

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя

Кафедра психології та соціального забезпечення

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Перший (бакалаврський)

рівень вищої освіти

ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА

Галузь знань – 23 Соціальна робота

Спеціальність – 232 Соціальне забезпечення

Освітньо-професійна програма – «Соціальне забезпечення»

Виконав: студент IV курсу, групи СЗ-2

_____ О.В. Ружицький
Підпис

Керівник:
к.е.н.

_____ І.А. Войналович
Підпис

До захисту допускаю:
Зав. кафедри психології та
соціального забезпечення

_____ М.О. Оксютович
Підпис

_____ 2025 р.

Житомир, 2025

АНОТАЦІЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Тема кваліфікаційної роботи: «Професійний імідж соціального працівника»

Студент: Ружицький Олександр Васильович

Керівник: к.е.н. Войналович Ірина Войналович

Кваліфікаційна дипломна робота включає 75 сторінок, 5 таблиць, 5 рисунків, перелік джерел посилання складає 67 найменувань.

Ключові слова: соціальний працівник, імідж, професійний імідж,.

Об'єктом дослідження є професійна діяльність соціального працівника в умовах сучасного українського суспільства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування і прояву професійного іміджу як складової професійної ідентичності соціального працівника.

За результатами дослідження розглянуто сутність, роль та особливості формування професійного іміджу соціального працівника в умовах сучасного українського суспільства. Акцент зроблено на значенні іміджу як важливого чинника ефективної взаємодії з клієнтами, колегами та соціальними інституціями. Проаналізовано внутрішні та зовнішні складові іміджу, зокрема комунікативні вміння, етичні якості, зовнішній вигляд, професійну поведінку та репутацію. Особливу увагу приділено тому, як імідж впливає на довіру до соціального працівника, психологічний комфорт клієнтів, а також на професійне самовизначення і кар'єрне зростання самого фахівця.

Студент _____ Ружицький О.В.

Дата подання кваліфікаційної роботи до захисту _____ 2025 р.

Я, Ружицький Олександр Васильович, цим засвідчую, що представлена до захисту кваліфікаційна робота виконана на основі власних наукових досліджень. текст не містить доробку інших дослідників без відповідних посилань на їх праці.

Я попереджений про те, що буду недопущений до захисту, а в разі отримання диплому – буду позбавлена його відповідно до чинного законодавства України

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА	
1.1. Імідж соціального працівника як соціально-психологічний феномен.....	6
1.2. Складові та функції професійного іміджу соціального працівника.....	13
1.3. Роль етики у формуванні професійного іміджу соціального працівника.....	21
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІМІДЖ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА В УКРАЇНІ.....	29
2.1. Освіта та професійна підготовка як основа формування іміджу соціального працівника	29
2.2. Аналіз впливу на професійний імідж взаємодії соціального працівника з українськими медіа та суспільством	39
2.3. Дослідження організаційних та інституційних факторів впливу на професійний імідж соціального працівника в Україні.....	49
2.4. Напрями покращення професійного іміджу соціальних працівників на державному та організаційному рівнях в Україні.....	59
Висновки до розділу 2.....	74
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78

ВСТУП

У сучасному українському суспільстві, яке переживає глибокі соціальні трансформації, зростає роль професій, пов'язаних із підтримкою та допомогою найбільш вразливим верствам населення. Соціальна робота, як вид професійної діяльності, стає дедалі більш актуальною, адже саме соціальні працівники часто є першими, до кого звертаються люди у складних життєвих ситуаціях. Проте, попри зростання значення соціальної сфери, професійний імідж соціального працівника залишається суперечливим і недостатньо вивченим явищем, особливо в українських реаліях.

У суспільстві досі поширені упередження та стереотипи щодо ролі й функцій соціального працівника. Багато громадян не розуміють, чим саме займається ця професія, часто сприймаючи її як «другорядну» або навіть «допоміжну» діяльність. Водночас ефективна соціальна робота вимагає не лише фахової компетентності, а й високого рівня міжособистісної взаємодії, довіри та комунікативних навичок. І саме тут ключове місце займає професійний імідж.

Професійний імідж – це не просто зовнішній вигляд чи стиль поведінки працівника. Це цілісне уявлення про нього, яке формується в очах клієнтів, колег, громадськості та навіть державних структур. Імідж може як допомогти соціальному працівнику у виконанні його завдань, так і завадити. Якщо працівник виглядає надійним, впевненим, відкритим до діалогу – це сприяє формуванню довіри та кращому контакту з людьми. Якщо ж його імідж викликає недовіру або байдужість – результативність такої взаємодії значно знижується, навіть за наявності хороших знань і досвіду.

Варто зазначити, що питання професійного іміджу особливо важливе в контексті сучасних викликів: війни, масового внутрішнього переміщення людей, погіршення психоемоційного стану населення, зростання потреб у

соціальній підтримці. Соціальні працівники часто працюють із вразливими групами – переселенцями, людьми з інвалідністю, багатодітними родинами, літніми людьми, ветеранами бойових дій. У таких випадках перше враження, яке справляє фахівець, може стати визначальним у тому, чи відбудеться ефективна взаємодія.

Актуальність дослідження професійного іміджу соціального працівника зумовлена не лише потребами практики, але й необхідністю теоретичного осмислення цього поняття. В українському соціальному дискурсі тема іміджу фахівця соціальної сфери досі не отримала належної уваги. Тим часом у багатьох країнах Європи та Північної Америки це питання давно стало об'єктом досліджень у сфері соціології, психології, іміджології, менеджменту.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів формування професійного іміджу соціального працівника; аналіз факторів впливу, а також можливостей його покращення на індивідуальному, організаційному та державному рівнях.

Для досягнення поставленої мети в роботі визначено такі **завдання**:

- розглянути сутність поняття «професійний імідж» у контексті соціальної роботи;
- проаналізувати основні компоненти іміджу: зовнішність, поведінку, етику, комунікативні навички;
- дослідити чинники, що впливають на сприйняття соціального працівника в суспільстві;
- з'ясувати, як імідж впливає на якість і результативність соціальної роботи;
- окреслити проблеми, пов'язані з формуванням негативного іміджу, та шляхи їх подолання;
- окреслити напрями покращення професійного іміджу соціального працівника.

Об'єктом дослідження є професійна діяльність соціального працівника в умовах сучасного українського суспільства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування і прояву професійного іміджу як складової професійної ідентичності соціального працівника.

Методи дослідження включають аналіз наукової літератури, узагальнення теоретичних підходів, описовий метод, спостереження за практикою соціальної роботи, а також порівняння підходів до формування іміджу в різних соціальних і професійних середовищах.

Практичне значення цієї роботи полягає в тому, що її висновки та рекомендації можуть бути використані соціальними працівниками, керівниками соціальних установ, викладачами закладів вищої освіти, а також тими, хто займається формуванням соціальної політики. Таким чином, дана робота має на меті не лише наукове дослідження, а й внесок у реальне покращення становища соціального працівника у суспільстві, посилення його статусу, підвищення довіри до професії та ефективності професійної взаємодії.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається з двох розділів та окремих висновків до розділу, загальних висновків до роботи та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 75 сторінок, 5 таблиць, 5 рисунків. Список використаних джерел налічує 67 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА

1.1. Імідж соціального працівника як соціально-психологічний феномен

Професійний імідж соціального працівника – це багатогранне соціально-психологічне явище, що охоплює сукупність уявлень, установок, цінностей, поведінкових моделей та зовнішніх атрибутів, які формують у свідомості громадськості певне враження про фахівця соціальної сфери. Він є невід’ємною складовою професійної ідентичності працівника, способом репрезентації професії та важливим чинником ефективної взаємодії з клієнтами, колегами та інституційними партнерами.

У сучасних умовах, коли соціальна робота стикається з новими викликами – війна, внутрішнє переміщення населення, економічна нестабільність, соціальна нерівність – постає нагальна потреба у підвищенні професійного статусу соціального працівника. Імідж, як зовнішній прояв професійної компетентності, моральних принципів та комунікативної культури, здатен як посилювати довіру до спеціаліста, так і підірвати її за умов негативного сприйняття.

Імідж – це важливий елемент фахової компетентності, в прямій залежності від якого знаходиться успіх у трудовій сфері. Розвиток та становлення майбутнього соціального працівника як особистості і суб’єкта професійної діяльності забезпечує його перспективами кар’єрного зростання, професійного визнання, зростання авторитету фахівця та просто людини з великої літери, тобто, виступає передумовою особистісної та професійної самореалізації [62, с. 194].

Дослідники вважають, що професійний імідж має кілька важливих функцій. По-перше, він допомагає людям краще зрозуміти, хто такий соціальний працівник і чим він займається – це інформаційна функція. По-друге, він спрощує спілкування і допомагає налагодити добрі стосунки з іншими – це комунікативна функція.

Також імідж може надихати самого працівника розвиватися в професії – це вже мотиваційна функція. І, нарешті, добрий імідж допомагає зміцнити репутацію соціального працівника, підвищує повагу до нього з боку суспільства – це репутаційна функція.

Соціальна робота як професія має глибокий гуманістичний зміст, а отже, формування професійного іміджу соціального працівника повинно спиратися на відповідні теоретичні концепції, які розкривають сутність взаємодії фахівця із соціальним середовищем. У науковій літературі імідж часто розглядається як соціально-психологічне явище, яке включає в себе як об'єктивні характеристики діяльності працівника, так і суб'єктивне сприйняття з боку суспільства.

Одна з найпоширеніших теорій – соціально-когнітивний підхід, запропонований А. Бандурою. Він передбачає, що імідж формується через взаємодію особистісних рис, поведінки та середовища [6. с. 1-23].

У межах цього підходу професійний імідж соціального працівника можна розглядати як результат постійної взаємодії між внутрішнім “Я-образом” фахівця, його реальними вчинками та очікуваннями з боку клієнтів і суспільства.

Згідно з інтеракціоністською теорією, імідж є продуктом соціальної взаємодії. Цей підхід підкреслює важливість контексту, в якому відбувається діяльність соціального працівника. У цьому сенсі імідж є динамічним і може змінюватися залежно від обставин, середовища, професійного середовища і навіть конкретних клієнтських історій.

Соціальний працівник не лише виконує професійні функції, а й виступає як символ певних соціальних цінностей: підтримки, гуманності, справедливості [64, с. 114].

Не менш важливою є теорія рольової поведінки, яка акцентує увагу на тому, що кожен професіонал виконує певну соціальну роль. У контексті соціальної роботи така роль пов'язана з етичними нормами, очікуваннями суспільства, стандартами професії. Соціальний працівник має відповідати образу “допоміжної фігури” – людини, яка здатна підтримати, зрозуміти, надати кваліфіковану допомогу. Відповідність або невідповідність цій ролі прямо впливає на сприйняття професійного іміджу.

Таблиця 1.1

Підходи до змісту поняття іміджу соціального працівника

№ з/п	Підходи	Характеристика
1.	Соціально-когнітивний підхід	Імідж формується через взаємодію особистісних рис, поведінки та соціального середовища
2.	Інтеракціоністський підхід	Імідж є результатом соціальної взаємодії і змінюється залежно від контексту діяльності
3.	Символічний інтеракціонізм	Імідж розглядається як сукупність символів і значень, що сприймаються іншими у процесі спілкування
4.	Теорія рольової поведінки	Імідж соціального працівника визначається певною соціальною роллю

Джерело: складено автором на основі [6; 62; 64]

Значну увагу дослідники приділяють також іміджелогії як окремій галузі знань, яка вивчає структуру, функції, механізми створення та корекції іміджу. В межах цієї дисципліни професійний імідж розглядається як багатовимірне явище, що включає:

- когнітивний компонент (знання про фахівця);

- емоційний (емоційне ставлення до нього);
 - поведінковий (мотиви і дії, що виникають у зв'язку з цим іміджем)
- [45, с. 427-430].

Наприклад, у соціальній роботі імідж фахівця впливає на довіру клієнта, його готовність до відкритості, співпраці, а іноді навіть на результативність соціального супроводу.

Варто також згадати про теорію символічного інтеракціонізму Дж. Міда, яка стверджує, що соціальна реальність формується через спільні символи, зокрема мову, жести, професійні атрибути. Професійний імідж соціального працівника, таким чином, також є символом – для деяких він уособлює допомогу, підтримку, для інших – державну владу чи бюрократію. Завдання фахівця – формувати імідж, який максимально відповідає місії соціальної роботи: підтримка гідності особистості, соціальна справедливість, рівність можливостей [11, с. 146].

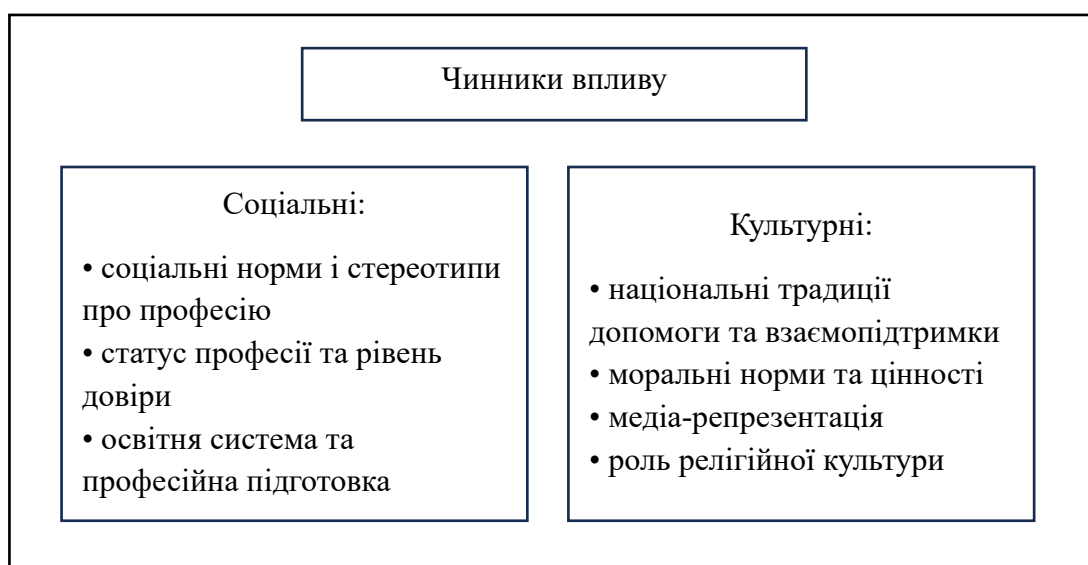


Рис. 1.1. Чинники впливу на імідж соціального працівника

Джерело: розроблено автором

Професійний імідж соціального працівника не формується у вакуумі, він тісно взаємодіє з соціальним і культурним контекстом, в якому функціонує соціальний працівник. Суспільство та культура мають суттєвий

вплив на сприйняття цієї професії, а також на характер того іміджу, який формується у свідомості громадськості, клієнтів і колег (рис. 1.1).

Соціальні фактори. У кожному суспільстві існують певні соціальні норми і стереотипи, які впливають на те, як сприймаються різні професії, у тому числі соціальна робота. У багатьох країнах роль соціальних працівників часто недооцінюється, і їх професія асоціюється із важкими соціальними умовами або низькою оплатою праці. Це може призвести до низького соціального статусу професії, що безпосередньо впливає на імідж соціальних працівників.

Наприклад, у суспільствах, де соціальні працівники активно взаємодіють із маргіналізованими верствами населення, їх професія може бути сприйнята як менш престижна. У таких випадках громадськість може асоціювати соціальних працівників з іншими, часто негативними стереотипами: наприклад, з “пожертвуваними” або “невдахами”. Така думка може значно знижувати рівень довіри до соціальних працівників та впливати на їх імідж. Проте є й протилежні приклади: у розвинених країнах, де соціальні працівники активно залучені до процесів підтримки прав людини, рівності та боротьби з соціальними несправедливостями, їх професія часто розглядається як важлива частина соціальної інфраструктури з високим рівнем довіри. В таких країнах професійний імідж соціальних працівників може бути набагато вищим, і вони можуть мати значний вплив на суспільство.

