

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ  
ТА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ**

**Кваліфікаційна робота  
магістра**

**СУПЕРВІЗІЯ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ  
СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА**

Виконала: магістрантка 2-го курсу, групи 8.2312-ср  
спеціальності 231 «Соціальна робота»  
освітньо-професійної програми  
«Соціальна робота»  
В.А. Копил

Керівник: доцент кафедри філософії, публічного  
управління та соціальної роботи,  
к.філос.н. Цапліна І.С.

Рецензент: доцент кафедри філософії, публічного  
управління та соціальної роботи,  
доцент, к.психол.н. Бойко Г.В.

Запоріжжя – 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет соціології та управління

Кафедра філософії, публічного управління та соціальної роботи

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 231 «Соціальна робота»

Освітньо-професійна програма «Соціальна робота»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри філософії, публічного  
управління та соціальної роботи

\_\_\_\_\_ Т.І. Бутченко

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я**  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРАНТЦІ

\_\_\_\_\_ Копил Валерії Андріївни

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи Супервізія у формуванні професійного іміджу соціального працівника

керівник роботи Цапліна Ірина Сергіївна, к.філос.н.,

(прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «01» травня 2023 року № 646-с

2. Строк подання студентом роботи 6 грудня 2023 року

3. Вихідні дані до роботи Астремська І. В. Прикладні методики та основи супервізії в соціальній роботі : навч. посіб. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2017. 396 с.; Браун А. Супервізор у соціальній роботі : Супервізія догляду в громаді, денних та стаціонарних установах / пер. з англ. Т. Семигіної. Київ : Унів. вид-во «Пульсари», 2003. 240 с.; Бугрим В. Іміджологія / Іміджмейкінг : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2013. 255 с.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Проаналізувати стан дослідження супервізії у формуванні професійного іміджу соціального працівника. 2. Уточнити головні поняття «соціальний працівник», «професійний імідж», «супервізія». 3. Визначити принципи та методи дослідження супервізії у формуванні професійного іміджу соціального працівника. 4. Дослідити значення професійного іміджу у самореалізації соціального працівника. 5. Виявити ціннісну і теоретичну основу супервізії у професійному розвитку соціального працівника. 6. Дослідити супервізію як важливий засіб формування професійного іміджу соціального працівника. 7. Проаналізувати результати емпіричного дослідження досвіду супервізії та ключових складових позитивного професійного іміджу соціального працівника. 8. Сформулювати рекомендації з застосування супервізії для покращення професійного іміджу соціального працівника.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)  
рисуноків - 9

---

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Цапліна І.С., доцент кафедри філософії, публічного управління та соціальної роботи	16.05.2023	16.05.2023
Розділ 2	Цапліна І.С., доцент кафедри філософії, публічного управління та соціальної роботи	28.08.2023	28.08.2023
Розділ 3	Цапліна І.С., доцент кафедри філософії, публічного управління та соціальної роботи	10.10.2023	10.10.2023

7. Дата видачі завдання 10 травня 2023 року

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	Березень – квітень 2023	виконано
2.	Бібліографічний пошук	Травень 2023	виконано
3.	Розробка основних положень роботи	Червень 2023	виконано
4.	I розділ	Червень – серпень 2023	виконано
5.	II розділ	Серпень – жовтень 2023	виконано
6.	III розділ	Жовтень – листопад 2023	виконано
7.	Систематизація висновків	Листопад – грудень 2023	виконано
8.	Нормоконтроль	Листопад – грудень 2023	виконано

Студент В.А. Копил

Керівник роботи І.С. Цапліна

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер О.С. Маліновська

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 93 сторінок, 79 позицій у списку літератури.

### СОЦІАЛЬНИЙ ПРАЦІВНИК, ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ, СУПЕРВІЗІЯ, САМОАКТУАЛІЗАЦІЯ

*Мета дослідження:* вивчення процесу і аналіз особливостей впливу супервізії на формування професійного іміджу соціального працівника.

*Об'єкт дослідження:* процес формування професійного іміджу соціального працівника.

*Предмет дослідження:* роль супервізії у контексті професійного іміджу соціального працівника.

*Методи дослідження:* аналіз, синтез, узагальнення та опитування.

*Гіпотеза:* використання супервізії у процесі формування професійного іміджу соціального працівника сприяє розвитку навички рефлексії власної професійної ідентичності, здатності до саморозвитку та удосконалення надання послуг клієнтам.

*Висновки:* 1. Професійний імідж соціального працівника – це багатофункціональне утворення, що складається як з моральної надійності соціального працівника, так із його освіченості, компетентності, професіоналізму.

2. Супервізія як атрибут професіоналізму виступає важливим інструментом формування позитивного професійного іміджу соціального працівника, а в результаті й інструментом підвищення якості соціальної послуги, результативності дій соціального працівника, ефективності діяльності соціальної служби.

## SUMMARY

The qualifying paper consists of 93 pages, 79 positions in the list of references.

### SOCIAL WORKER, PROFESSIONAL IMAGE, SUPERVISION, SELF-ACTUALIZATION

*Objective of the research:* studying the process and analyzing the peculiarities of the influence of supervision on the formation of a professional image of a social worker.

*Object of the research:* the process of forming a professional image of a social worker.

*Subject of the research:* the role of supervision in the context of the professional image of a social worker.

*Methods of the research:* analysis, synthesis, generalization and survey.

*Hypothesis:* the use of supervision in the process of forming the professional image of a social worker contributes to the development of skills of reflecting on one's own professional identity, the ability to self-development and improve the provision of services to clients.

*Conclusions:* 1. The professional image of a social worker is a multifunctional entity consisting of both the moral reliability of a social worker and his/her education, competence, and professionalism.

2. Supervision as an attribute of professionalism is an important tool for forming a positive professional image of a social worker, and as a result, a tool for improving the quality of social services, the effectiveness of social workers' actions, and the efficiency of social services.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУПЕРВІЗІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА.....	9
1.1. Історія дослідження проблеми супервізії у формуванні професійного іміджу соціального працівника.....	9
1.2. Уточнення основних понять дослідження: «соціальний працівник», «професійний імідж», «супервізія».....	18
1.3. Принципи та методи дослідження супервізії у формуванні професійного іміджу соціального працівника.....	28
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУПЕРВІЗІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА.....	33
2.1. Значення професійного іміджу у самореалізації соціального працівника.....	33
2.2. Ціннісна і теоретична основа супервізії у професійному розвитку соціального працівника.....	44
2.3. Супервізія як засіб формування професійного іміджу соціального працівника.....	52
РОЗДІЛ 3. ПРАКСЕОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУПЕРВІЗІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА.....	63
3.1. Аналіз результатів емпіричного дослідження досвіду супервізії та ключових складових позитивного професійного іміджу соціального працівника.....	63
3.2. Рекомендації з застосування супервізії для покращення професійного іміджу соціального працівника.....	74
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	86

## ВСТУП

*Актуальність дослідження.* У сучасному суспільстві значно зростає значущість професійного іміджу та компетентності фахівців. Через зростаючу конкуренцію та несподіваність у різних сферах праці, для конкурентоздатності усе важливішим стає позитивний професійний імідж будь-якого фахівця у будь-якій сфері, включаючи і соціальних працівників. Професійний імідж людини на робочому місці має відповідати очікуванням суспільства щодо представників цієї професії й вимагає адаптації до вимог роботи та статусу організації. Правильний професійний імідж повинен свідчити про професіоналізм та моральність співробітника, відповідати очікуванням як колег, так і клієнтів, що робить його важливим для будь-якої сфери соціальної діяльності.

*Проблемна ситуація* пов'язана з тим, що успішність соціального працівника формується не лише завдяки освіті, знанням та досвіду, але й через особисті якості, світогляд та життєву позицію. Позитивний професійний імідж соціального працівника відображає різноманітні аспекти міждисциплінарності його професії, її складності та глибини взаємозв'язків, що виникають у процесі надання послуг, соціальної допомоги й підтримки клієнтів.

Професійний імідж кожного фахівця є складовою частиною загального уявлення про дану професію в суспільстві, тому відповідальність за це покладається на кожного соціального працівника. Створення та керування цим образом можна розглядати як систематичне поширення інформації з очікуванням відповідної реакції цільової аудиторії. Тому надзвичайно важливою є професійна підготовка студентів, аби вони ставали не лише компетентними соціальними працівниками, а й спеціалістами, здатними до творчого мислення, прийняття оптимальних рішень у різних ситуаціях, самоосвіти й самовдосконалення, а також уміли співпрацювати з іншими учасниками у спільній професійній діяльності. Це робить актуальним напрямок вищої професійної освіти, який спрямований на підготовку конкурентоздатних, компетентних та відповідальних спеціалістів, які мають бажання постійно професійно розвиватися, самовдосконалюватися та працювати над своїм

професійним іміджем. Актуальні вимоги стосуються формування цілісного професійного іміджу фахівця, як важливої складової соціально-професійних відносин.

