

Хмельницький національний університет  
Гуманітарно-педагогічний факультет  
Кафедра соціальної роботи і соціальної педагогіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Перший (бакалаврський)  
Освітній рівень

**«ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ЯК ЧИННИК  
ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ  
ПРАЦІВНИКІВ»**  
Назва теми

Галузь знань 23 Соціальна робота  
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 231 Соціальна робота  
Шифр і назва спеціальності

Освітня програма Соціальна робота. Соціальна педагогіка та коучинг.  
Назва освітньої програми

21023

Номер індивідуального навчального плану студента

Виконав: здобувач IV курсу, група СРК-21-1

Підпис

Вікторія РУДЕНЬКА  
Ім'я, прізвище

Керівник: кандидат педагогічних наук, доцент  
науковий ступінь, вчене звання

Підпис

Юлія ОВОД  
Ім'я, прізвище

До захисту допускаю:  
В.о. завідувача кафедри  
соціальної роботи і соціальної педагогіки  
кандидат педагогічних наук, доцент

Підпис

Олена ВАСИЛЕНКО  
Ім'я, прізвище

10 червня 2025 р.

Хмельницький, 2025

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ

Заводиться студент Руденька Вікторія Сергіївна на захист дипломного проекту (роботи)

спеціальністю 231 - Соціальна робота

тему: Професійний імідж соціальної роботи як чинник особистісного розвитку майбутніх соціальних працівників

Дипломний проєкт (робота), рецензія і довідка про перевірку на плагіат додаються.



Декан факультету

*[Signature]*  
(підпис)

Тодішівка Н.В.  
(ім'я, прізвище)

ДОВІДКА УСПІШНОСТІ

Руденька В. С. за період навчання на гуманітарно-педагогічному факультеті з 2021 по 2025 роки повністю виконав навчальний план спеціальності з таким розподілом оцінок за: академічною шкалою: відмінно 48,39 %, добре 51,61 %, задовільно 0,00 %. Шкалою ЄКТС: А 43,64 %, В 27,27 %, С 29,09 %, D 0,00 %, E 0,00 %.

Методист факультету

*[Signature]*  
(підпис)

Смоїло С.М.  
(ім'я, прізвище)

ВИСНОВОК КЕРІВНИКА ДИПЛОМНОГО ПРОЄКТУ (РОБОТИ) ТА ОБГРУНТУВАННЯ ОЦІНКИ

Студентка ка Дурська В.С. у кваліфікаційній частині

*реферату продемонструвала високий рівень теоретичних знань та практичних навичок, виробила власну позицію у встановленні довірливих відносин. Робота виконана на високому науково-методичному рівні та виробила деякі рекомендації.*

Довідка дипломного проекту (роботи)

Керівник дипломного проекту

*[Signature]*  
(підпис)

Овчар Ю.В.  
(ім'я, прізвище)

" 6 " червня 2025 р.

ВИСНОВОК КАФЕДРИ ПРО ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ)

Дипломний проєкт (роботу) розглянуто. Студент Руденька В. С. допускається до захисту цього проєкту (роботи) в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри соціальної роботи і соціальної педагогіки (назва)

*[Signature]*  
(підпис, ім'я, прізвище)

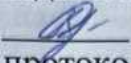
" 10 " червня 2025 р.

**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет гуманітарно-педагогічний  
Кафедра соціальної роботи і соціальної педагогіки  
Освітній рівень перший (бакалаврський)  
Галузь знань 23 Соціальна робота  
Спеціальність 231 Соціальна робота  
Освітня програма Соціальна робота. Соціальна педагогіка та коучинг

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В.о. завідувача кафедри  
соціальної роботи і соціальної  
педагогіки

 Олена ВАСИЛЕНКО  
протокол № 5 від 19.12.2024 р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**Вікторії РУДЕНЬКОЇ**

**1. Тема кваліфікаційної роботи:** «Професійний імідж соціальної роботи як чинник особистісного розвитку майбутніх соціальних працівників»  
Керівник кваліфікаційної роботи: Овод Ю.В., кандидат педагогічних наук, доцент.

Затверджено наказом ректора університету 07 лютого 2025 р. № 23

**2. Строк подання студентом роботи на кафедру** 10 червня 2025 р.

**3. Вихідні дані до роботи:** матеріали звіту з переддипломної практики, комплекс методів та методик дослідження: діагностична методика М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні», діагностична методика на визначення спрямованості особистості Б. Басса, опитувальник мотиваційних впливів на вибір професії (розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко). У дослідженні взяли участь 48 майбутніх соціальних працівників 1-4 курсів.

**4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):** вступ, розділ 1. Теоретичні основи професійного іміджу соціальної роботи, аналіз феномену іміджу та його значення для успішної професійної діяльності соціального працівника, вплив особистісно-професійних якостей на імідж соціального працівника, престижність соціальної роботи та професійний імідж як способи впливу на соціум; висновки до розділу, розділ 2. Емпіричне дослідження ролі професійного іміджу соціальної роботи як чинника особистісного розвитку майбутніх соціальних працівників, діагностичне дослідження ролі професійного іміджу як чинника особистісного розвитку майбутнього соціального працівника, практичні рекомендації майбутні

соціальним працівникам щодо ефективного розвитку позитивного професійного іміджу, висновки до розділу; висновки, перелік джерел посилання, додатки.

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень) 7 рисунків, 7 таблиць.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

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

7. Дата видачі завдання 19 грудня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапу роботи	Примітка
1	Вибір теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження, постановка мети і завдань.	До 10 грудня 2024 р.	виконано
2	Визначення теоретико-методологічних засад дослідження. З'ясування актуальності проблеми.	До 10 січня 2025 р.	виконано
3	Оформлення вступу кваліфікаційної роботи.	До 01 лютого 2025 р.	виконано
4	I розділ кваліфікаційної роботи.	До 01 березня 2025р.	виконано
5	II розділ кваліфікаційної роботи.	До 01 травня 2025 р.	виконано
6	Загальні висновки.	До 15 травня 2025 р.	виконано
7	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	До 20 травня 2025 р.	виконано
8	Оформлення кваліфікаційної роботи. Підготовка до захисту, рецензування.	До 10 червня 2025 р.	виконано
9	Захист кваліфікаційної роботи (відповідно графіку)	До 20 червня 2025 р.	виконано

Здобувач Вікторія РУДЕНЬКА  
 Керівник роботи Юлія ОВОД

## АНОТАЦІЯ

Тема кваліфікаційної роботи «Професійний імідж соціальної роботи як чинник особистісного розвитку майбутніх соціальних працівників»

Здобувач: Вікторія РУДЕНЬКА

Керівник: Юлія ОВОД

Кваліфікаційна робота включає 71 сторінку, з них 55 сторінок основного тексту, 7 таблиць, 7 рисунків, перелік джерел посилання складає 42 найменування, 3 додатки.


Ключові слова: імідж, престижність, заклад вищої освіти, соціум, соціальний працівник, професія.

Об'єктом дослідження є особистісний розвиток майбутніх фахівців соціальної роботи.

Предметом дослідження є роль професійного іміджу соціальної роботи як чинника особистісного розвитку майбутніх соціальних працівників

За результатами дослідження розроблено практичні рекомендації майбутнім соціальним працівникам щодо ефективного розвитку позитивного професійного іміджу.

Одержані результати можуть бути застосовані у різних сферах професійної діяльності та освітнього процесу, а саме: у закладах вищої освіти та на курсах підвищення кваліфікації, на робочих місцях у соціальних службах, державних установах та громадських організаціях, соціальних ініціативах, проектах та кампаніях.

Здобувач  Вікторія РУДЕНЬКА

Дата подання дипломної роботи до захисту 10 червня 2025 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ	11
1.1 Аналіз феномену іміджу та його значення для успішної професійної діяльності соціального працівника	11
1.2 Вплив особистісно-професійних якостей на імідж соціального працівника	17
1.3 Престижність соціальної роботи та професійний імідж як способи впливу на соціум	25
Висновки до розділу.....	30
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ЯК ЧИННИКА ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ	32
2.1 Діагностичне дослідження ролі професійного іміджу як чинника особистісного розвитку майбутнього соціального працівника .....	32
2.2 Практичні рекомендації майбутнім соціальним працівникам щодо ефективного розвитку позитивного професійного іміджу.	41
Висновки до розділу.....	46
ВИСНОВКИ.....	49
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	52
ДОДАТКИ.....	58
ДОДАТОК А Діагностична методика М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні».	58
ДОДАТОК Б Діагностична методика на визначення спрямованості особистості Б. Басса	63

ДОДАТОК В Опитувальник мотиваційних впливів на вибір професії  
(розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко).

72

## ВСТУП

Професійна соціальна робота виступає одним із способів реагування на нову соціальну ситуацію, її проблеми та можливості. На сьогоднішній день в Україні не вистачає фахівців соціальної роботи, які кваліфіковано здійснюють роботу з діагностики та прогнозування соціальних процесів, надають соціально-терапевтичну, профілактичну, педагогічну, психологічну та правову допомогу.

Така тенденція першочергово склалася у зв'язку із тим, що професійна підготовка фахівців здійснюється відносно нетривалий період часу та пов'язана із такими труднощами як недостатність практичного досвіду, науково-теоретичних розробок з актуальних проблем та низьким рівнем престижності соціальної роботи.

Сучасні виклики, що постають перед соціальною роботою в країні, актуалізують проблему формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників в умовах закладу вищої освіти.

Потреба такої стратегії продиктована вимогами суспільства і держави до підготовки компетентних, конкурентоздатних фахівців соціальної роботи.

Сучасному фахівцю необхідні гнучкість та нестандартність мислення, вміння адаптуватися до швидкісних змін умов життя. А це можливо лише за умови високого рівня професійної компетентності, готовності та бажання розвивати та вдосконалювати професійні здібності. Саме тому, підвищення професійного іміджу соціального працівника, його здатності діяти на рівні вимог міжнародних професійних стандартів у сфері соціальної роботи з урахуванням потреб українського суспільства, є потребою сьогодення.

Серед українських науковців питання теоретичної бази соціальної роботи розглядали В.Андрущенко, В.Бех, І.Грига, І.Зверєва, М.Лукашевич, І.Мигович, В.Полтавець, Г.Попович, Н.Лавринченко, О.Карпенко, В.Сидорова, Т.Семигіна, А.Ярошенко та інші.

Суттєвий вклад у розроблення різних аспектів розвитку соціальної роботи здійснили В. Андрущенко, Д. Бирик, І. Бодрова, О. Карпенко, Ю. Овод, В. Полтавець, Т. Семигіна, В. Тернопільська, А. Ярошенко та інші.

Особливості формування іміджу працівників соціальної сфери висвітлені у працях А. Герасимчук, Я. Дашкевич, Ю. Пелеха, О. Тимошенко та ін.

Соціальний працівник має бути фахівцем високої професійної компетентності, а отже, увібрати в себе як загальнолюдські духовні цінності та норми поведінки, так і професійні знання і норми взаємодії з різними категоріями населення і в різних мікросередовищах для того, щоб підвищувати престижність професії та бути конкурентоспроможним.

Формування іміджу майбутніх соціальних працівників створює умови для розвитку довіри отримувачів соціальних послуг та бажання звертатися до фахівця у разі виникнення складних життєвих ситуацій та підвищує престиж професії у суспільстві. Крім того, професійний імідж формується відповідно до ціннісних установок фахівця, і результатом цього може стати його просування кар'єрними сходами.

**Об'єкт дослідження** – особистісний розвиток майбутніх фахівців соціальної роботи.

**Предмет дослідження** – роль професійного іміджу соціальної роботи як чинника особистісного розвитку майбутніх соціальних працівників.

**Мета роботи** – теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити роль професійного іміджу як чинника особистісного розвитку майбутніх соціальних працівників.

Для досягнення поставленої мети було сформульовано наступні **завдання дослідження**:

- 1) здійснити теоретичний аналіз наукової літератури з проблеми дослідження професійного іміджу соціальної роботи в сучасних умовах;

- 2) описати вплив особистісно-професійних якостей на розвиток іміджу майбутніх соціальних працівників, а також проаналізувати престижність соціальної роботи та професійний імідж як способи впливу на соціум;
- 3) провести діагностичне дослідження ролі професійного іміджу як чинника особистісного розвитку майбутнього соціального працівника;
- 4) запропонувати практичні рекомендації майбутнім соціальним працівникам щодо ефективного розвитку позитивного професійного іміджу.

**Методи дослідження:** *теоретичні:* (систематизація та аналіз наукової літератури, порівняння та узагальнення даних); *емпіричні:* (метод спостереження, метод бесіди, діагностична методика М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні», діагностична методика на визначення спрямованості особистості Б. Басса, опитувальник мотиваційних впливів на вибір професії (розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко) та *методи кількісного та якісного аналізу результатів дослідження.*

**Практичне значення дослідження** полягає у розробці практичних рекомендацій майбутнім соціальним працівникам щодо ефективного розвитку позитивного професійного іміджу, які в подальшому можна застосувати у різних сферах професійної діяльності та освітнього процесу, а саме: у закладах вищої освіти та на курсах підвищення кваліфікації, на робочих місцях у соціальних службах, державних установах та громадських організаціях, соціальних ініціативах, проєктах та кампаніях.