Крім того, рівень доступу до освіти та професійної підготовки соціальних працівників є ще одним важливим соціальним фактором. Чим краще сформована система професійної підготовки та підвищення кваліфікації, тим більш високий рівень довіри до професії загалом, а отже – і до кожного окремого соціального працівника. Професійна освіта дозволяє соціальним працівникам глибше розуміти потреби своїх клієнтів, а також

розвивати необхідні навички для побудови ефективних, етичних і відповідальних відносин.

Культурні фактори. Культура в свою чергу також значною мірою визначає, як суспільство ставиться до соціальних працівників. У різних культурах існують свої уявлення про роль соціальних працівників і їх місце в системі соціального забезпечення. У культурах, де традиційно більше уваги приділяється сімейним та громадам, роль соціальних працівників може бути мінімальною, а іноді навіть сприйматися як втручання у приватне життя. Наприклад, у країнах, де панує патріархальний уклад, соціальна робота може бути спрямована на мінімізацію участі держави у соціальних питаннях, а отже, соціальні працівники будуть сприйматися як сторонні.

У культурах, що заохочують солідарність та підтримку один одного, соціальні працівники можуть бути розглянуті як важливі підтримуючі фігури, яких можна поважати та цінувати. Особливо це стосується культур, де є традиція громадських організацій і волонтерства, коли соціальні працівники асоціюються з ідеями допомоги та підтримки найбільш уразливих верств населення.

Великою мірою на імідж соціального працівника впливає і релігійна культура, оскільки в релігійних традиціях часто поділяються ідеї милосердя, допомоги бідним і нужденним, що може позитивно позначатися на репутації соціальних працівників, котрі асоціюються з цими принципами. В релігійних суспільствах праця соціального працівника може бути сприйнята як служіння громаді і Богу, що підвищує його імідж у суспільстві.

Взаємодія соціальних і культурних факторів у формуванні іміджу соціальних працівників часто є складною і багатогранною. В одних країнах соціальні працівники можуть мати високий рівень довіри та поваги завдяки підтримці культурних традицій і соціальних норм, що сприяють активній ролі цих працівників у суспільстві. В інших країнах їх імідж може бути знижений через непорозуміння або навіть ворожнечу до інституту

соціального забезпечення, що має історичні корені або соціально-культурні причини [22, с. 37].

Формування професійного іміджу соціального працівника в українських умовах потребує особливої уваги. Суспільне ставлення до цієї професії досі не є однозначно позитивним, оскільки нерідко бракує чіткого розуміння функцій соціального працівника, а їхня діяльність сприймається як другорядна. У таких обставинах надзвичайно важливо не лише якісно виконувати службові обов'язки, а й активно демонструвати свій професіоналізм, залучення та готовність допомагати.

Імідж фахівця не є лише відображенням його особистих рис чи професійної поведінки – на нього впливає ціла низка зовнішніх чинників: політика держави, діяльність установ, у яких працює працівник, комунікація з клієнтами, а також роль медіа та система професійної освіти. Тому створення позитивного іміджу вимагає системного, багаторівневого підходу та узгоджених дій усіх учасників соціальної сфери.

Водночас соціальний працівник повинен враховувати соціокультурні особливості середовища, у якому він діє. Знання місцевих традицій, норм, цінностей і очікувань клієнтів дозволяє більш точно налаштовувати стиль взаємодії, що, у свою чергу, формує довіру та сприяє ефективності допомоги. Таким чином, імідж постає не лише як зовнішній образ, а як результат глибокої адаптації до соціальних реалій та професійної рефлексії [23, с. 18].

Отже, імідж соціального працівника – це динамічний ресурс, який формується під впливом як індивідуальних зусиль фахівця, так і ширшого соціального контексту. Його підтримка вимагає постійної роботи, культурної чутливості та здатності діяти відповідально у змінному соціальному середовищі.

1.2. Складові та функції професійного іміджу соціального працівника

Професійний імідж соціального працівника – це складне поняття, яке включає в себе те, як його сприймають інші: його зовнішність, поведінку, цінності, ставлення до людей, манеру спілкування та стиль роботи. Це враження, яке формується у людей про нього, і воно напряду впливає на те, як працівника сприймають клієнти, колеги, керівники та загалом суспільство.

Імідж – важлива частина професійної ідентичності. Він показує, ким є соціальний працівник, як він себе подає, наскільки впевнено і з повагою виконує свої обов'язки. Особливо сьогодні, коли Україна переживає важкі часи – війну, переселення людей, економічні труднощі – соціальна сфера потребує сильних і впевнених фахівців.

Добрий імідж допомагає зміцнити довіру до соціального працівника. Але якщо імідж негативний, це може навпаки – зіпсувати ставлення людей і знецінити роботу спеціаліста.

Імідж – це той образ, який формується у свідомості людей. Він може бути правдивим або лише очікуваним, але він усе одно сильно впливає на те, як людину сприймають інші. У випадку соціального працівника – це впливає на взаємодію з клієнтами, державними установами, ЗМІ і суспільством загалом.

Імідж соціального працівника виконує кілька важливих функцій. Він допомагає людям зрозуміти, чим займається соціальний працівник (інформаційна функція), полегшує спілкування (комунікативна), мотивує фахівця до професійного розвитку (мотиваційна) і зміцнює довіру до його професії (репутаційна) [6, с. 1-23]. В Україні ця тема особливо актуальна, бо професія ще не має повного визнання. Часто люди не розуміють, що саме робить соціальний працівник, або не цінують його роль. Тому фахівцю

важливо не лише добре виконувати свою роботу, а й показувати себе як професіонала (рис. 1.2).

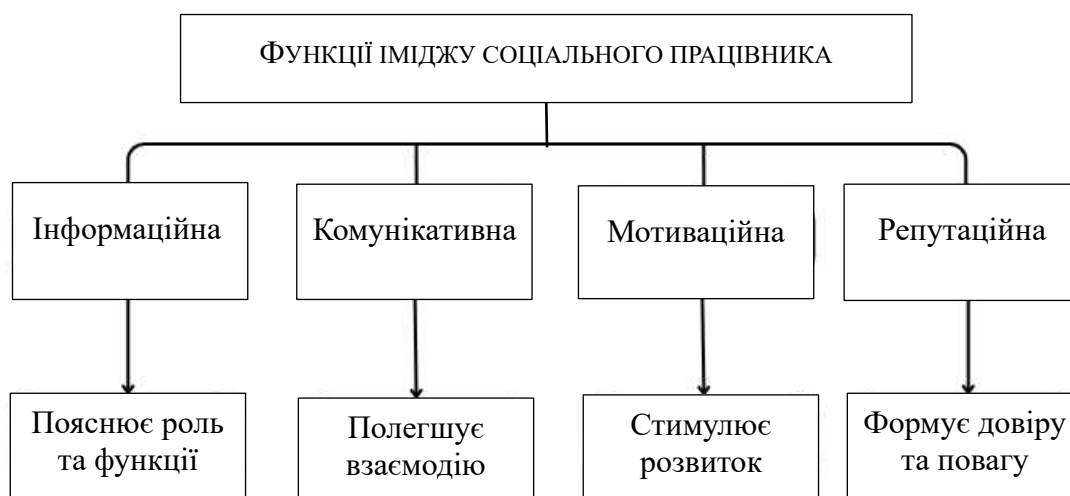


Рис. 1.2. Функції іміджу соціального працівника

Джерело: розроблено автором

Імідж формується не лише самим працівником. Важливу роль відіграють і організації, де він працює, і держава, і ЗМІ, і клієнти, і навіть університети, які готують таких спеціалістів. Тому потрібен комплексний підхід до формування іміджу – це спільна справа багатьох сторін.

Кожна складова іміджу має значення (рис. 1.3). Наприклад, зовнішній вигляд – це не просто справа смаку. У професійному середовищі це також знак поваги до себе, до клієнтів і до професії загалом. Якщо всі працівники дотримуються певного стилю – це створює відчуття порядку і професіоналізму.

Мова тіла також дуже важлива. Те, як людина стоїть, як рухається, як дивиться – все це передає багато інформації. Психологи кажуть, що більша частина комунікації відбувається саме через невербальні сигнали. Тому впевнена постава, посмішка, відкритий погляд – це те, що допомагає клієнтам почуватися комфортно. А от закриті пози, нервові жести можуть викликати недовіру.

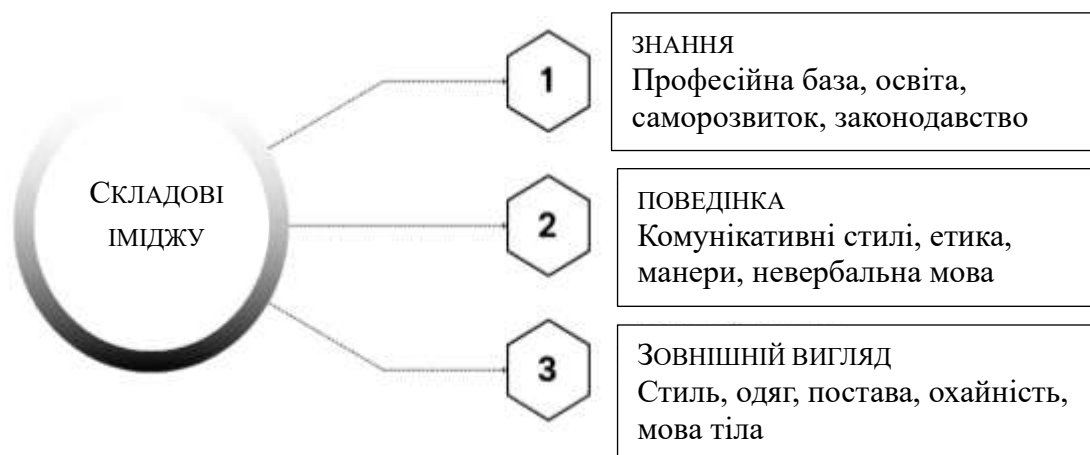


Рис. 1.3. Складові професійного іміджу соціального працівника

Джерело: розроблено автором

Ще одна важлива якість – це вміння адаптуватися до різних ситуацій. Соціальний працівник має вміти спілкуватися і офіційно, і більш емоційно, підтримуючи клієнта.

Це говорить про високий рівень емоційного інтелекту, який сьогодні вважається однією з головних навичок у цій професії.

У сучасному світі професійна діяльність соціального працівника тісно пов'язана з формуванням і підтримкою позитивного іміджу. Це важливо не тільки через вимоги до якості соціальних послуг, а й через загальну тенденцію до зростання значення комунікації, публічного сприйняття і довіри у взаємодії між людьми. Імідж соціального працівника є важливою складовою ефективності соціальної роботи як процесу допомоги, підтримки та соціального супроводу.

Насамперед варто зазначити, що ефективність роботи соціального працівника залежить не лише від його професійних навичок, а й від того, наскільки клієнт йому довіряє, чи відчуває він безпеку в спілкуванні і готовий відкритись. Імідж фахівця – це його вигляд, манера поведінки та спосіб взаємодії з людьми.

Саме ці аспекти можуть стати вирішальними для налагодження конструктивного контакту з клієнтом. Іноді навіть високий рівень кваліфікації не допомагає, якщо працівник не справляє гарного враження на клієнта.

Зовнішній вигляд соціального працівника впливає на перше враження, яке клієнт формує. Це може як допомогти, так і завадити створенню довірчих стосунків. Дослідження показують, що навіть такі деталі, як стиль одягу, охайність та постава, грають роль у сприйнятті професіоналізму і впевненості. Якщо працівник виглядає охайно, зацікавлено ставиться до своєї роботи, має впевнений голос, це сприяє створенню бажання взаємодіяти. Не менш важливою є комунікація – культура мовлення, вміння слухати, чіткість в поясненнях, використання доступної, але не спрощеної мови – все це формує позитивне сприйняття як компетентного фахівця [57, с. 79].

Ефективне спілкування допомагає не тільки зібрати необхідну інформацію, але й створити атмосферу підтримки і розуміння, що особливо важливо для клієнтів, які можуть переживати складні життєві ситуації. Імідж працівника, який викликає довіру, доброзичливість та повагу, знижує тривожність клієнта і допомагає йому відкритися. Це має великий вплив на процес консультування і на мотивацію до подальшої співпраці.

Імідж важливий і в межах колективу. Соціальний працівник, який має позитивну репутацію серед колег, зазвичай користується більшою повагою, легше адаптується до змін і отримує підтримку від інших. Це створює сприятливу атмосферу для міждисциплінарної взаємодії і командної роботи, що важливо для вирішення складних випадків. Внутрішній імідж також впливає на кар'єрний розвиток і можливості для участі в інноваційних проєктах [30, с. 46].

Зовнішній вигляд працівника має прямий зв'язок з репутацією установи, в якій він працює. Клієнти, які мають позитивний досвід взаємодії

з соціальними працівниками, формують загальне сприятливе уявлення про якість послуг цієї організації. Працівник з сильним іміджем стає «обличчям» установи, що підвищує її авторитет.

Оцінка ефективності соціальної роботи також включає в себе суб'єктивні критерії, серед яких важливу роль відіграє ставлення клієнта до фахівця. Якщо клієнт бачить у працівникові не просто службовця, а чуйного, компетентного і відповідального спеціаліста, це є ознакою успішної співпраці.

Імідж у соціальній роботі – це не лише зовнішній елемент, але і внутрішній процес, який впливає на глибокі взаємодії, пов'язані з довірою, мотивацією і готовністю прийняти допомогу.

Окремо слід згадати важливість іміджу в роботі з вразливими групами: людьми з інвалідністю, літніми особами, бездомними, учасниками бойових дій, внутрішньо переміщеними особами.

Тут соціальний працівник має не лише надавати підтримку, але й бути етичною, надійною і неупередженою особою, яка здатна прийняти кожную людину такою, якою вона є.

Процес взаємодії соціального працівника з клієнтом неможливо розглядати поза межами психології сприйняття.

Від першого враження до тривалого співробітництва – кожен етап формування думки клієнта про фахівця ґрунтується на певних психологічних механізмах, що безпосередньо впливають на ефективність соціальної роботи. Розуміння цих механізмів дозволяє працівникові цілеспрямовано формувати власний професійний імідж та уникати помилок у спілкуванні.

Один із ключових психологічних механізмів – ефект першого враження. Під час першої зустрічі клієнт на підсвідомому рівні оцінює зовнішній вигляд, манеру мовлення, міміку, жести, тон голосу, навіть запах. Ці елементи формують уявлення про професіоналізм, відкритість і

надійність соціального працівника. Вже за кілька секунд клієнт може вирішити, чи готовий він ділитися особистою інформацією, довіряти поради або звернутися повторно. Негативне перше враження надзвичайно складно змінити, тому для соціального працівника надзвичайно важливо бути уважним до деталей зовнішнього іміджу й невербальної комунікації.

Наступний механізм – стереотипізація, або формування оцінки на основі упереджених уявлень. Часто клієнти сприймають соціальних працівників через призму масових уявлень, які можуть бути як позитивними, так і негативними. Наприклад, у суспільстві може існувати уявлення, що соціальні працівники – це байдужі чиновники з низькою мотивацією. Завдання фахівця – руйнувати ці стереотипи через особисту поведінку, демонстрацію щирої залученості, професіоналізму й турботи. Таким чином, індивідуальний імідж може позитивно впливати на загальне сприйняття професії [63, с. 170].

Іншим важливим фактором є ефект гало, тобто перенесення загального враження від однієї риси на загальну оцінку людини. Наприклад, якщо соціальний працівник виявляє чуйність і ввічливість, клієнт може автоматично вважати його висококваліфікованим і досвідченим, навіть не маючи об'єктивних доказів. Цей механізм є як ресурсом, так і викликом: достатньо однієї помилки – і негативне враження пошириться на весь образ працівника.

Соціальна перцепція – ще один важливий психологічний аспект. Вона передбачає не лише сприйняття людини іншою людиною, а й інтерпретацію її намірів, емоцій, ролі в комунікації.