Таким чином, соціальна робота як професія потребує глибокої підготовки та постійного самовдосконалення фахівців у формуванні свого професійного іміджу. Оскільки професійно-особистісний імідж впливає не лише на благополуччя клієнтів, а й на самопочуття та успішність самого соціального працівника. Важливою у цьому контексті стає систематична підтримка та розвиток фахівців через супервізію. Цей вид діяльності виступає як важливий фактор забезпечення психологічного благополуччя та розвитку професійних навичок спеціалістів, дозволяючи розширювати їхні можливості та фаховий потенціал.

Отже, з огляду на вищезазначене, можна виявити специфіку даної проблематики, що вказує на актуальність теми дослідження.

*Об'єктом дослідження* виступає процес формування професійного іміджу соціального працівника.

*Предмет дослідження* – роль супервізії у контексті професійного іміджу соціального працівника.

*Метою дослідження* є вивчення процесу і аналіз особливостей впливу супервізії на формування професійного іміджу соціального працівника.

Згідно з метою маємо такі *завдання*:

- проаналізувати стан дослідження питання супервізії у формуванні професійного іміджу соціального працівника;
- здійснити уточнення змісту головних понять дослідження: «соціальний працівник», «професійний імідж», «супервізія»;
- обґрунтувати основні принципи та методи дослідження, що використовуються у даній роботі;
- визначити значення професійного іміджу у самореалізації соціального працівника;
- виявити ціннісну і теоретичну основу супервізії у професійному



розвитку соціального працівника;

- дослідити супервізію як засіб формування професійного іміджу соціального працівника;

- проаналізувати результати емпіричного дослідження досвіду супервізії та ключових складових позитивного професійного іміджу соціального працівника;

- розробити рекомендації з застосування супервізії для покращення професійного іміджу соціального працівника.

*Гіпотеза:* використання супервізії у процесі формування професійного іміджу соціального працівника сприяє розвитку навички рефлексії власної професійної ідентичності, здатності до саморозвитку та удосконалення надання послуг клієнтам.

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку літератури.

# РОЗДІЛ 1

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СУПЕРВІЗІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА

### 1.1. Історія дослідження проблеми супервізії у формуванні професійного іміджу соціального працівника

Розуміння та оцінка іміджу в сфері соціальної роботи є важливими аспектами як у наукових дослідженнях, так і в управлінській діяльності. Це допомагає краще сприймати громадськістю роль та внесок соціальних працівників, сприяє побудові довіри до цієї професії.

Концепція іміджу постійно розширює своє застосування в різних сферах знань і діяльності, відзначаючи з роками зростання розповсюдження. Швидкі зміни в суспільстві активно відображаються в соціальній роботі, зокрема, у професійній сфері соціальних працівників. Важливість іміджу обумовлена зростанням впливу міжособистісного спілкування на життя суспільства. Чим активніше особистість виражає себе у соціумі, тим більше вона сприяє розвитку суспільства, і чим виразніше її імідж, тим вона виглядає більш неповторною в контексті цього оточення. Сучасна свідома особистість визнає важливість людського і суспільного визнання для свого внутрішнього спокою та задоволення життям. Це відображається у її здатності налагоджувати контакти з іншими людьми та підвищувати свій соціальний статус. Отже, імідж стає сучасним засобом спілкування, актуальним для суспільства та індивідуального розвитку [69].

Виникнення іміджу можна розглядати як елемент у історії культури суспільства, як складову, яка відображає особистість фахівця та уявлення про взаємодію між людьми, вплив на їхнє життя. Він, як один із способів відтворення у свідомості людей уявлень про світ, соціальну реальність та опис

зовнішніх рис й властивостей, був присутній на всіх етапах розвитку суспільства [27].

Вивчення й розгляд іміджу як соціокультурного поняття має свої коріння у філософських концепціях періоду модернізму. Хоча у минулому дослідження феномену іміджу у його сучасному розумінні не було основною темою для мислителів, теоретичні та методологічні підходи до цього поняття були внесені ще у попередні епохи.

Наприклад, у своїх творах Платон описував гармонію як сукупність характерних рис особистості, виявлену через зовнішність, дії та слова. Макіавеллі підкреслював важливість вміння приховувати справжні наміри за «маскою» для політичних лідерів. Іншим прикладом є мистецтво впливу та управління враженнями в політиці через засоби політичної агітації та пропаганди, яке попередило сучасні наукові дослідження у галузі імідж-технологій.

Існує значна кількість наукових праць, які вплинули на формування сучасної концепції іміджу. Теорія іміджу тісно пов'язана з дослідженнями Г. Лебона, Х. Ортега-і-Гассети, Е. Фромма в сфері масового суспільства. У теоріях масового суспільства акцент ставиться на перенесення терміну «маса» на суспільство загалом та у різні сфери: споживання, виробництво, політичне та культурне життя. Основна риса, якою визначається натовп, – це велика схильність до того, аби бути під впливом маніпуляцій, що робить імідж центральним у наукових дослідженнях [33].

До ключових досліджень, які вплинули на розвиток теорії іміджу, слід віднести «теорію комунікативної дії» Юргена Габермаса. Він в своїй концепції «життєвого світу» висуває власну систему соціальної взаємодії, виокремлюючи чотири типи: стратегічний, нормативний, драматургічний та комунікативний. Стратегічна дія характеризується використанням інших як інструментів чи перешкод для досягнення мети. Нормативний тип включає в себе підпорядкування поведінки загальноновизнаним нормам та цінностям.

Комунікативна дія ґрунтується на узгодженні учасників для досягнення спільних результатів у конкретній ситуації [74].

Вивчення феномену іміджу у контексті самопредставлення відображено у моделі драматургічної соціальної взаємодії, що базується на працях І. Гофмана, автора «драматургічного підходу». Він у своїх дослідженнях соціальної взаємодії використовує театральні аналогії для пояснення механізму збереження єдиної інтерпретації ситуації, яка переважає наперекір потенційним загрозам. Драматургічна дія в Габермаса орієнтована на створення враження на глядача або формування публічного іміджу через свою театральну природу. Якщо ефективність стратегічної дії вимірюється витратами на її здійснення, то ефективність драматургічної дії – це відповідність між створеним іміджем та його реальним образом [19].

Вивчення процесу формування суспільної думки відображається у виникненні концепції соціального стереотипу. Спочатку термін з'явився завдяки американському журналістові У. Ліппману. Він підкреслював, що людина живе у своєрідній псевдореальності, яка складається з упереджень, типових уявлень та спрощених моделей. Цей спрощений механізм сприйняття дійсності виконує захисну роль, забезпечуючи захист від стресів [36].

Протягом останніх десятиліть ХХ і початку ХХІ століття, поняття «імідж» набуло більшого значення у світлі соціальних змін. Наука, що вивчає цей концепт, з'явилася у 60-х роках ХХ століття, коли інформаційні та телекомунікаційні технології стали ключовими факторами, які сприяли ефективному управлінню індивідуальною, колективною та масовою свідомістю. Це перегукувалося зі зростанням індивідуальної та професійної свободи, що стало наслідком соціального і технічного прогресу. Імідж став формою, яка висловлює індивідуальність. Це стимулювало зацікавленість науки в дослідженні цього явища, при цьому різні наукові напрямки намагаються самостійно визначити і пояснити природу цього терміну.

Виникнення науково-теоретичних основ теорії іміджу було передбачено розвитком таких галузей наукових досліджень, як психологія (представлені Г.

Андрєвою, В. В. Белобрагіним, В. Я. Белобрагіним, А. Калюжним, Є. Перелигіною, В. Шепелем і іншими), соціологія (включаючи П. Корнілова, А. Кошмарова, О. Попову та інших), політологія (представлені В. Бебиком та іншими). Паралельно до традиційних наукових дисциплін формуються спеціальні галузі, такі як іміджологія (з участю А. Панасюка, Г. Почепцова, В. Шепеля та інших), паблік рилейшнз (включаючи В. Бебика, Є. Богданова, В. Зазикіна та інших).

Перші наукові дослідження про імідж людини проводилися в психології, що акцентує на емоційних рисах особистості, її темпераменті та впливі на оточення. Ключовим в психологічному розумінні є вміння «проникати» у людей або «читати» їх для розуміння мотивації, рушійних сил поведінки. Існує можливість за допомогою іміджу приховатися, майже розчинитися у тлі, відіграти роль, що не є власною. Формально, ця готовність до «розчинення» є психологічною основою іміджу. Іншими словами, імідж слугує засобом, який спонукає особистість до відповідності або адаптації [71].

До коренів ідеї про імідж можна віднести наукові праці видатних психологів, які віддавали перевагу соціально-перцептивному підходу (таких як О. Бодальов, В. Панферов, С. Рубінштейн та їх послідовники). У їх дослідженнях глибоко розглядалися закономірності сприйняття та взаєморозуміння між людьми, особливості формування першого враження, специфіка соціально-психологічних механізмів взаємного сприйняття, зміст соціальних стереотипів, що стали основою для вирішення проблеми іміджу.

С. Рубінштейн досліджував поняття іміджу у контексті невербальної соціальної поведінки, надаючи цій проблемі значущу наукову основу: «Виразний рух, у якому внутрішній зміст розкривається зовні, – це не зовнішній супровід, а компонент емоцій. Тому виразні рухи та виразні дії створюють – як це має місце у грі актора – образ дійової особи, розкриваючи її внутрішній зміст у зовнішній дії» [52].