**Експериментальна база дослідження:** дослідження проводилося на базі Хмельницького національного університету. У дослідженні взяли участь 48 майбутніх соціальних працівників 1-4 курсів.

**Апробація результатів дослідження.** За матеріалами дослідження опубліковано наукову статтю: Руденька В. Овод Ю., Соціальна робота: вплив професійного іміджу на розвиток фахівців. Професійна підготовка фахівців соціальної сфери: надбання, проблеми, перспективи: Матеріали IV

Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (м. Хмельницький, 22-23 травня 2025 року)/Ред. колегія: Василенко О. та ін./ М-во освіти і науки України, Хмельницький нац. ун-т., каф. соц. роб. і соц. педагог. Хмельницький: ХНУ, 2025. 368 с. (електронне видання). С. 79-81. Доповідала за темою дослідження на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю Професійна підготовка фахівців соціальної сфери: надбання, проблеми, перспективи. 22-23 травня, 2025 рік.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається з вступу, 2 розділів, висновків, переліку джерел посилань (42 найменування, з них 2 – іноземною мовою), 7 таблиць, 7 рисунків, 3 додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 70 сторінок (55 сторінок – основний текст).

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

### 1.1 Аналіз феномену іміджу та його значення для успішної професійної діяльності соціального працівника

Сьогодні проблема іміджу соціального працівника достатньо актуальна і в першу чергу це пов'язано із його професійною діяльністю, яка спрямована на надання допомоги певним категоріям населення, які з тих чи інших обставин потрапили у складні життєві обставини, де в залежності від ефективності взаємодії і надання допомоги соціального працівника клієнтам і формується імідж в його професійній сфері діяльності.

Термін «імідж» в перекладі з англійської мови означає образ. З точки зору соціальної психології імідж- це символічний образ суб'єкта, створений в процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії[12].

Відповідно у словниках поняття «імідж» це не лише внутрішній образ предмета але і цілеспрямовано створена думка, уявлення, яке склалося у суспільстві про будь яку людину, предмети, товари тощо.

Ряд дослідників вважають, що імідж це не лише те, ким людина являється насправді, не сукупність її особистісних характеристик, а образ, який створюється у відношенні цієї людини і оточуючих її людей, або людей, які створюють уявлення про неї за допомогою різноманітних засобів.

Із проаналізованих різних трактувань поняття «іміджу» варто виділити найбільш спільні риси. Імідж – це не що інше як образ створений у відношенні до когось чи чогось з метою популяризації даного об'єкта у суспільстві.

Основними складовими іміджу є:

- *Зовнішній вигляд*: коли людина має доглянутий вигляд про неї формується позитивне враження, вона привертає до себе увагу та схиляє до себе, що суттєво сприяє налагодженню міжособистісної взаємодії, а це має

позитивний вплив в свою чергу на налагодження довірливих взаємовідносин та ефективну співпрацю.

- *Голос та мовлення*: займають одне із центральних місць у формуванні іміджу. З того, як людина розмовляє, витримує паузи, ставить наголос можна визначити рівень її освіченості та професіоналізму[3].

Соціальні працівники спілкуються з різними категоріями населення різного віку. Від його комунікативних здібностей багато в чому залежить успіх його діяльності, що в подальшому має відображення на його іміджі.

На думку фахівців[7,11,16,28] імідж соціального працівника це багатопланове утворення, до складу якого входять моральна надійність, професіоналізм, компетентність, освіта та знання педагогіки і психології.

Аналізуючи імідж соціального працівника, виділяють наступні його *компоненти*:

- інформаційно-особистісний (зовнішній вигляд, манера поведінки, мовлення);
- особистісно-ресурсний компонент (уявлення щодо особистісних характеристик);
- професійно-гностичний компонент (професійно важливі якості);
- ситуативно-інтерактивний компонент (уявлення про взаємовідносини та взаємодію фахівця та клієнта).

Імідж соціального працівника включає в себе важливі *особистісні якості*, які поділяють на наступні три групи:

- 1) професійні якості особистості – це високий професіоналізм, компетентність у вирішенні різноманітних соціальних проблем, високий рівень освіченості та загальної культури ( в т.ч. духовної), знання педагогіки, психології, права;

- 2) гуманістичні якості особистості – це доброта, любов до людей, доброзичливість, чуттєвість, милосердя, співчуття, емпатія;
- 3) соціальні якості особистості – це комунікабельність, організаційні здібності, вміння правильно зрозуміти людину та поставити себе на її місце, гнучкість та делікатність, тактовність у спілкуванні, вміння слухати, здатність підтримати, вміння налагодити довірливі взаємовідносини[9].

Образ соціального працівника побудований на його індивідуальному іміджі, який залежить від його професіоналізму.

Стиль його поведінки, особистісні якості, ціннісні орієнтації та інтереси мають вплив на той образ, який він формує.

Аналіз практичної діяльності свідчить, що подекуди фахівці комфортно почуваються у конфліктних ситуаціях, інші – в ситуаціях взаємодопомоги та підтримки, хтось знаходить спільну мову з усіма, хтось більш прихильний до дітей, комусь краще працювати з людьми похилого віку. У зв'язку з цим саме особистісні якості соціального працівника відіграють важливу роль у формуванні його іміджу[26].

Для сприятливого формування іміджу соціального працівника важливо, щоб він відповідав основним його професійним якостям, таким як гуманність, відповідальність, повага, терплячість, ввічливість, емоційна стійкість та самовладання.

Аналіз відповідної літератури дозволяє розробити та представити структуру формування іміджу:

- його мету – що формується
- засоби – чим формується,
- методи – як формується
- принципи – у відповідності до чого він формується.



Рисунок 1.1 – Структура формування іміджу

Імідж здійснює великий вплив на професійну діяльність соціального працівника і масштаби його впливу будуть залежати від рівня сформованості його індивідуального іміджу.

Індивідуальний імідж фахівця надає загальні уявлення про його професійну діяльність в цілому та здійснює вплив іміджу на ефективність його професійної діяльності[9].

Під ефективністю зазвичай розуміють певну мету та досягнуті результати з мінімальними затратами. Звідси випливає, що показники ефективності діяльності соціального працівника напряму залежать від рівня задоволення клієнта роботою фахівця.

Основними показниками ефективності діяльності соціального працівника є стан, коли слова людини відповідають її вчинкам, зовнішній та внутрішній образи відповідають один одному, також кількість наданих послуг клієнту буде залежати від рівня професіоналізму, досвіду роботи та рівня підготовки соціального працівника.

Якщо під час роботи з клієнтом у соціального працівника спостерігаються ознаки відсутності єдиного створеного образу, це стане головною перешкодою для досягнення максимальної ефективності його діяльності.

Імідж соціального працівника повинен відповідати ряду критеріїв: він не повинен бути протиставленням внутрішньому сприйняттю соціальним працівником себе як особистості, як професіонала своєї справи та відповідати запитам клієнта і задовольняти його потреби[25].

На підставі аналізу наукових джерел з проблеми дослідження нами представлено модель індивідуального іміджу соціального працівника, до складу якої входять особистісні якості, ціннісні орієнтації та інтереси, а також професійні якості.



Рисунок 1.2 – Індивідуальний імідж соціального працівника

Імідж в професійній діяльності соціального працівника може сформуватися *стихийно або усвідомлено*. При *стихийному* формуванні іміджу соціального працівника основним фактором є особистісні якості людини. При *усвідомленому* формуванні іміджу основним фактором виступає мотивація, тобто те, заради чого і формується імідж.

## 1.2 Вплив особистісно-професійних якостей на імідж соціального працівника

Тема іміджу соціального працівника активно обговорюється в науковій літературі, різні автори наводять свої визначення та по різному трактують дане поняття. Але загально прийнятого визначення іміджу досі немає, хоча є неодноразові спроби[13].

Найбільш розповсюдженим є наступне визначення: імідж – це певний образ, система внутрішніх характеристик, яка створює або підкреслює неповторність образу особистості, відображає її індивідуальність, виступає зовнішньою, орієнтованою на інших людей стороною.

Імідж визначається ставленням до людини на підставі її популярності та успіху, довіри та симпатії. Зазвичай асоціюється із поняттям престижу та престижності, а також репутацією.

Імідж фахівця соціальної сфери має складну структуру та складається з наступних елементів:

- ❖ *габітарний імідж* – це образ людини, який побудований на основі сприйняття інформації про внутрішній стан;
- ❖ *речовий імідж* – образ людини заснований на певних речах, предметах, послугах, які він робить або надає;
- ❖ *імідж середовища* – образ людини, який створюється на основі сприйняття та оцінки сфери його перебування (кабінет, робочий стіл);
- ❖ *вербальний імідж* – образ людини, який формується на основі його вербальної поведінки (міміка, жести, інтонація);
- ❖ *кінетичний імідж* – образ людини на підставі його характерних для неї але не усвідомлених нею певних рухів та положень у просторі частин її тіла[24].

Імідж виникає лише тоді, коли його об'єкт набуває популярності, тобто тоді, коли є суб'єкти його безпосереднього або опосередкованого сприйняття

Роботу щодо формування іміджу можна уявити собі у вигляді такої моделі

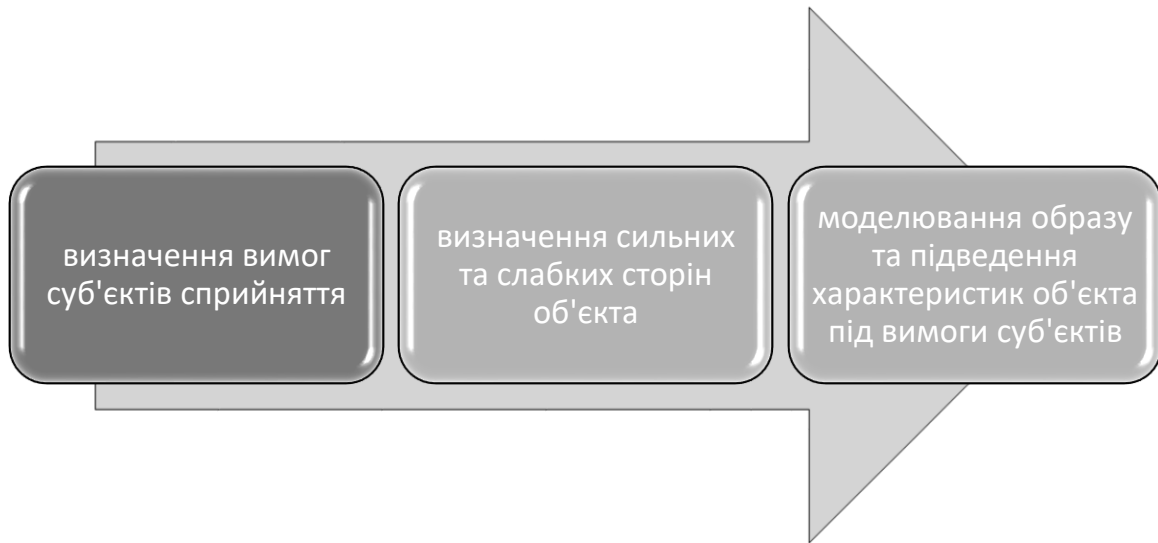


Рисунок 1.3 – Модель формування іміджу

Опора на власний імідж сьогодні потрібна для кожної професії.

Пріоритетними характеристиками іміджу соціального працівника є:

- особиста привабливість;
- інтелігентність;
- чарівність;
- здатність справляти враження здорової та щасливої людини;
- позитивний настрій;
- інтерес до людей;
- бажання допомогти у вирішенні їх проблем;
- впевненість у собі;
- оптимізм;
- почуття гумору;
- активність;
- індивідуальний стиль діяльності та спілкування;
- відповідальність та сміливість[7].

*Соціальні працівники* – це люди, які завжди перебувають у полі зору, тому бездоганне володіння власною діяльністю є показником професіоналізму, ця професія особлива, оскільки поруч з ними завжди перебуває той чи інший колектив: учні, вихованці, батьки, колеги тощо.

Як правило, до соціального працівника висувається ряд вимог:

1. він повинен об'єктивно оцінювати власні можливості;
2. знати свої сильні та слабкі сторони (емоційність, комунікабельність);
3. володіти культурою інтелектуальної діяльності (мислення, пам'ять, увага);
4. володіти культурою поведінки та спілкування[28].

*Фахівець соціальної сфери* – це взірець, поведінку якого свідомо, а подекуди і на підсвідомому рівні копіюють оточуючі; він має поважати, знати та розуміти своїх клієнтів, не залежно від того, чи співпадають їх ціннісні орієнтації та моделі поведінки; виступати в ролі партнера та людини, яка завжди підтримає та прийде на допомогу.

У зв'язку з цим актуальною є проблема цілеспрямованого формування професійного іміджу майбутніх фахівців.

