

Social Work & Education

©SW&E, 2016

Olga Soroka,
*Doctor of pedagogical sciences,
Associate professor,
the Department of social pedagogy
and social work, Ternopil National
Pedagogic University named after
Volodymyr Hnatyuk*

Ольга Сорока,
*доктор педагогічних наук, доцент
кафедри соціальної педагогіки і
соціальної роботи
Тернопільський національний
педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка*

*Ternopil, Ukraine,
м. Тернопіль, Україна
S.Olga_1975@mail.ru*

*Received: September, 2016
1st Revision: October, 2016
Accepted: December, 2016*

**ORCID iD: 0000-0003-
1483-8974**

Soroka, O.(2016). Professional reputation's diagnostics of social sphere's future specialists *Social Work and Education*, Vol.3, No. 2., pp.63-72

ДІАГНОСТИКА ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

АНОТАЦІЯ. У статті висвітлено проблему професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери; розкрито зміст понять «імідж», «професійний імідж»; уточнено поняття «професійний імідж фахівців соціальної сфери». Складовими професійного іміджу майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів визначено зовнішній вигляд, поєднання вербальних і невербальних засобів спілкування, внутрішню відповідність професії. Проведено діагностику професійного іміджу майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів за допомогою анкети, методики «Імідж керівника» С. Носова; методики на визначення рівня комунікабельності В. Ряховського; тесту на самоповагу М. Розенберга. Загальний рівень професійного іміджу майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів визначено за допомогою методики «Перевірте свій імідж» А. Панфілової, результати якої засвідчили, що у більшості студентів переважає середній рівень професійного іміджу.

Ключові слова: імідж; професійний імідж; фахівці соціальної сфери; діагностика.

Вступ.

На сучасному етапі розвитку суспільства роль професійного іміджу фахівців значно зросла. Імідж фахівців соціальної сфери (соціального працівника / соціального педагога) внаслідок новизни цієї професії ще не встиг сформуватися. Але, разом із тим, важко переоцінити значення іміджу у професійній діяльності. Позитивний образ фахівця соціальної сфери, як особливий особистісний інструментарій, сприяє встановленню контактів із суб'єктами взаємодії, тим самим перетворюючи цей процес на більш ефективний. Маючи психотерапевтичний ефект, імідж наділяє соціального працівника / соціального педагога комунікабельністю, активністю, рефлексивністю, дипломатичністю, відповідальністю, гнучкістю, нестандартним мисленням, загальною і професійною культурою тощо.

Образ фахівця соціальної сфери необхідно формувати з урахуванням специфіки його діяльності, при цьому варто пам'ятати, що кожен соціальний працівник / соціальний педагог є своєрідною рекламою для певної соціальної або освітньої установи, бо саме через його образ в оточуючих складається позитивне чи негативне враження про організацію, яку він представляє.

Питання сутності, характеристики, типології, структури іміджу дістали відображення в роботах П. Берда, Л. Браун, А. Кононенко, В. Королько, В. Попова та інших. Проблема формування професійного іміджу розглядалася в працях В. Бондаренко, Н. Гайдук, В. Гладуш, О. Горovenko, Ю. Дзядевич, О. Затворнюк, Л. Кобилянської, М. Сперанської-Скарга та інших. Професійний імідж соціальних педагогів представлено дослідженнями Т. Абрамович, К. Атаманської, І. Ніколаєску та інших. Незважаючи на значну увагу науковців до означеної проблеми, окремі її питання залишаються поки що не розв'язаними.

Мета – діагностувати рівень професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери.

Завдання дослідження: розкрити суть понять «імідж», «професійний імідж»; визначити складові професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери; провести діагностику професійного іміджу майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів.

Основна частина.

Оскільки науковці (Атаманська К. І.; Попова В. В., 2013) визнають імідж складним феноменом, що має міждисциплінарний характер, зупинимося на розгляді його змісту з погляду різних наукових галузей. Так, імідж у філософії розглядається з позиції моральності; у політології, як і політичній психології, імідж цікавить відносно управління поведінкою, формування довіри до влади. З точки зору психології імідж є різновидом образу, що виникає в результаті соціального пізнання, тобто імідж описується з урахуванням стереотипу, емоційно забарвленого образу або думки про людину, організацію, групу (Перельгіна Е. Б., 2002). Імідж у педагогіці часто виконує ту ж функцію, що і в політології – формує громадську думку.