У наукових доробках О. Бодальова відзначається підтвердження того, що імідж тісно зв'язаний із психічними особливостями людини: «...зовнішність ... є

показником потайних і недоступних для безпосереднього спостереження психічних властивостей особистості» [10].

В. Панферов провів докладний аналіз взаємозв'язку між елементами зовнішнього вигляду та поведінки людини, ураховуючи її психічні особливості. Його концепція підкреслює взаємодію між суб'єктивними властивостями особистості та зовнішніми проявами її поведінки. Згідно з його підходом, психічні риси особистості виявляються іншим людям через зовнішній образ, що включає не лише зовнішність, але й емоції, дії та вчинки [71].

Сучасне вивчення іміджу ведуть представники різних наукових галузей, таких як соціологія, політологія, психологія та маркетинг. Це включення досліджень іміджу в контекст різних наук ускладнює теоретичне та методичне обґрунтування його розгляду як окремого феномену. Вчені вважають, що рефлексія іміджу в гуманітарних науках може призвести до визначення «соціології іміджу» як особливої теорії на середньому рівні, в рамках якої повинні систематизуватися всі комплексні теоретичні розробки [11]. Інші дослідники висувають питання щодо необхідності створення загальної теорії іміджу та її філософсько-методологічних основ. Статус іміджелогії у науковому дискурсі ще не є повністю визначеним. Виникнення цієї галузі пов'язане з сучасними тенденціями, що свідчать про загальний інтерес громадськості до вивчення ефективних методів створення та розвитку іміджу. Більшість робіт з іміджелогії мають практичне спрямування і ґрунтуються на досягненнях окремих наук, таких як політологія, соціальна психологія та культурологія. Існує думка, що іміджелогія не повинна обмежуватися тільки прикладним спрямуванням: вона має більш широкі завдання – створення фундаментальної теорії іміджу. Але дотепер не створено чіткого предмету, уніфікованого термінологічного апарату, законів чи методик в цій галузі [33].

Іміджелогія є дисципліною, яка досліджує теорію та практику формування іміджу. На початку 90-х років утворилася нова галузь гуманітарних технологій – іміджелогія, що вивчає методи створення бажаного чи необхідного, що має велике значення для кожного образу.

«Іміджелогія» – це термін, який походить від злиття двох слів: «image» (англ.) – образ, подoba, зображення, відображення та «logos» (грец.) – слово, мова, роздум, і в перекладі означає «наука про образ».

Іміджелогія – це галузь наукових знань, яка вивчає методики формування та розвитку позитивного і привабливого образу особистості, соціальних груп, організацій, ідеї, релігії та інших соціокультурних аспектів. Вона спрямована на розробку технологій, сприяючи створенню особистісної привабливості та ефективному впливу на сприйняття інших людей. Ця галузь науки пов'язана з інтелектуальною, творчою та виробничою діяльністю людини.

Структура іміджелогії складається з двох основних компонентів, що взаємодіють та впливають один на одного – загальна (теоретична) іміджелогія та практична (прикладна) іміджелогія, також відома як іміджмейкерство. Загальна іміджелогія глибоко аналізує природу іміджу, розглядає питання, пов'язані з методологічними основами наукового пізнання та формує концептуальні засади цієї науки у різних сферах. Практична іміджелогія вивчає конкретні технології формування іміджу, такі як неймінг, іміджмейкінг та методи створення виразного образу, розробляє моделі використання імідж-технологій відповідно до соціальних потреб.

Іміджмейкінг представляє практичний аспект іміджелогії, процес, що використовує комунікативні технології та різні методи з метою сформуванню образу певного об'єкта. Основна мета іміджмейкінгу – створення ефективного іміджу. Аудиторія іміджу – група людей, яка формує свою думку про цей об'єкт. Іміджмейкер – фахівець, що професійно працює над формуванням іміджу. Інформація, яка впливає на створення іміджу, може бути безпосередньою (походить від самого об'єкта) або опосередкованою (від інших осіб), а також може бути як правдивою, так і вигаданою.

Важливим аспектом формування іміджу у професійній діяльності соціального працівника є супервізія, яка має свою історію й практику.

Практика супервізії, що стала формою наставництва та взаємодії, з'явилася на початку 1930-х років у контексті психоаналітичної освіти. За цей

час вона зазнала прогресу, об'єднавши в собі науку, практику та освіту. У світлі актуальних умов супервізії не лише включає в себе усвідомлення теоретичних аспектів, але стає необхідним елементом професійної підготовки та розвитку майстерності. Ці взаємини спрямовані на поліпшення професійної діяльності.

У кінці XIX століття в Англії термін «супервізор» означав особу, яка наглядала, керувала чи була інспектором установи, відповідно до її ієрархічної структури. У соціальній сфері це поняття в основному зберегло своє первісне значення, включаючи контроль, виправлення та управління. Поступово до цього додався аспект навчання персоналу. Початок XX століття в сфері соціальної роботи пов'язаний з появою нової форми супервізії, яка, окрім контролю, також передбачала консультування та підтримку. Таким чином були закладені основи для сучасного уявлення про психоконсультування та психотерапевтичного сприйняття супервізії.

На книгу З. Фрейда «Аналіз випадку п'ятирічного хлопчика» часто вказують як на першу згадку явища супервізії у літературі. Вона ілюструє зміщення ролей, оскільки психотерапевт втрутився в роботу батька пацієнта для лікування неврозу його сина. Цей процес відповідав процесу супервізії, створюючи перший деталізований опис психодинамічної супервізії. Функції Фрейда в ролі супервізора полягали у контролі за ходом терапії та висуненні гіпотез щодо дій батька-терапевта.

Обмін листами, особисті розмови, а також участь у спільних практичних сеансах психоаналізу та обмін досвідом щодо власних пацієнтів – це перші форми супервізії. З. Фрейд через листування надавав супервізію К. Юнгу щодо процесу психотерапії його першої пацієнтки. Це не лише розкрило феномен контрпереносу, але й пролило світло на складнощі на ранніх етапах розвитку супервізії.

У розвитку супервізорства існували дискусії про різницю між супервізією та терапевтичним процесом. З. Фрейд створив модель навчання психодинамічного терапевта, при цьому він сам не мав наставників або супервізорів. Не існувало офіційних курсів підвищення кваліфікації, окрім тих,



які він сам проводив. Проте він регулярно обговорював клінічні випадки з колегами з Психологічного товариства, зустрічі відбувалися у приймальні Фрейда раз на тиждень. Хоча він був єдиним наставником, література майже не містить деталей його супервізорської діяльності, вказуючи лише на її неформальний характер. Починаючи з 1924 року, у вимогах до психоаналітичної освіти виникла обов'язкова умова про проходження піврічного курсу навчального аналізу. На Берлінському конгресі у 1922 році були сформульовані (і у 1924 році оприлюднені) стандарти, які вимагали, щоб молоді психоаналітики здійснювали 6-місячне стажування. Також велика увага приділялася підтримці та керівництву молодих фахівців у клінічній роботі більш досвідченими колегами.

Як частина психоаналітичного навчання, вперше практика супервізійного контролю стажування була впроваджена К. Абрахамом, М. Ейтінгоном та Г.Земмелем в Берлінському університеті. Пізніше до цієї практики приєдналися Ф. Александер, Ж. Ламп, К. Хорні та інші психоаналітики. Деталі процесу призначення супервізора для стажиста та частоти їхніх зустрічей є обмеженими. Зазначено лише, що після навчання молодий психоаналітик мав власну ініціативу у пошуку супервізора.

У 1930-х роках зросло зацікавлення розвитком практики супервізії. Одне з головних завдань супервізора в цьому контексті полягало у розвитку ефективної тактики для встановлення особистих контактів, необхідних у професійній діяльності. В. Робінсон і А. Кадушіна внесли вагому теоретичну спадщину в області супервізії, але ця робота залишалася поза увагою фахівців інших сфер. У літературі 1955 року звернули увагу на паралельність між процесами супервізії та терапії, визначивши це явище як «відображення процесу» або «феномен паралелізму». Розуміння цього феномену вимагає від супервізора вміння помічати власні реакції і обговорювати їх зі супервізованим таким чином, щоб уникнути відчуття осуду.

А. Кадуши та А. Ларкнес у своїй роботі «Супервізія в соціальній сфері» (1976) розкривають принципи та методи супервізії, а також вказують на

рекомендації, які супервізор повинен враховувати. Д. Флемінг і Т. Бенедек у своїй праці «Психоаналітична супервізія» (1966) наводять приклади застосування авторитарного підходу, коли супервізор визначає, які знання повинен мати стажист, а сам стажист відповідає за настанови клієнтові. Робота також описує випадки, де супервізор акцентує увагу на співпраці з фахівцем, включаючи роботу з перенесенням на супервізора під час навчання.