#### Основні етапи формування іміджу

1. *Діагностика сформованості іміджу соціального працівника.* На даному етапі визначається наявність або відсутність «проблеми іміджу»
2. *Цілепокладання.* Метою формування іміджу соціального працівника є формування такої ситуації, коли у клієнта переважає позитивна думка про фахівця, він йому довіряє та прислухається, буде виконувати усі рекомендації та ефективно взаємодіяти заради вирішення проблеми.
3. *Планування.* На даному етапі з'ясовується система заходів, які є необхідними для формування позитивного іміджу соціального працівника.
4. *Реалізація запланованих заходів. Оцінка.* Отримані результати порівнюються із критеріями успішності формування іміджу.

До складових іміджу соціального працівника відносять:

- зовнішню привабливість;
- вербальну та невербальну поведінку;
- манери, етикет;
- відповідність необхідному взірцеві, привабливість[32].

Зовнішня привабливість це не лише фізичні дані але й значна кількість зовнішніх складових, які залежать безпосередньо від людини. Це візитівка соціального працівника, яка підкреслюється за допомогою одягу, зачіски, макіяжу. Основний стиль соціального працівника – класичний, який символізує такі якості як впевненість у собі, самоконтроль, рішучість та психологічна гнучкість, авторитет. Усі ці якості є для фахівця професійно необхідними.

Не лише зовнішня привабливість, але і вербальна поведінка є основою персоніфікації. Мовлення – один із засобів самовираження, яке організовує роботу інтелекту. Слова здійснюють активний вплив на головний мозок в цілому. Вербальна поведінка – це основна «зброя» соціального працівника, якою він має досконало володіти. Інформація до клієнта доноситься не лише за допомогою слів, а й за рахунок інтонації, темпом мовлення, паузами і т.д. Вербальна поведінка являється соціальним символом і відпрацювання даних навичок вдосконалює імідж[17].

Соціального працівника не лише слухають, до нього звернені погляди його клієнтів, тому важливою є і невербальна поведінка (міміка, жести, пози, погляд і т.д.). Невербальна поведінка це мова підсвідомості та прояв культури, як особистісної так і національної. Уважний погляд, доброзичлива посмішка та жести діють завжди позитивно.

При всій значущості вербальної та невербальної поведінки велика увага приділяється і етикету. Існує мовленнєвий та немовленнєвий етикет. Мовленнєвий етикет – це вербальні форми ввічливого спілкування між людьми, який визначає стилістику діалогу. При цьому важливе значення мають інтонація, вибір слів та побудова фраз. Грамотне використання правил мовленнєвого

етикету надає можливість уникнути негативних емоцій в процесі розмови. Немовленнєвий етикет – це система знаків, куди відносять жести привітання, прощання, знаки уваги і т. д.[20]

Манери – є показником культурного рівня фахівця, відображенням його моральності та інтелекту. Професійна етика соціального працівника накладає відбиток на його особистій манері поведінки. Позитивний професійний імідж визначається і тим, як вдало фахівець може «увійти» в необхідний образ, використовуючи власну чарівність – вміння розташовувати до себе людей і таким чином швидше та легше досягнути власної мети.

Відповідно, імідж являє собою складний феномен, де взаємопов'язані різноманітні фактори, що приймаються до уваги.

У сучасних умовах зростають вимоги, які висуваються до іміджу соціального працівника. Вважається, що основна увага має бути зосереджена на формуванні особистісних якостей майбутніх фахівців.

Відомий вчений Чарльз Дарвін був досить скромним у думках про власні здібності та професійні якості. Своїми найважливішими якостями він вважав любов до науки, безмежне терпіння, зусилля та спостереження. Виділяючи ці якості він дійшов висновку, що на здивування ці здібності мають великий вплив на важливі питання. Важко визнати здібності Дарвіна посередніми, але неможливо з ними не погодитися, коли надає важливого значення таким якостям як любов до обраної професії, безмежне терпіння та зусилля.

Такі якості потрібні не лише науковцям, а й фахівцям соціальної сфери, тоді будь яка діяльність стане успішною[16].

Велика кількість досліджень даного питання свідчить про те, що не кожна людина може стати соціальним працівником. Окрім цього слід пам'ятати, що якість професійної підготовки соціального працівника залежить не лише від кількості засвоєних ним знань, скільки від розвитку емоційно-мотиваційної

сфери, творчого мислення, сформованих професійно значущих якостей особистості, педагогічних здібностей та педагогічних технік[8].

Професія соціального працівника передбачає постійне спілкування з клієнтами, встановлення та розвиток взаємовідносин і передбачає розвиток професійної успішності. Вміння спілкуватися, комунікативна компетентність є запорукою взаєморозуміння, довірливих відносин та ефективної співпраці. А це означає, що особистість соціального працівника має відповідати не лише професійним, а й психологічним вимогам до професії.

Основна психологічна характеристика соціального працівника – емоційна стабільність, врівноваженість, контроль над емоційними реакціями та поведінкою. Емоційна стабільність допомагає уникати конфліктів і викликає відчуття надійності, сприяє налагодженню довірливих відносин.

Важливою психологічною якістю є емпатія, здатність до співчуття, співпереживання.

До основних критеріїв ефективності професійної діяльності майбутнього фахівця соціальної сфери відноситься:

1. високий професіоналізм;
2. професійна грамотність;
3. знання;
4. постійне самовдосконалення;
5. широкий кругозір;
6. досвід роботи;
7. бажання працювати;
8. вміння вислухати та зрозуміти клієнта[35].

Соціальний працівник має володіти комунікативною компетентністю та комунікативною толерантністю. Комунікативна компетентність передбачає не лише наявність психологічних знань (про типи особистості, способи реагування на стрес залежно від типу темпераменту і т.д.), а й сформовані певні навички, такі

як вміння налагоджувати контакт, вміння слухати, планувати бесіду, формулювати запитання[14].

Комунікативна толерантність соціального працівника демонструє, на скільки фахівець готовий сприймати негативні для нього індивідуальні особливості клієнтів, негативні якості та вчинки, звички, стиль поведінки, стереотипне мислення.

Таблиця 1.1 – Якості соціального працівника, необхідні для успішної професійної діяльності

Найбільш важливі особистісні якості соціального працівника	Обов'язкові якості соціального працівника	Домінуючі особистісні якості соціального працівника
<ul style="list-style-type: none"> <li>• гуманність;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• рівень освіти;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• соціальна відповідальність;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• врівноваженість;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• інтелект;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• любов до дітей;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• уважність;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• зрілість та гармонійність особистості;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• оптимізм;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• мудрість;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• компетентність та комунікабельність;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• справедливість, чесність;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• досвід;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• відповідальність та цілеспрямованість;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• комунікабельність;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• інтелігентність;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• альтруїзм, порядність, терпіння;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• вимогливість до себе та клієнтів;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• почуття обов'язку;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• наполегливість, емпатія;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• альтруїзм;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• інтуїції;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• вміння створювати сприятливу атмосферу;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• вольові якості;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• почуття гумору.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• інтерес до обраної професії;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• толерантність;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• бажання самовдосконалюватися;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• педагогічна спостережливість;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• вміння аналізувати та прогнозувати;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• емпатія;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• схильність до професійного підходу у вирішенні проблем.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• креативність</li> </ul>

*Основні особистісні проблеми, які знижують ефективність діяльності фахівця та негативно впливають на психічний стан клієнтів.*

1. Негативні емоції та емоційне вигорання;
2. Байдужість до виконання професійних обов'язків;
3. Нестриманість та невміння слухати клієнта;
4. Неграмотність, низький рівень толерантності;
5. Відсутність сприятливих умов для роботи;
6. Низький рівень заробітної плати, відсутність матеріального та морального задоволення від виконання професійних обов'язків;
7. Низька оцінка роботи зі сторони керівництва та клієнтів;
8. Негаразди вдома;
9. Незадовільний стан фізичного та/чи психологічного здоров'я;

## 10. Сімейно-побутові проблеми[9].

В процесі професійного саморозвитку соціальний працівник повинен керуватися наступними важливими *правилами*:

1. Безперервна робота над собою;
2. Розвиток вміння віддавати та служити іншим;
3. Враховувати якісні, а не кількісні показники наданих послуг;
4. Відвертість та чесність в оцінках та коментарях;
5. Високий рівень порядності та моральності;
6. Застосування власного професійного та життєвого досвіду.

### **1.3 Престижність соціальної роботи та професійний імідж як способи впливу на соціум**

В процесі соціальної трансформації кардинально змінилася і державна соціальна структура. Соціальна робота не набула належного розвитку через недостатні матеріально-фінансові ресурси, різницю в якості наданих соціальними службами послуг, збереження «залишкового явища» до соціокультурних проблем, брак необхідних практичних навичок майбутніх фахівців.

Всі перераховані фактори негативно впливають на престижність професії «соціальна робота», а низький рівень престижності соціально-значущих професій відповідно, відображається на ефективності реалізації державних проектів та підвищенні якості соціальних послуг.

Низький рівень престижності та мінімальна заробітна плата ще більше загострили та ускладнили ситуацію.

Результати соціологічних досліджень вказують на низький інтерес молоді та суспільства до професій соціальної сфери, незважаючи на те, що суспільні потреби в даній професійній діяльності досить високі[28].

Дана проблема з'явилася як наслідок впливу засобів масової інформації на формування громадської думки.

Якщо на державному рівні діяльність у соціальній сфері, досягнуті позитивні результати транслуються центральними засобами масової інформації, на рівні суб'єктів законодавчої та виконавчої влади, професійно використовуються технології іміджу для підтримки статусу соціальних установ, то на рівні громад не завжди можна говорити про ефективну діяльність в даному напрямку. Подекуди спостерігається ситуація автономності існування та функціонування соціальних закладів, які сприяють вирішенню складних життєвих обставин. Таким чином, формується та підтримується інформаційний простір без включення в масову комунікацію багатьох державних соціальних установ, що пояснює проблеми з престижем та іміджом соціальної роботи як професійної діяльності[6].

Як наслідок виникають соціальні протиріччя: заклади вищої освіти готують фахівців, які не бажають працювати за спеціальністю. Ряд об'єктивних та суб'єктивних причин здійснюють вплив на показники професійного престижу соціальної роботи, але найбільш важлива – це особливості іміджу професії як наслідок уявлення про радянську систему соціального захисту, відсутність довіри до діяльності соціальних установ, недостатність інформації про поточну діяльність соціальних закладів та конкретні їх практичні результати, про саму професію та людей, які сприяють у вирішенні соціально значущих питань.

Стрімкий розвиток приватного сектору економіку призвів до відтоку кадрів та небажання працювати у державних установах за рахунок привабливіших умов матеріального забезпечення. Таким чином, соціальні заклади потребують молодих фахівців, тоді як згідно соціологічних досліджень лише невеликий відсоток випускників планують працювати за спеціальністю. Основна причина такої закономірності – низький рівень престижу соціальної роботи, тому

актуальність вивчення характеристик іміджу соціальної роботи як професії не викликає сумнівів[40].

Термін «професія» розкриває сутність та значення професійного іміджу, що в перекладі з латинської означає сферу трудової діяльності, заняття, яке потребує спеціальних теоретичних знань та практичних навичок.

Існують декілька точок зору на професію як соціальну категорію.

1. Професію розглядають як вид трудової діяльності з відповідним розподілом праці та функціональним змістом.
2. Професія розглядається як професійна група, для якої характерні високі вимоги до технічних та інтелектуальних знань, а також досвід.
3. Професію розглядають як самокерований тип заняття.

#### Ознаки професії

- професійні навички базуються на відповідній системі знань (спеціальна освіта);
- володіння знаннями забезпечує фахівцям соціальної сфери авторитет у клієнтів;
- поведінка фахівця регламентується кодексом професійної етики;
- професії притаманна власна культура та певний статус фахівців;
- відповідальність та автономність у прийнятті рішень[28].

Професія асоціюється із соціальною позицією людини. На підставі аналізу багатьох досліджень можна виділити спільні критерії, які використовують для характеристики професії і розглядають як індикатори іміджу:

*Знання, вміння, навички.* Існує певний обсяг знань, притаманний кожній з професій, які набувають у системі професійного навчання та практичного застосування під керівництвом професіоналів та за умов постійного оновлення знань.

*Суспільна цікавість.* Фахівець надає власні знання та досвід у розпорядження інших людей за відповідну винагороду з точки зору широких меж соціальних перспектив, враховуючи потреби та інтереси.

*Етичні норми.* Існують загальноприйняті етичні норми, які приймають представники професії та якими визначається їх поведінка.

*Вимоги суспільства.* Суспільство, в якому існує професія, визнає її суспільну роль, статус та норми поведінки на підставі офіційних документів, якими регулюється та захищається професійна практика.

*Професійний підхід.* Багато ситуацій вимагають відхилень від встановлених норм, коли фахівець керується особистою етикою. Кожен фахівець повинен багаторазово здійснити вибір та визначити важливість кожної з норм та правила поведінки в тій чи іншій ситуації[38].

Дослідження проблеми іміджу соціального працівника набувають все більшої значущості у зв'язку з тими змінами, які відбуваються в усіх сферах життя суспільства.

Основна функція іміджу – відповідність дій соціального працівника очікуванням його клієнтів. Соціальний працівник як фахівець може виявитися професійно непридатним, його знання та навички не будуть користуватися попитом, якщо клієнти відчують байдужість до себе та своїх проблем. Саме тому важливе значення належить рівню сформованості особистісних якостей соціального працівника[4].