Соціальний працівник повинен вміти адаптувати свій стиль спілкування до індивідуальних особливостей клієнта: віку, емоційного стану, освітнього рівня, соціального статусу. Емпатійна реакція, активне слухання, підтримка невербального контакту сприяють створенню відчуття безпеки та розуміння, що суттєво впливає на сприйняття іміджу фахівця. Не

менш значущим є механізм ідентифікації – психологічного ототожнення клієнта з працівником або навпаки. У процесі спілкування клієнт може шукати схожість у досвіді, поглядах, навіть у зовнішності. Якщо він відчуває, що соціальний працівник «розуміє його з півслова», то значно легше встановлюється контакт, зростає рівень довіри. У цьому контексті вміння проявляти людяність, відкритість, щирість – це не просто риса характеру, а важлива частина іміджу. Ще одним фактором впливу є ефект очікування. Клієнти, які звертаються за соціальною допомогою, часто мають завищені або спотворені очікування. Якщо працівник не відповідає цим очікуванням – наприклад, не дає миттєвого результату чи не «вирішує всі проблеми», – може виникнути розчарування. Соціальний працівник має не лише формувати реалістичні очікування, а й вміти їх керувати: пояснювати обмеження, роз'яснювати етапи допомоги, підтримувати клієнта емоційно. Це дозволяє уникати конфліктів і підтримувати позитивний імідж, заснований на чесності й професійності.

Також слід звернути увагу на роль невербального спілкування. Часто саме мова тіла – поза, міміка, жести – передає більше інформації, ніж слова. Невпевненість, напруженість, відсутність зорового контакту можуть трактуватися клієнтом як байдужість або некомпетентність. Навпаки, відкрита постава, доброзичливий погляд, уважне слухання створюють враження щирої зацікавленості, що позитивно впливає на формування іміджу.

Психологічна безпека клієнта також є визначальним чинником. Якщо людина почувається вразливою, осудженою або незрозумілою – вона закривається, припиняє співпрацю, і жоден імідж не врятує ситуацію. Завдання соціального працівника – створити середовище підтримки, прийняття, поваги. Це передбачає не лише вміння «бути поруч», але й здатність не нав'язувати власні цінності, зберігати професійну дистанцію, не допускати тиску.

У цілому, професійний імідж соціального працівника формується в умах клієнтів не лише на основі фактів, а насамперед – через психологічну взаємодію. Саме тому соціальному працівнику важливо володіти знаннями з психології особистості, емоційного інтелекту, комунікативної психології. Це дозволяє не лише налагодити ефективну співпрацю, а й впливати на суспільне сприйняття професії в цілому.

Узагальнюючи, варто підкреслити, що формування позитивного іміджу соціального працівника – це не справа випадку, а результат цілеспрямованих зусиль. Це процес, що включає в себе особистісне зростання, постійне самовдосконалення, дотримання етичних стандартів і щире прагнення бути корисним іншим. Такий імідж формується не одразу, а через щоденну практику, в якій відображаються як професійні компетенції, так і моральні якості фахівця.

Якісний імідж охоплює всі рівні діяльності соціального працівника – від першого враження під час особистої взаємодії з клієнтом до репутації в колективі та суспільстві загалом. Це не поверхневий образ, а відображення глибокої внутрішньої позиції та відповідального ставлення до професії. Ефективність соціальної роботи значною мірою залежить від того, наскільки фахівець здатен сформувати довірливу атмосферу, бути зрозумілим, уважним і стабільним у своїх діях.

Крім того, знання психологічних закономірностей сприйняття дозволяє працівникові краще взаємодіяти з клієнтами, враховуючи їхні очікування, емоції та поведінкові реакції. Це підвищує рівень довіри та ефективності підтримки, сприяє зменшенню напруги у спілкуванні, а також формує позитивне ставлення до соціальної служби в цілому. Таким чином, імідж стає інструментом, що не тільки відображає професіоналізм, але й активно впливає на якість соціальної допомоги та суспільну оцінку цієї діяльності.

1.3. Роль етики у формуванні професійного іміджу соціального працівника

Професійна етика є фундаментальною складовою діяльності соціального працівника, оскільки саме вона визначає межі допустимої поведінки, регулює стосунки між працівником і клієнтом, задає моральні орієнтири у процесі надання допомоги. У соціальній роботі, яка за своєю природою має справу з людськими долями, вразливістю, болем та надією, дотримання етичних норм стає не просто вимогою професії, а запорукою формування довіри, поваги та, врешті-решт, позитивного іміджу соціального працівника.

Позитивний імідж не зводиться лише до зовнішніх проявів – він має глибокі внутрішні підвалини, однією з яких є етична поведінка. Клієнт, стикаючись із соціальним працівником, очікує не просто допомоги у вирішенні проблеми, а й справедливого, доброзичливого, конфіденційного ставлення. Саме етичні принципи – гуманізм, повага до людської гідності, недискримінація, об'єктивність, відповідальність – формують основу для взаєморозуміння та прийняття. Якщо працівник послідовно дотримується таких норм, його імідж у свідомості клієнтів формується як образ гідного, чесного, надійного фахівця.

Особливо важливо підкреслити, що етика соціальної роботи – це не абстрактне поняття, а практичний інструмент вирішення складних моральних ситуацій. Соціальний працівник часто потрапляє в ситуації етичного вибору: наприклад, між збереженням конфіденційності та потребою попередити загрозу життю клієнта чи інших осіб. Уміння діяти у межах етичного поля, керуючись кодексом професійної етики та загальнолюдськими цінностями, сприяє зміцненню позитивної репутації як серед клієнтів, так і серед колег, керівництва та суспільства загалом. Крім

того, варто наголосити, що етична поведінка соціального працівника прямо впливає на рівень довіри до соціальних інституцій.

Якщо фахівець допускає порушення етичних норм, навіть одноразово – наприклад, проявляє зневажливе ставлення до клієнта або розголошує особисту інформацію – це здатне не лише зруйнувати його особистий імідж, а й підірвати довіру до всієї установи, у якій він працює. Навпаки, соціальні працівники, які діють чесно, відповідально та з повагою до особистості, стають втіленням ідеї соціальної справедливості, формуючи позитивне сприйняття професії в очах громадськості.

Важливим елементом професійної етики є емпатія – здатність розуміти та відчувати емоційний стан іншої людини. Соціальний працівник, який дійсно переймається проблемами своїх клієнтів, не формально, а щиро намагається допомогти, справляє враження не лише фахівця, а й людини, якій можна довіряти.

Такий підхід формує імідж не чиновника, а союзника, партнера, наставника. Емпатія, поєднана з професіоналізмом і етикою, створює потужне поєднання, що забезпечує високий рівень ефективності і соціального визнання. Також не можна не згадати про важливість етичного самоконтролю і рефлексії. Соціальний працівник повинен мати здатність оцінювати власні вчинки, аналізувати рішення, виявляти можливі порушення етичних норм і бути готовим до самовдосконалення.

Уміння визнати помилку, відкрите ставлення до критики, готовність до навчання – все це є ознаками високої професійної культури та відповідальності, що в свою чергу позитивно впливає на формування довіри і підтримку іміджу фахівця. Ще одним важливим аспектом є етика у професійній комунікації. Уміння поводитися коректно у різних ситуаціях, з повагою ставитися до клієнтів незалежно від їхнього соціального статусу, поглядів чи способу життя – це базові вимоги до соціального працівника.

Зневага, упереджене ставлення або нав'язування власної думки можуть не лише зашкодити конкретному клієнту, а й зруйнувати професійний імідж.

У сучасному світі, де інформація швидко поширюється, кожен прояв непрофесійної чи неетичної поведінки може стати публічним і нанести репутаційні втрати як окремому працівникові, так і всій професії.

Етичні норми також регулюють взаємини між соціальними працівниками всередині професійного середовища. Взаємна повага, підтримка, обмін досвідом, недопущення професійної конкуренції, що шкодить якості послуг – це чинники, які не лише сприяють професійному розвитку, а й підсилюють імідж соціального працівника як відповідального члена команди. Організаційна культура, заснована на етичних принципах, підвищує загальний рівень довіри до установи і сприяє професійній згуртованості.

У системі соціальної роботи в Україні також діє Етичний кодекс соціального працівника, який містить узагальнені норми і принципи поведінки фахівців (табл. 1.3). Дотримання цього документа не є формальністю, а слугує орієнтиром у щоденній професійній практиці. Клієнти, які бачать, що працівник керується чіткими моральними засадами, частіше схильні до співпраці, демонструють відкритість та вдячність. Це, своєю чергою, сприяє зміцненню позитивного іміджу як окремого фахівця, так і професійного середовища загалом [56, с. 16-22].

Таблиця 1.3.

Основні етичні принципи професійної діяльності соціального працівника

№ з/п	Етичні принципи	Вплив на імідж
1	2	3
1.	Конфіденційність	Клієнти почуваються у безпеці, готові відкриватися
2.	Поважність і толерантність	Створюється враження людяного та справедливого фахівця
3.	Відповідальність	Підсилюється репутація професіонала, здатного тримати слово

Продовження табл. 1.3

1	2	3
4.	Справедливість	Підкреслює неупередженість і рівне ставлення до всіх клієнтів
5.	Професійна компетентність	Зміцнює довіру до фахівця як до надійного та ефективного помічника у складних ситуаціях
6.	Гуманність	Підсилює образ працівника як доброзичливого та співчутливого
7.	Прозорість у діях	Знижує рівень недовіри, формує враження чесності й відкритості

Джерело: складено автором

Довіра – один із фундаментальних елементів соціальної взаємодії, особливо у сфері соціальної роботи, де клієнт часто опиняється в уразливому становищі. Без довіри неможливо забезпечити відкритість у спілкуванні, побудувати ефективне партнерство чи досягти сталих змін у житті клієнта.

Саме тому питання взаємозв'язку між професійним іміджем соціального працівника та рівнем довіри до нього є надзвичайно важливим і потребує глибокого аналізу.

Професійна етика, зокрема дотримання принципів конфіденційності, добровільності допомоги, поваги до автономії клієнта, є ключовою для підтримання довіри в довготривалій перспективі. Навіть найкраще сформований імідж руйнується, якщо клієнт відчуває, що його приватність порушується, рішення знецінюються, або він стає об'єктом маніпуляцій. Тому важливою умовою є внутрішня відповідність зовнішнього іміджу справжнім цінностям та принципам діяльності соціального працівника. Імідж як соціальна конвенція також залежить від загального уявлення про професію. Якщо у суспільстві сформувався образ соціального працівника як некомпетентного або малоефективного фахівця, це безпосередньо впливає на базовий рівень довіри клієнтів.

У такому випадку навіть професіонал з бездоганим індивідуальним іміджем може стикатися з упередженим ставленням. Вихід із цієї ситуації полягає в активному формуванні колективного іміджу соціальної роботи через медіа, освіту, соціальні кампанії та особистий приклад.

Емоційна стабільність і психологічна зрілість соціального працівника також відіграють роль у формуванні довіри. Якщо фахівець уникає конфліктів, уміє керувати своїми емоціями, відкрито визнає помилки, не боїться сказати «не знаю, з'ясую» – це лише підсилює імідж чесної та зрілої особистості. Такий підхід дозволяє клієнту відчувати себе в безпечному емоційному просторі, де його потреби враховуються, а не знецінюються.

Також варто зазначити, що довіра – це не лише суб'єктивне враження клієнта, а й результат об'єктивної поведінки працівника. Своєчасність надання послуг, відповідальність, послідовність дій, результативність – усе це підкріплює позитивний імідж і формує високий рівень довіри.

У цьому контексті соціальний працівник виступає не лише як помічник, а як партнер, який здатен нести відповідальність і виконувати обіцянки.

Особливої уваги заслуговує феномен відновлення довіри. У разі помилок або непорозумінь соціальний працівник може втратити довіру, навіть якщо його імідж до цього був бездоганим. У таких випадках важливою є здатність визнавати помилки, вибачатися, пояснювати причини і показувати готовність до змін. Це не лише дозволяє відновити довіру, а й зміцнює її – клієнт бачить, що перед ним людина з високими моральними стандартами.

Професійна етика виступає наріжним каменем у побудові довірливих стосунків між соціальним працівником і тими, кому він надає допомогу. Вона визначає не лише стиль спілкування з клієнтами, а й рівень взаємоповаги в колективі, а також загальну репутацію фахівця у суспільстві.

У непростих умовах сьогодення, коли соціальна сфера стикається з численними викликами, саме етичні засади слугують орієнтиром для

збереження професійної гідності, стабільності та довіри. У цьому контексті імідж набуває значення не просто зовнішнього враження, а інструменту комунікації, що забезпечує ефективну взаємодію з різними учасниками соціального процесу. Образ фахівця, заснований на чесності, відкритості та послідовності, є фундаментом для формування довіри – найціннішого ресурсу у сфері соціальної роботи.

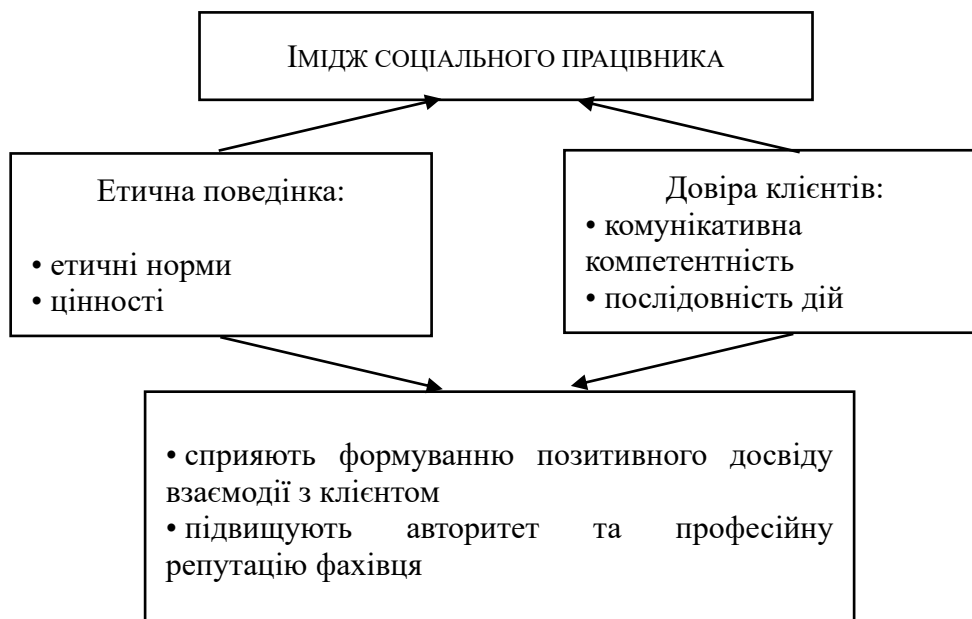


Рис. 1.4. Роль етики та довіри у формуванні іміджу соціального працівника

Джерело: розроблено автором на основі [56]

Зрештою, не можна досягти справжнього впливу, якщо зовнішній вигляд суперечить внутрішнім переконанням. Саме узгодженість між тим, ким є фахівець насправді, і тим, яким його бачать інші, створює довготривалий позитивний ефект. У такому поєднанні імідж стає не лише проявом професіоналізму, а й доказом зрілості, відповідальності та щирого ставлення до людей.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи було здійснено теоретичне осмислення феномена професійного іміджу соціального працівника. Проаналізовано його сутність, структурні елементи, чинники формування, а також значення для ефективної професійної діяльності у сфері соціальної роботи. З'ясовано, що імідж соціального працівника є багатовимірним явищем, яке включає в себе зовнішні та внутрішні характеристики, поведінкові прояви, ціннісні орієнтири, етичні норми та рівень професійної компетентності.

Формування позитивного іміджу соціального працівника є важливою умовою досягнення довіри з боку клієнтів, підвищення ефективності надання соціальних послуг, а також підкріплення авторитету та престижу соціальної професії в суспільстві. Визначено, що професійний імідж не є сталим утворенням – він динамічно змінюється відповідно до суспільних очікувань, професійного досвіду та комунікативної поведінки працівника.

Особливе значення у формуванні позитивного іміджу має дотримання професійної етики. Етичні принципи, закріплені в етичних кодексах та професійних стандартах, виконують роль морального орієнтира у щоденній діяльності соціального працівника. Прозорість, доброчесність, повага до гідності особистості та конфіденційність виступають ключовими засадами у побудові довіри та партнерських відносин з клієнтами.

