- соціальні – професійне життя психолога; навчання та освіта; сімейне життя; суспільне життя; активні соціальні контакти; відсутність конформізму;

- особистісні – уподобання; власний престиж, високий матеріальний стан; креативність; саморозвиток; збереження власної індивідуальності;

- поведінкові – конкретне та абстрактне мислення; емоційна стабільність; стриманість; експресивність; самоконтроль; нормативність поведінки; комунікабельність; сміливість; реалізм; чуттєвість.

З урахуванням проведеного критичного аналізу, а також власної позиції на досліджувану проблематику, нами було сформовано набір чинників формування професійного іміджу

сучасного психолога та здійснено дослідження у напрямку визначення значущості окремих із цих чинників. Для цього нами було проведено опитування серед таких груп респондентів: практикуючі психологи, клієнти, майбутні фахівці (студенти-психологи). Було сформовано три вибірки у такій кількості: практикуючі психологи – 30 осіб; клієнти – 50 осіб; студенти – 60 осіб.

Респондентам можна було виділити з наведеного списку чинників не більше п'яти найбільш значущих за їхньою думкою. Результати опитування усіх трьох груп респондентів у відсотковому вираженні виявилися такими (табл. 3).

З отриманих результатів видно, що всі три групи респондентів віддають перевагу таким чинникам, як: знання і професіоналізм; емоційна врівноваженість і стабільність; прагнення до саморозвитку; результативність професійної діяльності; професійна інтуїція; презентабельність; популярність, активність у соціальних мережах; зовнішній вигляд, професійна індивідуальність. Крім того, професійні психологи на одне з перших місць став-

Таблиця 3

**Результати опитування груп респондентів щодо значущості чинників формування професійного іміджу сучасного психолога, %**

Чинники	Психологи	Клієнти	Студенти
Знання та професіоналізм	66,7	62,9	68,6
Емоційна врівноваженість та стабільність	62,3	58,2	50,2
Прагнення до саморозвитку	52,4	48,6	58,6
Комунікабельність	58,8	42,4	49,3
Відповідальність	36,3	52,2	42,2
Культура поведінки	27,8	38,5	36,6
Незалежність поглядів	21,4	24,3	18,2
Гнучкість	25,6	32,2	22,1
Стресостійкість	48,5	36,6	35,6
Цілеспрямованість	32,4	52,2	43,2
Результативність професійної діяльності	66,4	66,1	60,2
Сила волі	21,4	32,2	22,6
Інтелектуальний потенціал	18,5	34,5	28,4
Професійна інтуїція	55,6	56,8	43,5
Уміння уникати конфліктів	52,4	42,6	40,5
Відкритість у спілкуванні	32,4	52,6	41,6
Презентабельність	50,2	60,3	65,4
Популярність	66,7	63,4	67,2
Активність у соціальних мережах	48,5	58,6	60,2
Зовнішній вигляд	45,5	46,2	50,4
Матеріальне благополуччя	42,0	36,9	38,7
Сімейне життя	32,4	24,6	21,3
Креативність	41,4	32,1	38,2
Професійна індивідуальність	52,4	50,2	45,6

лять також стресостійкість та уміння уникати конфліктів, а також зовнішній вигляд. Серед клієнтів найбільш значущими також є: відповідальність, цілеспрямованість. А студенти також наголошують на важливості цілеспрямованості і зовнішнього вигляду.

Відповідно до вищенаведеного вважаємо, що під час формування професійного іміджу сучасному психологу варто більше уваги приділяти наведеним вище чинникам із найвищими рейтингами.

**Висновки** і перспективи подальших досліджень. Таким чином, дослідження наукових праць з питань визначення сутності іміджу показало, що у більшості дослідників

поняття іміджу співвідноситься з поняттям образу. Водночас професійний імідж виступає складовою частиною особистісного іміджу та визначає образ та стиль поведінки людини під час професійної діяльності. Професійний імідж сучасного психолога виступає сьогодні основним ідентифікатором його професійної діяльності, оскільки дозволяє визначити рівень його професійної культури, соціальної активності та якості надаваних послуг. Перспективою подальших досліджень визначено формування розширеної класифікації чинників формування професійного іміджу психолога з урахуванням сформованих рейтингів.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Андреева Г. М. Психология социального познания : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Аспект Пресс, 2004. 244 с.
2. Берд П. Подай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа. Пер. с англ. Т. А. Сиваковой. Москва : Амаффея, 1997. 208 с.
3. Вечер Л. С. Ваш имидж. Минск : Польша, 2002. 288 с.
4. Затворнюк О. М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. 2014. № 9–10 (28–29). С. 41–44.
5. Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Південноукр. держ. пед. ун-т ім. К.Д. Ушинського. Одеса, 2007. 20 с.
6. Лигомина Т. Критерії формування професійного іміджу практичного психолога як соціально-психологічного феномена. *Теорія і практика сучасної психології*. 2019. № 5. Т. 1. С. 147–151.
7. Наумова С. А. Имиджология : учебное пособие. Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2004. 116 с.
8. Ніколаєску І. О. Розвиток професійного іміджу соціального педагога в післядипломній освіті : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 Теорія та методика професійної освіти. Черкаси, 2011. 259 с.
9. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. 2-е изд. Москва : Дело, 2000. 240 с.
10. Попова О. И. Имидж преподавателя вуза: проблемы трансформации в современной России : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 Социальная структура, социальные институты и процессы. Екатеринбург, 2007. 22 с.
11. Почепцов Г. Г. Имиджология: инструментарий по управлению будущим. 6-е изд., стер. Москва : СмартБук, 2009. 575 с.
12. Терентьева Е. А. Психологические факторы формирования профессионального имиджа студента-психолога. URL : <https://pgu.ru/upload/iblock/9dd/25.pdf>
13. Чебикін О. Я., Астрейко С. В. Імідж психолога та можливості його формування. *Наука і освіта*. 2010. № 8. С. 44–48.
14. Шепель В. М. Имидж. *Воспитание школьников*. 1997. № 1. С. 40–44.
15. Шепель В. М. Имиджология. Как нравится людям : учебное пособие. Москва : Народное образование, 2002. 576 с.
16. Шолох О. А. Формування професійного іміджу майбутнього психолога у процесі фахової підготовки. *Сучасні досягнення в науці та освіті* : зб. пр. XV Міжнар. наук. конф., 16-23 вересня 2020 р., м. Нетанія (Ізраїль). Хмельницький : ХНУ, 2020. С. 20–25.