Імідж соціального працівника пов'язаний не лише із змінами поведінки, але і з процесом самопізнання, самоаналізу та самооцінки, що призводять до особистісного вдосконалення, духовного зростання та формування певної системи ціннісних установок та орієнтацій.

Фахівці соціальної роботи з метою виконання власних завдань мобілізують можливості співробітників інших установ, залучають до вирішення соціальних

проблем різних фахівців, що позитивно впливає на імідж фахівця соціальної сфери.

#### *Заходи підтримання іміджу*

- діагностика соціальних проблем, спрямована на мобілізацію внутрішніх та зовнішніх ресурсів з метою надання допомоги та самодопомоги;
- консультування з соціальних проблем, надання допомоги та підтримка у вирішенні складних життєвих обставин;
- групові та масові соціальні заходи в різноманітних формах;
- належне оформлення інформаційних матеріалів з питань соціального захисту, виступи на радіо, телебаченні;
- розміщення інформації в соціальних мережах з метою зворотного зв'язку про наявні соціальні послуги, способи їх отримання та врахування отриманих пропозицій і зауважень;
- організація благодійної та гуманітарної допомоги[19].

Позитивний імідж формується у відповідності до наявних у суспільстві вимог до особистісних та професійних якостей фахівця соціальної сфери. Це обумовлено метою професійної діяльності та очікуваними результатами як зі сторони клієнтів так і зі сторони фахівців.

В якості індикаторів позитивного професійного іміджу соціального працівника виступають:

- зміст професійних правил, норм, цінностей, кваліфікованих вимог, які чітко описані у законодавчих документах та професійному кодексі соціального працівника;
- уявлення населення про необхідні для соціального працівника професійні якості;
- уявлення студентів закладів вищої освіти про необхідні особистісні якості фахівця;

- думки населення щодо соціальної значущості професії соціального працівника;
- переконання серед населення щодо належного рівня заробітної плати соціальних працівників[37].

Даний перелік індикаторів надає можливість сформувати цілісне уявлення про позитивний професійний імідж фахівця соціальної сфери, який панує сьогодні у суспільстві.

Аналіз соціологічних досліджень надає можливість узагальнення кола обов'язків соціального працівника, серед яких лідером є допомога людям; існують думки про обмеження повноважень соціального працівника та небажання працювати і належним чином виконувати власні професійні обов'язки.

### **Висновки до розділу**

Підготовка фахівця соціальної сфери першочергово потребує розвитку його професійно-особистісних якостей. Професійний імідж формується у відповідності з вимогами до визначених якостей фахівця соціальної сфери та обумовлений метою професійної діяльності, очікуваннями клієнтів центрів соціальних служб, отриманими результатами.

Зміст іміджу знаходить відображення в законодавстві, державних стандартах соціального обслуговування, кваліфікаційних характеристиках та етичному кодексі.

Водночас формування іміджу соціального працівника передбачає усвідомлене конструювання певних якостей і професійних умінь, які роблять професію привабливою у суспільній свідомості та дозволяють йому успішно виконувати професійні обов'язки. Професійний імідж формується виходячи із

особистісних характеристик, а також професійних знань, умінь, які отримує фахівець у процесі професійного навчання.

На професійний імідж соціального працівника здійснюють вплив фактори зовнішнього середовища, це результат постійної роботи над собою в процесі становлення особистості майбутнього фахівця соціальної сфери як протягом періоду навчання, так і до початку професійної діяльності.

При цьому серед складових іміджу фахівця соціальної сфери можна виокремити такі професійно важливі якості: комунікабельність, організаторські здібності, емпатію (уміння зрозуміти клієнта та поставити себе на його місце), гнучкість, здатність підтримувати клієнта і стимулювати його до саморозвитку, самореалізації, уміння встановлювати довірливі взаємини з клієнтом. Окрім того важливими у формуванні його іміджу виступають знання з педагогіки, психології права, основ медицини, менеджменту, етики та ін

## **РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ЯК ЧИННИКА ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ**

### **2.1 Діагностичне дослідження ролі професійного іміджу як чинника особистісного розвитку майбутнього соціального працівника**

Розвиток соціальної роботи в нашій країні доводить про необхідність професіоналізації даної практики, тому і вимагає підвищеної уваги до професійного іміджу соціального працівника. Дана сфера діяльності є досить складною та потребує ґрунтовних знань з різноманітних сфер людського суспільства.

Ефективність професійної діяльності багато в чому залежить від соціального працівника, його знань та вмінь, досвіду, а також особистісних якостей.

Фахівець соціальної сфери має володіти методами, прийомами та технологіями соціальної роботи та вміннями для їх застосування в практичній діяльності.

Структура особистісного потенціалу соціального працівника включає в себе такі компоненти:

- а) професійні знання, вміння і навички (кваліфікаційний матеріал);
- б) інтелектуальні здібності (освітній потенціал);
- в) працездатність (психофізіологічний потенціал);
- г) креативні здібності( творчий потенціал);
- д) готовність до співпраці і взаємодії (комунікативний потенціал);
- е) ціннісно-мотиваційна сфера (морально-етичний потенціал).

Для професійного іміджу соціального працівника важливими є такі блоки особистісно-професійних якостей як ставлення до людей, ставлення до самого себе та ставлення до професії.

Ставлення до людей включає в себе повагу до людини, гуманізм, доброту та чуйність, співпереживання, бажання допомагати іншим людям, тактовність, довіра, порядність та чесність, прагнення до взаємодії.

Щодо ставлення до самого себе, то в даному випадку мова йде про впевненість у власних силах, самоповагу, самокритичність та самооцінку, прагнення до самовдосконалення.

Ставлення до професії передбачає наявність таких якостей як ініціативність та наполегливість у досягненні мети, терпимість, здатність доводити розпочату справу до кінця, почуття професійного обов'язку та відповідальність за власні вчинки, готовність допомагати та підтримувати інших у складних життєвих обставинах.

Враховуючи усе вище сказане, нами було проведено експериментальне дослідження готовності майбутніх соціальних працівників на основі самоаналізу притаманних якостей працювати заради позитивного професійного іміджу.

У дослідженні прийняли участь 48 студентів спеціальності «Соціальна робота та коучинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, які здобувають професію за денною формою навчання.

Експериментальну частину нашого дослідження ми розпочали із самоаналізу майбутніх фахівців соціальної сфери щодо їх навичок самоконтролю та вміння слухати і чути співрозмовника.

З цією метою було використано методика М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні». Діагностична методика передбачає два блоки, перший з яких описує пропозиції та реакції на певні ситуації.

За підрахунком отриманих результатів першого блоку визначають три рівні комунікативного контролю: низький, середній та високий.

Отримані результати нами представлені у таблиці 2.1 та на рисунку 2.1

Таблиця 2.1 – Результати методики М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні»

Рівні комунікативного контролю	Кількість осіб	Кількість у %
Низький рівень (0-3 бали)	5	10 %
Середній рівень (4-6 балів)	31	65%
Високий рівень (7-10 балів)	12	25%
Разом	48	100%

Схематично отримані показники зображені на рисунку 2.1

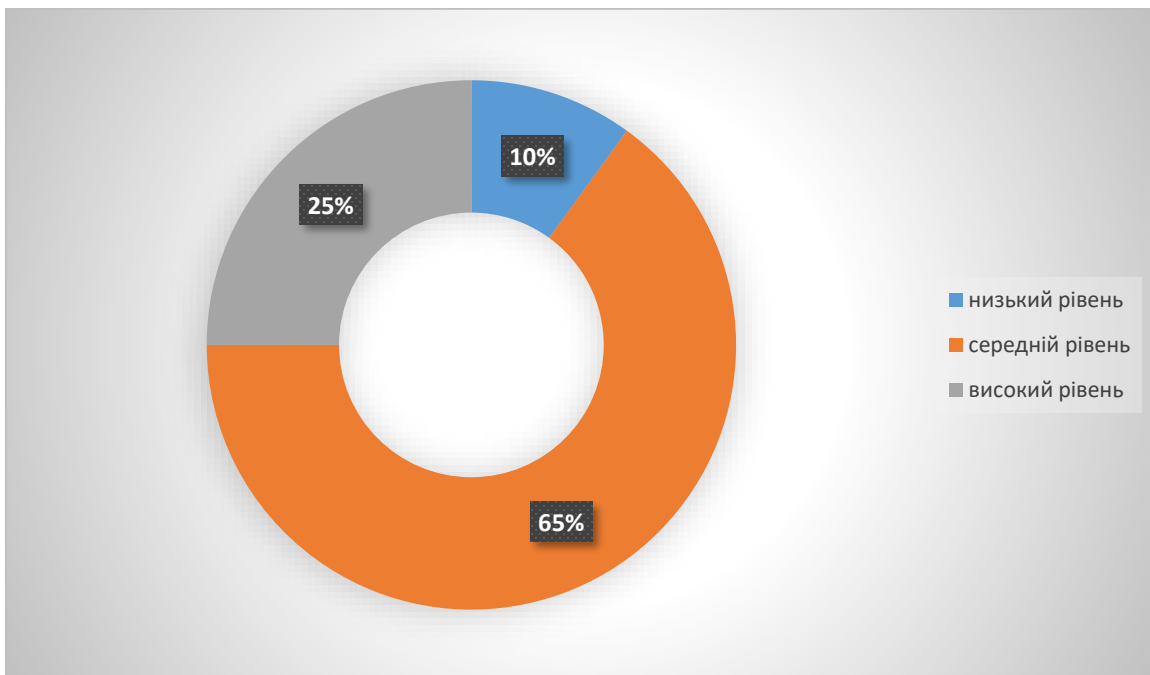


Рисунок 2.1 – Результати діагностики за методикою М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні»

Результати діагностики надають підставу для наступних висновків:

- низький рівень комунікативного контролю спостерігається у 5 студентів, що становить 10% від загальної кількості респондентів. Кількість отриманих балів в межах від 0 до 3; дана поведінка подекуди є нестійкою, спостерігається надмірна прямолінійність у висловлюваннях та небажання підлаштовуватися під конкретну ситуацію;
- 65% опитаних показали результат, що за підрахунками належить до середнього рівня комунікативного контролю, тобто в межах від 4 до 6 балів; такі результати притаманні щирим у спілкуванні особам, які стримані у власних емоційних проявах та враховують думку і позицію співрозмовника;
- для 25% відповідно (12 студентів) характерним є високий рівень комунікативного контролю; швидка адаптація до ситуації та гнучкість реагування, розуміння співрозмовника та здатність прогнозувати результати власної діяльності.

Другий блок методики надає можливість оцінити вміння вислухати співрозмовника.

Отримані результати продемонстровані в таблиці 2.2 та на рисунку 2.2 відповідно

Таблиця 2.2 – Результати оцінювання вміння вислухати співрозмовника

Кількість отриманих балів	Кількість студентів	Кількість у %
70-100	3	6,3%
40-70	17	35,4%
10-40	24	50%
0-10	4	8,3%
Разом	48	100%



Рисунок 2.2 – Результати оцінювання вміння слухати співрозмовника

Ми отримали наступні результати:

- 6,3% опитаних мають навчитися слухати співрозмовника, потребують ще роботи над собою;
- у 35,4% студентів притаманні певні труднощі у спілкуванні, схильність до поспішних необґрунтованих рішень, їм не варто загострювати увагу на складних моментах у розмові, не варто шукати прихований зміст сказаного;
- 50% гарні співрозмовники, але необхідно надавати клієнту можливість повністю розкрити власну думку, а також варто пристосовувати свій темп мислення до мови клієнта;
- решта 8,3% опитаних чудові співрозмовники та можуть бути прикладом для наслідування.

Продовжили наше дослідження ми за допомогою діагностичної методики на визначення спрямованості особистості Б. Басса. Методика передбачає відповіді на 30 тверджень, які записуються у бланк і за отриманими

результатами відповідно до ключа оцінюється рівень спрямованості особистості на себе, на спілкування, на працю.