У підручнику з супервізії І. Гаранькова обговорює питання про вплив думки супервізора на свободу мислення та дії початківця. Зазначається, що починають з'являтися дослідження, що акцентують увагу на тому, як саме фахівець ставиться до прослуховування пацієнта, узгоджуючи це з теорією інтерсуб'єктивності. Автор досліджує процес взаємодії у межах супервізії, зокрема – питання про самооцінку супервізора під час взаємодії з фахівцем. У роботі описується необхідність відкритого обговорення почуттів і реакцій супервізора-психоаналітика, а також звертається увага на індивідуальні особливості супервізора, які потрібно враховувати в супервізійному процесі. Підкреслюється, що супервізія має включати аналіз почуттів всіх учасників цього процесу [40].

Отже, супервізія вважається важливою складовою професійної сфери. В Україні було запроваджено кілька новаторських проєктів, де супервізійна підтримка використовується для роботи з їх виконавцями. Ці проєкти орієнтовані на працівників, що стикаються з найвразливішими категоріями клієнтів і з високим ризиком професійного вигорання та непостійністю кадрів. Наприклад, це надання допомоги «дітям вулиці», онкологічно хворим дітям, сиротам та дітям, що потребують опіки або перебувають у виході з опіки, а також допомога літнім людям з потребою у постійному догляді, особам з інвалідністю та безпритульним. Одне з ключових завдань у супервізійних стосунках полягає у збереженні емоційної стійкості під час професійних ситуацій, які можуть породжувати почуття безпорадності, відчаю, відсутності перспектив та загального розчарування. Наприклад, у рамках національної мережі Карітас у проєкті «Мобільна робота з молоддю в Україні, 2010-2012»

передбачалася підтримка різних видів професійної допомоги фахівцям, які працювали з молоддю, що проживала на вулиці [26].

Сам супервізор має постійно розвиватися і не відмовлятися від підтримки більш досвідченого колеги. Незалежно від професійного рівня фахівця, важливо пам'ятати, що він перш за все людина і завжди може скористатися допомогою та професійною підтримкою.

## **1.2. Уточнення основних понять дослідження: «соціальний працівник», «професійний імідж», «супервізія»**

У сучасному світі важко уявити суспільство, де відсутня соціальна допомога як професійна сфера, академічна галузь чи науковий напрямок, адже завжди існують ситуації та складні життєві обставини, де люди або групи людей потребуватимуть соціальної допомоги та підтримки.

Соціальний працівник – це кваліфікований фахівець у сфері соціальної роботи, що виконує різноманітні посадові завдання в цій сфері. Його обов'язки включають надання різних видів соціальної допомоги, спрямованої на вирішення проблем людини, сім'ї або групи людей.

Цей фахівець є кваліфікованим консультантом та вправним комунікатором, який має глибоке розуміння законів України. Він використовує ці знання для вирішення кризових ситуацій та разом з клієнтами розробляє програми та стратегії для виходу із складних життєвих ситуацій.

Соціальна робота – це спеціальна сфера діяльності, яка має на меті вирішення соціальних проблем окремих осіб і груп, а також створення умов, що сприяють відтворенню чи покращенню соціального функціонування людей [59].

Соціальна робота спирається на гуманне й альтруїстичне ставлення однієї людини до іншої, виключаючи прояви егоїзму та задоволення власних потреб. Ця сфера діяльності є унікальною, оскільки не лише надає допомогу тим, хто її потребує, але й спонукає до розвитку самопомоги у цих осіб. Соціальна

робота охоплює як надання підтримки та соціального захисту, так і супровідний регулюючий вплив та встановлення складних взаємин, де пріоритетом є активізація творчих сил та потенціалу кожної окремої особи [2]. Важливо зазначити, що одним із ключових завдань соціальної роботи є розв'язання справжніх соціальних проблем, а не лише проведення дискусій чи теоретичних роздумів. Це означає вивчення конкретних ситуацій, аналіз практичного досвіду та створення нових методів вирішення проблемних ситуацій.

Професійний імідж – це уявлення про працівника, яке відображає його діловий стиль і враження щодо його професійних якостей й компетентності. Цей імідж формується на основі уявлення про ідеального представника тієї або іншої професії в очах оточуючих [44].

У сучасному науковому визначенні термін «професійний імідж» часто розглядається як уявлення про фахівця у якості компетентної та кваліфікованої особистості у своїй галузі. Це враження формується на основі сприйняття суспільством того, яким має бути фахівець у відповідності до його професійного статусу, включаючи оцінку особистісно-професійних якостей, мови, поведінки та зовнішності.

Це символічний образ – стійка система знаків і символів, що представляють професійні, моральні, естетичні та етичні стандарти, прийняті у суспільстві, а також сприйняття суб'єктом своїх професійних обов'язків. Це також може включати професійні стереотипи і типажі, що мають інтенсивний емоційний і оцінний ефект, базуючись на загальному уявленні про типового фахівця.

Це психологічний механізм, що об'єднує особистісні якості, професійні навички та зовнішність особистості. Це інтегрована якість особистості – складна характеристика, що формується за допомогою культурних, психологічних та професійних знань, навичок і вмінь. Вона визначається особливостями професійної діяльності та соціальних ролей, які особистість виконує.

Це емоційно насичений образ, утворений у загальній свідомості, із рисами стереотипу, що легко впливає на способи мислення, поведінку та вибори іншої особи. Це відображення діяльності людини, її планів і реалізації, а також її професійних якостей, рівня успішності та предметних атрибутів [30].

Різні вчені мали свої погляди на те, що означає термін «імідж». Джерело слова «*image*» походило з ідеї, що спочатку воно означало іншу реальність, яка наслідувала чи імітувала «першу» реальність, символізуючи її, але могла виглядати для людини як щось реальне, хоча й не була таким насправді. Широке поширення термін «імідж» отримав завдяки американському економісту К. Боулдінгу, який у 60-ті роки ХХ століття ввів це поняття в науковий вжиток, аргументуючи його важливість для успіху в ділових справах.

Тоді, коли зростає потреба в управлінні іміжем політиків, артистів, спортсменів, проблема формування іміджу почала активно досліджуватися у сферах психології, соціології, педагогіки та інших наук. На сучасному етапі спостерігається повне наукове вивчення іміджу, його можливої універсалізації та розширення на нові галузі знань.

Слово «образ» у тлумачних словниках української мови описується як зовнішній вигляд чогось або когось; відображення особи або предмета у пам'яті, свідомості або уяві; типова форма відображення реальності в літературі й мистецтві; узагальнена концепція, характер, вироблений творцем [64].

Проте, у сучасній українській мові слово «імідж» не є взаємозамінним зі словом «образом». Вважається, що імідж – це не просто тип образу, а сам образ, що має свого суб'єкта. Цей суб'єкт може бути різним: людиною, групою чи колективом, навіть будь-яким предметом.

Спеціаліст у галузі соціальної психології В. Шепель, узагальнив досвід дослідження проблеми формування іміджу та відрізнив поняття «імідж» від «образу». Відповідно до його визначень, образ є загальною характеристикою особистості, тоді як імідж – це персональний вигляд або аура, яку створюють за допомогою засобів масової інформації, соціальних спільнот або самою особистістю для привертання уваги до себе [71].

Були спроби створення узагальненої теоретичної моделі іміджу, що розглядає його як програму соціальної поведінки та її асоціацій. Імідж представляє собою відображення групових норм у символах та образах, які впливають на орієнтацію у поведінці суб'єкта та формують уявлення про бажані враження [20].

Одна з українських дослідниць Л. С. Філатова вказує на важливість досліджень в цій галузі В. В. Белобрагіна та В. Я. Белобрагіна. Вони проаналізували концепцію «імідж» у роботах сорока п'яти вчених, які опублікували свої праці протягом останніх п'ятнадцяти років. Результати показали, що практично всі дослідники використовують лише основу «образу» у визначенні іміджу: як форму відображення об'єкта, модель пізнання чи засіб управління. Ці автори визначають імідж як стереотипний образ, що систематично формується суб'єктами суспільної діяльності в особистій, груповій і громадській свідомості з метою досягнення політичних, економічних, соціальних цілей, а також для самопізнання та кар'єрного зростання [71].

Подібну думку підкреслює точка зору, з якої імідж називають емоційно насиченим стереотипом, ідеалізовано упередженою моделлю сполучення соціальних та предметних елементів суспільства [12].

Близька до цих висновків думка, де імідж розглядається як уявний образ, який надає об'єкту додаткових цінностей, що не ґрунтуються на його реальних властивостях, а відображають нові характеристики, що стимулюють уяву [17].

Інші погляди демонструють дослідження, де імідж розглядається як специфічний уявний образ, що складається у свідомості людей щодо певної особи, організації чи іншого соціального суб'єкта, що містить велику кількість емоційно забарвленої інформації [71].

Інші вчені стверджують, що імідж може бути пов'язаний з маніпулюванням свідомістю людей. Наприклад, Л. Вайткунене розглядає імідж як засіб впливу та спеціально створений образ, де головною є не реальність, а те, що ми хочемо побачити і те, що нам потрібно. Імідж також розглядається як

ключовий психологічний механізм формування загальних уявлень у масовій свідомості суспільства.

