

Н.С. Чернега
аспірантка кафедри психології,
Київський національний
торговельно-економічний університет

Обґрунтування психодіагностичного інструментарію емпіричного дослідження психологічних компонентів іміджу закладу вищої освіти

У статті на підставі аналізу наукових джерел визначено психодіагностичний інструментарій емпіричних вимірів психологічних компонентів іміджу закладу вищої освіти. При цьому використано загальнонаукові принципи дослідження: принцип системного підходу до розуміння особистості, принцип детермінізму та розвитку, єдності свідомості та діяльності особистості, методологічні принципи організації дослідження.

Встановлено, що психологічний інструментарій дослідження зовнішніх і внутрішніх детермінант компонентів іміджу університету має комплексне та системне призначення. Водночас, виходячи із результатів аналізу теоретико-методологічних джерел визначення іміджу організації, з'ясовано, що емпіричне дослідження має включати психологічний, мотиваційний, соціальний, комунікативний, професійний та типологічний компоненти.

Ключові слова: *компоненти, психодіагностичний інструментарій, дослідження, імідж, заклад вищої освіти.*

Н.С. Чернега
аспірантка кафедри психології,
Київський національний
торгово-економічний університет

Обоснование психодиагностического инструментария эмпирического исследования психологических компонентов имиджа учреждения высшего образования

В статье на основании анализа научных источников определен психодиагностический инструментальный эмпирических измерений психологических компонентов имиджа учреждения высшего образования. При этом использованы общенаучные принципы исследования: принцип системного подхода понимания личности, принцип детерминизма и развития, единства сознания и деятельности личности, методологические принципы организации исследования.

Установлено, что психологический инструментальный исследования внешних и внутренних детерминант компонентов имиджа университета имеет комплексное и системное назначение. В то же время, исходя из результатов анализа теоретико-методологических источников определения имиджа организации, установлено, что эмпирическое исследование должно включать психологический, мотивационный, социальный, коммуникативный, профессиональный и типологический компоненты.

Ключевые слова: *компоненты, психодиагностический инструментальный, исследования, имидж, учреждение высшего образования.*

Substantiation of psychodiagnostic tools of empirical research of psychological components of the image of institution of higher education

In the article “Substantiation of the psychodiagnostic tools of the empirical research of the psychological components of the image of the institution of higher education”, based on the analysis of scientific sources, psychodiagnostic tools for empirical measurements of the psychological components of the image of the institution of higher education have been identified. In this case, the general scientific principles of research are used: the principle of a systematic approach to understanding the person, the principle of determinism and development, the unity of consciousness and personality activity, methodological principles of the organization of research.

It has been established that the psychological tool of research of external and internal determinants of the components of the university image has a complex and systematic purpose. At the same time, based on the results of the analysis of theoretical and methodological sources for determining the image of the organization, it was found that an empirical study should include psychological, motivational, social, communicative, professional and typological components.

Key words: components, psychodiagnostic tools, research, image, institution of higher education.

Постановка проблеми

Дослідження проблеми іміджу організацій набувають останнім часом дедалі більшої практичної та теоретичної значущості. Це пов'язане з тими змінами та нововведеннями, які відбуваються в економічній, політичній, освітній та інших сферах життя нашого суспільства.

Проблеми, що стосуються психологічної діагностики іміджу закладу вищої освіти, в сучасній українській та закордонній науковій літературі розглядаються недостатньо повно, тому науковим практичним завданням нашого дослідження є обґрунтування методів та психодіагностичних методик дослідження компонентів формування іміджу закладу вищої освіти.

В загальному визначенні проблема, що досліджується, пов'язана з важливим науково-практичним напрямом, який зазначено в Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012–2021 рр. [12] та у Науково-дослідній роботі КНТЕУ «Психологічні детермінанти іміджу та прийняття

нововведень у вищому навчальному закладі» на 2017 р.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вітчизняні дослідження останнім часом спрямовані перш за все на вивчення принципів, механізмів і технологій формування іміджу викладача (Т. Капустеринська, В. Стельніков) [4, 13.].