WORK EDUCATION

Імідж (від лат. «*imago*» – образ, вид) – це образ, який формується цілеспрямовано та здійснює емоційно-психологічний вплив на будь-кого з метою створення враження, думки оточуючих про носія створеного іміджу. Імідж при неглибокому розгляді акцентує увагу на зовнішній стороні діяльності і сутності людини, однак насправді саме у зовнішніх ознаках найкраще виявляється глибинна сутність (Кобилянська Л. І.).

Дослідники пропонують своє розуміння іміджу, спираючись на методологію й знання тієї наукової галузі, до якої вони належать. Так, за визначенням О. Ворожейкіної (Ворожейкіна О. М., 2000), імідж розглядається як своєрідний інструментарій, що допомагає вибудувати взаємини з навколишнім світом. В. Горчакова вважає, що «імідж є механізмом, що оптимізує професійну соціалізацію особистості. Він забезпечує необхідну автентичність, адаптацію, ефективну соціалізацію й оптимальний розвиток суб'єкта професійної діяльності в їхній сукупності; дає змогу найкращим чином самоідентифікуватись, ефективно й цілеспрямовано організувати соціальний простір, забезпечити динаміку розвитку самої особистості» (Горчакова В. Г., 2010, с. 293).

А. Калюжний наголошує, що «кожен з нас створює певний образ – імідж – уявлення про людину, що складається на основі її зовнішнього вигляду, звичок, манери говорити, менталітету, вчинків» (Калюжний А. А., 2004, с. 46). У розумінні П. Берда, імідж – це наша візитна картка, загальна картка нашої особистості в очах оточуючих, що складається з багатьох компонентів (що ми говоримо, як ми дивимось, одягаємось і діємо) (Берд П., 1997). В. Шпалінський підкреслює, що імідж – «це те, чим і ким здається людина у своєму оточенні, якою її бачать та сприймають «вони» (Шпалінський В. В., 2001, с. 14). Отже, можна констатувати, що під іміджем розуміють систему зовнішніх характеристик людини, що покликані підкреслити або створити її унікальність, своєрідність і неповторність.

Цікавою для нашого дослідження є думка О. Камишевої, яка визначає професійний імідж як систему особистісних (толерантність, фактичність, доброзичливість, рефлексивність) і психологічних (вербальних і невербальних, засобів спілкування, позицій, ролей) якостей, які цілеспрямовано використовує педагог з метою досягнення результату педагогічної діяльності (Камішева Е. Ю., 2009, с. 52).

Щодо професійного іміджу соціального педагога, його трактують як гармонійне поєднання унікальних, неповторних зовнішньо-внутрішніх, особистісно-професійних якостей, які сприяють бажанню та готовності до суб'єкт-суб'єктного спілкування. Позитивний імідж є не лише постійним наближенням до ідеального «Я», а й нескінченним процесом самовдосконалення індивідуальності (Абрамович Т., 2014).

Ми погоджуємося з думкою К. Атаманської, яка розуміє професійний імідж соціального педагога як цілісний образ особистості, що містить сукупність зовнішніх (габітарний, вербальний, кінетичний, середовищний) та внутрішніх (знання, уміння, здібності, установки, цінності, самооцінка) чинників, особистісних якостей (природні якості; якості, які є наслідком освіти і

WORK EDUCATION

виховання; якості, пов'язані з життєвим та професійним досвідом) та засобів самопрезентації, до яких цілеспрямовано звертається соціальний педагог з метою досягнення найкращих результатів своєї професійної діяльності (Атаманська К. І.).

Спираючись на виокремлені вченими (Абрамович Т., 2014; Овчарова Р. В., 2001) складові професійного іміджу соціального педагога, представимо власне бачення, а саме:

1) зовнішній вигляд за допомогою якого людина привертає увагу і створює позитивне враження про себе;

2) поєднання вербальних і невербальних засобів спілкування, що дасть змогу ефективніше взаємодіяти, висловлювати власне ставлення, оцінювати, спонукати або домовлятися з оточуючими;

3) внутрішня відповідність професії передбачає своєрідну оригінальність і неповторність, експресію, наявність умінь подобатись іншим, що сприятиме налагодженню професійних та особистісних контактів.