Імідж сприймається як навіюваний, привабливий, легко впізнаваний образ, що впливає на емоційну сферу людини, іноді навіть на її підсвідомість, а також через це впливає на пояснювальні механізми її свідомості і вчинки. Згідно з такою думкою, дія іміджу базується на сильному емоційному враженні, що може призвести до зниження контролю над свідомим сприйняттям [54].

В. Ісаченко розглядає імідж як феномен, що може бути як результатом маніпуляції, так і інструментом для маніпулювання людьми [25]. Однак ці явища ще недостатньо вивчені в українській науці.

Відома авторка досліджень у соціальній психології Г. Андрєєва розглядає імідж як спеціально утворений образ предмета, який відтворюється за умов, коли призма, перспектива сприйняття навмисно перекручена, підкреслюючи лише певні аспекти об'єкта. Це створює ілюзорне враження щодо об'єкта або явища. На це визначення посилаються чимало авторів [60].

Сутність іміджу також розглядається як соціально-психологічне явище, що описує образ, враження чи уявлення про конкретну особу, відображає зміст її характеру. З погляду практичного використання, встановлюється аналогія між поняттям «імідж» та грецьким терміном «харизма», який у давнину визначав авторитетність, мудрість, обдарованість і святість [18].

Більшість авторів погоджуються, що імідж пов'язаний зі створенням спеціального образу, який має відповідати очікуванням соціального оточення. Таку точку зору підтримує В. Ісаченко, який вказує, що цей образ формується особистістю саме з метою вдосконалення себе, відповідаючи її власним потребам [25].

Довідниками імідж трактується як «публічно зафіксований або підтримуваний вигляд, образ громадської особи, обличчя професії, діяльності, організації, способу життя» [49]; «стереотип, що сформувався у масовій свідомості, цілеспрямовано сформований, емоційно забарвлений образ певного

об'єкта» [50]; «...імідж створюється за допомогою використання візуальних вражень...» [79].

У науковому психологічному контексті, імідж розглядають як символічний образ суб'єкта, який формується під час взаємодії між особами. Це враження, спричинене впливом людини на іншу особу або групу, уявлення, що виникає у свідомості спостерігача і об'єднує зовнішні й внутрішні особливості цього об'єкта. Дослідники вказують на різноманіття іміджу представленого об'єкта як утвердженого враження, що формується у свідомості чи підсвідомості через пряме сприйняття певних рис об'єкта людиною. Також він може виникнути опосередковано, на основі оцінки вже сформованого образу у свідомості інших осіб, які сприймають цей об'єкт [30].

Автори класичних психологічних праць А. Петровський та М. Ярошевський визначають імідж як стереотипізований образ конкретного об'єкта, який побутує у суспільній свідомості. Це явище має стосунок до конкретної людини, але може також характеризувати певний товар, організацію, професію і т. д. [29].

В психології існує позиція щодо символічності іміджу. Імідж професіонала – це експресивно забарвлений стереотип відчуття образу фахівця в уявленні колективу колег, соціального оточення, у масовій свідомості. Це символічний образ суб'єкта, що створюється у процесі взаємодії професіонала з його соціальним середовищем [75]. Також існує позиція, що імідж не лише описує зовнішній вигляд об'єкта, але й представляє собою усвідомлену думку чи уявлення, сформоване у суспільстві щодо особи, предмета чи товару [7].

Існує погляд, що імідж – це не справжня сутність людини чи сукупність її характеристик, а сприйнятий оточуючими образ, який формується через враження, що створюються про цю особу за допомогою різних методів [51].

Соціологічний короткий енциклопедичний словник надає визначення поняття «соціальний імідж» – «образ тих чи інших соціальних об'єктів, явищ, процесів, осіб, який складається в індивідуальній та суспільній свідомості і визначає відповідне ставлення до них. Є засобом сприйняття та пізнання



соціальної дійсності, тому допомагає орієнтуватися у світі соціальних відносин, налагоджувати поведінку та взаємодію суб'єктів соціальної взаємодії» [21].

П. Корнілов розглядає подвійну природу терміна «імідж», де поєднуються аспекти пасивного відображення та активного впливу на свідомість людей. Додатково, вчений розкриває сутність цього явища, представляючи його як систему дій та поведінкових стратегій. Він вказує, що людина формує свій імідж на основі створених образів, але у межах прийнятих у суспільстві або серед конкретної групи.

Крім того, імідж трактується як процес внутрішнього формування й розуміння себе за допомогою загальних соціальних орієнтацій в суспільстві, внутрішнє програмування різних аспектів психіки для взаємодії. Також це описує систему, яка визначає духовний розвиток та поведінку людей за допомогою загально визнаних у суспільстві уявлень та символів, що використовуються для мотивації досягнень, встановлення визначеного враження, враховуючи індивідуальні можливості та ситуацію [11].

Імідж співвідносять з різними персоніфікованими категоріями («самопрезентація», «самопред'явлення», «управління враженням»). Звертається увага на рольовий характер іміджу, який виявляється, як публічне «Я» людини, своєрідна маска, що застосовується для отримання привабливого вигляду в очах інших людей [28].

Особливим є порівняння іміджу з «одягом, який надягає на себе людина, він повинен підходити їй за розміром, кольором та фасоном, а також презентувати до певної міри її внутрішній світ» [41].

Т. Пархоменко пропонує називати іміджем «цілеспрямований процес створення нової символічної реальності, що часом не має нічого спільного з тим об'єктивно наявним носієм, для якого вона створюється» [43].

Іншими словами, з погляду соціології, імідж можна сприймати як своєрідний набір встановлених шаблонів, ритуалів та інших елементів. Це конструкт, створений для розв'язання численних завдань з мінімальними зусиллями, опираючись на стереотипи, норми та символи. Одночасно імідж

відображає соціальну поведінку в особистому психічному просторі.

З різних визначень іміджу, викладених у різних галузях науки, виділяються загальні риси. Імідж – це образ, що формується щодо когось чи чогось. Перший погляд на людину може створити певне уявлення про неї, і це враження часто визначає оцінку особистості навколишніми. Кожна дрібниця має значення в утворенні уявлення про людину: жести, погляд, спосіб спілкування, стиль одягу та інше. Усе це складає особистісний імідж, що виникає під час спілкування (чи то словесного, чи то невербального) з іншою людиною. Основними методами створення такого образу-враження є стиль поведінки, мовлення, жести, міміка, голос, зовнішність, що включає у себе одяг, зачіску, макіяж. Образ, що виникає в ході прямого спілкування, може бути досить стійким і існувати навіть тоді, коли людина, яка його створює, відсутня. Цікаво, що імідж може залишатися стійким, навіть якщо поведінка суб'єкта в подальшому змінюється [29].

В. В. Попова обґрунтовує співвіднесення понять «професійний імідж» та «імідж професії». Вона пояснює, що перше поняття пов'язане з конкретними професійними якостями, такими як компетентність і вміння ефективно виконувати професійні обов'язки. У той час як «імідж професії» ширше тлумачиться як поняття, що включає в себе не лише фахові знання та навички, але й особисті якості представників цієї професії. Це охоплює характеристики як окремих осіб, так і загальні особливості професійної групи в цілому, розглядаючи їх як важливий елемент професійної культури та ідеології, які визначають уявлення різних соціальних груп про професіоналів [47].

Поняття «імідж професії» також може розумітися як узагальнене суспільне уявлення про цю професію. Такі думки про професію можуть формулюватися через особистий досвід, позиції інших людей, які розповсюджені у суспільстві, медіа та ЗМІ [47].

Супервізія в професійній діяльності соціального працівника – це аспект, який не отримав достатнього дослідження в у сфері психології сучасного суспільства. Часто супервізія розглядається як допомога більш досвідчених

фахівців менш досвідченим колегам, але таке уявлення досить обмежене. Різні особи визначають і використовують термін «супервізія» по-різному. Деякі асоціюють його з консультуванням, тоді як інші розглядають його як частину управління. Незважаючи на те, що супервізія може мати елементи консультування і управління, її слід чітко виділяти від цих двох споріднених функцій.

Супервізія часто розглядається як механізм, за допомогою якого більш досвідчений фахівець вказує на помилки менш досвідченого, обговорюються сильні та слабкі сторони, а також виправляються помилки, які можуть виникнути під час роботи. Такий підхід до супервізії можна розглядати як систему підтримки професіоналів, які працюють у галузі «людина-людина». Важливо зрозуміти, що особа, яка обирає професію, пов'язану з допомогою іншим, має бути готовою працювати з власними проблемами та звертатися за підтримкою до колег. Без участі іншого фахівця неможливо повністю зрозуміти будь-який процес, що може призвести до внутрішнього напруження або психологічних проблем. У спеціалістів, які працюють у сфері допомоги іншим, часто спостерігається емоційне вигорання, що є захисним механізмом від великих навантажень.

Точний переклад слова «супервізія» з англійської мови, що означає «нагляд», не відображає всієї глибини його значення. В українській мові термін «наставництво» більш точно передає сутність супервізії, означаючи процес надання порад, навчання, направлення та підтримки у певній справі або діяльності. У професійному контексті також використовується термін «куратор», що означає особу, яка відповідає за супровід чи керівництво певною справою чи процесом [3].