Доведено, що професійний імідж соціального працівника є комплексною характеристикою, що поєднує професіоналізм, етичну відповідальність і соціальну чутливість. Його формування та підтримка є стратегічно важливими не лише для індивідуального успіху фахівця, а й для підвищення якості соціальної роботи загалом.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІМІДЖ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА В УКРАЇНІ

2.1. Освіта та професійна підготовка як основи формування іміджу соціального працівника

Формування професійного іміджу соціального працівника нерозривно пов'язане з його освітнім шляхом та професійною підготовкою. Освіта – це не лише джерело знань, а й система, яка формує цінності, поведінкові моделі, комунікативні навички та загальну професійну культуру майбутнього фахівця. Саме через систему підготовки соціальний працівник поступово засвоює не лише теоретичні основи своєї діяльності, а й починає розуміти, як його особистість сприйматиметься суспільством і клієнтами [58, с. 376]

Під час проходження практики у Житомирському обласному центрі по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат визначено, що рівень освіти та професійної підготовки працівників безпосередньо впливає на їхній імідж. Працівники Центру демонструють належну фахову підготовку, володіють знаннями в галузі законодавства та комунікації, що сприяє формуванню позитивного уявлення про них з боку клієнтів. Під час виконання посадових обов'язків особлива увага приділяється дотриманню норм професійної етики, культури спілкування та зовнішнього вигляду, що посилює довіру з боку відвідувачів та створює відчуття впевненості у професіоналізмі персоналу. Також у цій установі надається велике значення підвищенню кваліфікації та безперервному навчанню, що, на мою думку, є важливим чинником професійного зростання та зміцнення авторитету соціального працівника.

Одним із ключових елементів професійної підготовки є формування компетентностей. Освітні програми з соціального забезпечення нині орієнтовані на розвиток інтегрованих навичок: критичного мислення, вміння вирішувати складні соціальні ситуації, навичок міжособистісного спілкування, толерантності та емоційного інтелекту. Всі ці риси безпосередньо впливають на імідж працівника – як зовнішній (те, що бачить клієнт), так і внутрішній (професійна ідентичність, впевненість у собі, етичні переконання) [1]. На практиці в Житомирському обласному центрі по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат визначено, що такі навички дозволяють фахівцям не лише ефективно вирішувати поточні робочі завдання, а й будувати результативну комунікацію з відвідувачами, включно з людьми, що перебувають у складних життєвих ситуаціях.

Також важливо, що підготовка соціального працівника має міждисциплінарний характер. У навчальних планах поєднуються знання з соціології, психології, права, педагогіки, економіки та медичних наук. Такий підхід не лише розширює кругозір фахівця, а й дозволяє йому бути гнучким у взаємодії з різними категоріями населення. Водночас, глибоке розуміння багатьох сфер формує у клієнта враження, що перед ним – освічений, відповідальний, професійний спеціаліст, якому можна довіряти. Таким чином, імідж формується як результат поєднання знань і практичного досвіду. [27, с. 66–71]. В операційному відділі у Житомирському обласному центрі по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат щомісячно кожен працівник обробляє сотні особових справ різних категорій громадян, що вимагає високого рівня володіння законодавством, навичками аналітичної обробки інформації та делікатного ставлення до персональних даних.

Варто зазначити, що позитивний імідж починає формуватися ще на етапі навчання. В університетському середовищі закладається не лише професійна база, але й стиль поведінки, ставлення до людей, уміння працювати в команді.

Якщо студент бачить гідний приклад у викладачах, бере участь у соціальних проєктах, волонтерських ініціативах, взаємодіє з різними групами населення – він не лише здобуває знання, а й поступово вибудовує своє уявлення про професійний образ соціального працівника.

Певною мірою професійна підготовка – це своєрідна «репетиція» перед реальним виходом у соціальне поле. У ході практики, навчальних тренінгів, рольових ігор студенти починають відчувати специфіку майбутньої діяльності, зіткнення з етичними дилемами, навчання вирішенню конфліктних ситуацій. Ці елементи навчання критично важливі, оскільки саме вони закладають основу того, як майбутній соціальний працівник буде діяти у реальному житті, як він буде сприйматися оточенням, і як його образ впливатиме на довіру клієнтів. [66, с. 43–49].

Так, практичні аспекти формування та реалізації професійного іміджу працівників у сфері соціального забезпечення були досліджені на прикладі Житомирського обласного центру по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат, де визначено, що працівники вирішували спірні ситуації з клієнтами з дотриманням стандартів професійної етики, конфіденційності та доброзичливості.

Також значення має постійне підвищення кваліфікації. Сучасний соціальний працівник не може дозволити собі залишатися лише з базовими знаннями, отриманими в університеті. Світ змінюється, з'являються нові соціальні виклики, проблеми, підходи. У Центрі реалізується підхід до постійного вдосконалення праці працівників через впровадження оновленого програмного забезпечення, опрацювання нових постанов Кабінету Міністрів України, зокрема щодо порядку використання бюджетних коштів та змін у процедурі виплат. Це вимагає від працівників швидкої адаптації, а отже – високого рівня професійної зрілості.

Тому курси підвищення кваліфікації, тренінги, участь у конференціях та обмінах – усе це не тільки підвищує професіоналізм, а й зміцнює імідж працівника як сучасного, відкритого до змін і розвитку фахівця.

Освіта також формує здатність до саморефлексії. Людина, яка вміє критично оцінювати свої дії, розуміє етичні межі своєї діяльності, визнає помилки – виглядає в очах інших більш відповідальною, надійною і професійною. Саме такі риси особистості формуються в процесі якісної освіти й цінуються в професійному середовищі. У процесі практики я мав змогу переконатися, що працівники Центру вміють не лише механічно виконувати інструкції, а й мислити критично, знаходити нестандартні рішення у складних кейсах – наприклад, при обробці заяв з переплатами або втратами документів, коли було необхідно проявити ініціативу та уважність до деталей.

Професійний імідж соціального працівника неможливо уявити без розвитку його компетенцій і навичок. У сучасних умовах швидких змін у суспільстві, зокрема в соціальній сфері, постійне вдосконалення знань і вмінь соціальних працівників є важливою складовою їхнього професійного іміджу. Чим вищий рівень кваліфікації, тим більше довіри до соціальних працівників з боку громадськості, колег та організацій, де вони працюють [38, с. 17–23.]

Таблиця 2.1

Основні елементи професійного іміджу соціального працівника (за даними опитування отримувачів соціальних послуг)

№ п/п	Елементи іміджу	Опис	Оцінка (за сприйняттям отримувачів послуг)
1	2	3	4
1.	Поведінка на роботі та комунікація	Ввічливість, емпатія, коректне ставлення до клієнтів	Високо оцінюється
2.	Конфіденційність	Збереження особистих даних, дотримання етичних норм	Є зауваження щодо неповного дотримання

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4
3.	Соціальна справедливість	Рівне ставлення до всіх	Частково реалізується, залежно від ситуації
4.	Професійна компетентність	Знання законодавства, вміння вирішувати проблеми	Переважно позитивно, залежно від досвіду
5.	Відповідальність	Виконання обіцянок, дотримання строків	Переважно високо, є випадки недовіри
6.	Зовнішній вигляд	Діловий стиль, охайність, відповідність етикету	Часто критикується як неакуратний або буденний
7.	Пунктуальність	Вчасний прийом, дотримання графіків	Відносно позитивний, бувають затримки
8.	Доступність комунікації	Готовність пояснювати доступною мовою	Переважно позитивно, але є складні випадки
9.	Вміння слухати	Активне слухання, небайдужість	Високо оцінюється, викликає повагу
10.	Стиль мови	Ясність, професійність без канцеляризмів	Важливий елемент – впливає на комфорт спілкування

Джерело: складено автором на основі [66, с. 43–49;]

1. Розвиток ключових компетенцій

Одним із основних аспектів розвитку професійного іміджу соціального працівника є вдосконалення ключових компетенцій, таких як комунікація, емпатія, етичні стандарти та аналітичне мислення.

Комунікаційні навички дозволяють соціальним працівникам ефективно взаємодіяти з клієнтами, колегами та іншими професіоналами, забезпечуючи таким чином високий рівень довіри до їхніх дій. Комунікація включає як усне, так і письмове спілкування, а також здатність слухати та виявляти співчуття до проблем клієнтів.

Емпатія є важливою складовою, оскільки соціальні працівники часто працюють з людьми, які переживають важкі життєві ситуації, і здатність поставити себе на місце іншої людини дозволяє знаходити найбільш ефективні шляхи допомоги.

Етичні стандарти є невід'ємною частиною професійної діяльності соціального працівника. Вони визначають межі поведінки, стандарти конфіденційності, ставлення до клієнтів та їхніх прав. Володіння цими стандартами дозволяє соціальному працівникові зберігати свою професійну репутацію і здобувати довіру у суспільстві.

Аналітичне мислення допомагає соціальним працівникам оцінювати ситуацію, розуміти її складність і приймати рішення на основі збору та аналізу інформації, що є основою для ефективного вирішення проблем клієнтів.

2. Професійне навчання та сертифікація

Ще одним важливим елементом, що впливає на професійний імідж соціального працівника, є безперервне навчання та здобуття сертифікатів і кваліфікацій. Програми підвищення кваліфікації, спеціалізовані курси та сертифікаційні програми дозволяють соціальним працівникам постійно підтримувати свою кваліфікацію на актуальному рівні. Це дає змогу не лише підвищувати професіоналізм, але й створює позитивний імідж як у колег, так і в клієнтів.

Важливість професійного навчання полягає не тільки в удосконаленні навичок, а й у зміні уявлення про професію в цілому. Чим більше соціальних працівників проходять курси підвищення кваліфікації або отримують додаткову освіту в спеціалізованих областях, тим більше висока оцінка цієї професії в суспільстві.

3. Розвиток міждисциплінарних навичок

Одним із найбільш важливих аспектів підвищення професійного іміджу є здатність соціальних працівників до міждисциплінарної співпраці. У сучасному світі соціальна робота все більше вимагає від фахівців не лише знань у сфері соціального забезпечення, але й умінь взаємодіяти з іншими професіоналами: психологами, юристами, медичними працівниками, педагогами та іншими. Розвиток таких міждисциплінарних навичок

дозволяє соціальним працівникам отримувати цілісну картину потреб клієнтів і більш ефективно їх підтримувати.

4. Супервізія та зворотний зв'язок

Процес супервізії та зворотного зв'язку є важливою складовою розвитку професіоналізму соціального працівника. Супервізія надає можливість отримувати підтримку і рекомендації від більш досвідчених колег або керівників, що дозволяє покращити якість роботи та уникнути помилок у майбутньому. Зворотний зв'язок дозволяє соціальним працівникам коригувати свою поведінку та вдосконалювати навички взаємодії з клієнтами.

5. Психологічна стійкість та управління стресом

Соціальні працівники часто стикаються з важкими ситуаціями, що можуть бути емоційно виснажливими. Уміння керувати стресом і зберігати психологічну стійкість є важливою навичкою для збереження професійного іміджу. Підвищення психологічної стійкості через тренінги або психологічні консультації допомагає соціальним працівникам зберігати емоційну рівновагу і виконувати свої обов'язки на високому рівні.

6. Розвиток лідерських навичок

Лідерські навички у соціальних працівників дозволяють їм не тільки ефективно керувати проектами та командами, але й створювати позитивний імідж своєї професії. Лідери можуть впливати на колег, мотивувати їх до кращих результатів і забезпечувати високий рівень довіри серед клієнтів. Лідерські навички передбачають вміння управляти груповими процесами, встановлювати стратегічні цілі та досягати їх через ефективну командну роботу.

Для подальшого підвищення професійного іміджу соціального працівника важливим аспектом є також його здатність працювати в умовах високої соціальної відповідальності. Спостереження за змінами в соціальній політиці, увага до потреб вразливих груп населення і розуміння важливості

соціальної справедливості дозволяють соціальним працівникам бути не лише фахівцями в своїй галузі, а й активними учасниками соціальних змін.

Важливим є також розвиток комунікативних навичок. Ефективна комунікація зі стейкхолдерами, в тому числі з клієнтами, іншими соціальними працівниками, органами влади та представниками громадських організацій, здатна створити атмосферу довіри, яка є ключовою для успішної роботи. Вміння слухати, розуміти потреби іншої людини та надавати підтримку дозволяють соціальному працівникові не лише вирішувати проблеми своїх клієнтів, а й заробляти позитивну репутацію в суспільстві.

Невід'ємною частиною підвищення професійного іміджу є також постійне вдосконалення професійних навичок через участь у навчальних програмах, тренінгах і семінарах. Це дозволяє соціальним працівникам бути в курсі новітніх методів і практик у сфері соціального забезпечення. Постійний професійний розвиток сприяє збереженню високих стандартів роботи і допомагає відповідати на виклики часу.

Програми професійної сертифікації, участь в наукових конференціях, а також відвідування спеціалізованих курсів сприяють постійному вдосконаленню і дозволяють соціальним працівникам не тільки залишатися конкурентоспроможними на ринку праці, але й підвищувати авторитет професії в цілому.

Не можна забувати і про важливість етики та моралі в професії соціального працівника. Високий рівень етичних стандартів, здатність до самоконтролю, неупередженість та справедливість у прийнятті рішень є необхідними складовими професійного іміджу. Соціальний працівник, який дотримується цих принципів, здатний створювати позитивне враження як серед клієнтів, так і серед колег, а також бути надійною опорою для тих, хто потребує підтримки.

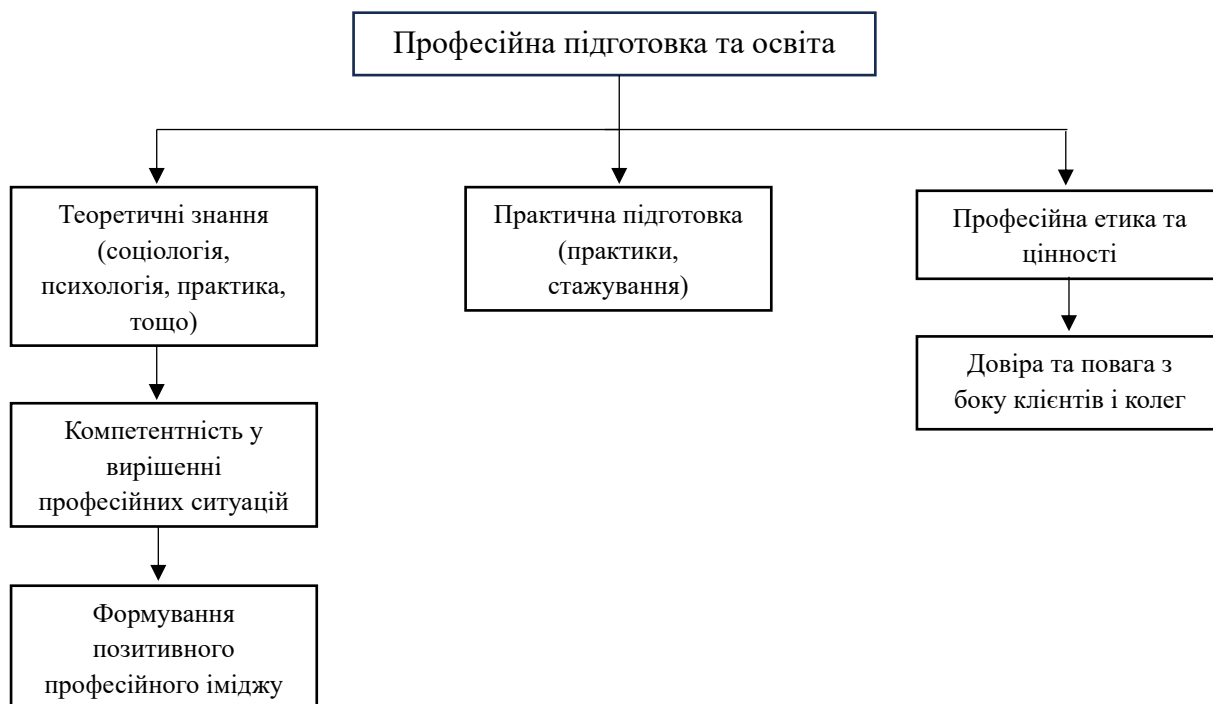


Рис. 2.1. Вплив професійної підготовки та освіти на імідж соціального працівника.