Отже, професійний імідж фахівця соціальної сфери розглядається нами як важливий аспект його професіоналізму й засіб впливу на оточуючих. Варто зазначити, що професійний імідж майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів – це імідж, який необхідно формувати й «відшліфувати» не тільки протягом професійної діяльності, а й упродовж усього життя, опираючись при цьому на отриману спеціальну підготовку у вищому навчальному закладі та власний практичний досвід.

Для визначення рівня професійного іміджу студентів – майбутніх соціальних працівників і соціальних педагогів нами було проведено експериментальне дослідження, яке проводилося на базі Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. У експерименті взяли участь 12 студентів 4-го курсу спеціальності «Соціальна робота» (гр. СР-41) і 15 студентів 4-го курсу спеціальності «Соціальна педагогіка» (гр. СП-41) психолого-педагогічного відділення Інституту педагогіки і психології денної форми навчання.

З метою з'ясування сучасного стану сформованості професійного іміджу у майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів, рівня обізнаності студентів про зміст професійного іміджу та розуміння студентами ролі та місця іміджу у професійній діяльності нами було проведене опитування, в ході обробки якого ми отримали такі результати. Найперше ми виявляли, як студенти розуміють поняття імідж? Більшість студентів (66,6 % гр. СР-41, 60 % гр. СП-41) вважають, що імідж – це, перш за все, гарний зовнішній вигляд, завдяки якому складається перше враження про людину. Приблизно чверть студентів (16,7 % гр. СР-41, 26,6 % гр. СП-41) наголошували на зовнішніх аспектах презентації, розуміючи імідж як уміння гарно себе презентувати, скласти позитивне враження про себе. Незначний відсоток респондентів (16,7 % гр. СР-41, 13,4 % гр. СП-41) вважають, що імідж – це «гармонійне поєднання зовнішніх даних і внутрішніх умінь і якостей людини».

Наступним питанням ми намагалися з'ясувати, який зміст студенти вкладають у поняття «імідж соціального працівника / соціального педагога».

WORK EDUCATION

Думки респондентів розподілилися таким чином. До складових іміджу соціального працівника / соціального педагога студенти віднесли: гарний смак (33,3 % гр. СР-41, 33,3% гр. СП-41), високорозвинені комунікативні уміння і навички (25 % гр. СР-41, 26,6 % гр. СП-41), володіння емпатією і рефлексією (8,3 % гр. СР-41, 6,7 % гр. СП-41), уміння розуміти інших, правильно вести розмову (16,7 % гр. СР-41, 13,4 % гр. СП-41), почувати себе впевнено в будь-якій ситуації (16,7 % гр. СР-41, 20 % гр. СП-41).

Серед умінь, якими має володіти соціальний працівник / соціальний педагог зі сформованим професійним іміджем, студенти назвали такі (узагальнений показник): комунікативні – 48,2 %; організаційні – 18,5 %; креативні – 14,8 %; представницькі – 11,1 %; рефлексивні – 7,4 %. Серед названих вище найважливішими визначають комунікативні, пояснюючи це тим, що соціальний працівник / соціальний педагог має вміти грамотно говорити, налагоджувати контакти з людьми, співпрацювати у різних сферах, тим самим формуючи про себе позитивну думку в оточуючих. Організаційні вміння студенти вибрали, оскільки вони вважають, що соціальний працівник / соціальний педагог повинен організовувати не тільки тих, з ким він працює, але й бути самоорганізованим, що також є показником професійного іміджу. Креативні вміння обрали лише двоє студентів, наголошуючи на тому, що соціальний працівник / соціальний педагог має підходити до своєї самопрезентації досить нестандартно.

На запитання «Чи відчуваєте Ви потребу в спеціальній підготовці та формуванні професійного іміджу?» більшість студентів (58,3 % гр. СР-41, 53,4 % гр. СП-41) відповіли, що «відчувають таку потребу»; «не відчувають такої потреби» – 25 % гр. СР-41, 26,6 % гр. СП-41, а 16,7 % гр. СР-41, 20 % гр. СП-41 вважають, що «професійний імідж у них сформується сам по собі у процесі професійної діяльності». Отже, майбутні соціальні працівники / соціальні педагоги потребують спеціальної підготовки для формування професійного іміджу.