Разом з тим вітчизняні дослідження значно розширили наукове уявлення про принципи діагностики формування іміджу освітньої установи (Л. Карамушка); створення іміджу працівників закладу вищої освіти (В. Кубко); військовослужбовців (М. Корольчук, В. Корольчук, В. Осьодло) [5, 8, 9, 10].

Дослідження особливостей управління іміджем закладів вищої освіти відображені в публікаціях українського науковця В. Кубко [10].

Отже, від загальних проблем дослідження, в яких започатковано вирішення даної проблеми, ми переходимо до

з'ясування завдань щодо обґрунтування психодіагностичного інструментарію та визначення компонентів діяльності.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

У структурі наукових досліджень іміджу закладу вищої освіти недостатньо вивченим залишається безпосередньо психологічний компонент позитивного іміджу закладу вищої освіти.

Формулювання цілей статті

Мета статті – на підставі аналізу наукових джерел визначити психодіагностичний інструментарій емпіричних вимірів психологічних компонентів іміджу закладу вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження

Методологічною та теоретичною основою дослідження стали концепції психологічного розвитку особистості (Б. Ананьєв, Л. Виготський, Г. Костюк, О. Леонтьєв, С. Максименко, А. Маслоу, С. Рубінштейн та ін.); психофізіологія діяльності та працездатності військових та рятувальників (В. Бодров, В. Корольчук, М. Корольчук, В. Осьодло, В. Тімченко та ін.); управління та організаційна психологія (С. Болтівець, Л. Карамушка, М. Корольчук, О. Креденцер, С. Миронець та ін.); особливості технологічного підходу (Л. Карамушка, Н. Островерхова, В. Панок, Н. Чепелева та ін.); наукові підходи діагностування та формування психологічної готовності до управлінської діяльності (О. Бондарчук, В. Івкін, Л. Карамушка, М. Москальов, Н. Хмель та ін.); принципи загальної психометрики та психодіагностики (А. Анастасі, Л. Бурлачук, О. Виноградов, М. Корольчук, В. Осьодло та ін.).

Якість проведення психодіагностичного дослідження значною мірою залежить від дотримання необхідного алгоритму. Окрім таких аксіоматичних правил психодіагностики, як поєднання у дослідженні раціонального і чуттєвого, використання наукового методу, що забезпечує об'єктивність даних, важливого значення набувають й інші вимоги, зокрема поря-

док проведення дослідження, врахування різноманітних змінних, які впливають на об'єктивність діагностичного процесу [2].

Проведення вимірів у стандартизованих і контрольованих умовах дає змогу отримати найбільш точні результати експерименту і надійну інтерпретацію тестів. Поза стандартизацією якість інтерпретації психодіагностичних даних може погіршуватися в залежності від того, наскільки суттєві відхилення в процесі дослідження від заданих.

Щоб уникнути перекручування досліджуваних явищ, процес дослідження повинен максимально близько відтворити ті умови, в яких були розроблені норми й отримані критерії щодо надійності і валідності методики [8].

Нині широко використовується такий алгоритм проведення дослідження:

1. Загальна інструкція та пояснення обстежуваним мети дослідження.
2. Гарантування збереження таємниці результатів дослідження.
3. Заповнення паспортних, біографічних та професійних даних у реєстраційних бланках.
4. Ознайомлення з порядком роботи та проведення тренування за основними методами.
5. Фіксування відповідей обстежуваного у протоколі дослідження.
6. Оброблення результатів тесту відповідно до вимог рекомендацій.
7. Психодіагностичні бесіди та формування висновків.

Дослідження ґрунтується на відомих нам методах, таких як: спостереження, анкетування, психодіагностика та експеримент, що дає первинний емпіричний матеріал для аналізу, узагальнення, осмислення в контексті єдиного методу. Крім того, для проведення якісного дослідження необхідно дотримуватися загальних принципів психодіагностики: прогностичної цінності, валідності, надійності, точності, практичності [1].

Дослідження іміджу організації, як зазначає Л. Карамушка, має свої особливості і здійснюється з урахуванням психодіагностичної спрямованості на: характерис-

тику персоналу, зовнішні атрибути, характеристику особистості керівника та його команди, якість діяльності, рівень ком-фортності діяльності, ціну послуг [6, 7].

