

Калаур Лідія

магістрантка ОПП «Соціальне адміністрування в громаді»
факультету педагогіки і психології Тернопільського національного
педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Сорока О.В.,

доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціальної роботи та
менеджменту соціокультурної діяльності

**СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ
ПРАЦІВНИКІВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ**

Актуальність теми дослідження. Розширення пропозиції на ринку надання соціальних послуг населенню, що зумовлене військовою агресією росії та посилення конкуренції, вимагає активного пошуку засобів, які би підкреслили самобутність майбутніх фахівців соціальної сери. За таких умов саме професійний імідж виступає важливим інструментом самопрезентації та розглядається у якості запоруки ефективної професійної діяльності. Професійний імідж базується на сформованій системі почуттів та ціннісних орієнтацій, які необхідні для компетентного здійснення усього спектру професійних обов'язків, сприяє зменшенню професійних стресів, а також попереджує виникнення професійних конфліктів та розвиток негативних комплексів.

В іноземній науковій літературі синонім терміну «формування професійного іміджу» є «іміджування» [6]. Прагнення до створення власного професійного іміджу спонукає майбутнього соціального працівника до цілеспрямованого вдосконалення у площині іміджування. Виходимо з тих міркувань, що належним чином сформований професійний імідж позитивно впливає на саморозвиток особистості в професії та допомагає стати

конкурентоспроможним на ринку праці. З огляду на наведені факти, під час навчання у здобувачів освіти які навчаються за спеціальністю 231 Соціальна робота ще з першого року навчання варто цілеспрямовано формувати професійний імідж на основі використання інтерактивних технологій під час іміджування.

Метою статті є уточнення наукової дефініції «професійний імідж» та вивчення потенціалу інтерактивних технологій у формуванні професійного іміджу у майбутніх соціальних працівників.

При написанні статті проведено системно-структурний аналіз та здійснено систематизацію філософських, соціологічних, психологічних і педагогічних напрацювань, які висвітлюють сутність наукових термінів «професійний імідж» та «інтерактивні технології». Методи абстрагування, конкретизації, контент-аналізу наукових публікацій, систематизації й узагальнення інформації теоретичного, методичного та практичного характеру застосовані на етапі виділення суттєвих ознак інтерактивних технологій під час формування професійного іміджу у здобувачів освіти за спеціальністю 231 Соціальна робота.

Виклад основного матеріалу. Насамперед відзначимо, що позитивний професійний імідж особистості сприяє налагодженню взаєморозуміння, викликає симпатію та довіру. Для повноти наукового дослідження наведемо трактування сутності наукової дефініції «професійний імідж». Так, у баченні О. Романенка [5], професійний імідж є фактором успіху у кар'єрі й важливим інструментом для побудови взаємовідносин. У дослідженні Р. Кравця професійний імідж розглядається як «складний феномен, що передбачає створення образу конкретної професії. Це сукупність уявлень про те, як повинна виглядати й поводитися людина певної професії (політик, бізнесмен, викладач, лікар тощо)» [3, с. 54]. На думку О. Межеричької [4], професійний імідж виступає «формою самовиявлення індивідуального цілісного образу особистості як реалізатора потреб мікро- і макросоціуму, за якої виявляються найвиразніші ділові та особистісні якості» [4, с. 29].

ТНПУ MAGISTERIUM

Поділяємо позицію S. Kalaur та O. Soroka у тому, що професійний імідж є багатограним поняттям, оскільки безпосередньо спрямований на гармонійне поєднання тих вимог, які ставляться до фахівця у рамках тієї чи іншої професії. У цьому контексті йдеться про дотримання під час реалізації професійних обов'язків конкретного іміджевого стандарту, у той же час – персональний імідж фахівця має корелювати з цим стандартом. З огляду на таку позицію професійний імідж розглядається науковцями як «образ-стереотип та «діловий» образ особистості у професійній діяльності» [7, с. 107].

На основі узагальнення психологічних та педагогічних публікацій [3; 4; 5; 7] професійний імідж це характеристика особистості професіонала, що включає внутрішні установки, особистісні якості, професійні позиції та охоплює знання з іміджування. Професійний імідж майбутнього фахівця соціальної роботи передбачає конкретні зовнішні прояви, до яких відносимо зовнішній вигляд, поведінку, а також вербальне і невербальне спілкування. Зокрема у нашому баченні зовнішній вигляд – це не лише стиль одягу, але й манера самопрезентації, здатність демонструвати свої професійні уміння та здібності. Вагомим складовим елементом професійного іміджу є вербальне та невербальне спілкування, яке формує належне підґрунтя для соціального впливу, що дає змогу цілеспрямовано реалізовувати комплекс практичних заходів щодо соціального впливу на клієнтів, які звернулися за допомогою до соціального працівника.

Можемо констатувати, що професійний імідж фахівця соціальної сфери є доволі складною характеристикою, він має формуватися у здобувачів освіти спеціальності 231 Соціальна робота ще під час навчання у закладі вищої освіти. У площині іміджування інтерактивним технологіями ми відводимо провідну роль.

ТНПУ MAGISTERIUM

На основі узагальнення позиції Н. Волкової про те, що інтерактив «передбачає: діалогічність, висвітлення та аналіз кожної проблеми під різним кутом зору, відмову від стереотипу та шаблону» [2, с. 9], а інтерактивні технології передбачають «сукупність методів, засобів і форм організації навчання, що забезпечують активний характер взаємодії учасників навчального процесу на засадах співпраці та співтворчості й спрямовані на досягнення поставлених дидактичних цілей» [2, с. 14]. З практичної точки зору інтерактивні технології передбачають таку організацію освітнього середовища, яка базується на ефективній комунікації в режимі діалогу усіх учасників, що дозволяє встановити взаєморозуміння та налагодити активний пошук спільного вирішення навчальних завдань, які безпосередньо стосуються іміджування.