До дисциплін, які сприятимуть формуванню у досліджуваних професійний імідж, студенти віднесли «Рекламно-інформаційні технології», «Технології соціальної роботи», «Технології соціально-педагогічної діяльності», «Соціальну конфліктологію», «Теоретичні і прикладні засади менеджменту». Зустрічалися поодинокі відповіді такого плану: «На всіх без винятку предметах я можу розвиватися та формуватися як фахівець», «Мені важко окреслити якийсь один предмет». Відповіді підтверджують розуміння студентами, що окремі складові професійного іміджу формуються у процесі вивчення фахових дисциплін, проте викладачі мали б більше уваги зосереджувати на цьому, оскільки в даному випадку професійний імідж у студентів більшою мірою формується стихійно.

Відповіді студентів на запитання «Які організаційні форми навчальної діяльності формують професійний імідж?» ми проаналізували таким чином (узагальнений показник):

- тренінгові заняття – 44,5 %;
- семінарські та практичні заняття – 33,3 %;

WORK EDUCATION

- лекційні заняття – 14,8 %;
- 7,4 % респондентів не змогли відповісти.

Таке ранжування, на нашу думку, свідчить про те, що студенти володіють певними знаннями про зміст, структуру професійної діяльності соціального працівника / соціального педагога, уявляють, де і як вони можуть формувати професійний імідж. Таким чином, ми бачимо, що існуючі форми навчання, їх змістове наповнення, неповною мірою дають можливість сформувати професійні вміння в такому вигляді, які ми визначили, вважаючи їх оптимальними для фахової професійної діяльності.

На запитання, з якою метою Ви хочете формувати професійний імідж, відповіді студентів були такими (узагальнений показник):

- бажання стати гарним фахівцем – 33,3 %;
- реалізувати свої здібності у майбутньому – 33,3 %;
- добитися кар'єрного росту в майбутньому – 14,8 %;
- бути вільним, незалежним у діях – 18,6 %.

Отже, на основі аналізу результатів проведеного опитування можна стверджувати, що у більшості майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів досить поверхневі уявлення про професійний імідж, лише деякі з них усвідомлюють важливість і необхідність його формування.

Оскільки одним із складників професійного іміджу майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів нами визначено зовнішній вигляд, ми проводили анкетування «Ваш імідж керівника» С. Носова. Результати анкетування представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Анкета «Ваш імідж керівника» (С. Носов)

Рівень прояву зовнішнього іміджу	Соціальні працівники (гр. СР-41)		Соціальні педагоги (гр. СП-41)	
	Абс.	%	Абс.	%
Високий	-	-	-	-
Середній	5	41,6	7	46,6
Низький	7	58,4	8	53,4
Загалом	12	100	15	100

Для студентів з високим рівнем прояву зовнішнього іміджу характерні наявність власного стилю при виборі одягу, акуратність, охайність, уміння себе представити. Нажаль, у жодного студента не було визначено такого рівня. Студентів з середнім рівнем відрізняла наявність уміння гарно вдягатися, не завжди дотримуючись певного стилю в одязі, невпевненість та страх проявити себе при презентації перед іншими студентами. Відсоток таких студентів склав практично половину груп (41,6 % гр. СР-41, 46,6 % гр. СП-41). Низький рівень прояву зовнішнього іміджу був визначений у 58,4 % гр. СР-41, 53,4 % гр. СП-41 студентів, для яких було характерним відсутність стилю в одязі, неохайність і невміння презентувати себе.

WORK EDUCATION

Поєднання вербальних і невербальних засобів спілкування ми перевіряли за допомогою методики В. Ряховського на визначення рівня комунікабельності. Результати анкетування представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка рівня комунікабельності (за В. Ряховським)

Рівень комунікабельності	Соціальні працівники (гр. СР-41)		Соціальні педагоги (гр. СП-41)	
	Абс.	%	Абс.	%
Творчий	-	-	-	-
Високий	-	-	1	6,6
Достатній	2	16,7	1	6,6
Середній	5	41,7	4	26,7
Нижче середнього	4	33,3	4	26,7
Низький	1	8,3	5	33,4
Початковий	-	-	-	-
Загалом	12	100	15	100

Результати методики засвідчили переважання низького (33,4 % гр. СП-41), нижче середнього (33,3 % гр. СР-41, 26,7 % гр. СП-41) і середнього (41,7 % гр. СР-41, 26,7 % гр. СП-41) рівнів комунікабельності у студентів. Вони досить замкнуті, невпевнені у собі, часто бувають самотні, намагаються уникати суперечок і диспутів, інколи можуть проявляти негативізм по відношенню до інших студентів.