У дослідженні увага приділяється аналізу тих аспектів проблем, які відображають особливості психологічної діагностики компонентів іміджу освітньої установи, що вимагає створення відповідного комплексу тестів [1].

Обов'язковою умовою успішного проведення психодіагностичної роботи є обґрунтування підбору адекватних методик, які відображають предмет нашого дослідження. Найбільш доцільним під час дослідження психологічних компонентів іміджу університету вважається інтегративний підхід, який базується на встановлених принципах емпіричного дослідження, якими вчений оперує [11]. Основними принципами, яких ми дотримувалися під час дослідження, були такі, як:

- принцип розвитку – поняття іміджу університету вивчається в безперервному розвитку; дослідження іміджу проводились і раніше як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями, в наш час вивченню іміджу приділяється теж достатньо уваги, і це сприяло подальшому вивченню цього феномену;

- принцип системності – досліджуючи поняття іміджу, ми зважали на його взаємозв'язок з іншими проявами, зокрема з поняттям індивідуального іміджу керівника, культурою організації. У роботах науковців зазначається взаємозв'язок іміджу керівника з іміджем всієї організації. Індивідуальний імідж керівника є одним із важливих чинників, які також впливають на формування організаційного іміджу. Також значна увага приділяється організаційній культурі, яка входить до показників формування іміджу. Отже, імідж пов'язаний з великою кількістю зовнішніх і внутрішніх компонентів, що зумовлено великою кількістю проявів, які досліджуються психодіагностикою при вивченні іміджу організації;

- принцип детермінізму (причинної обумовленості) – для вивчення даного явища виявлені причини, які його викли-

кають і породжують дослідження цього феномену. А особливо в сучасних умовах розвитку ринку в Україні дедалі більшої актуальності набуває проблема створення та підтримки реального позитивного іміджу освітніх установ, що дає можливість забезпечувати стійкі конкурентні переваги, залучати до співпраці нових потенційних партнерів, вигравати різні освітянські гранти, брати участь у програмах обміну студентів та молодих перспективних науковців [3].

Для досягнення поставленої мети і визначених завдань використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження: *теоретичного характеру*: аналіз наукової фахової літератури, узагальнення отриманої інформації, системний аналіз та інтерпретація даних; *емпіричного характеру*: спостереження, бесіда (для отримання соціально-психологічної інформації та психодіагностичних висновків керівного складу, науково-педагогічних працівників, студентів та випускників університету) [1, 8].

Досліджуючи наукові підходи і принципи психодіагностики, було з'ясовано, що імідж закладу вищої освіти має свої особливості. Поряд із внутрішніми і зовнішніми детермінантами, суттєвий вплив на імідж мають особистісні характеристики, на які спрямоване наше дослідження, що дасть змогу з'ясувати вплив особистості на імідж закладу вищої освіти, оскільки особистість є частиною загального іміджу.

В основу емпіричного дослідження покладено наступні методики: для визначення індивідуально-психологічних особливостей працівників – 16-факторний особистісний опитувальник Р. Кеттелла (В. Бодров) [1].

Для дослідження мотиваційного рівня працівників закладу вищої освіти ми використали опитувальник вивчення структури професійних мотивів «Оцінка рівнів домагань» В. Горбачевського та методику «Смисложиттєвих орієнтацій» (СЖО) Д. Леонтьєва [1].

З метою визначення соціальної сфери використано методику «Діагностика соціально-психологічного клімату колек-

тиву» (О. Михалюк, А. Шалито); «Опитувальник на рівень задоволеності роботою» В. Семиченко та методика «Вільних асоціацій» для визначення критеріїв іміджу (В. Бодров) [1].

Визначення особливостей комунікативної сфери здійснювалося за методикою Т. Лірі з метою визначення уявлення особистості про себе, ставлення до людей [1].

Для дослідження професійного компонента в обстежуваних використали методика «Керівник очима підлеглих»; методика «Стиль керівництва» (В. Захаров, А. Журавльов) [1].