Отримані результати діагностики нами представлені в таблиці 2.3

Таблиця 2.3 – Результати проведеної діагностичної методики на визначення спрямованості особистості Б. Басса

Спрямованість на себе (Я)		Спрямованість на спілкування (С)		Спрямованість на справу, діло (С)	
Кількість студентів	Кількість у %	Кількість студентів	Кількість у %	Кількість студентів	Кількість у %
7	14,6%	39	81%	45	94%

Схематично отримані показники зображені нами на рисунку 2.3

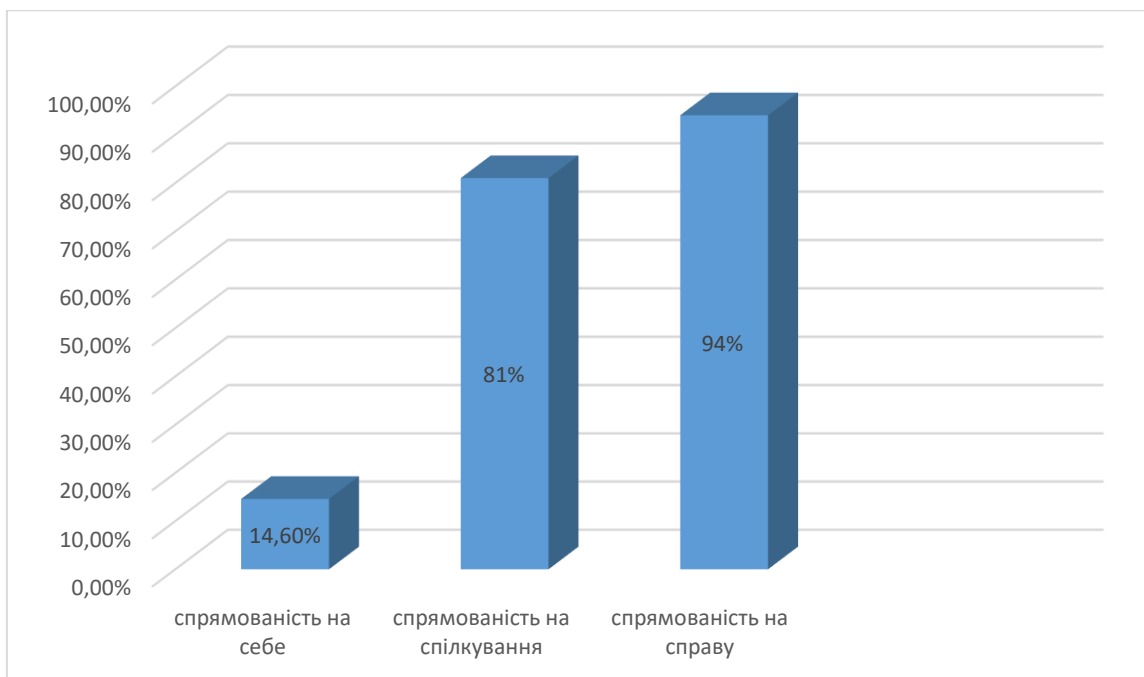


Рисунок 2.3 – Результати методики визначення спрямованості особистості Б. Басса

Показники вказують на досить високий рівень спрямованості на спілкування (81%), тобто прагнення підтримувати стосунки з людьми, орієнтованість на спільну діяльність, соціальне схвалення, залежність від групи та потреба в емоційних стосунках з людьми.

Зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконання роботи як найкраще, орієнтація на співпрацю, здатність відстоювати інтереси клієнта притаманні 94% опитаних.

У 7 студентів, а це 14,6% спостерігається спрямованість на себе, а це є показником потреби на власне схвалення від виконаної роботи, схильність до суперництва, а не співпраці, інтровертованість та тривожність.

В цілому наші результати є свідченням того, що майбутні фахівці соціальної сфери в результаті самооцінки престижу своєї професії мають бажання та готовність його підвищувати, усвідомлюють вплив іміджу на престижність професійної діяльності, виявляють прагнення до навчальної та практичної діяльності, самовдосконалення.

Безумовно, що професія соціального працівника є досить складною, оскільки вона пов'язана із виконанням морально важливої діяльності, а саме – надавати моральну, матеріальну та фізичну допомогу людям, які перебувають у складних життєвих обставинах.

Однак, попри все, соціальна робота залишається недооціненою професією перш за все через неможливість її комерціалізувати, тому вона не приносить належних матеріальних доходів, а це є мінусом в сучасних умовах ринкових відносин.

З метою з'ясувати, що слугувало мотивами вибору майбутньої професійної діяльності. ми застосували Опитувальник мотиваційних впливів на вибір професії (розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко). Оскільки саме усвідомлений вибір професії, бажання працювати з людьми та допомагати спонукають до постійного самовдосконалення, до розвитку та, як

наслідок, підвищення престижу професії за рахунок професіоналізму та самовідданості.

Опитувальник містить 30 тверджень та 5 варіантів відповідей на кожне з них.

За шкалою «Внутрішня мотивація» ми отримали такі результати:

Таблиця 2.4 – Внутрішня мотивація за опитувальником мотиваційних впливів на вибір професії

Внутрішня мотивація	Кількість студентів	Кількість у %
Спрямованість на процес	36	75%
Самовдосконалення	28	58,3%

Бажання отримувати задоволення від подальшої професійної діяльності виявили 75% респондентів, бажання самовдосконалюватися, відвідувати різноманітні тренінги, семінари, курси – 58,3% опитаних.

Всі ці заходи будуть сприяти інтелектуальному та особистісному розвитку, впевненості у власних силах для подальшої професійної діяльності та забезпечать покращення кадрового потенціалу соціальних служб та якість надання соціальних послуг.

За шкалою «Зовнішня мотивація» було виявлено такі результати

Таблиця 2.5 – Зовнішня мотивація за опитувальником мотиваційних впливів на вибір професії

Зовнішня мотивація	Кількість студентів	Кількість у %
Матеріальна винагорода	48	100%
Схвалення іншими	34	70,8%

Тобто, бажання отримувати гідну заробітну плату, премії хотіли б усі майбутні фахівці соціальної сфери, оскільки робота складна, зі специфічними умовами праці: інтенсивна взаємодія із соціально вразливими верствами

населення, особами у складних життєвих ситуаціях, постійне зіштовхування з людськими стражданнями, проблемами та переживаннями.

Така нервово-психічна напруга призводить до емоційного вигорання соціальних працівників, до професійних деформацій та деструкцій.

Серед опитуваних є й ті, хто потребують постійного схвалення власних дій з боку оточуючих, колег, клієнтів, керівництва (70,8%). Їм притаманне бажання відповідати власним стандартам рис, цінностей та компетентності.

За шкалою «Інтегративна мотивація» ми отримали такі показники

Таблиця 2.6 – Інтегративна мотивація за опитувальником мотиваційних впливів на вибір професії

Інтегративна мотивація	Кількість студентів	Кількість у %
Узгодженість завдань соціального працівника із потребами клієнтів	41	85,4%

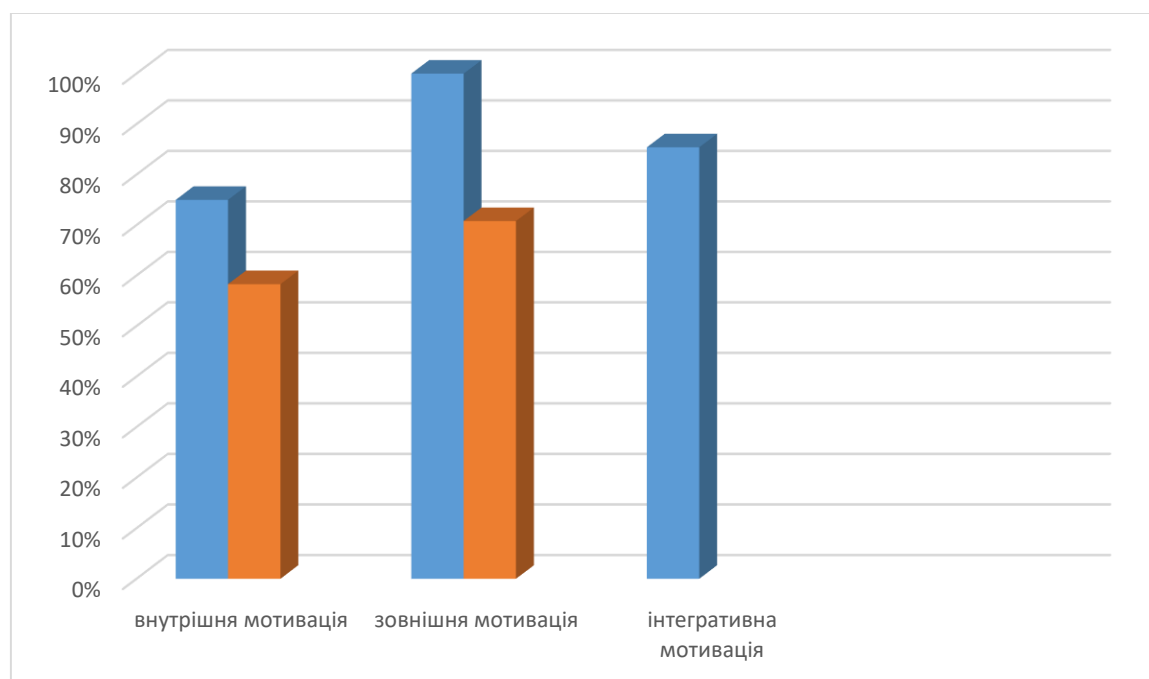


Рисунок 2.4 – Результати Опитувальника мотиваційних впливів на вибір професії (розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко).

За результатами методики М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні», Методики на визначення спрямованості особистості Б. Басса та Опитувальника мотиваційних впливів на вибір професії ми можемо зробити висновок про високу затребуваність фахівців соціальної сфери, що окрім структурних проблем, що переважають через природне та історичне становлення соціальної роботи, існують і внутрішні обмежувальні бар'єри в розвитку соціальної роботи в Україні.

Станом на сьогодні до сучасних викликів, які стоять перед соціальною роботою, належать низький рівень поінформованості населення щодо її особливостей, умов та обставин отримання, відсутність професійних відмінностей та розмежувань, а також труднощі з процесом її статусної детермінації.

Саме тому важливо, щоб професію соціального працівника обирали люди з відповідними особистісно-професійними якостями, прагненням до саморозвитку і самовдосконалення, бажанням працювати заради добробуту інших, підтримувати та допомагати, таким чином підвищуючи її престижність.

## **2.2 Практичні рекомендації майбутнім соціальним працівникам щодо ефективного розвитку позитивного професійного іміджу**

Вивчення особливостей іміджу, його принципів, законів, процесів сприйняття надає розуміння його застосування в реальному житті та усвідомлення того, що повинен засвоїти соціальний працівник для того, щоб створити власний ефективний імідж.

Існує декілька технологій підвищення іміджу. Соціальна робота як професійна діяльність вимагає суттєвої підготовки та постійного вдосконалення фахівців, формування їх іміджу. Поняття іміджу включає в себе не лише звичайні якості особистості, але й спеціально створені, що пов'язано як із зовнішнім

виглядом так і внутрішніми якостями особистості, її психологічними особливостями.

Різні дослідники в результаті вивчення проблеми іміджу пропонують власні шляхи його створення. Вони розуміють його як процес послідовної реалізації переліку блоків якостей, які формують привабливий імідж: зовнішній ефект, комунікативні здібності, мовлення та ораторське мистецтво. Увесь процес можна поділити на такі етапи:

1. підтвердження стартових умов;
2. «побудова» зовнішності;
3. комунікативні механізми;
4. відпрацювання риторичних прийомів;
5. підсумковий – поєднання усіх міні-технологій в єдине ціле.

Існують теорії побудови іміджу за рахунок ролі засобів масової інформації, саме тому акцентується увага на таких елементах:

1. зовнішній вигляд;
2. голос;
3. публічні виступи;
4. спілкування з представниками преси;
5. виступи на телебаченні та підтримання форми.

Розглянемо більш детально кожен з пунктів.

Вважається, що думка про кожного із нас формується під час першої зустрічі протягом перших хвилин знайомства. Недарма існує вислів, що зустрічають за одягом, при чому поняття «одягу» має широке значення і включає в себе одяг, макіяж, міміку, жести і т.д.

Одяг, зачіска, аксесуари залежать від ситуації. Простий, стриманий одяг дозволяє колегам та клієнтам бачити фахівця, а не його одяг, що сприяє вираженню власної індивідуальності.

Рухи тіла говорять про багато що, це мовчазна мова, незалежна від мовлення, яка повідомляє про настрій та ставлення до співрозмовника. Жести посилюють значення слів, які людина хоче донести до співрозмовника.

Важливу увагу необхідно звертати не лише на манеру та пози, а й на обличчя. Сучасні дослідження головного мозку свідчать про взаємозв'язок рис характеру людини з її фізичною будовою, що віддзеркалюється на обличчі.

Що стосується комунікативних навичок, то на даному етапі варто навчити соціального працівника мистецтву публічних виступів, ведення переговорів та бесіди та головне – вмінню правильно слухати.

Від правильного вибору слів залежить ефективність їх впливу. Соціальний працівник повинен володіти технікою безпосереднього контакту як на індивідуальному, так і на груповому рівні. Для того, щоб мовлення було правильним, необхідно дотримуватися наступних рекомендацій:

1. звертати увагу на основні моменти, та відкидати другорядне;
2. змінювати тембр голосу – підвищення або його пониження виділяють слово або фразу на загальному рівні;
3. змінювати темп мовлення – це надає їй виразності;
4. робити паузи до та після важливих думок.

До даного переліку варто додати важливість використання особистісного інструментарію – комунікативних ефектів:

- а) *ефект перших фраз* – закріплює та корегує першочергове враження у людини; в перших фразах має бути зосереджена цікава інформація з елементами оригінальності, яка одразу привертає до себе увагу;
- б) *ефект аргументації* – мовлення повинно бути обґрунтованим, переконливим, логічним, що призводить до роздумів та обміркування інформації;
- в) *ефект інтонації та паузи* – особливість людського сприйняття полягає в тому, що інтонація та паузи викликають у співрозмовника асоціації та пропозиції;

- г) *ефект художньої виразності* – грамотна побудова речень, правильні наголоси, використання метафор і т.д.;
- д) *ефект релаксації* – гумор надає паузи для відпочинку, зближує та налаштовує на співпрацю;
- е) *ефект порційної інформації* – один із дієвих риторичних прийомів підтримання уваги аудиторії.