Потенціал використання інтерактивних технологій під час формування професійного іміджу у майбутніх соціальних працівників спрямована на створення комфортних умов іміджування за яких кожен студент зможе відчувати свою професійну успішність. Серед значного спектру інтерактивних технологій, які позитивно впливають на процес формування професійного іміджу у даній статі зупинимось на технології тренінгу.

Тренінг є поліфункціональним методом групової роботи, який спрямованим на вироблення відповідних особистісних змін у процесі іміджування. На основі узагальнення інформації, що представлена у публікаціях А. Акаймової [1] та Н. Волкової [2] під час формування професійного іміджу доцільно використовувати такі види тренінгу, як от:

– тренінг особистісного зростання (допомагає переосмислити життєві цінності й прийняти та зрозуміти себе; забезпечує ефективний пошук нових форм самореалізації; дозволяє свідомо використовувати ефективні стратегії розвитку професійного іміджу);

ТНПУ MAGISTERIUM

– тренінг комунікації (розвиває техніки активного слухання; допомагає сформувати навички міжособистісного спілкування та встановлення контакту; сприяє виробленню адекватної самооцінки та актуалізує особистісні ресурси);

– тренінг сенситивності (розвиває уміння розуміти інших; формує емпатію та активність під час іміджування);

– тренінг креативності (розкриває творчий потенціал; забезпечує відмову від стереотипів; підвищує активність під час планування практичних дій іміджування);

– тренінг соціально-психологічний (на основі групової роботи допомагає студентам вдосконалити практичні навички професійної комунікації; надає можливість для особистісного розвитку та корекції професійного іміджу, формує уміння ефективно розв'язувати психологічні проблеми).

Проведення тренінгу має базуватися на дотриманні таких принципів:

– стимулювання активності студентів у спільній тренінговій діяльності (залучення усіх до групової діяльності);

– розвиток творчої позиції студентів (базується на розкритті творчого потенціалу на основі усвідомлення власних можливостей під час участі у тренінгу);

– налагодження ефективного зворотнього зв'язку (передбачає, що активне усвідомлення іміджування здійснюється через забезпечення ефективного зворотнього зв'язку між усіма учасниками тренінгу);

– здійснення партнерської комунікації (передбачає врахування переживань та емоцій усіх учасників тренінгу, а також визнання й розуміння права на помилку).

У тренінговій програмі доцільно зробити основний акцент на використанні інтерактивних методів та прийомів, а саме: використання

ТНПУ MAGISTERIUM

групової дискусії, мозкового штурму, застосування методу практичних вправ. Вагомий акцент під час тренінгу доцільно зробити на вдосконалення умінь вести професійне спілкування на основі врахування естетичних та етичних норм професії соціального працівника. З практичної точки зору ми очікуємо, що сформовані під час тренінгу теоретичні знання та практичні уміння дозволять студентам розширити когнітивну й конативну сферу іміджування, допоможуть здійснювати самопрезентацію, налагоджувати вербальну та невербальну комунікацію.

Висновки. На основі проведеного узагальнення наукової літератури можемо констатувати, що з психолого-педагогічної позиції професійний імідж виступає конкретизацією ділового іміджу в рамках конкретної професії. Для організації якісного іміджування зі студентами спеціальності 231 Соціальна робота варто активно використовувати інтерактивні технології. Перспективи подальших досліджень будуть спрямовані розробку тренінгової програми для формування професійного іміджу.

Список використаної літератури

1. Акайомова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація. *Віче*. 22. 2011. С. 2–5.
2. Волкова Н. П. Інтерактивні технології навчання у вищій школі: навчально-методичний посібник. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2018. 360 с.
3. Кравець Р. Е. Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. Вип. 65. Т. 2. 2019. С. 53–57.
4. Межеріцька О. А. (). Професійний імідж як інструмент педагогічного впливу. *Управління школою*. Вип. 25 (253). 2009. С. 29–31.

5. Романенко О. В. Наукові засади вивчення іміджу як психологічної категорії. *Вісник Національного університету оборони України*. 4 (41). 2014. С. 293–298.

6. Boorstin D. J. *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*: 25th. Ed. N. Y. : Vintage Books. 1992. 214 s.

7. Kalaur S., Soroka O. Theoretical and methodological principles of the formation of professional culture and professional image among educators by means of the acmeological approach in war conditions. *Social Work and Education*. 2023. Vol. 10. 1. S. 99–110.

Капелусь Оксана

магістрантка ОПП «Соціальна педагогіка» факультету педагогіки
і психології Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

Олексюк Н. С.

доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри
соціальної роботи та менеджменту соціокультурної діяльності

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД СОЦІАЛЬНОЇ (СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ) РОБОТИ З ДІТЬМИ ВИМУШЕНО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ

Актуальність теми дослідження. У теперішній, надзвичайно складний для України час, коли йде жорстока війна, розв'язана країною-терористом – росією, страждають всі люди, починаючи від немовлят і закінчуючи особами літнього віку. Надзвичайно важко переживають трагедію війни діти. Особливо ті, хто разом зі своїми рідними вимушено залишають власні домівки й тікають від обстрілів, згарищ, вибухів, каліцтва