Дослідження типологічної та емоційно-вольової сфери здійснено за опитувальником структури темпераменту В.М. Русалова (ОСТ); методикою «Дослідження емоційного вигоряння» (В. Бойко) [2].

До статистичної обробки емпіричних даних віднесено: обчислення первинних описових статистик; кореляційний аналіз (для встановлення кількісних залежностей між досліджуваними особливостями), факторний аналіз, моделювання [2].

Отже, враховуючи різноманіття методичних підходів і принципів дослідження, під час визначення компонентів іміджу до мети і завдань застосовано генетико-моделюючий метод (ГММ) дослідження, в основу якого покладено систему таких п'яти принципів, як: аналіз результатів за «одинацями», єдність організаційної креативності, рефлексивний релятивізм, єдність генетичної і соціальної ліній розвитку, що, на наш погляд, нині є інтегру-

ючим системно-функціональним методом дослідження [11].

Висновки

На підставі аналізу наукових джерел визначено загальні принципи та психодіагностичний інструментарій дослідження психологічних компонентів, що обумовлюють формування іміджу закладу вищої освіти. З'ясовано, що в основу дослідження доцільно використано загальнонаукові принципи: детермінізму та розвитку, єдності свідомості та діяльності, принцип системного підходу розуміння особистості; принцип психологічної теорії діяльності; методологічні принципи організації дослідження дають підстави щодо обґрунтування адекватного психодіагностичного інструментарію наукового пошуку.

Психологічний інструментарій дослідження зовнішніх і внутрішніх детермінант компонентів іміджу університету має комплексне та системне призначення. Водночас, виходячи з результатів аналізу теоретико-методологічних джерел визначення іміджу організації, з'ясовано, що емпіричне дослідження має включати психологічний, мотиваційний, соціальний, комунікативний, професійний та типологічний компоненти.

Перспектива подальшого дослідження полягає в апробації психодіагностичного інструментарію, спрямованого на визначення психологічних детермінант іміджу закладу вищої освіти, і обґрунтуванні практичних рекомендацій щодо психологічної діагностики іміджу закладу вищої освіти.

Література

1. Бодров В. Психология профессиональной пригодности : Учебное пособие для вузов – М. ПЕР СЭ, 2001. – 511 с.
2. Бурлачук Л.Ф. Психодиагностика : Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006. – 351 с.
3. Даниленко Л.В. «Все про імідж: від підходів до рекомендацій» / «Маркетинг і маркетингові дослідження». – № 04. – 2007. – 250 с.
4. Капустеринська Т. До проблеми формування динамічного лідера – керівника сучасного освітнього закладу / Т. Капустеринська // Імідж сучасного педагога. – 2004. – №10. – С.5-8.
5. Карамушка Л.М. Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури: Монографія / Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер, К.В. Терещенко [та ін.] ; за ред. Л.М. Карамушки. – К.: Педагогічна думка, 2015. – 288 с.
6. Карамушка Л.М., Сняданко І.І. Психологія організаційної культури: Навчальний посібник. – К. – Львів: Край, 2010. – 212 с.
7. Карамушка Л.М. Мотивація підприємницької діяльності: [Монографія] / Л.М. Карамушка, Н.Ю. Худякова. – К. – Львів: Сполом, 2011. – 208 с.

8. Корольчук М.С. Психодіагностика / М.С. Корольчук, В.І. Осьодло. Навч. посібник. – К. : Ніка-Центр, 2014. – 400 с.
9. Корольчук М.С. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ: нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 384с.
10. Кубко В.П. Передумови та особливості формування моделі іміджу вищого навчального закладу / В.П. Кубко // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 103. – 283-286 с.
11. Максименко С.Д. Підприємництво: психологічні, організаційні та економічні аспекти: навч. посібник / С.Д. Максименко, А.А. Мазаракі, Л.П. Кулаковська, Т.Ю. Кулаковський. – К. : КНТЕУ, 2012. – 720 с.
12. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року Президент України; Указ, Стратегія від 25.06.2013 № 344/2013.
13. Стрельников В. Педагогічна культура – основи іміджу сучасного педагога / В. Стрельников // Імідж сучасного педагога. – 2006. – №8. – С. 6-8.