Джерело: складено автором

Професійний імідж соціального працівника також значною мірою залежить від того, як він здатний організовувати свою роботу в умовах обмежених ресурсів. Це включає не тільки ефективне управління часом та ресурсами, але й здатність до креативного пошуку рішень у складних ситуаціях. Саме через таку здатність до адаптації і ресурсний менеджмент соціальний працівник здатний надавати високоякісні послуги в умовах, коли ресурси обмежені, і суспільні потреби значно зростають.

Важливою складовою підвищення професійного іміджу є також активна взаємодія з громадськістю. Вміння популяризувати соціальну роботу, проводити інформаційні кампанії, створювати обізнаність про важливість соціальних послуг та ролі соціальних працівників в суспільстві може значно покращити сприйняття цієї професії. Інформаційні кампанії

можуть проводитися через різні канали комунікації, включаючи соціальні мережі, пресу, телебачення та інші медіа.

Активна медійна присутність дозволяє привернути увагу до проблем соціального забезпечення, тим самим сприяючи підвищенню статусу соціальних працівників у суспільстві.

Зрештою, підвищення професійного іміджу соціального працівника є довготривалим процесом, який потребує постійного самовдосконалення, підтримки професійних стандартів і взаємодії з різними інститутами та громадськістю. Це дозволяє не лише покращити сприйняття соціальної роботи як важливої складової суспільної діяльності, але й допомогти соціальним працівникам досягти високих стандартів якості послуг, що надаються, а отже, зміцнити довіру до цієї професії та підвищити її значення в сучасному суспільстві.

Таким чином, професійна підготовка і освіта є наріжним каменем у формуванні іміджу соціального працівника. Вони впливають не лише на знання і навички, а й на глибші рівні особистості: світогляд, етику, самоповагу. Без якісної підготовки важко очікувати, що фахівець матиме стійкий позитивний імідж, здатний викликати довіру та повагу в суспільстві.

2.2. Аналіз впливу на професійний імідж взаємодії соціального працівника з медіа та суспільством

У сучасному суспільстві засоби масової інформації стали потужним інструментом формування не лише суспільної думки, а й іміджу цілих професій. Соціальні працівники, які за своєю сутністю виконують надзвичайно важливу, а часто й незамінну функцію у житті громади, залишаються для багатьох людей «невидимими героями». Саме тому медіа

мають потенціал вивести цю професію з тіні, зробивши її ближчою, зрозумілішою й авторитетнішою в очах населення. [26]

Під час проходження практики в Житомирському обласному центрі по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат визначено, що в установі обмежена зовнішня інформаційна активність. Незважаючи на високий рівень професійності працівників, у медіа рідко з'являються матеріали про їхню роботу. Це, на мою думку, суттєво знижує рівень суспільного розуміння і визнання їхньої ролі. Натомість усередині колективу існує чітке усвідомлення важливості публічного іміджу: працівники слідкують за офіційними повідомленнями, дбають про правильне оформлення інформації для клієнтів, охоче підтримують ініціативи щодо відкритого інформування громадськості. Особливу увагу в Центрі приділяють якості первинної комунікації з населенням: оформлення інформаційних стендів, ведення роз'яснювальної роботи, дотримання етичних стандартів спілкування, що у поєднанні з доброзичливою поведінкою працівників формує базову довіру до установи.

Спостерігаючи за роботою фахівців Житомирського обласного центру по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат, доведено позитивне враження про установу часто формується не через телебачення чи інтернет, а завдяки «сарафанному радіо» – доброзичливому ставленню до людей, ввічливому обслуговуванню, доступності інформації. Проте за умов сучасного інформаційного простору цього недостатньо. Соціальні працівники повинні мати можливість ділитися історіями своєї роботи, висвітлювати позитивний досвід, боротися зі стереотипами щодо своєї професії.

Позитивним прикладом у Центрі можна вважати спроби деяких працівників вести інформаційні сторінки у соцмережах, ділитися актуальними змінами у сфері виплат чи соціального захисту. Такі дії сприяють не лише кращому інформуванню населення, а й поступово

формують новий, відкритий імідж сучасного соціального працівника – неформального, людяного, здатного зрозуміти потреби клієнта і дати практичну пораду. Зокрема, працівники оперативно реагували на нормативні зміни, пояснюючи громадянам порядок призначення та припинення виплат – наприклад, у зв'язку з автоматичним продовженням допомоги під час карантину. Такі комунікації здебільшого здійснювалися через роз'яснення у вікнах прийому, проте потребують активнішого винесення в публічний простір.

Медіа – це потужний канал інформування. Соціальний працівник, який відкрито комунікує зі ЗМІ, не лише розповідає про свою роботу, а й формує правильне уявлення про сферу соціальної підтримки загалом. Якщо громадянин чує чи бачить позитивні приклади допомоги, йому легше звернутися за підтримкою у складній життєвій ситуації. Замість того, щоб відчувати сором або страх бути засудженим, людина може побачити в соціальному працівникові партнера, готового підтримати та захистити. До прикладу, я переконався, що у клієнтів Центру є велика потреба в доступній та людяній інформації. Однією з найбільш дієвих форм взаємодії з громадськістю, яку я спостерігав, було проведення особистих прийомів керівництвом відділів, що дозволяло оперативно реагувати на проблеми, надавати роз'яснення та зміцнювати імідж соціального працівника як компетентного і доступного фахівця.

Присутність соціальних працівників у медіа сприяє розвитку довіри. Громадськість часто будує свої враження не стільки на особистому досвіді, скільки на тому, що побачить або почує в інформаційному просторі. Однак саме особисті взаємодії – такі як розгляд письмових звернень, розв'язання конфліктних ситуацій, допомога в корекції документів, роз'яснення порядку виплат – набувають великого значення у формуванні локального іміджу, що є базою для громадської думки. Це можуть бути репортажі про підтримку сімей, що опинилися у кризових обставинах, історії реабілітації людей з

інвалідністю, допомога внутрішньо переміщеним особам або соціальні ініціативи, спрямовані на боротьбу з домашнім насильством. Кожен приклад, що демонструє ефективну, чуйно організовану роботу, автоматично покращує репутацію професії [48, с. 58–65].

Таблиця 2.2

Взаємодія соціального працівника з медіа та суспільством: канали,
приклади та вплив на імідж

№ п/п	Канал взаємодії	Приклад (форма)	Вплив на імідж
1.	Телебачення, новини	Інтерв'ю, репортажі про соціальні ініціативи	Збільшує публічну впізнаваність, викликає повагу
2.	Соціальні мережі	Сторінки установ у Facebook, відео на YouTube	Формує сучасний, відкритий образ фахівця
3.	Інформаційні стенди, буклети	Стенди в установах, листівки	Підвищують довіру через прозорість і доступність
4.	Особисті прийомы та роз'яснення	Відповіді на запити	Зміцнюють людський імідж, створюють особистий контакт
5.	Онлайн-коментарі на зміни у виплатах	Пояснення нормативних змін клієнтам	Підвищують експертність, демонструють залученість
6.	Публічні виступи, круглі столи	Обговорення у громадах, форуми	Показують лідерські якості, підвищують статус
7.	Публічні історії успіху	Кейси допомоги переселенцям, людям з інвалідністю	Демонструють цінність соціальної роботи

Джерело: створено автором

Проте варто визнати, що увага медіа до соціальних працівників нерівномірна й часто фрагментарна. Дуже рідко соціальна сфера потрапляє у топ-новини, і ще рідше в центрі цих повідомлень є особистості соціальних працівників. Якщо в новинах і згадується соціальна робота, то найчастіше у контексті скандалів, недоліків системи чи невдоволення клієнтів. У таких випадках формується упереджене враження, що вся сфера неефективна, що

соціальні працівники – байдужі або непрофесійні, а сама система – застаріла.

Вплив негативного медійного фону не можна недооцінювати. Він демотивує самих фахівців, формує зневажливе ставлення до них з боку клієнтів, знижує престиж професії серед молоді. Це також позначається на взаємодії у професійному середовищі – коли соціальні працівники відчують, що суспільство їх не визнає, вони рідше проявляють ініціативу, частіше вигорають, відчують професійну самотність.

Проте не все так однозначно. Сьогодні медіа-простір суттєво змінився. З'явилися нові майданчики, де кожен соціальний працівник або організація можуть самостійно представляти себе – це соціальні мережі, блоги, відеоплатформи. І саме тут приховується великий потенціал для змін. Досвід показує, що публікації соціальних працівників у Facebook, Instagram чи YouTube можуть охоплювати тисячі людей, викликати широку підтримку, розпочати суспільні обговорення. Навіть одна добра історія, розказана щиро, без пафосу, але з глибоким людським змістом, здатна зворушити й змінити ставлення до професії.

Соціальні мережі дають можливість формувати імідж не лише через офіційні звіти чи статистику, а через людські історії, емоції, взаєморозуміння. Імідж, що базується на реальних подіях, виглядає природно й переконливо. Люди вірять людям, а не пресрелізам. Тому коли фахівець ділиться своїми труднощами, роздумами, професійними радощами чи досягненнями – це має більший вплив, ніж офіційні канали.

Водночас така відкритість вимагає певної медіа-грамотності [37]. Не кожен соціальний працівник автоматично володіє навичками публічної комунікації. Важливо, аби підготовка майбутніх фахівців включала основи взаємодії з журналістами, вміння формулювати меседжі, розуміти логіку роботи медіа, уникати маніпуляцій. Це особливо актуально в умовах

інформаційної війни, коли кожне слово може бути перекручене, а професійна репутація зруйнована миттєво.

Ще один важливий аспект – підтримка з боку роботодавців. Соціальні служби, громадські організації, органи влади мають усвідомлювати цінність публічності. Коли установи відкриті до журналістів, ініціюють інформаційні кампанії, публікують результати роботи, це створює атмосферу прозорості й підзвітності, що автоматично покращує довіру до системи. Крім того, варто розуміти, що взаємодія із суспільством – це не лише про публікації в медіа. Це щоденна комунікація з клієнтами, родинами, громадами. Від того, як соціальний працівник поводить себе у спілкуванні, як вирішує конфліктні ситуації, як реагує на критику, залежить репутація не лише особиста, а й професійна. Адже кожен клієнт – це носій інформації. Його досвід буде передано далі – друзям, сусідам, у соціальних мережах. І цей досвід, якщо він позитивний, здатен стати основою для формування сильного, стабільного, людяного іміджу соціального працівника.

Вивчення громадської думки про соціальних працівників є важливим аспектом для розуміння того, як суспільство сприймає цю професію, і для визначення напрямків її розвитку. Сприйняття соціальних працівників є складним і багатограним процесом, що залежить від безлічі факторів: соціальних, економічних, культурних, політичних та навіть психологічних. Громадська думка про соціальних працівників може змінюватися в залежності від того, як ці працівники представлені в медіа, як часто вони взаємодіють з громадськістю та які досягнення їхньої діяльності стають помітними для широкої аудиторії. З одного боку, соціальні працівники грають важливу роль у допомозі уразливим верствам населення, таких як люди з обмеженими можливостями, діти, літні люди, бездомні, біженці, а також люди, які стали жертвами насильства чи торгівлі людьми. Вони сприяють інтеграції цих людей в суспільство, допомагають їм адаптуватися

до нових умов життя та забезпечують підтримку у складних життєвих ситуаціях. Однак, з іншого боку, часто їхню роботу не помічають або не цінують належним чином. Це пов'язано з тим, що соціальна робота часто виконується за лаштунками суспільства, а досягнення, які вона приносить, можуть бути менш видимими в порівнянні з іншими сферами діяльності, такими як економіка чи політика [12, с. 15–22].

Одним із головних факторів, що впливають на сприйняття соціальних працівників, є рівень освіти та підготовки цих фахівців. Зокрема, громадська думка часто визначається тим, наскільки кваліфікованими і компетентними є соціальні працівники в очах суспільства. Вищий рівень освіти і професійної підготовки підвищує статус професії в суспільстві і дозволяє соціальним працівникам ефективніше справлятися з поставленими завданнями. Поширення інформації про те, що соціальні працівники мають необхідні знання і навички для вирішення складних проблем, також може сприяти підвищенню їхнього іміджу.

Крім того, важливим фактором у формуванні громадської думки є медіа. Як саме соціальні працівники зображуються в новинах, на телебаченні, в соціальних мережах? Часто соціальні працівники зображуються в контексті кризових ситуацій, таких як соціальні катастрофи, насильство в сім'ї чи порушення прав дітей. Водночас позитивні історії успіху, де соціальні працівники допомогли людям повернутися до нормального життя, не завжди отримують достатньо уваги в медіа-просторі. Якщо громадськість більше дізнавалася б про позитивні приклади, які показують, як соціальні працівники змінили чи допомогли покращити життя людей, це могло б покращити загальний імідж цієї професії.

Важливим аспектом є також усвідомлення того, що соціальні працівники не лише виконують свою роботу, а й постійно стикаються з емоційним та психологічним навантаженням. Професія вимагає великої

емоційної віддачі, адже вони працюють із людьми, що переживають складні життєві обставини, і часто самі стикаються з важкими ситуаціями. Однак, незважаючи на це, праця соціальних працівників часто залишається непоміченою, або ж сприймається як “допомога, яку надають по дефолту”. Підвищення обізнаності щодо важливості емоційної складової роботи соціальних працівників може позитивно вплинути на сприйняття цієї професії суспільством.

Серед інших факторів, які визначають громадське ставлення до соціальних працівників, є соціальна політика держави. Підтримка соціальних працівників на законодавчому рівні, створення належних умов для їх роботи, підвищення зарплати та соціальних гарантій, а також забезпечення психологічної підтримки є важливими аспектами, що впливають на їхній імідж. Коли держава вкладає ресурси в розвиток цієї професії, це свідчить про її важливість і додає ваги соціальним працівникам в очах суспільства.

Однак, навіть коли є сприятливі умови для розвитку професії, існує ще один важливий аспект, який варто враховувати: культура та соціальні стереотипи, що існують в суспільстві. Зокрема, в багатьох країнах соціальні працівники сприймаються через призму негативних стереотипів, які пов’язані з їхньою роботою з уразливими групами населення. Наприклад, існує думка, що соціальний працівник працює лише з людьми, які не можуть самотійно впоратися з життєвими труднощами, що може викликати відчуття зневаги чи недооцінки. Тому зміна ставлення до професії на рівні соціальних стереотипів є важливою складовою підвищення її іміджу.

З метою поліпшення сприйняття соціальних працівників у суспільстві важливо також розвивати програми і кампанії, що сприяють підвищенню обізнаності щодо професії. Такі кампанії можуть включати інформування про роль соціальних працівників через освітні програми, волонтерські організації та громадські ініціативи. Презентація роботи соціальних

працівників в позитивному світлі через засоби масової інформації та інші канали комунікації може допомогти змінити сприйняття професії і викликати більше поваги до її представників.

Також значну роль відіграє навчання широких мас людей щодо важливості професії та необхідності підтримки соціальних працівників. Це може бути досягнуто через вивчення результатів їхньої роботи в місцевих громадах, організацію круглих столів і зустрічей з соціальними працівниками, а також просування важливості їхнього внеску в процес соціальної інтеграції та покращення соціального благополуччя.

Підсумовуючи, важливо зазначити, що вивчення громадської думки і формування позитивного сприйняття соціальних працівників є складним і тривалим процесом, що потребує комплексного підходу. Це включає зміни на рівні медіа-простору, наукових досліджень, професійної освіти, а також створення сприятливих умов для самих працівників. Активна взаємодія соціальних працівників з громадськістю, підвищення їхньої професійної кваліфікації та створення належних умов для їхньої роботи можуть стати основою для змін в ставленні до цієї важливої професії.

Налагодження постійного зворотного зв'язку між соціальними працівниками та громадськістю є важливим кроком у поліпшенні іміджу цієї професії. Відкриті форуми, громадські обговорення та регулярні зустрічі можуть допомогти зруйнувати бар'єри між соціальними працівниками та їхніми підопічними. Чим більше люди дізнаються про складнощі та досягнення цієї професії, тим більше зростатиме повага до неї.