Внутрішню відповідність професії ми перевіряли за допомогою тесту на самоповагу (шкала М. Розенберга). Варто зазначити, що самоповага – це суб'єктивна оцінка людиною себе як внутрішньо позитивної або негативної до якоїсь міри. Сюди також входить впевненість у своїй цінності; стверджувальний принцип по відношенню до права жити і бути щасливим; комфорт при своєчасному утвердженні своїх думок, бажань і потреб; відчуття, що радість – це невід'ємне право (Кон І. С., 1984).

Опитувальник створювався як одновимірний, хоча, проведений пізніше, факторний аналіз виявив два незалежні фактори: самоприниження і самоповагу: чим вищий один, тим нижчий інший. Самоприниження може бути наслідком депресивного стану, тривожності і психосоматичних симптомів; самоповага є причиною і наслідком активності в спілкуванні, лідерства, відчуття міжособистісної безпеки. Обидва чинники безпосередньо залежать від ставлення до людини її батьків у дитинстві. Результати опитування представлено в табл. 3.

Практично у половини студентів (41,7 % гр. СР-41, 53,4 % гр. СП-41) був визначений низький рівень самоповаги. Такі студенти відрізнялися невпевненістю, підвищеною тривожністю, вони звикли постійно звинувачувати себе і бачити тільки свої недоліки і слабкі сторони. Середній рівень самоповаги був визначений у чверті студентів (33,3 % гр. СР-41, 26,6 % гр. СП-41), як правило такі студенти «балансують» між самоповагою і самознищенням залежно від ситуації і настрою. Для

WORK EDUCATION

студентів з достатнім рівнем самоповаги (16,7 % гр. СР-41, 13,4 % гр. СП-41) характерним є те, що вони адекватно оцінюють себе, можуть погоджуватися з тим, що інколи бувають неправі, з легкістю звинувачують себе у проблемах інших людей.

Таблиця 3

Результати тесту на самоповагу (шкала М. Розенберга)

Рівень самоповаги	Соціальні працівники (гр. СР-41)		Соціальні педагоги (гр. СП-41)	
	Абс.	%	Абс.	%
Високий	1	8,3	1	6,6
Достатній	2	16,7	2	13,4
Середній	4	33,3	4	26,6
Низький	5	41,7	8	53,4
Загалом	12	100	15	100

Окрім цього ми проводили зі студентами методику діагностики «Перевірте свій імідж» (Панфилова А. П., 2006), результати якої представлені в табл. 4.

Таблиця 4

Результати методики «Перевірте свій імідж»

Рівень професійного іміджу	Соціальні працівники (гр. СР-41)		Соціальні педагоги (гр. СП-41)	
	Абс.	%	Абс.	%
Високий рівень	-	-	-	-
Вище середнього	-	-	-	-
Середній рівень	7	58,3	8	53,4
Низький рівень	5	41,7	7	46,6
Загалом	12	100	15	100

Результати діагностичної методики засвідчили, що у більшості студентів (58,3 % гр. СР-41, 53,4 % гр. СП-41) був визначений середній рівень професійного іміджу, що може свідчити, про недостатність дій щодо його формування під час навчання у вищому навчальному закладі.

Висновки.

Результати проведеного експериментального дослідження поставили перед нами завдання розробки тренінгової програми, що зможе підвищити рівень професійного іміджу майбутніх соціальних працівників / соціальних педагогів.