У літературі зустрічаються різноманітні підходи до визначення супервізії та її значення у психотерапевтичній сфері та соціальній роботі. Супервізію розглядають як спеціальну форму психологічної практики, спрямовану на «надання психологічної підтримки фахівцям, які займаються наданням психологічної допомоги іншим людям». В такому контексті виокремлюються

основні функції супервізії: контрольна (експертна), освітня (розвиваюча) та консультативна [61].

Дослідники співставляють попереднє тлумачення супервізії з розгляданням її як активної діяльності, що сприяє підвищенню якості та контролю над наданням послуг клієнтам. Цей підхід передбачає акцент на взаємодії, що розглядає супервізію в контексті реальних соціальних практик, як цілеспрямовану взаємодію професіонала-консультанта зі спеціалістом, який лише починає свою кар'єру.

Серед різноманітних методів підтримки вказують такі як: сприяння дотриманню професійних меж у діяльності; допомога в розпізнанні слабких сторін соціального працівника та прийнятті їхньої недосконалості, навіть для вже висококваліфікованого фахівця; підтримка права на власну точку зору соціального працівника щодо того, що відбувається у його професійній діяльності; передача супервізором своїх професійних настанов через особисті приклади, методи саморозкриття [31].

Супервізія може використовуватися як унікальний, креативний та інноваційний метод розвитку професійних навичок фахівців, а також як засіб їхнього навчання [76]. Автори визначають три ключові цілі супервізії: а) сприяння професійному розвитку соціального працівника; б) стимулювання розвитку спеціалізованих вмінь і компетентностей для поліпшення якості роботи; в) проведення оцінки професійної діяльності фахівця, у тому числі атестація, сертифікація, підтвердження та поновлення ліцензії, що підвищує рівень відповідальності перед стандартами професійної діяльності та допомоги, що надається клієнтам [76].

Використання супервізії як управлінської методики в соціальній роботі сприяє більш повному використанню внутрішніх ресурсів організації. Це досягається за допомогою створення системи взаємної підтримки та допомоги, яку забезпечують більш досвідчені працівники тим, хто ще не має відповідного досвіду або потребує допомоги [53; 26].

Принципи, які керують супервізію як соціальний інститут, сприяють

розвитку громадянських якостей у фахівців. Цінність супервізії як управлінської технології в соціальній сфері виявляється у тому, що вона відповідає принципам соціальної роботи, включаючи гуманізм, повагу до клієнта і підтримку його особистого соціального зростання.

Важливо враховувати інший аспект розуміння супервізії у якості необхідної частини соціально-психологічного забезпечення професійної діяльності фахівців у соціальній роботі. Це означає, що супервізія сприяє не лише створенню сприятливих умов для професійного розвитку та розв'язання поточних проблем, але й уможливорює розробку та впровадження різноманітних моделей супервізійних практик, спрямованих на удосконалення конкретних видів соціальної роботи відповідно до конкретних запитів і цілей [31].

### **1.3. Принципи та методи дослідження ролі супервізії у формуванні професійного іміджу соціальних працівників**

Ефективність будь-якого наукового дослідження суттєво залежить від використання загальних та специфічних принципів та підходів, що складають основу загальної та спеціальної методології. Ця база є ключовим фундаментом для кожного науковця. В методологічному розумінні особливу вагу мають принципи наукової діяльності, які об'єднують у собі теоретичні основи та їх практичне застосування.

«Принцип (від лат. — основа) — центральне поняття, логічне вираження пізнання, основна ідея, що пронизує систему знань і встановлює субординацію цього знання» [64].

У моїй кваліфікаційній роботі були використані як загальнонаукові принципи, так і принципи психологічного дослідження.

Принцип об'єктивності виявляється у ретельному аналізі всіх чинників, що призводять до певного явища, у використанні належних наукових підходів та інструментів для досягнення точного розуміння об'єкта. Цей принцип вимагає уникнення суб'єктивізму, упередженості та узагальнень у відборі й

оцінці фактів. Дослідження має бути абсолютно об'єктивним. Воно не повинно піддаватися загальним враженням про предмет дослідження, особистим симпатіям або антипатіям, власному настрою або стану. Отримане в ході дослідження знання має бути достовірним і ґрунтуватися на наукових фактах. Наприклад, у сфері соціальної роботи дотримання цього принципу стає можливим завдяки опосередкованому аналізу об'єктивних проявів явищ через спостереження за діяльністю, поведінкою та спілкуванням клієнтів.

Принципи розвитку та історичного підходу дозволяють розглядати явище через призму його виникнення, етапів розвитку, сучасного стану та майбутніх перспектив. Динамічний розвиток об'єкта визначається спрямованістю, послідовністю, необоротністю, збереженням досягнень, прогресом. Історичний аналіз можливий лише за умови застосування наукової концепції, що ґрунтується на уявленнях про структуру та функції елементів та взаємозв'язків. Теоретичний аналіз неможливий без вивчення генезису об'єкта, його походження та еволюції. Хронологічний (історичний) підхід «дає можливість досліджувати розвиток процесів та подій у хронологічній послідовності. Цей підхід особливо часто використовується у гуманітарних науках, таких, як педагогіка, соціологія, психологія, при вивченні етапів розвитку та формування тих або інших галузей науки, розвитку тих чи інших явищ. Вивчення історичного досвіду, визначення етапів становлення й розвитку об'єкта дослідження від моменту виникнення до часу вивчення проблеми науковцем, значно збагачує наукове дослідження, підвищує рівень достовірності його результатів, вказує на компетентність та об'єктивність дослідника» [39].

Термінологічний принцип. Будь-яке теоретичне дослідження потребує уваги до визначення, розгляду та уточнення термінів та понять, що використовуються у його рамках. Цей підхід передбачає не лише огляд історії формування термінів та їхніх визначень, але й розробку, уточнення та розширення понятійної бази, встановлення залежностей та взаємозв'язків між ними, що становить основу наукового аналізу. Структурування термінології та

понять вимагає початку дослідження з використання тлумачень, професійних словників та ресурсів довідкової літератури.

Принцип багатомірного та багаторівневого існування предмета. Дослідження та розкриття сутності предмета можуть охоплювати різні аспекти, особливості та рівні його існування. Таким чином, об'єкт психологічного аналізу виявляється як складне і багатопланове явище.

Принцип вивчення психічних явищ у процесі розвитку передбачає їх сприйняття як постійно змінних, в стані руху або очікування зміни, і що в будь-який момент часу об'єднують у собі складові минулого, поточного та майбутнього.

Принцип детермінізму (причинної обумовленості). Розуміння причин, що породжують явище, є ключовим для його вивчення. У реальному житті цей принцип проявляється через різноманітні конкретні аспекти. Один зі способів його вираження полягає в твердженні, що психіка визначається стилем життя та змінюється під впливом зовнішніх умов.

Принцип системності. При дослідженні різних аспектів людської психіки важливо враховувати їх взаємозв'язок між собою. Основна ідея полягає у комплексному вивченні складних об'єктів або систем, де увага дослідника спрямована не лише на окремі складові елементи, але й на їх взаємодію. Використання системного підходу виявляється корисним при розгляді будь-якої сфери, особливо коли вивчається сутність явища чи процесу.

«Метод – це спосіб, за допомогою якого можна отримати наукові факти, зафіксувати їх, проаналізувати, але завжди це той самий спосіб, який веде до розкриття закономірностей» [64].

Аналіз – «розкладання цілого складного явища на його складові, більш прості елементарні частини і виділення окремих сторін, властивостей, зв'язків. Полягає у поєднанні, відтворенні зв'язків окремих елементів, сторін, компонентів складного явища і тим самим у осяганні цілого в його єдності його компонентів. Сутнісне завдання аналітичного методу полягає тому, що він спрямований на виявлення внутрішніх тенденцій і можливостей розвитку

об'єкта» [39]. Використання методу теоретичного аналізу в наукових дослідженнях у сферах соціальної роботи та психологопедагогіки дозволяє розглядати явища та процеси діяльності у різноманітних взаємозв'язках. Цей підхід дозволяє виокремлювати найважливіші риси, характеристики та зв'язки. Завдяки теоретичному аналізу можна одночасно усвідомлювати велику кількість фактів, виявляючи потенційні зв'язки завдяки мисленню, пам'яті та уяві.

Синтез (грец. *synthesis* – з'єднання) – «цей метод дослідження є протилежним до аналізу і він дозволяє здійснювати об'єднання елементів (частин) об'єкта, який був розчленований у процесі аналізу, встановлюючи зв'язки між частинами і даючи можливість пізнати об'єкт дослідження як єдине ціле. Методи аналізу та синтезу взаємопов'язані. У наукових дослідженнях їх використовують, як правило, одночасно. Адже після виконання аналітичної роботи, виникає потреба у синтезі, інтеграції результатів аналізу, створенні загальної системи» [39]. Застосування методу синтезу дозволяє нам представити об'єкт дослідження у вигляді системи взаємозв'язків та взаємодій, зосереджуючись на найважливіших компонентах.