Окрім цього, важливим елементом є сприяння визнанню важливості соціальної роботи на рівні державної політики. Чим більше держави підтримують та визнають значення соціальних працівників, тим більше змінюється громадська думка. Підвищення соціальних стандартів, введення програм професійного розвитку, а також законодавчі ініціативи, що підтримують соціальних працівників, мають значення не лише для самих

спеціалістів, але й для сприйняття їх суспільством. Без належної державної підтримки соціальні працівники часто відчують недостатню оцінку та мотивацію, що сприяє формуванню негативного іміджу професії.

Крім того, важливою є роль освітніх установ у формуванні іміджу соціальних працівників. Професійна підготовка соціальних працівників має відповідати сучасним вимогам і тенденціям. Чим більше молоді люди зможуть зрозуміти важливість цієї професії під час навчання, тим більше будуть готові вступити до неї, а отже, змінити ставлення до неї в суспільстві. Академічні програми повинні охоплювати не лише практичні навички, а й давати теоретичні основи, що дозволяють зрозуміти роль соціальних працівників в соціальній політиці та розвитку громади.

У зв'язку з розвитком цифрових технологій і соціальних мереж, соціальні працівники мають шанс створити позитивний імідж через онлайн-платформи. Використання інтернет-ресурсів для обміну досвідом, публікації успішних кейсів та історій допоможе змінити сприйняття соціальних працівників і привернути увагу до їх важливої роботи. Водночас, важливо звертати увагу на етичні питання, що можуть виникати при такому онлайн-взаємодії. Наприклад, необхідно дотримуватися конфіденційності даних клієнтів і уникати ситуацій, які можуть погіршити репутацію соціальної роботи.

Усе це дозволить не тільки поліпшити сприйняття соціальних працівників, але й сприятиме зростанню довіри між суспільством та цією важливою професією. Щоб досягти цього, необхідно системно працювати над підвищенням рівня освіти, покращенням умов праці та активним залученням громадськості до обговорення проблем соціальної роботи.

Проведене дослідження на прикладі роботи фахівців у Житомирському обласному центрі по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат, визначено, що громадська думка щодо працівників формується на рівні локальної спільноти. Відвідувачі установи часто

діляться власним досвідом з іншими – родичами, знайомими, сусідами, – і саме цей «живий відгук» має велике значення для створення позитивного або негативного уявлення про професію. Зокрема, доброзичливе ставлення, уважне ставлення до кожного клієнта та професійність у вирішенні проблем сприяють формуванню довіри та поваги до соціального працівника. Це ще раз підтверджує, що особистий контакт і якість наданої допомоги мають не менший вплив на громадську думку, ніж великі інформаційні кампанії або новини в ЗМІ.

Завершуючи розгляд цього підрозділу, можна сказати, що ключовими шляхами покращення громадської думки про соціальних працівників є підвищення обізнаності про значення цієї професії через медіа, освітні програми та соціальні кампанії. Важливо створити умови для розвитку професії, сприяючи професійній підготовці, підвищенню кваліфікації, а також залученню громади до активного діалогу з соціальними працівниками. Це допоможе змінити ставлення до цієї професії і забезпечити більш високий рівень соціального визнання для тих, хто працює у цій важливій сфері.

Таким чином, сучасний соціальний працівник в Україні має бути не лише фахівцем у своїй сфері, а й комунікатором, здатним представляти професію назовні, захищати її цінності, будувати довіру. Медіа – це виклик, але й шанс. І від того, наскільки активно, грамотно й щиро буде побудована ця взаємодія, залежить багато: і ставлення до соціальної роботи, і якість допомоги, і майбутнє професії в цілому.

2.3. Дослідження організаційних та інституційних факторів впливу на професійний імідж соціального працівника в Україні

Професійний імідж соціального працівника не залежить лише від індивідуальних якостей працівника, але також значною мірою формується під впливом організаційних та інституційних факторів. Це означає, що середовище, в якому працює соціальний працівник, має величезне значення для створення його іміджу, оскільки саме організаційні структури та інституції визначають умови праці, стандарти і вимоги до діяльності фахівця [18, с. 131–145].

Організаційні фактори охоплюють всі аспекти, пов'язані з робочим середовищем соціального працівника: від політики організації до внутрішніх процедур і практик, які формують умови для виконання професійних обов'язків. Від того, як організація ставиться до соціального працівника, які умови праці створюються для нього, а також як організація реагує на його діяльність, багато в чому залежить, як його сприймає суспільство і яким буде його імідж.

Дослідження на прикладі Житомирського обласного центру по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат продемонстрували, що структурованість та функціональна чіткість роботи відділів сприяють не лише ефективному виконанню обов'язків, але й зміцнюють авторитет працівника. Кожен фахівець виконує визначений перелік завдань у встановлені терміни, що мінімізує помилки та покращує взаємодію з клієнтами.

Одним із важливих організаційних факторів є наявність чітко визначених стандартів роботи, які допомагають соціальному працівнику ефективно виконувати свої обов'язки. Чітка структуризація процесів, наявність докладних інструкцій і протоколів дозволяє соціальному працівникові впевнено діяти в рамках своєї професії, що сприяє створенню

позитивного іміджу. Під час практики було встановлено, що в операційному відділі Центру діє чіткий розподіл обов'язків і відповідальності між працівниками, ведеться детальний облік справ, а розрахунок і нарахування допомог здійснюється в автоматизованій системі ASOPD SOC. Це не лише забезпечує високу точність, але й зміцнює репутацію працівників серед клієнтів. Крім того, підтримка професійного розвитку працівників організацією, надання можливості для підвищення кваліфікації та участі в різноманітних тренінгах, конференціях і семінарах, є важливим фактором, що підтверджує професіоналізм працівника.

З іншого боку, невизначеність у питаннях політики організації, відсутність чітких внутрішніх процедур, а також відсутність підтримки з боку керівництва можуть призвести до виникнення проблем, які негативно впливають на імідж соціального працівника. Тому організація, яка не забезпечує соціальному працівнику належних умов для професійної діяльності, фактично ставить його в умови, де важко досягти високих стандартів роботи, що, в свою чергу, може погіршити його імідж в очах клієнтів і суспільства загалом.

На прикладі Житомирського обласного центру по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат чітко видно, що ефективна система внутрішнього контролю, регулярне оновлення даних, щомісячна звітність, ведення інвентаризацій та відкритий прийом громадян сприяють підвищенню довіри до працівників. Це особливо важливо для клієнтів, які отримують допомоги вразливих категорій.

Інституційні фактори впливають на професійний імідж через законодавчі ініціативи, нормативні акти та підтримку з боку державних структур. На рівні держави соціальний працівник має певні права та обов'язки, які регулюються законами та підзаконними актами.

Діяльність Житомирського обласного центру по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат базується на Конституції України, указах

Президента, постановах Кабінету Міністрів, що підкреслює тісний зв'язок організаційної практики з інституційним регулюванням. Дотримання нормативів у сфері соціального забезпечення є критерієм, за яким формується позитивний імідж як організації, так і окремого працівника. Відповідно до цих норм формується і загальна картина сприйняття соціальних працівників у суспільстві.

На жаль, в Україні інституційна підтримка соціальних працівників інколи є недостатньою, що сприяє виникненню проблем у їхній професійній діяльності, зокрема – у питаннях фінансування, навчання та кадрового забезпечення. Недостатня увага з боку держави до професійного розвитку соціальних працівників може призвести до зниження їхнього статусу та довіри до них з боку громадян.

Інституційні фактори включають також рівень організаційної культури в установах, де працюють соціальні працівники. Зокрема, в установах, де соціальний працівник працює в команді, важливою є культура взаємодії між співробітниками та керівництвом. У Житомирському обласному центрі по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат велика увага приділяється взаємодії між операційними відділами, бухгалтерією, відділом автоматизації та відділом контролю, що створює згуртовану команду. Такий підхід дозволяє не лише оптимізувати робочі процеси, але й сприяє підвищенню мотивації працівників та їхньому професійному визнанню. Якщо керівництво заохочує відкриту комунікацію та надає підтримку у вирішенні проблем, це допомагає створювати здорове робоче середовище і позитивний імідж як для організації, так і для працівників. На противагу цьому, у разі низької культури взаємодії, адміністративних проблем або конфліктів всередині організації імідж працівників може значно постраждати.

Крім того, роль інституційних факторів у формуванні іміджу соціальних працівників також полягає в забезпеченні їх правової та

соціальної захищеності. Працівники Житомирського обласного центру по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат мають чітко регламентовані права і обов'язки, захищені колективним договором та посадовими інструкціями. Це створює впевненість у стабільності зайнятості та підвищує відповідальність за виконання службових обов'язків.

Коли соціальний працівник відчуває, що його права захищені, що він має належні умови для виконання своєї роботи, це додає йому впевненості у професійній діяльності і позитивно відображається на його іміджі. У випадку, якщо такі гарантії відсутні, це може призвести до зниження професійного іміджу соціального працівника серед громадськості та клієнтів [61].

Таким чином, організаційні та інституційні фактори є важливими складовими процесу формування професійного іміджу соціального працівника. Забезпечення належних умов праці, підтримка з боку організації, а також державна політика, що сприяє розвитку соціальної роботи, безпосередньо впливають на те, як сприймається ця професія та її представники в суспільстві. Практичний досвід у Житомирському обласному центрі доводить, що ефективна організація внутрішніх процесів, злагоджена командна робота, постійний контакт із клієнтами та дотримання нормативних вимог – це ті інструменти, які реально формують позитивний імідж соціального працівника в умовах державної установи (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Організаційні та інституційні чинники формування професійного іміджу соціального працівника в Україні

№ п/п	Фактор	Приклад/джерело	Вплив на імідж
1	2	3	4
1.	Чітка структура організації	Розподіл обов'язків, автоматизовані системи (ASOPD SOC)	Підвищує довіру клієнтів і точність послуг

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4
2.	Наявність стандартів і регламентів	Посадові інструкції, протоколи, колективні договори	Формує професіоналізм і впевненість у діях
3.	Підтримка професійного розвитку	Тренінги, семінари, підвищення кваліфікації	Підсилює експертність, викликає повагу
4.	Командна культура	Взаємодія між відділами	Сприяє згуртованості та ефективності
5.	Інституційна підтримка з боку держави	Закони, постанови КМУ, стандарти соцпослуг	Легітимізує професію, підсилює її авторитет
6.	Соціальні гарантії працівника	Захищеність прав, стабільність роботи	Формує впевненість і мотивацію
7.	Участь у розробці рішень	Долучення працівників до стратегічних змін	Підвищує відповідальність і залучення
8.	Відкрита комунікація в колективі	Внутрішні обговорення, зворотний зв'язок	Позитивно впливає на атмосферу та самоповагу
9.	Міжвідомча співпраця	Робота з лікарями, юристами, педагогами	Зміцнює імідж мультидисциплінарного фахівця
10.	Інституційне визначення	Нагороди, премії, заохочення	Мотивує до розвитку, підвищує престиж професії

Джерело: створено автором

Щоб ще більше підкреслити важливість інституційних та організаційних факторів для професійного іміджу соціального працівника, варто звернути увагу на роль інтерналізованих стандартів і практик у соціальних установах. Зокрема, коли організації встановлюють власні етичні кодекси, принципи професіоналізму та стандартів обслуговування, це створює єдину основу для діяльності соціальних працівників, що сприяє їхній впізнаваності та авторитету серед клієнтів і в суспільстві загалом.

Для успішного формування іміджу соціального працівника важливими є також внутрішні комунікаційні канали в організації. Коли працівники мають можливість обговорювати важливі професійні питання, навчатися один у одного, отримувати необхідну інформацію і зворотній зв'язок від керівництва, це не тільки підвищує їхню кваліфікацію, а й

позитивно впливає на атмосферу в колективі. Гармонійне і підтримуюче середовище на робочому місці сприяє підвищенню рівня довіри до організації та її працівників, тим самим покращуючи професійний імідж соціальних працівників.

Ще одним значущим елементом є інституційна підтримка і визнання соціальних працівників з боку держави та організацій, що займаються соціальними питаннями. За умов, коли держава підтримує професійні ініціативи соціальних працівників, а також сприяє підвищенню їхнього статусу та доступу до необхідних ресурсів, такі організації отримують більшу громадську довіру. В результаті цього підвищується не лише статус професії в суспільстві, а й покращується імідж конкретних установ і фахівців.

Не можна не згадати і про важливість взаємодії між соціальними працівниками та іншими професіоналами. Співпраця з психологами, лікарями, педагогами та іншими спеціалістами, що працюють в організаціях соціального спрямування, також є інституційним фактором, який впливає на імідж соціального працівника. Успішне функціонування мультидисциплінарних команд дозволяє не тільки підвищити ефективність соціальних послуг, але й забезпечити підвищення рівня професіоналізму соціальних працівників, що, в свою чергу, зміцнює їхній імідж [40].

У сучасних умовах, коли соціальні працівники стикаються з новими викликами, такими як робота в умовах кризи або пандемії, особливо важливою є наявність внутрішньої підтримки з боку організації. Тільки через організовану командну роботу та чітко визначену стратегію соціальний працівник може успішно виконувати свої обов'язки і зберігати високу професійну репутацію.

Ще одним інституційним аспектом є постійне вдосконалення стандартів соціальної роботи та їх інтеграція в освітні програми. Впровадження нових підходів до навчання і підготовки соціальних

працівників дозволяє поліпшити їхній рівень компетенцій, підвищити ефективність їхньої роботи і, як наслідок, зміцнити імідж професії в цілому.

Стратегії покращення професійного іміджу соціальних працівників на державному та організаційному рівнях є необхідними для створення здорового та ефективного соціального середовища, де соціальні працівники будуть мати високий рівень підтримки та визнання. Ці стратегії повинні враховувати як зміни на макрорівні (в межах державної політики), так і на мікрорівні (в межах окремих організацій та установ, де працюють соціальні працівники).

На державному рівні основним напрямком має стати розробка та впровадження національної стратегії підтримки професії соціального працівника. Це може включати в себе не лише збільшення фінансування соціальної сфери, а й розробку правових норм, які забезпечують соціальних працівників захистом і підтримкою. Наприклад, важливою складовою є формулювання чітких стандартів якості соціальної роботи, які б визначали професійні вимоги, етичні норми та рівень компетенцій для цієї категорії працівників.

Крім того, держава повинна активно сприяти розвитку професійної освіти в галузі соціальної роботи. Встановлення високих стандартів для навчальних програм і підготовки фахівців дозволить сформувати покоління кваліфікованих та мотивованих соціальних працівників, які будуть готові до ефективної роботи в складних соціальних умовах. У цьому контексті особливу увагу слід приділяти не тільки теоретичній підготовці, але й наданню можливостей для практичного навчання через стажування, тренінги та розвиток міжвідомчої співпраці [39].

Також важливою складовою стратегії є інформування суспільства про роль і значення соціальних працівників. Це може бути досягнуто через просвітницькі кампанії, телепередачі, публікації в ЗМІ, які роз'яснюють важливість соціальної роботи, а також історії успіху соціальних

працівників. Просування позитивного іміджу через медіа дозволяє змінити ставлення до професії в цілому та підвищити її престиж серед громадян.

На організаційному рівні також необхідно впроваджувати програми для підвищення іміджу соціальних працівників. Це включає в себе створення сприятливого робочого середовища, де соціальні працівники можуть розвиватися, навчатися, а також отримувати необхідну підтримку для виконання своєї роботи. Однією з головних задач є забезпечення належних умов праці, що включають конкурентоспроможні заробітні плати, соціальну захищеність, а також можливості для професійного розвитку.

Організації повинні активно залучати соціальних працівників до прийняття рішень щодо розробки та впровадження організаційної стратегії, щоб підвищити їх залученість і мотивацію. Це також допомагає підвищити професіоналізм, оскільки соціальні працівники мають можливість активно впливати на розвиток організаційних процесів.