Література

Абрамович Т. Імідж як презентаційна складова професійного становлення соціального педагога [Електронний ресурс] / Т. Абрамович // Нова педагогічна думка. – 2014. – № 4 (80). – Режим доступу:

WORK EDUCATION

<https://www.google.ru/#newwindow=1&q=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D0>

Атаманська К. І. Зміст та структура спецсеминару з формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога [Електронний ресурс] / К. І. Атаманська. – Режим доступу: <http://nebula.wsimg.com/c4a4da70ad1435667e7e1469959b057a?AccessKeyId=CE8AEFD964A5916B60D5&disposition=0&alloworigin=1>

Берд П. Продай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа / П. Берд; Пер. с англ. Т. Сиваковой. – М. : Амалфея, 1997. – 208 с.

Ворожейкіна О. М. 100 цікавих ідей для проведення уроку / О. М. Ворожейкіна. – Х., 2000. – 94 с.

Горчакова В. Г. Прикладная имиджология / В. Г. Горчакова. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 478 с. – (Высшее образование).

Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя / А. А. Калюжный. – М. : ВЛАДОС, 2004. – 222 с.

Камышева Е. Ю. Педагогический имидж учителя / Е. Ю. Камышева // Известия Уральского государственного университета (Сер. Проблемы образования, науки и культуры). – 2009. – № 4 (68). – С. 48–53.

Кобилянська Л. І. Формування професійного іміджу майбутнього гувернера у процесі навчання у ВНЗ [Електронний ресурс] / Л. І. Кобилянська. – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21CNR=20

Кон И. С. В поисках себя: личность и ее самосознание [Электронный ресурс] / И. С. Кон. – М. : Политиздат, 1984. – Режим доступа : <http://psylib.ukrweb.net/books/konis01/index.htm>

Овчарова Р. В. Справочная книга социального педагога / Р. В. Овчарова. – М. : Сфера, 2001. – 480 с.

Панфилова А. П. Тренинг педагогического общения : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А. П. Панфилова. – М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 336 с.

Перельгина. Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект Пресс. – 2002. – С. 11–23.

Попова В. В. Професійний імідж: основні напрями вивчення поняття / В.В. Попова [Електронний ресурс] // Держава та регіони (Серія: соціальні комунікації). – 2013. – № 1 (13). – С. 170–173. – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21CNR=20

Шпалінський В. В. Психология менеджмента / В. В. Шпалінський. – Х. : ХГПУ, 2001. – 315 с.

PROFESSIONAL REPUTATION'S DIAGNOSTICS OF SOCIAL SPHERE'S FUTURE SPECIALISTS

Olga Soroka, Doctor of pedagogical sciences, Associate professor,
The Department of social pedagogy and social work, Ternopil National
Pedagogic University named after Volodymyr Hnatyuk, Ternopil, Ukraine,
S.Olga_1975@mail.ru

Abstract. *It is covered in the article the problem of professional reputation of social sphere's future specialists. It is discovered the core of the concept "reputation" that is an image that is purposefully formed. Also it has an emotional-psychological influence on anybody in order to make an impression, opinion about the person with created reputation. The social teacher's professional reputation is presented as a complete image of the personality that has a complex of internal and external factors of personal qualities and means of self-presentation. It is specified the concept "professional reputation of social sphere's future specialists" that is considered as an aspect of professionalism and means of an influence on others.*

The components of professional reputation of social sphere's future specialists include such as an appearance. Person can attract anybody's attention and creates a positive impression about him or her. The combination of verbal and nonverbal language gives an opportunity to interact more effectively, express an own attitude, evaluate, incite and make arrangements with others. Internal accordance to the profession that involves a peculiar originality and uniqueness, an expression and an ability to appeal others.

It is conducted an experimental study to define the level of students' professional reputation, future social workers and teachers. The study was conducted in Ternopil National Pedagogic University named after Volodymyr Hnatyuk. 12 four-year students branch of study "Social work" and 15 four-year students branch of study "Social pedagogy" of took part in the study.

In the capacity of diagnostics tools it was chosen a questionnaire, the S. Nosov's technique "The manager's reputation". The V. Ryakhovskiy's technique to define the level of sociability. The M. Rozenberg's self-esteem test. The general level of professional reputation of social sphere's future workers / teachers is defined by means of A. Panphilova's technique as "Check your reputation". The results of this technique showed that most of students have got a medium level of professional reputation's formedness.

Key words: *reputation; professional reputation; professional reputation of social sphere's specialists; diagnostics.*