Варто виділити основні параметри іміджу соціального працівника.

1. Як важлива складова можна виділити моральну надійність соціального працівника. Фахівець з високими моральними якостями усвідомлює необхідність вчинків, які відповідають певним критеріям, які перевірені досвідом. В іншому випадку людина підпорядкована лише власним інтересам, намірам та побажанням, тобто її шлях – це вседозволеність. Суспільство потребує морально надійних соціальних працівників, які володіють знаннями про людину.
2. Аналіз та вдосконалення професіоналізму (самоосвіта, семінари, виступи на конференціях). Кожен фахівець, який працює з людьми, повинен бути талановитою особистістю.
3. Наступною складовою є гуманістична освідченість соціального працівника. Гуманістичні цінності є основою його професійної діяльності.
4. У зв'язку з тим, що суттєво зросла роль засобів масової інформації, необхідно періодично спілкуватися з їх представниками.

Аудиторію іміджу складають соціальні групи, тому комунікативні процеси, які використовуються при створенні та зміні іміджу, спрямовані на багатьох адресатів. Якщо аудиторія – це великі соціальні групи, то в такому випадку використовуються телебачення, преса та радіо.

Порівняльний аналіз масової комунікації та міжособистісного спілкування дозволяє виділити наступні особливості:

1. Опосередковане спілкування за допомогою технічних засобів;

2. Соціальна спрямованість, тобто це звернення уваги на певні проблеми не однієї людини, а широкого кола людей;
3. Організований та керований характер;
4. Підвищені вимоги до дотримання прийнятих у суспільстві норм спілкування;
5. «Коллективний» характер комунікатора;
6. Масовий характер, публічність, соціальна актуальність та періодичність спілкування.

Важливе місце у формуванні іміджу соціального працівника займають навички оволодіння технологіями психологічного впливу, які надають можливість управління людьми. Для цього також необхідно володіти комунікативними вміннями. Однією із таких комунікативних навичок є емпатія. Згідно визначень емпатія – це здатність розуміти та проникати у світ іншої людини та передавати їй це розуміння.

Позитивний діловий імідж тісно пов'язаний зі здоров'ям так як у здорової життєрадісної людини більше можливостей мати імідж привабливої особистості, яка випромінює життєрадісність.

Здоров'я людини впливає не лише на її самопочуття, працездатність, а й на зовнішній вигляд та настрій.

Для соціального працівника важливим є його психічне здоров'я, тому необхідно оволодіти технологіями самозаспокоєння, раціоналізації та релаксації.

Таким чином, можна змодельовати універсальну технологію формування іміджу соціального працівника, де враховуються як професійні, так і особистісні якості фахівця.

Для того, щоб імідж соціального працівника сприяв соціальній адаптації клієнтів, виокремлені характеристики мають бути позитивними та постійно застосовуватися.

алгоритм формування іміджу соціального працівника має наступні складові:

- мета, завдання, принципи та підходи;
- етапи формування іміджу;
- умови та критерії формування іміджу.

В сучасних умовах особливе значення для ефективної діяльності соціального працівника належить професійній компетентності, до складу якої входять соціально-педагогічні, соціально-психологічні та інші характеристики особистості.

Сюди належить і поняття іміджу. Імідж професії соціального працівника в нашій державі ще не сформований. Не варто недооцінювати його значення як фактору професійного спілкування де велика роль належить самопрезентації.

Позитивний імідж дозволяє краще налагоджувати взаємодію з іншими людьми, що сприяє позитивному результату.

Імідж сприяє професійній впевненості, комунікації, дозволяє з кращої сторони проявити власні якості.

У зв'язку із цим актуальною є проблема його формування в теперішніх умовах підготовки майбутніх фахівців.

### **Висновки до розділу**

Для професійного іміджу соціального працівника важливими є такі блоки особистісно-професійних якостей як ставлення до людей, ставлення до самого себе та ставлення до професії.

Ставлення до людей включає в себе повагу до людини, гуманізм, доброту та чуйність, співпереживання, бажання допомагати іншим людям, тактовність, довіра, порядність та чесність, прагнення до взаємодії.

Щодо ставлення до самого себе, то в даному випадку мова йде про впевненість у власних силах, самоповагу, самокритичність та самооцінку, прагнення до самовдосконалення.

Ставлення до професії передбачає наявність таких якостей як ініціативність та наполегливість у досягненні мети, терпимість, здатність доводити розпочату справу до кінця, почуття професійного обов'язку та відповідальність за власні вчинки, готовність допомагати та підтримувати інших у складних життєвих обставинах.

Враховуючи усе вище сказане, нами було проведено експериментальне дослідження готовності майбутніх соціальних працівників на основі самоаналізу притаманних якостей працювати заради позитивного професійного іміджу.

Першим етапом експериментального дослідження став самоаналіз майбутніх фахівців соціальної сфери щодо їх навичок самоконтролю та вміння слухати і чути співрозмовника за допомогою методики М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні». Результати діагностики вказують на те, що низький рівень комунікативного контролю спостерігається у 5 студентів, що становить 10% від загальної кількості респондентів; 65% опитаних показали результат, що за підрахунками належить до середнього рівня комунікативного контролю; для 25% відповідно (12 студентів) характерним є високий рівень комунікативного контролю; швидка адаптація до ситуації та гнучкість реагування, розуміння співрозмовника та здатність прогнозувати результати власної діяльності.

6,3% опитаних мають навчитися слухати співрозмовника, потребують ще роботи над собою; у 35,4% студентів притаманні певні труднощі у спілкуванні, схильність до поспішних необґрунтованих рішень, їм не варто загострювати увагу на складних моментах у розмові, не варто шукати прихований зміст сказаного; 50% гарні співрозмовники, але необхідно надавати клієнту можливість повністю розкрити власну думку, а також варто пристосовувати свій темп мислення до мови клієнта; решта 8,3% опитаних чудові співрозмовники та можуть бути прикладом для наслідування.

Продовженням дослідження стало використання діагностичної методики на визначення спрямованості особистості Б. Басса. Показники вказують на досить високий рівень спрямованості на спілкування (81%), тобто прагнення підтримувати стосунки з людьми, орієнтованість на спільну діяльність, соціальне схвалення, залежність від групи та потреба в емоційних стосунках з людьми.

Зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконання роботи як найкраще, орієнтація на співпрацю, здатність відстоювати інтереси клієнта притаманні 94% опитаних.

У 7 студентів, а це 14,6% спостерігається спрямованість на себе, а це є показником потреби на власне схвалення від виконаної роботи, схильність до суперництва, а не співпраці, інтровертованість та тривожність.

З метою з'ясувати, що слугувало мотивами вибору майбутньої професійної діяльності. ми застосували Опитувальник мотиваційних впливів на вибір професії (розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко). Оскільки саме усвідомлений вибір професії, бажання працювати з людьми та допомагати спонукають до постійного самовдосконалення, до розвитку та, як наслідок, підвищення престижу професії за рахунок професіоналізму та самовідданості.

В цілому наші результати є свідченням того, що майбутні фахівці соціальної на підставі самоаналізу притаманних якостей готові працювати заради престижу професії, мають бажання та готовність його підвищувати, усвідомлюють вплив іміджу на престижність професійної діяльності, виявляють прагнення до навчальної та практичної діяльності, самовдосконалення.

Як підсумок експериментально дослідження нами було запропоновано методичні рекомендації щодо розвитку позитивного професійного іміджу соціального працівника.

## ВИСНОВКИ

У контексті проведено дослідження нами визначено сутність та значення іміджу для успішної професійної діяльності соціального працівника, який утворюється під час професійної діяльності та спонукає до самовдосконалення фахівців у їх як професійному, так і особистісному зростанні.

У ході дослідження нами було з'ясовано вплив особистісно-професійних якостей на імідж соціального працівника, шляхи формування іміджу соціального працівника в сучасних умовах, а також описано умови для престижності соціальної роботи та професійний імідж як способи впливу на соціум.

Здійснено комплексне емпіричне дослідження готовності майбутніх соціальних працівників на основі самоаналізу притаманних якостей працювати заради позитивного професійного іміджу, яке проводилося на базі кафедри соціальної роботи і соціальної педагогіки серед студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. У дослідженні взяли участь 48 студентів усіх курсів.

Результати діагностики за методикою М. Снайдера «Оцінка самоконтролю в спілкуванні» вказують на те, що низький рівень комунікативного контролю спостерігається у 5 студентів, що становить 10% від загальної кількості респондентів; 65% опитаних показали результат, що за підрахунками належить до середнього рівня комунікативного контролю; для 25% відповідно (12 студентів) характерним є високий рівень комунікативного контролю; швидка адаптація до ситуації та гнучкість реагування, розуміння співрозмовника та здатність прогнозувати результати власної діяльності.

6,3% опитаних мають навчитися слухати співрозмовника, потребують ще роботи над собою; у 35,4% студентів притаманні певні труднощі у спілкуванні, схильність до поспішних необґрунтованих рішень, їм не варто загострювати увагу на складних моментах у розмові, не варто шукати прихований зміст сказаного; 50% гарні співрозмовники, але необхідно надавати клієнту

можливість повністю розкрити власну думку, а також варто пристосовувати свій темп мислення до мови клієнта; решта 8,3% опитаних чудові співрозмовники та можуть бути прикладом для наслідування.

Показники, отримані за допомогою діагностичної методики на визначення спрямованості особистості Б. Басса вказують на досить високий рівень спрямованості на спілкування (81%), тобто прагнення підтримувати стосунки з людьми, орієнтованість на спільну діяльність, соціальне схвалення, залежність від групи та потреба в емоційних стосунках з людьми.

Зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконання роботи як найкраще, орієнтація на співпрацю, здатність відстоювати інтереси клієнта притаманні 94% опитаних.

У 7 студентів, а це 14,6% спостерігається спрямованість на себе, а це є показником потреби на власне схвалення від виконаної роботи, схильність до суперництва, а не співпраці, інтровертованість та тривожність.

З метою з'ясувати, що слугувало мотивами вибору майбутньої професійної діяльності. ми застосували Опитувальник мотиваційних впливів на вибір професії (розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко). Оскільки саме усвідомлений вибір професії, бажання працювати з людьми та допомагати спонукають до постійного самовдосконалення, до розвитку та, як наслідок, підвищення престижу професії за рахунок професіоналізму та самовідданості.

Бажання отримувати задоволення від подальшої професійної діяльності виявили 75% респондентів, бажання самовдосконалюватися, відвідувати різноманітні тренінги, семінари, курси – 58,3% опитаних.

Всі ці заходи будуть сприяти інтелектуальному та особистісному розвитку, впевненості у власних силах для подальшої професійної діяльності та забезпечать покращення кадрового потенціалу соціальних служб та якість надання соціальних послуг.

В цілому результати дослідження є свідченням того, що майбутні фахівці соціальної на підставі самоаналізу притаманних якостей готові працювати заради престижу професії, мають бажання та готовність його підвищувати, усвідомлюють вплив іміджу на престижність професійної діяльності, виявляють прагнення до навчальної та практичної діяльності, самовдосконалення.

Як підсумок було запропоновано практичні рекомендації щодо розвитку позитивного професійного іміджу соціального працівника, які стануть основою для вдосконалення і розширення знань у соціальній сфері.

Отже, отримані результати свідчать про досягнення мети кваліфікаційного дослідження та виконання усіх заявлених завдань, робота відповідає вимогам та може бути використана для подальших розробок з даної проблематики.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Атаманська К.І. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. Суми. 2014. вип. 4 (38). 196–202.
2. Атаманська К.І. Роль ігрових технологій у процесі формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога. *Вісник Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка*. Серія : Педагогічні науки. 2012. № 22. Ч. 6. С. 216–222.
3. Абрамович Т. Імідж як презентаційна складова професійного становлення соціального педагога. *Нова педагогічна думка*. 2014. № 4. С. 34–37. URL: <http://nbuv.gov.ua> (дата звернення 10.04.25).
4. Балахтар В. Педагогіка і психологія в соціальній роботі: навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ, 2017. 444 с.
5. Балахтар В.В. Самооцінка як чинник емпатії фахівців соціальної роботи. Науковий журнал «*Молодий учений*». 2018. № 8 (60). С. 42–47.
6. Балл Г.О. Проблема іміджу навчального закладу в контексті гуманізації освіти. *Наука і управління. Науково-практичний журнал*. 2017. Т. 7. № 1. С. 139–141.
7. Безрук В.М. Деякі аспекти формування іміджу керівника державної служби. Публічне управління та адміністрування: розвиток і впровадження : матеріали наук.-практ. конф. молодих учених за міжнар. участю (Київ, 17 листоп. 2016 р.) / За наук. ред. В.С. Куйбіди, А.П. Савкова, С.К. Хаджирадевої, О.Ю. Оболенського. Київ, 2016. С. 222–223.
8. Болсун С.А. Професійний імідж керівника навчального закладу. *Управління школою*. 2013. № 7–9 (37–38). С. 51–55.
9. Варнавальська І.В. Психологічні складові дослідження професійного іміджу фахівця. Перспективи та інновації науки (Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина»). 2023. № 14(32). С. 627–636.