Не менш важливим є розвиток програм з підвищення кваліфікації та професійного розвитку для соціальних працівників. Це може включати організацію семінарів, конференцій, тренінгів і курсів, які дозволяють покращити навички та знання працівників в актуальних питаннях соціальної роботи. Важливим елементом є також надання соціальним працівникам можливості для кар'єрного зростання, що буде мотивувати їх до більш продуктивної діяльності та підвищувати їх професійну репутацію.

Одним з елементів стратегії покращення іміджу є також створення мереж підтримки для соціальних працівників. Це можуть бути професійні об'єднання, які надають можливість для обміну досвідом, підтримки та консультацій, а також для формулювання професійних стандартів. Підтримка в таких мережах допомагає соціальним працівникам не відчувати себе ізольованими, що покращує моральний клімат у професії.

Підсумовуючи все вищесказане, можна стверджувати, що організаційні та інституційні фактори мають вирішальний вплив на

формування професійного іміджу соціального працівника. Вони визначають як зовнішні умови роботи, так і внутрішні процеси в самій організації, що безпосередньо впливають на ефективність виконуваної роботи та сприйняття працівника суспільством. Чим більше організація підтримує своїх співробітників і відповідає високим стандартам, тим більший професіоналізм і авторитет соціальні працівники набувають у громадськості.

2.4. Напрями покращення професійного іміджу соціальних працівників на державному та організаційному рівнях в Україні

Негативний імідж соціальних працівників є однією з проблем, з якою стикаються не лише окремі працівники, але й вся професія в цілому. Зважаючи на складність і багатогранність роботи соціальних працівників, виникає безліч причин, чому їх імідж часто сприймається не так, як того б хотілося. Для подолання цієї проблеми важливо чітко і правильно розуміти, що саме формує цей негативний імідж і як можна змінити ситуацію.

Негативний імідж соціальних працівників не є випадковим і часто виникає через кілька факторів, серед яких:

1. Низький рівень оплати праці. Багато людей сприймають соціальних працівників як низькооплачувану категорію працівників, чия робота не має достатньої оцінки у суспільстві. Це сприяє зниженню престижу професії, оскільки працівників соціальної сфери часто сприймають як «невидиму» та «неважливу» частину суспільства.

2. Малий рівень поінформованості суспільства про професію. Багато людей не розуміють, чим саме займаються соціальні працівники, що часто призводить до неправдивих уявлень про їхню діяльність. Не усвідомлення

того, що соціальні працівники допомагають людям в кризових ситуаціях, знижує їх авторитет серед населення.

3. Стереотипи та негативні асоціації. Соціальні працівники іноді асоціюються з тими, хто працює в кризових центрах, притулках або надає допомогу в умовах соціальних проблем. Це часто створює уявлення про професіоналів як тих, хто працює з людьми, котрі мають важкі життєві ситуації, в той час як роль соціальних працівників набагато ширша.

4. Стресові умови роботи та високий рівень професійного вигорання. Соціальні працівники часто працюють в умовах емоційного стресу, допомагаючи людям, що переживають кризові ситуації. Це може призводити до вигорання, що відображається на їхній роботі, ставленні до клієнтів і навіть на їхньому іміджі.

5. Недостатня підтримка з боку держави та організацій. Багато соціальних працівників стикаються з проблемами відсутності достатньої підтримки з боку держави та роботодавців. Вони часто працюють в умовах браку ресурсів, з обмеженими можливостями для надання допомоги клієнтам. Це ще більше погіршує ситуацію, створюючи враження, що соціальні працівники неефективні у своїй роботі [49].

Отже, незважаючи на численні проблеми, є кілька шляхів, які можуть допомогти змінити негативне ставлення до соціальних працівників і підвищити їхній імідж у суспільстві.

1. Підвищення поінформованості про професію. Один з головних кроків на шляху до поліпшення іміджу соціальних працівників – це підвищення обізнаності громадськості про їхню роль та діяльність. Важливо проводити кампанії, що пояснюють, чим саме займаються соціальні працівники, чому їхня робота важлива і як вони допомагають людям. Це можна зробити через ЗМІ, публічні виступи, виставки та презентації на тему соціального забезпечення та допомоги.

2. Підвищення рівня освіти та професійної підготовки. Важливо, щоб соціальні працівники отримували якісну освіту і мали доступ до постійного професійного розвитку. Це не лише покращує якість їх роботи, а й формує враження про професіоналізм цієї категорії працівників. Додаткові тренінги, сертифікаційні курси, участь у наукових дослідженнях та конференціях дозволяють підвищити кваліфікацію та додати престижу професії.

3. Поліпшення умов праці та підвищення зарплати. Одна з основних причин негативного іміджу соціальних працівників – це низька заробітна плата. Підвищення рівня фінансової підтримки, а також створення сприятливих умов для праці, зокрема поліпшення умов праці в соціальних установах, є необхідними для підвищення якості виконуваної роботи. Це дозволить соціальним працівникам почуватися цінованими і мотивованими, що позитивно позначиться на їхньому іміджі.

4. Активна громадська діяльність. Підвищення іміджу соціальних працівників неможливе без активної участі самих працівників у громадських ініціативах. Це може бути робота в благодійних організаціях, участь у культурних заходах, організація соціальних акцій. Активна громадська позиція допоможе показати, що соціальні працівники – це не лише професіонали, але й люди, які активно беруть участь у житті суспільства.

5. Інтеграція нових методів роботи. Впровадження інноваційних підходів і методів у соціальну роботу може значно підвищити ефективність соціальних працівників. Це включає впровадження сучасних технологій для моніторингу клієнтів, використання інтернет-платформ для надання консультацій, а також впровадження нових психотерапевтичних та соціальних методів роботи з людьми.

6. Розвиток лідерських якостей і ініціативи серед соціальних працівників. Соціальні працівники повинні розвивати лідерські якості та

ініціативність для того, щоб бути впливовими і мати позитивний вплив на свою професію. Лідерські навички дозволяють соціальним працівникам представляти свою професію у більш вигідному світлі, демонструючи приклад ефективної роботи й досягнень.

7. Робота з професійними асоціаціями і громадськими організаціями. Окрему роль у підвищенні іміджу соціальних працівників відіграють професійні асоціації та організації, які займаються захистом прав працівників соціальної сфери [44]. Для подолання негативного іміджу соціальних працівників потрібно зосередитись на системних змінах на різних рівнях: від освіти та професійної підготовки до поліпшення умов праці та фінансової підтримки.

8. Особливо важливим є створення ефективної комунікації між соціальними працівниками та громадськістю. Прозорість їхньої роботи, акцент на важливості соціальних послуг, на яких базується підтримка найуразливіших верств населення, може змінити сприйняття професії. Кампанії, що спрямовані на підвищення поінформованості про діяльність соціальних працівників, дозволяють продемонструвати суспільству реальну цінність цієї професії. Водночас важливою частиною таких кампаній є правильне висвітлення ролі соціальних працівників у соціальному розвитку та стабільності громади.

9. Проблеми, з якими стикаються соціальні працівники в своїй повсякденній діяльності, також можна вирішувати за допомогою інноваційних технологій. Використання сучасних інструментів для моніторингу та управління випадками, застосування онлайн-консультацій та надання дистанційної допомоги можуть значно полегшити роботу соціальних працівників та підвищити їхню ефективність. Крім того, це дозволить зменшити навантаження на спеціалістів та створити умови для розвитку нових професійних стандартів.

Одним з важливих аспектів, які можуть позитивно вплинути на імідж соціальних працівників, є взаємодія з іншими галузями та організаціями. Наприклад, співпраця з медичними працівниками, психологами, правоохоронцями та іншими соціальними службами сприяє комплексному підходу до вирішення проблем клієнтів, що дозволяє соціальним працівникам надавати більш якісні послуги. Водночас така співпраця підвищує професіоналізм і престиж самої професії.

Існує ще один важливий фактор, який допоможе поліпшити імідж соціальних працівників – це розвиток їхнього лідерства. Соціальні працівники, які активно працюють над власними лідерськими якостями, здатні стати не лише ефективними консультантами, а й впливовими представниками своєї професії на рівні політики, громадських організацій, навіть у засобах масової інформації. Лідерські навички дозволяють соціальним працівникам створювати нові можливості для розвитку своєї професії, брати участь у прийнятті рішень та забезпечувати потреби своїх клієнтів.

Також варто акцентувати на необхідності створення програм підтримки соціальних працівників, які зможуть допомогти їм справлятися зі стресом, емоційним вигоранням і труднощами на роботі. Забезпечення психологічної підтримки для самих працівників є важливим аспектом їхнього професійного розвитку та запорукою високого рівня їхнього іміджу. Без таких заходів соціальні працівники будуть змушені стикатися з професійним вигоранням, що безпосередньо впливатиме на їх ефективність і, як наслідок, на сприйняття їхньої роботи суспільством.

Підвищення значення соціальної роботи в суспільстві передбачає й активне впровадження нових стандартів у професію. Підвищення кваліфікації через участь у спеціалізованих тренінгах, семінарах і наукових конференціях дозволяє соціальним працівникам не лише отримувати нові знання, але й виводити свою професію на новий рівень. Сучасні тренди в

соціальній роботі, зокрема в застосуванні інноваційних підходів до роботи з клієнтами, дозволяють сформулювати нові стандарти, які, в свою чергу, підвищують імідж професії в суспільстві.

Ще одним важливим напрямом є законодавчі зміни. Створення відповідних нормативно-правових актів, які б захищали права соціальних працівників, гарантували їхню безпеку та соціальні гарантії, сприятиме зростанню престижу цієї професії. Підтримка на рівні законодавства дозволить уникнути багатьох труднощів, з якими стикаються соціальні працівники в процесі своєї діяльності.

Важливу роль у подоланні проблем негативного іміджу відіграють також інституції, що займаються навчанням і підготовкою соціальних працівників. Вищі навчальні заклади повинні не лише навчати професії, але й готувати студентів до реальних умов роботи, навчаючи їх комунікативним навичкам, психологічній стійкості, емоційному інтелекту. Це дозволить знизити стресові ситуації у роботі з клієнтами та підвищить ефективність діяльності соціальних працівників.

Успішне подолання проблем негативного іміджу соціальних працівників можливе лише за умов комплексного підходу, що включає в себе не тільки зміну зовнішнього ставлення до цієї професії, а й внутрішню роботу, спрямовану на підвищення ефективності, професіоналізму та кваліфікації. Важливо усвідомлювати, що соціальний працівник – це людина, яка віддає свою енергію, знання та час на допомогу тим, хто цього найбільше потребує. Визнання цього факту суспільством є основою для підвищення іміджу соціальних працівників, що, в свою чергу, дозволить розвивати соціальну сферу і покращувати життя людей, що потребують допомоги.

Для подальшого покращення професійного іміджу соціальних працівників важливими є також інноваційні підходи та нові стратегії, які можуть бути впроваджені на всіх рівнях управління. Однією з таких

стратегій є зміна фокусу на інклюзивний розвиток, що дозволяє залучати до соціальної роботи широкі верстви населення, включаючи молодь, людей з інвалідністю та інші маргіналізовані групи. Це не лише розширює можливості для покращення соціальної роботи, але й сприяє формуванню більш позитивного іміджу професії.

Ключовим моментом є також створення інклюзивних програм для розвитку лідерства серед соціальних працівників. Стратегія з розвитку лідерських якостей та управлінських навичок може включати в себе навчальні програми, які розвивають не тільки професійні, а й міжособистісні компетенції, такі як емоційний інтелект, комунікативні навички, здатність до ведення переговорів та роботи в умовах стресу. Це дозволить соціальним працівникам не тільки підвищити свою ефективність у роботі з клієнтами, але й підвищити довіру до них з боку громадськості та колег по професії.

Загальнодержавна програма підвищення кваліфікації також може стати важливим елементом зміни іміджу соціальних працівників. Вона передбачає не тільки залучення до участі у міжнародних тренінгах та семінарах, а й створення нових освітніх платформ, де соціальні працівники можуть здобувати додаткові знання в інноваційних напрямках, таких як цифрові технології, етика соціальної роботи, психологічна підтримка та інші важливі сфери.

Також у процесі покращення іміджу важливою є підтримка професійної спільноти. Професійні асоціації, організації та об'єднання соціальних працівників мають займати активну позицію у захисті інтересів своїх членів. Це включає в себе не лише юридичний захист, а й сприяння професійному розвитку через створення освітніх програм, участь у наукових конференціях, підтримку досліджень у галузі соціальної роботи. Такі організації повинні ставати майданчиком для обміну досвідом та

ідеями, що дозволить покращити рівень професіоналізму та авторитету соціальних працівників.

Однією з важливих стратегій для підвищення іміджу є також створення умов для громадського визнання та мотивації соціальних працівників через різноманітні нагороди та премії. Визнання досягнень соціальних працівників не лише підвищує престиж професії, але й мотивує фахівців на досягнення ще більших результатів у своїй діяльності. На державному рівні можуть бути введені спеціальні нагороди, які відзначатимуть кращих соціальних працівників за їх внесок у розвиток суспільства.

Зміна ставлення до соціальних працівників є важливим кроком до підвищення ефективності соціальної роботи, оскільки вона дозволяє залучити більшу кількість кваліфікованих спеціалістів до цієї професії. Водночас для самого суспільства покращення іміджу соціальних працівників допоможе формувати більш позитивне ставлення до соціальних ініціатив і покращить соціальний клімат загалом. Для цього необхідно працювати на всіх рівнях – від державного до локального, підтримуючи та розвиваючи соціальну роботу як важливу складову суспільства.

Таким чином, покращення професійного іміджу соціальних працівників є комплексним завданням, яке потребує співпраці на різних рівнях. Від державної підтримки до організаційних ініціатив та розвитку професійної освіти – кожен з цих аспектів має важливе значення для створення належних умов для розвитку соціальної роботи в Україні та зміни ставлення до цієї професії в суспільстві.

Висновки до розділу 2

У другому розділі кваліфікаційної роботи було досліджено основні аспекти, що впливають на формування професійного іміджу соціального працівника. Аналіз охопив як зовнішні (інституційні та організаційні), так і внутрішні (особистісні) чинники, які у взаємодії визначають сприйняття фахівця в суспільстві. Встановлено, що ефективність професійної діяльності, рівень довіри з боку клієнтів і колег, а також статус соціального працівника залежать не лише від системних умов, але й від особистої позиції самого працівника.

Під час проходження практики у Житомирському обласному центрі по нарахуванню та здійсненню соціальних виплат вдалося безпосередньо переконатися в ролі організаційної структури у підтримці позитивного іміджу фахівців. У Центрі діє чіткий розподіл функцій, використовуються сучасні інформаційні системи (зокрема ASOPD SOC), що дозволяє забезпечити оперативність, точність і прозорість при обробці великої кількості звернень. Це створює довіру з боку населення, а також формує образ професійної та ефективної служби.

Особливу увагу було приділено особистісним рисам працівників, за якими я спостерігав під час практики: доброзичливість, відповідальність, емоційна стійкість і вміння комунікувати навіть у складних обставинах. Вони не лише сприяли ефективному обслуговуванню клієнтів, але й формували позитивне враження про соціальну службу загалом.

Крім того, у процесі аналізу було підтверджено, що відсутність системної державної підтримки, недостатня заробітна плата, перевантаження та стереотипізація залишаються чинниками, що ускладнюють формування позитивного іміджу. Тому необхідною є реалізація комплексних стратегій, які включають інституційні реформи, просвітницьку роботу, підвищення якості професійної підготовки та розвиток особистісних компетентностей.

Таким чином, практичні спостереження у Центрі соціальних виплат засвідчили реальний зв'язок між умовами праці, особистими якостями працівників та іміджем соціальної роботи в очах громадськості. Це дозволяє стверджувати, що створення сприятливого середовища, підтримка професійного розвитку і визнання ролі соціального працівника на всіх рівнях – ключові умови для формування позитивного іміджу професії в Україні.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження професійного іміджу соціального працівника було з'ясовано, що це поняття охоплює не лише зовнішній вигляд фахівця, а значно глибші аспекти – його поведінку, цінності, етичні норми, комунікативні навички, професійні компетентності та ставлення до людей. Імідж формується на стику особистих якостей, професійної підготовки та соціального середовища, в якому працівник реалізує свою діяльність.