Узагальнення – «метод дослідження, який дозволяє здійснити перехід від одиничного до загального, від менш загального до більш загального, об'єднати предмети за подібними ознаками в однорідну групу» [39].

Тести представляють специфічні методи психодіагностичного обстеження, які дозволяють отримати точні кількісні або якісні характеристики явища, що досліджується. Особливість тестів полягає у чіткій процедурі збору та обробки початкових даних, а також у особливості їх подальшої інтерпретації. Використання тестів дозволяє проводити порівняльний аналіз психологічних особливостей різних людей та надавати різноманітні порівняльні оцінки.

Тест-анкета складається з уважно підібраних та перевірених питань, які були систематично розроблені й оцінені щодо їхньої валідності та надійності. Відповіді на ці питання допомагають зробити висновки про психологічні особливості тих, хто проходить тестування.



Підводячи підсумки першого розділу, можна сказати, сьогодні імідж – це інструмент комунікації, що має велике значення для суспільства та особистостей, і професійний образ стає важливим елементом успіху фахівців у будь-якій сфері, включаючи соціальних працівників. Професійний імідж особи на робочому місці повинен відображати ті якості, які суспільство очікує від представників цієї професії.

Супервізія є важливим аспектом у професійній сфері, спрямованим на підтримку емоційної стабільності в умовах, які можуть спричинити професійне вигорання або виникнення почуття безперспективності, розчарування та безсилля.

Таким чином, я дослідила історію розвитку проблеми супервізії у формуванні професійного іміджу соціального працівника, уточнила основні поняття дослідження та зазначила використані принципи та методи.

## РОЗДІЛ 2

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУПЕРВІЗІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА

#### **2.1. Значення професійного іміджу у самореалізації соціального працівника**

У нашій країні виникла потреба у фахівцях професії «соціальний працівник», які здатні надавати різноманітну допомогу літнім людям, особам з обмеженими можливостями, сім'ям, дітям без батьківського піклування та іншим групам населення. Це призвело до розвитку мережі установ, які відповідають цим потребам. Одночасно з освоєнням професійних знань і навичок, фахівці у цій галузі також повинні мати відповідні моральні та духовні якості.

Професія має ряд характеристик:

- основою професійних навичок є система знань, що ґрунтується на спеціальній освіті;
- володіння цими знаннями надає професіоналам авторитет у очах клієнтів, які не володіють такою експертизою, сприймають їх як авторитетних;
- поведінка кваліфікованих спеціалістів регулюється кодексом професійної етики;
- професія володіє власною культурою, що надає спеціалістам певний статус;
- ключові аспекти цієї професії включають надання владних повноважень, в тому числі контроль за доступом до цієї сфери та забезпечення спеціалізованої підготовки для нових учасників, яка гарантує не лише знання, а й ефективність у практичній діяльності (відповідальність та автономія) [67].

Імідж соціального працівника – це символічний образ суб'єкта, створюваний у процесі взаємодії фахівця із клієнтами.

Суб'єктність у створенні іміджу соціального працівника пов'язана з тим, що представники цієї професії можуть мати різні типи образу – індивідуальний, груповий, масовий або поєднаний індивідуально-інституційний. Індивідуальний образ включає окремі особистості, які репрезентують цю професію і їхня діяльність підпорядкована вимогам кваліфікації. Професійний імідж соціального працівника є частиною тих якостей, що сприяють підвищенню результативності його роботи.

Різні дослідники розглядають імідж соціального працівника з двох позицій. У широкому розумінні, імідж – це емоційно створений стереотип сприйняття образу соціального працівника колегами та соціальним оточенням. У вузькому розумінні, імідж – це образ конкретного соціального працівника, у свідомості якого відбувається вибір певного способу поведінки. Цей образ виражається через індивідуальний стиль діяльності, включаючи мову, манеру рухів, міміку, а також через особистий простір та середовище, де здійснюється професійна діяльність соціального працівника [29].

Позитивний імідж виступає як спеціальний інструмент, який сприяє спрощенню встановлення контактів з іншими людьми, підвищуючи ефективність взаємодії.

Завдяки потужному психотерапевтичному ефекту, імідж надає його власникам професійну впевненість та комунікабельність, що дозволяє краще проявити їх ділові якості. Це робить актуальною проблему цілеспрямованого формування позитивного іміджу в умовах навчання майбутніх спеціалістів у сфері соціальної роботи [23].

«Основними складовими іміджу соціального працівника є: 1) результативність діяльності; 2) рівень культури, зокрема, етичні норми; 3) ставлення працівника до своєї установи та її керівників; 4) стиль взаємодії з макро- та мікросередовищем; 5) відображення та врахування потреб населення, менталітету громадян та історичних особливостей місцевості» [77].

Характер іміджу має певні особливості, що роблять його обособленим механізмом у сприйнятті соціального середовища. Це вказує на те, що не кожна

людина має професійні здібності для роботи у соціальній сфері.

Ключовим фактором є система цінностей особистості, яка базується на переконанні у важливості та унікальності кожного члена суспільства, що заслуговує на увагу та повагу. Також важливо усвідомлене розуміння необхідності співпраці між секторами для вирішення складних соціально-педагогічних проблем, що стосуються як окремих осіб, так і груп у суспільстві [1].

Для високопрофесійного спеціаліста надзвичайно важлива професійна компетентність. Існують кілька типів такої компетентності:

- функціональна (спеціальна) включає в себе освіту, професійні знання і навички, необхідні для успішного виконання посадових обов'язків;
- інтелектуальна компетентність – здатність до аналітичного мислення та творчого вирішення проблем;
- ситуативна компетентність – здатність адаптуватися до ситуацій, вибираючи найбільш ефективні методи розв'язання проблем та способи дії в залежності від обставин;
- соціальна компетентність – це наявність комунікативних навичок, здатність до співпраці та ефективної взаємодії з різними категоріями громадян. Також включає мистецтво ведення переговорів та вміння працювати як соціальний посередник [5].

Рівень сформованості професійного іміджу працівника можна оцінити з урахуванням очікувань, що ставляться до нього як до представника певної професії. Вимоги до рівня знань і вмінь соціального працівника впливають з Міжнародних стандартів кваліфікації у цій сфері. Ці очікування відображають те, як сприймається та оцінюється його професійна компетентність в міжнародному контексті.

«Згідно зі «Стандартом кваліфікації практичної соціальної роботи» [58] соціальному працівнику необхідно мати уявлення про:

- теорію і методику роботи з окремими клієнтами і групою;
- ресурси та послуги, які надаються суспільством;

- програми і мету соціальних служб як суб'єктів регіонального та локальних рівнів;
- місцеву інфраструктуру, служби охорони здоров'я та соціального забезпечення;
- основи соціально-економічної й політичної теорії;
- расові, етнічні та інші культурні групи в суспільстві (їх морально-етичні цінності та норми, можливі проблеми);
- результати професійних і наукових досліджень, які можна використовувати в практичній роботі;
- концепції та методи соціального прогнозування;
- теорію і практику проведення спостережень, зокрема, за практичною соціальною роботою;
- теорію і практику управління персоналом;
- соціальні, психологічні, соціологічні методи і методики;
- теорії та методи психосоціальної оцінки різних видів і форм
- втручання з боку соціальних служб, а також диференційовану діагностику стану клієнта;
- теорію та методи адвокатської практики;
- етичні стандарти і практику професійної соціальної роботи».

Для соціального працівника встановлюють певні кваліфікаційні стандарти, включаючи і вимоги до особистісних якостей: гуманістична спрямованість, особиста і соціальна відповідальність, почуття власної гідності та повага до гідності інших, емпатія, готовність надавати всебічну допомогу й підтримку.

Вимоги до діяльності соціального працівника розглядаються на кількох рівнях: а) посадові обов'язки: здатність організовувати значущу для клієнта соціальну діяльність серед населення, забезпечення соціально-правового захисту клієнта, координація різних громадських і державних організацій для підтримки клієнта; б) професійні знання і вміння: вміння виявляти проблеми клієнта та проводити їх діагностику, уміння визначати необхідну допомогу та

надавати консультації; в) діяльнісно-рольові вміння: здатність встановлювати партнерські відносини з клієнтом; формування нових соціальних ролей у клієнта.

Вимоги до особливостей соціальної взаємодії соціального працівника і клієнта включають: координація соціальних зв'язків та стосунків, уміння керувати власними діями на основі вміння спостерігати, відбирати та аналізувати соціально значущу інформацію.

Вимоги до комунікативних навичок і вмінь включають: культура спілкування, вміння слухати та розуміти, володіння навичками безконфліктного спілкування [58].

Комунікативна культура є ключовою складовою професійного іміджу соціальних працівників. Це вміння ефективно спілкуватися, володіння грамотною усною та письмовою мовою, а також вміння правильно працювати з документами. Як зазначає Т. Фролова, важливими для фахівця соціальної сфери є ораторські здібності: «Людина сама обирає слова й вирази, які створюють той контекст, в якому вона б хотіла бачити свої висловлювання. Ім'я або мовне визначення значною мірою обумовлюють і розуміння того, що мається на увазі, і ставлення до цього. Це надзвичайно важливо для створення іміджу...» [72].