10. Волошко Л. Особистісно-професійний імідж майбутніх фахівців соціономічної сфери як наукова категорія професійної педагогіки. *Молодь і ринок*. 2016. №1 (132). С. 103–108.
11. Гладуш В. Особливості формування іміджу професії корекційного педагога. *Імідж сучасного педагога*. 2014. № 4. С. 3–7. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/isp\\_2014\\_4\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/isp_2014_4_2). (дата звернення 09.01.25).
12. Дзядевич Ю.В. Педагогічні умови формування професійного іміджу у студентів мистецьких спеціальностей : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Херсон, 2012. 323 с
13. Закон України «Про соціальну роботу» від 09 грудня 2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (дата звернення: 07.11.2024)
14. Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» від 19 листопада 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2017-14#Text> (дата звернення: 07.11.2024).
15. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо надання соціальних послуг у разі введення надзвичайного або воєнного стану в Україні або окремих її місцевостях» від 15 березня 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2193-20#Text> (дата звернення: 07.11.2024)
16. Кобилянська Л.І. Формування професійного іміджу майбутнього губернатора у процесі навчання у ВНЗ. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова*. Серія 16 : Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики. 2014. Вип. 22. С. 88-94. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu> (дата звернення 05.03.25)
17. Кравець Р.Е. . Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. *Педагогіка формування*

- творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2019. № 65, Т 2. С. 53–57
18. Костєва Т.Б. Роль іміджу в професії соціального працівника. Чорноморський державний університет. *Наукові праці. Педагогіка*. 2016. вип. 257. С. 22–27.
19. Колотило М.О. Філософія сучасної соціальної роботи у контексті громадянського суспільства. Гілея: науковий вісник. 2018. № 132. С. 224–227. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/38079/3/Gileya-2018-132\\_p224-227.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/38079/3/Gileya-2018-132_p224-227.pdf) (дата звернення: 05.12.2024).
20. Митцева О.С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. *Педагогіка та психологія* : збірник наукових праць. Харків, 2018. Вип. 59. С. 191–200.
21. Ніколаєску І.О. Імідж як презентаційна складова особистісних проявів соціального педагога. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2017. № 3. С. 88–92.
22. Новік Л.О. Психологічний аналіз змістових компонентів позитивного іміджу психолога. Проблеми сучасної психології : збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. 2015. Вип. 30. С. 427–436.
23. Орешета Ю.В. Фахівці із соціальної роботи як ключові суб'єкти сфери соціальної роботи. *Грані*. 2014. № 11. С. 124–129 URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani> (дата звернення 12.02.25)
24. Педагогічний словник /За ред. Ярмаченка, К.: Педагогічна думка, 2001. 516 с.
25. Попович . Соціальна робота як об'єкт іміджу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота»*. 2013. вип. 29. С. 167–170.

- 26.Прус Н.О. Формування професійного іміджу майбутнього викладача іноземних мов : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Дніпро, 2017. 21 с.
- 27.Рудакевич М.І. Власний імідж – шлях до успішної кар'єри. Молодь і державне управління: права, можливості, перспективи. Херсон, 2021. С. 65–69
- 28.Руденька В. Овод Ю., Соціальна робота: вплив професійного іміджу на розвиток фахівців. Професійна підготовка фахівців соціальної сфери: надбання, проблеми, перспективи: Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (м. Хмельницький, 22-23 травня 2025 року)/Ред. колегія: Василенко О. та ін./ М-во освіти і науки України, Хмельницький нац. ун-т., каф. соц. роб. і соц. педагог. Хмельницький: ХНУ, 2025. 368 с. (електронне видання). С. 79-81.
- 29.Савченко Н. Професійний імідж учителя початкової школи як предмет психолого-педагогічних досліджень. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи*. 2015. Вип. 53. С. 56–65.
- 30.Сорока О.В. Особливості формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників. *Problemy nowoczesnej edukacji. Formy i metody pracy z uczniem ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi*. 2016. Tom VI. pp. 91–95.
- 31.Сорока О. Діагностика професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери. *Social Work and Education*, 2016. Vol. 3. № 2. P. 63–72.
- 32.Соціальна робота: реалії та виклики часу: навч.-метод. посіб. / Тернопільська В.І., Омельченко С.О., Чернуха Н.М., Співак Я.О., Бакуліна О.С. та ін.. Слов'янськ: вид-во «В.І. Маторіна», 2021. 229 с.
- 33.Скорик Ю. Імідж педагога як формуючий чинник стійкості до професійного вигорання майбутніх викладачів вищої школи. *Вісник*

- Житомирського державного університету ім. Івана Франка. 2014. Вип. 4. С. 144–147.
34. Тернопільська В.І. Структура професійної компетентності майбутнього фахівця. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького. Серія: Педагогіка*. 2012. вип. 9. т. 2. . 208–213.
35. Трубник І. В. Формування іміджу майбутнього соціального педагога. 2017. *Молодий вчений*. № 10.1 (50.1), жовтень. С. 110–113.
36. Семигіна Т. Міжнародна соціальна робота: пріоритети та стандарти. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2021. 175 с
37. Тимошенко Н.Є., Кирилюк О.В. Складові формування професійного іміджу майбутнього соціального працівника. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 11. Соціальна робота. Соціальна педагогіка*. 2017. вип. 23. 193–198.
38. Томпсон Н. Сприйняття іміджу соціального працівника серед клієнтів і суспільства. *Журнал соціальної роботи*. 2017. Т. 30, № 2. С. 163-176.
39. Ткаченко Н. Сутність та структура професійного іміджу майбутнього вчителя іноземних мов. *Актуальні наукові дослідження в сучасному світі*. 2018. Вип.11 (19). С.109-11.
40. Тюльпа Т.М. Особистісне становлення майбутнього фахівця соціономічних спеціальностей як основа його соціальної компетентності. *Prospektive globale wissenschaftliche Trends '2021. Prospective global scientific trends' 2021: монографія*. Karlsruhe : NetAkhatAV, 2021. P. 77–84
41. Bodrova I., Chernukha N., Vasylyeva–Khalatnykova M., Bakulina O., Binytska K., Kostenko D., Tarnavska T. Research of Motivation for the Development of Professional Self–Determination. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*. 2023. Issue. 15(2). p. 229–243.

42. Ternopilska V., Vasylyeva–Khalatnykova M., Chuiko O., Bakhov I. & Chernukha N. Social Rehabilitation Practices of Inclusion In The Educational Process In Working With Children With Disabilities. PROPOSITOS Y REPRESENTACIONES. 2021. Issue. 9.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Оцінка самоконтролю в спілкуванні (М. Снайдер)

Тест, розроблений американським психологом М. Снайдером, спрямований на оцінку самоконтролю в спілкуванні.

#### ІНСТРУКЦІЯ

Уважно прочитайте десять пропозицій, що описують реакції на деякі ситуації. Кожне з них ви повинні оцінити як вірне або невірне стосовно себе. Якщо пропозиція здається вам вірним або переважно вірним, поставте поруч з його порядковим номером букву "В", якщо невірним або переважно невірним - букву "Н".

#### Тестовий матеріал

- 1. Мені здається важким мистецтво наслідувати звичкам інших людей.
- 2. Я б, мабуть, міг зваляти дурня, щоб привернути увагу або потішити оточуючих!
- 3. З мене міг би вийти непоганий актор.
- 4. Іншим людям іноді здається, що я переживаю щось більш глибоко, ніж це є насправді.
- 5. У компанії я рідко опиняюся в центрі уваги.
- 6. У різних ситуаціях і в спілкуванні з різними людьми я часто поводжуся абсолютно по-різному.
- 7. Я можу відстоювати тільки те, в чому я щиро переконаний.
- 8. Щоб досягти успіху в справах і у відносинах з людьми, я намагаюся бути таким, яким мене очікують бачити.
- 9. Я можу бути дружелюбним з людьми, яких я не виношу.
- 10. Я не завжди такий, яким здаюся.

#### Обробка та інтерпретація результатів

## Продовження додатку А

По 1 балу нараховується за відповідь "Н" на питання № 1, 5, 7 і за відповідь "В" на всі інші питання.

- 0-3 бали. У вас низький комунікативний контроль. Ваша поведінка стійко, і ви не вважаєте за потрібне змінюватися залежно від ситуацій. Ви здатні до щирого саморозкриття в спілкуванні. Деякі вважають вас "незручним" в спілкуванні внаслідок вашої прямолінійності.
- 4-6 балів. У вас середній комунікативний контроль. Ви щирі, але не стримані у своїх емоційних проявах, проте в своїй поведінці зважаєте з оточуючими людьми.
- 7-10 балів. У вас високий комунікативний контроль. Ви легко входите в будь-яку роль, гнучко реагуєте на зміну ситуації, добре відчуваєте і навіть в змозі передбачити враження, яке справляєте на оточуючих.

Люди з високим комунікативним контролем, по Снайдеру, постійно стежать за собою, добре знають, де і як себе вести, управляють вираженням своїх емоцій. Разом з тим у них утруднена спонтанність самовираження, вони не люблять непрогнозованих ситуацій. Їх позиція: "Я такий, який я є в даний момент".

Люди з низьким комунікативним контролем більш безпосередні і відкриті, у них більш стійке "Я", мало піддане змінам в різних ситуаціях.

### **Оцінка уміння вислухати співрозмовника**

Поняття "комунікативні вміння" включає в себе не тільки мистецтво підтримувати бесіду, оцінювати співрозмовника, визначити його сильні і слабкі сторони, а й уміння встановити дружню атмосферу, здатність зрозуміти проблеми співрозмовника і т.д. В основі цих якостей лежить вміння вислухати співрозмовника, для перевірки якого пропонуємо наступні тести.

### **Тест1**

Продовження додатку А

Відзначте ситуації, які викликають у вас незадоволення або досаду й роздратування при бесіді з будь-якою людиною - будь то ваш товариш, товариш по службі, безпосередній керівник або просто випадковий співрозмовник.

### **ВАРІАНТИ СИТУАЦІЙ**

- 1. Співрозмовник не дає мені шансу висловитися, у мене є що сказати, але немає можливості вставити слово.
- 2. Співрозмовник постійно перериває мене під час бесіди.
- 3. Співрозмовник ніколи не дивиться в обличчя під час розмови, і я не впевнений, чи слухають мене.
- 4. Розмова з таким партнером часто викликає почуття порожньої витрати часу.
- 5. Співрозмовник постійно метушиться: олівець і папір його займають більше, ніж мої слова.
- 6. Співрозмовник ніколи не посміхається. У мене виникає почуття незручності і тривоги.
- 7. Співрозмовник завжди відволікає мене питаннями та коментарями.
- 8. Що б я не висловив, співрозмовник завжди охолоджує мій запал.
- 9. Співрозмовник завжди намагається спростувати мене.
- 10. Співрозмовник пересмикує зміст моїх слів і вкладає в них інший зміст.
- 11. Коли я ставлю запитання, співрозмовник змушує мене захищатися.
- 12. Іноді співрозмовник перепитує мене, роблячи вигляд, що не расслишат.
- 13. Співрозмовник, не дослухавши до кінця, перебиває мене лише потім, щоб погодитися.

## Продовження додатку А

- 14. Співрозмовник при розмові зосереджено займається стороннім (грає з ручкою або олівцем, протирає скельця окулярів і т.д.), і я твердо впевнений, що він при цьому неухажний.
- 15. Співрозмовник робить висновки за мене.
- 16. Співрозмовник завжди намагається вставити слово в моє оповідання.
- 17. Співрозмовник завжди дивиться на мене дуже уважно, не кліпаючи.
- 18. Співрозмовник дивиться на мене ніби оцінюючи. Це турбує мене.
- 19. Коли я пропоную що-небудь нове, співрозмовник каже, що він думає так само.
- 20. Співрозмовник переграє, показуючи, що цікавиться бесідою, занадто часто киває головою, ахає і підтакує.
- 21. Коли я кажу про серйозне, співрозмовник вставляє смішні історії, жарти, анекдоти.
- 22. Співрозмовник часто дивиться на годинник під час розмови.
- 23. Коли я входжу в кабінет, він кидає всі справи і уваги всі звертає на мене.
- 24. Співрозмовник поводить ся так, ніби я заважаю йому робити щось важливе.
- 25. Співрозмовник вимагає, щоб всі погоджувалися з ним. Будь-яке його висловлювання завершується питанням: "Ви теж так думаете?" або "Ви не згодні?".

### ОБРОБКА РЕЗУЛЬТАТІВ

Підрахуйте відсоток ситуацій, що викликають досаду й роздратування.

- 70-100% - ви поганий співрозмовник. Вам необхідно працювати над собою і вчитися слухати.
- 40-70% - вам притаманні деякі недоліки. Ви критично ставитеся до висловлювань, вам бракує деяких достоїнств гарного співрозмовника.

## Продовження додатку А

Уникайте поспішних висновків, не варто загострювати увагу на манері говорити, не вдавайте, не шукайте прихований сенс сказаного, не монополізуйте розмови.