На початку роботи було окреслено основні підходи до трактування терміна «професійний імідж». Він розглядається як соціально-психологічне явище, що формується у свідомості інших людей на основі спостережень, взаємодії та інформації, яку вони отримують про спеціаліста. Виявилось, що імідж є не лише особистим «брендом» працівника, а й важливим інструментом професійної діяльності, який значною мірою впливає на якість взаємодії з клієнтами та колегами.

Дослідження показало, що позитивний професійний імідж допомагає соціальному працівникові швидше налагоджувати контакт з клієнтами, знижує рівень напруженості у спілкуванні та сприяє формуванню довіри. Особливо це важливо в умовах сучасних соціальних викликів – війни, внутрішнього переміщення, кризових ситуацій у родинах, економічної нестабільності. Люди звертаються до соціального працівника не лише по допомогу, а й по емоційну підтримку, відтак дуже важливо, щоб фахівець викликав у них впевненість і надію.

Водночас, професійний імідж не може існувати без етичного підґрунтя. Етика – це та основа, на якій тримається довіра. Усі соціальні працівники, незалежно від досвіду чи посади, мають дотримуватися норм поваги до гідності людини, конфіденційності, об'єктивності, справедливості.

Саме через послідовне етичне ставлення до клієнтів формується образ надійного, доброзичливого, але водночас професійного фахівця.

Дуже важливим є вплив освітнього рівня соціального працівника на його імідж. Якісна професійна підготовка – не лише джерело знань, а й важливий етап у формуванні стійкої ідентичності працівника, його готовності до викликів та саморефлексії. Практика, навчання, тренінги, міждисциплінарні курси – усе це сприяє не лише розвитку навичок, але й формуванню відповідального ставлення до своєї ролі в суспільстві.

Значну роль відіграють і зовнішні чинники – організаційне середовище, державна політика, підтримка з боку колективу, керівництва, наявність умов для розвитку. Професійний імідж – це не лише зусилля окремої особи, а й результат того, як функціонує вся система: чи підтримує вона працівника, чи створює для нього безпечний і стимулюючий простір.

Медіа також мають потужний вплив на формування уявлень про соціальних працівників. Якщо в інформаційному просторі звучать переважно негативні чи формальні згадки про соціальну сферу, це позначається на рівні довіри до фахівців. Навпаки, живі історії, інтерв'ю, репортажі з позитивними прикладами сприяють зростанню престижу професії. Тому важливо, щоб соціальні працівники були активними не лише в межах служб, а й у публічному просторі.

Дослідження також виявило, що існує тісний зв'язок між особистими якостями працівника і тим, як його сприймають клієнти. Уміння слухати, підтримувати, проявляти емпатію, бути чесним і відкритим – усе це має вагу не меншу, ніж знання законодавства чи навички ведення документації. У професії, де головним інструментом є взаємодія, особистість працівника – це частина професійного ресурсу.

Не менш важливим виявився й психологічний аспект. Те, як людина сприймає працівника, залежить від таких чинників, як перше враження, невербальна комунікація, поведінка, реакція на емоції.

Соціальний працівник має вміти адаптувати свій стиль до ситуації, не перетворюючись на «офіційну особу», а залишаючись живою людиною – людяною, чуйною, але професійною.

У ході аналізу було встановлено, що імідж також є вразливим до негативних впливів: непрофесійна поведінка, порушення етичних норм, байдужість або байдужий вигляд можуть серйозно підірвати довіру клієнтів і спровокувати зниження авторитету цілої установи. Тому кожен працівник, який представляє соціальну сферу, повинен усвідомлювати свою відповідальність не лише за себе, а й за сприйняття всієї професії.

Підсумовуючи, можна сказати, що професійний імідж соціального працівника – це не поверховий атрибут, а складна сукупність особистісних, професійних, етичних, комунікативних, організаційних та соціокультурних характеристик, які разом створюють довіру до фахівця. Підтримка позитивного іміджу – це щоденна робота, що включає розвиток себе як особистості, постійне навчання, дотримання етики, комунікацію з суспільством, вміння адаптуватися до викликів часу.

Саме через цей підхід – комплексний, системний, із повагою до людської гідності – соціальні працівники зможуть підвищити не лише власний авторитет, а й статус професії загалом, а отже – зміцнити ту довіру, без якої неможлива ефективна допомога людям у складних життєвих обставинах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «SOFT SKILLS» та «META SKILLS» як основа фахового зростання соціальних працівників. *Science and Education*. 2022. № 3. URL: <https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua>
2. Балдинюк О. Д. Імідж як показник професіоналізму соціального працівника. – УДПУ. 2018. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua:8181/handle/6789/9382>
3. Балабанова Л.В. Професійна етика соціального працівника. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019.
4. Балахтар В. Емпіричне вивчення сформованості іміджу особистості фахівця із соціальної роботи на різних стадіях професійного становлення. *Проблеми сучасної психології*. 2018. Вип. 42. С. 9–30. URL: <https://journals.uran.ua/index.php/2227-6246/article/view/156397>
5. Балахтар В. Ціннісно-мотиваційна складова становлення особистості фахівця з соціальної роботи. *Empirical Study of the Formation of the Personality Image of a Social Work Specialist at Different Stages of Professional Development*. 2018. С. 1–15. URL: https://www.academia.edu/97522350/Empirical_Study_of_the_Formation_of_the_Personality_Image_of_a_Social_Work_Specialist_at_Different_Stages_of_Professional_Development
6. Бандура А. Соціальні основи мислення і поведінки: соціально-когнітивна теорія. Нью-Йорк: Prentice-Hall, 1986. Розд. 1. с. 1–23.
7. Бех В. П. Духовні засади професіоналізму в соціальній роботі. Київ: Інститут проблем виховання НАПН України, 2020.
8. Воропай І. Імідж як складова професійної ідентичності фахівця. *Вісник ЛПНУ*. 2022.
9. Олексієнко Л., Луканська Г., Талат І. Вплив емоційного інтелекту соціальних працівників на ефективність взаємодії з клієнтами. *Наукові*

праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Психологія. 2025. №1 (66). С. 86-90. URL: <https://doi.org/10.32689/maup.psych.2025.1.12>

10. Гаврилюк Т.В. Професійна діяльність соціального працівника: етичні засади. Вінниця: ВНТУ, 2017.

11. Гордієнко Н. М. Символи та символічні інтеракції в формуванні ідентичностей: символічно-інтеракціоністська рефлексія. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики.* 2024. № 102. С. 144–155. URL: <http://www.soctech-journal.kpu.zp.ua/archive/2024/102/15.pdf>

12. Горемикіна Ю. Інноваційні практики соціальної роботи з вразливими групами населення в Україні. *Демографія та соціальна економіка.* 2023. № 1. С. 15–22. URL: <https://dse.org.ua/arhcive/41/6.pdf>

13. Грень Л.М., Курбанова М.Ш. Шляхи формування професійного іміджу майбутнього фахівця освітніх, педагогічних наук у закладах вищої освіти: порівняльний аналіз вітчизняного і зарубіжного досвіду. *Теорія і практика управління соціальними системами.* 2022. № 4. С. 26–39. URL: <https://web.kpi.kharkov.ua/ppuss/uk/portfolio-gren-larisi-mikolayivni/>

14. Гриценко Н. Імідж соціального працівника як соціальний феномен. *Вісник СумДУ.* 2021.

15. Гуржій А. М. *Культура професійного спілкування.* Київ: Каравела. 2016.

16. Гуржій А. М. *Культура професійного спілкування.* Київ: Каравела, 2016.

17. Дмитренко М.В. Імідж як засіб підвищення довіри до соціальних служб. *Соціальна політика і управління.* 2022.

18. Доній Н. Є., Марченко С. П. Імідж соціальної служби: напрямки формування та управління. *Науковий вісник ЧДІЕУ.* 2010. № 1(5). С. 131–145. URL: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/8691>

19. Євтух М. Б. Соціальні технології в роботі з населенням. Київ: КНЕУ, 2020.

20. Зверєва І.Д., Тютюнник Т.В. Соціальна робота в Україні: теорія і практика. Київ: Укрсоцпроект, 2019.
21. Калюжна С.О. Професійна культура і імідж фахівця соціальної сфери. Одеса: ОНУ ім. Мечникова, 2018.
22. Камбур А. В. Ліберальна перебудова соціальної держави: новий контекст для розвитку неприбуткових організацій у сфері надання соціальних послуг. *Humanitas*. 2024. № 2, с. 37–43.
23. Канівець А. Соціальний працівник – очима клієнтів. *KELM Journal*. 2021. № 6(42). URL: <https://kelmczasopisma.com/viewpdf/7195>
24. Капська А.Й., Хроменко І.І. *Соціальна педагогіка і соціальна робота*. Київ: Центр навчальної літератури, 2019.
25. Карпенко С.А. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу соціального працівника. *Філологічні студії*. 2021. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/48.pdf
26. Кірдан О. Медіація як складник соціальних навичок та фахових компетентностей майбутніх соціальних працівників. *Scientific bulletin of South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky*. Issue 3 (144). Odesa, 2023. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/17972/1/Kirdan%20Oleksandr.pdf>
27. Клименюк Н. Інтегративний характер професійної підготовки соціальних працівників. *Педагогіка і психологія*. 2021. № 2. С. 66–71.
28. Клочек Г.І. Психологія професійного становлення соціального працівника. Київ: Педагогічна думка, 2021.
29. Клочек Г.І. Психологія професійного становлення соціального працівника. Київ: Педагогічна думка, 2021.
30. Кравченко Н. О. Професійна ідентичність соціального працівника в умовах міждисциплінарної взаємодії. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Соціальна робота*. 2023. № 2(10). С. 44–49.

31. Кравчук В.С. Професійна етика й імідж працівника соціальної сфери. *Науковий вісник УжНУ*. 2021.

32. Курбанова М. Інноваційні методи навчання у формуванні професійного іміджу майбутнього фахівця освітніх, педагогічних наук у закладах вищої освіти. *Scientific Research in the Conditions of Rapid Development of Information Technologies*. 2024. С. 137–143. URL: https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/07/Scientific_research_in_the_conditions_of_rapid_development_of_information_technologies_July_17_19_2024_Helsinki_Finland.pdf

33. Курбанова М.Ш. Формування професійного іміджу майбутнього фахівця освітніх, педагогічних наук у закладах вищої освіти: комунікативний аспект. *Імідж сучасного педагога*. 2024. № 2(215). С. 137–143. URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2024-05/%D0%86%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%B6%20%20%28215%29%20%2C%202024.pdf>

34. Литвиненко С. В. Комунікативна компетентність як основа професійного іміджу. *Психологія і суспільство*. 2020.

35. Литвиненко С. В. Етика і етикет у професійній діяльності соціального працівника. Черкаси: Вертикаль, 2018.

36. Літвінова Л. Роль лідерських якостей соціальних працівників у формуванні ефективних команд. *Вісник Приазовського держ. техн. ун-ту. Серія: Соціально-гуманіт. науки*. 2024. Том 1, № 12.

37. Макарова О. П., Муліванова А. А. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки. Харків: ХНУВС, 2024. 378 с.

38. Мартинюк С. О. Безперервний професійний розвиток фахівців соціальної сфери в умовах реформування. *Соціальна робота і сучасність*. 2023. № 2. С. 17–23.

39. Міністерство соціальної політики України. Наказ № 175-Н від 11 квітня 2024 р. *“Про затвердження Державного стандарту соціальної послуги”*.

40. Міністерство соціальної політики України. Наказ № 318 від 31.03.2016 (ред. від 01.07.2022) *“Про затвердження Державного стандарту соціального супроводу сімей (осіб), які перебувають у складних життєвих обставинах”*

41. Міністерство у справах молоді та спорту України. *«Про затвердження Етичного кодексу спеціалістів із соціальної роботи»* Наказ № 1965 від 09.09.2005 (ред. від 2023 р.) - Офіційний сайт Верховної Ради України.

42. Мурашко Л. М. Соціальна робота: основи професійної діяльності. Київ: Центр учбової літератури, 2018.

43. Мурашко Л. М. Соціальна робота: основи професійної діяльності. Київ: Центр учбової літератури, 2018.

44. Національна соціальна сервісна служба України. *Підвищення кваліфікації працівників соціальної сфери : онлайн-курси, тренінги для розвитку емпатії, кризової комунікації та ефективної громадської роботи* – Офіційний сайт НСССУ

45. Новік Л. О. Психологічний аналіз змістових компонентів позитивного іміджу. *Проблеми сучасної психології*, 2015. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspl_2015_30_38

46. Овчаренко О. В. Формування позитивного іміджу фахівця соціальної сфери. *Збірник УДПУ*. 2020.

47. Олійник К. С. Професійна етика та спілкування в соціальній роботі. *Наук. вісник УжНУ. Серія: Педагогіка. Соціальна робота*. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2014. Вип. 33. С. 126–128.

48. Ольшанська Н. В. Мас-медіа як чинник, що підсилює довіру населення до соціальних інститутів. *Вісник Уманського державного педагогічного університету ім. П. Тичини*. 2022. № 3. С. 58–65.

49. Петренко І. І. Технології формування позитивного іміджу соціальних служб в Україні» – аналіз стану професії, її ресурсних обмежень і впливу стереотипів і «залишкового підходу» на престиж. 2024.

50. Підганюк М. Розвиток емоційного інтелекту майбутніх працівників соціальної сфери : кваліфікаційна робота магістра : 231 Соціальна робота / М. Підганюк ; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький, 2024. 43 с.

51. Поліщук В. С. *Етика соціальної роботи*. Рівне: НУВГП, 2017.

52. Поліщук І. *Імідж соціального працівника під час війни: зміни у сприйнятті*. Вісник соціальної роботи. 2023.

53. Савченко Ю. В. *Психологічна культура як елемент іміджу соціального працівника*. Наукові записки ТНПУ. 2020.

54. Семенова О.О. Формування іміджу соціального працівника в умовах нестабільності. Львів. 2020.

55. Семенова О.О. Формування іміджу соціального працівника в умовах соціальної нестабільності. Львів: Львівський нац. ун-т, 2020.

56. Семигіна Т. В. Етичний кодекс спеціалістів із соціальної роботи України. *Соціальна політика і соціальна робота*. 2003. № 1. С. 16–22

57. Сидоренко О. М. Професійна етика соціального працівника: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2021. С. 78–81.

58. Сідорук І. І. Теорія і методика формування соціальної компетентності у майбутніх соціальних працівників у процесі фахової підготовки: дис. д-ра пед. наук. Тернопіль, 2021. 699 с.

59. Сорока О. Діагностика професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери. *Social Work and Education*. 2016. Т. 3. № 2. С. 63. URL: <https://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

bin/irbis_nbuvg/cgiirbis_64.exe?2_S21P03=FILA%3D&2_S21STR=socworkedu c_2016_3_2_10&C21COM=S&I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&S21FMT=ASP_meta&S21REF=10&S21STN=1&Z21ID=

60. Сорока О., Калаур С. Формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів. *Recent Issues in Education*. 2023. С. 1–10. URL: <https://journals.urau.ua/swe/article/view/288791/282395>

61. Сорокіна О. А. Мотивація діяльності працівників соціальних служб. *Матеріали конференції «Сучасність. Наука. Час: взаємодія та взаємовплив»*. 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/376549437_Motivacia_dialnosti_praci_vnikiv_socialnih_sluzb

62. 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. С. 193-199. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_011_2017_23_35

63. Ткачишина О., Гринченко Б. Психологічний аналіз професійних стереотипів у період суспільних змін. *Habitus*. 2020. № 1(13). С. 168–172. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/31659>

64. Третяк Л. М. Професійний імідж соціального працівника в контексті соціальної взаємодії. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Психологічні науки, 2017. Вип. 2. С. 112–117.

65. Чайка Л. М. Стереотипи та імідж соціального працівника в українському суспільстві. *Соціологічний журнал*. 2020.

66. Шклярук Л. Сформованість професійного іміджу майбутнього соціального працівника. *Соціальна робота та освіта*. 2020. № 1. С. 43–49.

67. Ярошенко О. Г. Етика професійного спілкування в соціальній роботі. Дніпро: ДНУ, 2020.