#### REFERENCES:

1. Andreeva G. M. (2004) *Psikhologiya social'nogo poznaniya* [Psychology of social cognition]. Moskva : Aspekt Press, 2004. 244 p. (in Russian)
2. Berd P. (1997) *Podaj sebya! Ehffektivnaya taktika uluchsheniya vashego imidzha* [Serve Yourself! An effective tactic to improve your image]. Moskva : Amalfeya, 208 p. (in Russian)

3. Vecher L. S. (2002) Vash imidzh [Your image]. Minsk : Polymya, 288 p. (in Russian)
4. Zatvorniuk O. M. (2014) Formuvannia ta rozvytok profesiinoho imidzhu maibutnykh psykholohiv [Formation and development of professional image of future psychologists]. Osvita ta rozvytok obdarovanoi osobystosti. No. 9–10(28–29). P. 41–44. (in Ukrainian)
5. Kovalova O. O. (2007) Psykholohichni osoblyvosti formuvannia osnov profesiinoho imidzhu u maibutnykh pedahohiv [Psychological particularities of the formulation of the foundations of the professional image of the maybut pedagogue]. Ph.D. Thesis. Pivdenoukr. derzh. ped. un-t im. K.D. Ushynskoho. Odesa, 20 p. (in Ukrainian)
6. Lyhomyna T. (2019) Kryterii formuvannia profesiinoho imidzhu praktychnoho psykholoha yak sotsialno-psykholohichnoho fenomena [Criteria for the formation of the professional image of a practical psychologist as a socio-psychological phenomenon]. Teoriia i praktyka suchasnoi psykholohii. No. 5. T. 1. P. 147–151. (in Ukrainian)
7. Naumova S. A. (2004) Imidzhelohiya [Imageology]. Tomsk : Izd-vo Tomskogo politekhnicheskogo univesriteta, 116 p. (in Russian)
8. Nikolaiesku I. O. (2011) Rozvytok profesiinoho imidzhu sotsialnoho pedahoha v pislidyplomnii osviti [Development of professional image of the social teacher in postgraduate education]. Abstract of Ph.D. dissertation. Cherkasy, 259 p. (in Ukrainian)
9. Panasyuk A. YU. (2000) Vam nuzhen imidzhmejker? Ili o tom, kak sozdat' svoj imidzh [Do you need an image maker? Or how to create your own image]. Moskva : Delo, 240 p. (in Russian)
10. Popova O. I. (2007) Imidzh prepodavatelya vuza: problemy transformacii v sovremennoj Rossii [The image of a university teacher: problems of transformation in modern Russia]. Ph.D. Thesis. Ekaterinburg, 22 p. (in Russian)
11. Pochepcov G. G. (2009) Imidzhelohiya: instrumentarij po upravleniyu budushchim [Imageology: tools for managing the future]. Moskva : SmarTBuk, 575 p. (in Russian)
12. Terent'eva E. A. Psikhologicheskie faktory formirovaniya professional'nogo imidzha studenta-psikhologa [Psychological factors in the formation of the professional image of a student psychologist]. URL : <https://pgu.ru/upload/iblock/9dd/25.pdf> (in Russian)
13. Chebykin O. Ya. and Aстриеiko S. V. (2010) Imidzh psykholoha ta mozhlyvosti yoho formuvannia [Image of a psychologist and the possibility of its formation]. Nauka i osvita. No. 8. P. 44–48. (in Ukrainian)
14. Shepel' V. M. (1997) Imidzh. [Image]. No. 1. P. 40–44. (in Russian)
15. Shepel' V. M. (2002) Imidzhelohiya. Kak nraivitsya lyudyam [Imageology. How people like it]. Moskva : Narodnoe obrazovanie, 576 p. (in Russian)
16. Sholokh O. A. (2020) Formuvannia profesiinoho imidzhu maibutnoho psykholoha u protsesi fakhovoi pidhotovky [Formation of professional image of the future psychologist in the process of professional training]. Suchasni dosiahnennia v nautsi ta osviti : XV Mizhnar. nauk. konf., 16-23 veresnia 2020, m. Netaniia (Izrail). Khmelnytskyi : KhNU, P. 20–25. (in Ukrainian)