- 10-40% - ви гарний співрозмовник, але іноді відмовляєте партнеру в повній увазі. Повторюйте ввічливо його висловлювання, дайте йому час розкрити свою думку повністю, пристосовуйте свій темп мислення до його мови - і можете бути впевнені, що спілкуватися з вами буде ще приємніше.
- 0-10% - ви відмінний співрозмовник. Ви вмієте слухати, ваш стиль спілкування може стати прикладом для оточуючих.

### Методика на визначення спрямованості особистості Б.Басса

Інструкція проведення тесту: пропонується досліджуваним 30 суджень, на кожне з яких дається 3 відповіді (А, Б, В). Потрібно вибрати одну відповідь, яка найбільш відповідає дійсності та виражає їхню думку, і записати її на бланку для відповідей у стовпчику «Найбільш привабливо». Потім обрати одну відповідь, яка найменше відповідає реальності, і записати її на бланку для відповідей у стовпчику «Найменш привабливо».

1. Найбільше задоволення отримую від:
  - a. схвалення моєї роботи;
  - b. усвідомлення того, що робота виконана добре;
  - c. усвідомлення того, мене оточують друзі.
2. Якби я грав у футбол (волейбол, баскетбол), то прагнув би бути:
  - a. тренером, який розробляє тактику гри;
  - b. відомим гравцем;
  - c. капітаном команди.
3. На мою думку, кращим педагогом є той, хто:
  - a. цікавиться учнями та має до кожного індивідуальний підхід;
  - b. зацікавлює своїм предметом так, що учні із задоволенням вивчають цей предмет;
  - c. створює в колективі таку атмосферу, у якій кожен учень може висловити свою думку.
4. Мені подобається, коли люди:
  - a. радіють за виконану роботу;
  - b. із задоволенням працюють у колективі;
  - c. прагнуть виконати свою роботу краще за інших.
5. Я бажав би, щоб мої друзі:
  - a. були доброзичливими та допомагали людям, коли це необхідно;

## Продовження додатку Б

- b. були вірними та відданими мені;
  - c. були розумними та цікавими.
6. Кращими друзями я вважаю тих:
- a. із ким маю добрі стосунки;
  - b. на кого завжди можна покластися;
  - c. хто може багато досягти в житті.
7. Найбільше мені не подобається:
- a. коли мені щось не вдається;
  - b. коли розладнуються стосунки з товаришами;
  - c. коли мене критикують.
8. На мою думку, дуже погано, коли педагог:
- a. не приховує свої антипатії до деяких учнів, насміхається та дражнить їх;
  - b. викликає дух суперництва в колективі;
  - c. недостатньо добре знає предмет, який викладає.
9. У дитинстві мені найбільше подобалось:
- a. проводити час із друзями;
  - b. відчуття виконаної справи;
  - c. коли мої вчинки схвалювали.
10. Я бажав би бути схожим на тих, хто:
- a. досягнув успіху в житті;
  - b. справді закоханий у свою справу;
  - c. вирізняється доброзичливістю та товариськістю.
11. Школа насамперед повинна:
- a. навчати розв'язувати завдання, які ставить життя;
  - b. розвивати індивідуальні здібності учнів;
  - c. виховувати риси, які допомагають встановлювати стосунки з людьми.

## Продовження додатку Б

12. Якби я мав більше вільного часу. То використовував би його:

- a. для спілкування з друзями;
- b. для відпочинку та розваг;
- c. для самоосвіти та улюблених справ.

13. Найбільших успіхів я досягаю коли:

- a. працюю з людьми, до яких відчуваю симпатію;
- b. маю цікаву роботу;
- c. отримую винагороду за свої зусилля.

14. Мені подобається, коли:

- a. інші люди поважають мене;
- b. я відчуваю задоволення від добре виконаної роботи;
- c. я маю час приємно спілкуватися з друзями.

15. Якби про мене написали в газеті, то краще було б, щоб:

- a. розповіли про якусь цікаву справу, пов'язану із навчанням, працею або спортом, у якій я брав участь;
- b. написали про мою діяльність;
- c. обов'язково розповіли про колектив, у якому я працюю.

16. Найкраще я навчаюся, коли викладач:

- a. має до мене індивідуальний підхід;
- b. може зацікавити своїм предметом;
- c. колективно обговорює проблеми, що вивчаються.

17. Для мене не має нічого гіршого за:

- a. образу власної гідності;
- b. невдачу під час виконання власної справи;
- c. втрату друзів.

18. Найбільше я ціную:

## Продовження додатку Б

- a. успіх;
- b. можливість спільної праці;
- c. здоровий глузд та інтуїцію.

19. Я не поважаю людей, які:

- a. вважають себе гіршими за інших;
- b. часто сваряться та конфліктують;
- c. заперечують

20. Приємно, коли:

- a. працюєш над важливим для всіх справою;
- b. маєш багато друзів;
- c. викликають захоплення і всім подобаєшся.

21. По-моєму, в першу чергу керівник повинен бути:

- a. доступним;
- b. авторитетним;
- c. вимогливим.

22. У вільний час я охоче прочитав би книги:

- a. про те, як заводити друзів і підтримувати добрі стосунки з людьми;
- b. про життя знаменитих і цікавих людей;
- c. про останні досягнення науки і техніки.

23. Якби у мене були здібності до музики, я волів би бути:

- a. диригентом;
- b. композитором;
- c. солістом.

24. Мені б хотілося:

- a. придумати цікавий конкурс;
- b. перемогти в конкурсі;

## Продовження додатку Б

- с. організувати конкурс і керувати ним.
25. Для мене найважливіше знати:
- а. що я хочу зробити;
  - б. як досягти мети;
  - с. як організувати людей для досягнення мети.
26. Людина повинна будуватися до того, щоб:
- а. інші були задоволені ним;
  - б. насамперед виконати своє завдання;
  - с. його не потрібно було дорікати за виконану роботу.
27. Найкраще я відпочиваю у вільний час:
- а. у спілкуванні з друзями;
  - б. переглядаючи розважальні фільми;
  - с. займаючись своєю улюбленою справою.
28. За умови однакової фінансової успіху я б із задоволенням:
- а. вигдав цікавий конкурс;
  - б. виграв би в конкурсі;
  - с. організував би конкурс і керував ним.
29. Для мене найважливіше знати:
- а. що я хочу зробити;
  - б. як досягти мети;
  - с. як залучити інших до досягнення моєї мети.
30. Людина повинна вести себе так, щоб:
- а. інші були задоволені ним;
  - б. виконати насамперед своє завдання;
  - с. не треба було докоряти йому за роботу.

## Продовження додатку Б

Обробка результатів: Якщо зазначена в бланку відповідей (Додаток А) буква занесена в рубрику «Найбільше», то випробуваному ставиться знак «+» по даному виду спрямованості. Якщо ж вона розташована під індексом «Найменше», то йому ставиться знак «-». Потім підраховують кількість «+» і записують їх у підсумкову таблицю у відповідні стовпці Я, С, або Д залежно від ключа (Додаток Б). Так само підраховується кількість «-».

Кількість «+» підсумовується з кількістю «-» (з урахуванням знака!). Отриманий результат записується в підсумкову таблицю (Додаток Б) в рядок «Сума». Нарешті, до отриманого числа додається 30 (знову з урахуванням знака!). Цей показник і характеризує рівень вираженості даного виду спрямованості. Загальна сума всіх балів за трьома видами спрямованості повинна дорівнювати 90.

*Інтерпретація результатів: За допомогою методики визначаються такі види спрямованості особистості:*

1. Спрямованість на себе (Я) – орієнтація на пряме винагородження та задоволення, агресивність у досягненні статусу, схильність до суперництва, тривога, інтровертованість, роздратованість, прагнення влади.
2. Спрямованість на спілкування (С) – прагнення підтримувати стосунки з людьми, орієнтація на спільну діяльність (не обов'язково для використання справи, а заради самого спілкування), орієнтація на соціальне схвалення, залежність від групи, потреба в емоційних стосунках з людьми.
3. Спрямованість на справу, діло (Д) – зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконання роботи якнайкраще, орієнтація на ділову співпрацю, здатність обстоювати в інтересах справи власну думку, корисну для досягнення загальної мети.

### **Ключ до методики на визначення спрямованості особистості**

## Продовження додатку Б

Спрямованість								
На себе (Я)			На спілкування (С)			На справу, діло (Д)		
1. А	11. В	21. С	1. С	11. С	21. А	1. В	11. А	21. В
2. В	12. В	22. С	2. С	12. А	22. А	2. А	12. С	22. В
3. А	13. С	23. В	3. С	13. А	23. С	3. В	13. В	23. А
4. А	14. С	24. С	4. В	14. А	24. А	4. С	14. В	24. В
5. В	15. А	25. В	5. А	15. С	25. А	5. С	15. В	25. С
6. С	16. В	26. В	6. А	16. С	26. А	6. В	16. А	26. С
7. А	17. А	27. А	7. С	17. С	27. В	7. В	17. В	27. С
8. С	18. А	28. В	8. В	18. С	28. С	8. А	18. В	28. А
9. С	19. А	29. А	9. А	19. В	29. С	9. В	19. С	29. В
10. С	20. С	30. С	10. В	20. В	30. А	10. А	20. А	30. В

Підсумкова таблиця до методики на визначення спрямованості особистості

	Я	С	Д
Кількість «+»			
Кількість «-»			
Сума			
+ 30			

**Опитувальник мотиваційних впливів на вибір професії**

*(розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком, переклад О. Сидоренко)*

Інструкція: Уважно проаналізуйте запропонований перелік тверджень і запишіть своє ставлення до кожного з них, переведене у бальну систему за означеною схемою у наведеному нижче бланку.

1. Я люблю робити тільки те, що приносить мені задоволення.
2. Обсяг моїх зусиль у процесі роботи визначається вимогами цієї роботи.
3. Для мене важливо, щоб інші схвалювали мою поведінку.
4. Мої рішення переважно відображують ті високі стандарти, які я сам для себе встановлюю.
5. Я не працював би в організації, якби не був згоден з її політикою.
6. Якщо мені не подобається те, що треба робити на роботі, я кидаю цю роботу.
7. Кожна година праці повинна бути оплачена.
8. Я часто приймаю рішення на підставі того, що подумують інші.
9. Для мене важливо працювати в такій організації, яка давала б мені змогу використовувати мої здібності й досвід.
10. Мені необхідно повірити в ідею, перш ніж працювати над її втіленням.
11. Я часто відкладаю роботу, якщо можна зайнятися чимось цікавішим.
12. Я працював би інтенсивніше, якби був впевнений, що одержу вищу плату за мої зусилля.
13. Я завзято працюю над завданням, якщо його виконання пов'язане із суспільним визнанням.
14. Я намагаюсь робити так, щоб мої рішення відповідали моїм особистісним стандартам поведінки.
15. Доки я не повірю в ідею, я не можу працювати по-справжньому завзято.

## Продовження додатку В

16. Коли я обираю роботу, то зупиняюся на тій, що мені здається найцікавішою.
17. Коли я обираю роботу, то зупиняю свій вибір на тій, де більше платять.
18. Якщо я обираю роботу, то шукаю таку, в якій успіх принесе мені визнання.
19. Я вважаю себе людиною, яка в роботі сама себе зацікавлює.
20. Коли я обираю організацію, то шукаю таку, що підтримувала б мої переконання й цінності.
21. Я проводжу свій час із тими людьми, з якими мені найцікавіше.
22. Мій найулюбленіший день на роботі — день зарплати.
23. Ті люди, в кого більше друзів, живуть повним життям.
24. Мені подобається робити те, що дає відчуття особистого досягнення.
25. Для того, щоб я міг завзято працювати, завдання організації повинні збігатися з моїми цінностями.
26. Якщо обирати між двома роботами, то критерієм для мене буде: «Яка з них цікавіша?»
27. Потрібно завжди тримати очі і вуха відкритими для володіння інформацією про кращі місця роботи.
28. Я докладаю максимальних зусиль, якщо мені відомо, що це помітять впливові люди в організації.
29. Мені потрібно знати, що своїми вміннями та цінностями я сприяю успіху організації.
30. Якщо я поділяю мету організації, то не має значення, чи я досяг успіху.

***Бланк для відповідей***

Позначте актуальність для вас кожного твердження за такою шкалою: - 2 — вкрай неправильно; -1 — неправильно; 0 — коли як; +1 — правильно; + 2 — дуже правильно.

## Продовження додатку В

Підрахуйте суму чисел у кожному з п'яти стовпчиків з урахуванням знаків «+» та «-».

*Сума I.* Внутрішня мотивація. Спрямованість на процес: бажання отримати задоволення та насолоду від процесу діяльності.

*Сума II.* Зовнішня мотивація. Матеріальна винагорода: бажання відчутної зовнішньої винагороди: заробітна плата, премії тощо.

*Сума III.* Зовнішня мотивація. Схвалення іншими: бажання прийняття й підтвердження своїх рис, компетентності й цінностей з боку інших індивідумів або референтної групи.

*Сума IV.* Внутрішня мотивація. Самовдосконалення, самореалізація: бажання відповідати власним стандартам рис, компетентності й цінностей.

*Сума V.* Інтегративна мотивація. Узгодженість завдань працівника із завданнями фірми: бажання досягати мети, що відповідає інтерналізованим цінностям.