Нездатність встановлювати зв'язок з різними людьми, недостатня мовна грамотність, відсутність знання правил ділової етикету та спілкування, а також неадекватний зовнішній вигляд можуть призвести до формування негативного уявлення про соціального працівника та усі соціальні служби загалом. Брак професійно оформлених та складених документів не лише порушує їхню правову функцію, але й свідчить про неспроможність працівників соціальних служб професійно виконувати свої обов'язки.

У роботі з різними групами людей соціальному працівникові важливо мати вольові якості, такі як розсудливість, терплячість, витримка, уважність та вміння сприймати клієнта. Ці характеристики є ключовими для ефективної роботи соціального працівника. Чим складнішою є професія та важливішою у суспільних відносинах, тим вищий має бути рівень розвитку особистісних

якостей, які є основою професійної готовності.

Наявність тільки професійних якостей недостатня для формування іміджу фахівця у соціальній сфері. Перше враження про людину утворюється протягом перших 30 секунд, і це визначає подальший характер взаємодії з нею. Тому у формуванні іміджу соціального працівника важливу роль відіграє його зовнішній вигляд, одяг, взуття, зачіска та аксесуари.

Р. Овчарова висвітлює різні аспекти сприйняття особистості, зокрема візуальне сприйняття (фізичний вигляд, манера поведінки, стиль одягу та використані аксесуари), інтелектуальне сприйняття (особистісні риси та професійні якості), статусне сприйняття (соціальне положення та займана посада в суспільстві), соціальний фон (оточення людини, таке як родина, друзі, знайомі, колеги, і престижність цієї групи), вплив інтер'єру (якість, стиль, кольорове вирішення та просторові характеристики оточуючого середовища) [9].

С. О. Сисоєва включає наступні компоненти до структури творчої особистості: світогляд, комунікативні моральні якості, інтелектуальна активність, здатність керувати емоційно-вольовою сферою, а також індивідуальні здібності та потреби особистості у творчості [55].

Ю. І. Палеха визначає наступні якості, які необхідні для формування відповідного іміджу. Перша група (уміння подобатись людям):

- комунікабельність (здатність встановлювати контакт);
- емпатичність (здатність співпереживати);
- рефлексивність (здатність розуміти поведінку іншого);
- красномовність (уміння впливати словом).

Друга група:

- моральні цінності; психічне здоров'я;
- знання людинотворчих технологій (уміння управляти персоналом, вести ділове спілкування, передбачати і ліквідувати конфлікти, працювати в критичних ситуаціях).

Третя група: сюди відносять якості, які пов'язані з життєвим і

професійним досвідом особистості, її інтуїцією [42].

У формуванні іміджу соціального працівника грає ключову роль особистий образ, що відтворює як фізичні, так і моральні якості, які приваблюють суспільство. Також передбачається створення певного рівня довіри та авторитету, що досягається шляхом відповідної місії, стратегії та тактики, адаптованих до вимог оточуючого середовища. Крім того, для підтримки власної репутації важливо дотримуватись єдиної інформаційної лінії, уникати суперечливих характеристик та надавати перевагу зрозумілим, доступним повідомленням. Не менш важливо розглядати імідж у контексті комплексних іміджевих систем, таких як імідж посадовця, імідж держави та імідж відповідної соціальної сфери, що взаємопов'язані й взаємодоповнюються.

Імідж соціального працівника становить собою конструйований образ, спрямований на задоволення очікувань та потреб потенційних клієнтів. Громадянське уявлення про соціальні установи впливає на ефективність вирішення проблем у суспільстві. Для успішного вирішення питань соціального обслуговування необхідний позитивний імідж соціального працівника. Аура, яку вони випромінюють, має важливе значення. У своєму посередницькому становленні між державою та людиною, яка користується соціальними послугами, соціальні працівники мають представляти довіру та розуміння. Часто вони виступають репрезентантами соціальних організацій загалом. Таким чином, проблема створення іміджу стає актуальною для соціального працівника та організації. В уявленні сучасної людини імідж вважається важливою цінністю, від наявності і якості якої залежать життєвий успіх та результативність будь-якої діяльності. Це породжує потребу в професійному консультуванні щодо формування іміджу та надання різноманітних послуг у цій сфері. Робота з іміджем позитивно впливає на особистісні та професійні характеристики соціальних працівників, збільшує бажання співпрацювати з ними та організацією, яку вони представляють. Отже, привабливий імідж є одним із факторів, що визначають успіх соціальної установи та її працівників [77].



Формування професійного іміджу прямо залежить від того, наскільки вдало вдасться побудувати образ фахівця, що відповідає очікуванням оточуючих. Один із ключових показників успішності соціального працівника – це конгруентність, коли його слова узгоджуються з вчинками, а зовнішній образ відповідає внутрішній сутності. Якість послуг, які надаються клієнту, залежить від професіоналізму, досвіду роботи та рівня підготовки соціального працівника. Недостатня співпраця в роботі з клієнтом та відсутність єдності у створенні образу можуть стати головною перешкодою для досягнення максимальної ефективності. Саме професійна діяльність спрямована на задоволення потреб клієнта, і відсутність єдності образу може ускладнити цей процес [22].

Формування іміджу фахівця у соціальній сфері базується на створенні Я-концепції, що визначає спосіб поведінки і оцінки самого себе. Розвиток цієї концепції має вирішальне значення для успішності професійної діяльності соціального працівника. Позитивна самооцінка фахівця забезпечує почуття психологічного комфорту й безпеки у клієнтів, упевненості у доброзичливому та поважному ставленні до них з боку спеціаліста. Ця позитивна взаємодія стимулює підвищення самооцінки клієнта, розкриває його потенціал та дає впевненість у власній цінності, що сприяє більш повному самовираженню [23].

А. Маслоу, відомий американський психолог, акцентував увагу на понятті самоактуалізації як ключового елементу особистісного потенціалу соціального працівника. Його гуманістична теорія особистості відзначала головну рису – потяг до самоактуалізації, виявлення творчих тенденцій та любові, що мають глибокі корені у бажанні приносити добро людям. Ця потреба у розвитку власних здібностей та потенціалу є характерною для здорової особистості, а особливо для видатних особистостей. Суть особистості формується за участю гуманістичних потреб у добрі, моральності й доброзичливості, які виявляються у народженні людини й можуть бути реалізовані у певних умовах. потяг до самоактуалізації, виявлення творчих тенденцій та любові, що мають глибокі корені у бажанні приносити добро людям. Ця потреба у розвитку власних

здібностей та потенціалу є характерною для здорової особистості, а особливо для видатних особистостей. Суть особистості формується за участю гуманістичних потреб у добрі, моральності й доброзичливості, які виявляються у народженні людини й можуть бути реалізовані у певних умовах.

Теорія самоактуалізації від Абрахама Маслоу визначає максимальне розкриття талантів, здібностей та потенціалу людини у суспільстві, включаючи роботу, сімейне та дружнє оточення. Вона розглядає особливості життя, діяльності та спілкування особистостей, які є духовно здоровими, творчими та щасливими. Маслоу досліджував групу осіб, які відчувають любов, захищеність і можуть захищати, отримують повагу від оточуючих і володіють повагою до себе та інших. Особливу вагу приділяв тим, хто живе в нестабільному суспільстві, де здатність особистості подолати негативні умови оточення визначає масштаб її розвитку.

Особистість, що прагне до самоактуалізації, має певні характеристики, що виявляються в її поведінці та сприйнятті світу. Це прийняття реальності та відповідне комфортне ставлення до неї, включаючи самоприйняття та прийняття інших. Також це професійна захопленість улюбленою справою, відмінна увага до завдань та незалежність у власних судженнях.

Самоактуалізовані особистості мають здатність розуміти інших, виявляти увагу та доброзичливість, прагнення до постійного вдосконалення і розвитку в усіх сферах. Вони розрізняють мету та засоби, а також зло та добро, проявляють спонтанність і натуральність у своїх діях, мають гумор, розвивають свої здібності й потенціал, проявляють творчий підхід до життя. Їхня готовність вирішувати нові завдання, усвідомлення власного досвіду та відкриття нових можливостей також важлива у процесі саморозвитку [37].

Т. Костєва розглядає ключові аспекти формування іміджу особистості. Вона визначає об'єктивізацію самооцінки як гармонізацію зовнішнього вигляду з внутрішнім психоемоційним станом та спілкуванням. Також важлива корекція стереотипів поведінки, включаючи усунення негативних елементів спілкування. До інших важливих аспектів відносять формування стійких

навичок конструктивної взаємодії відповідно до очікувань колег та оточення, розвиток комунікативних вмінь, відповідних професійному іміджу, а також створення індивідуального стилю спілкування для різних ситуацій та оволодіння навичками захисту іміджу у конфліктних умовах [29].

I. Ніколаєску вважає, що ефективність професійного іміджу залежить від вміння керувати собою, діями та ресурсами. Фахівець, який не володіє самоменеджментом, може зазнати труднощів у взаємодії та сприйнятті іншими. Самоменеджмент у соціальній роботі необхідний для створення умов, що сприяють розвитку установи. Ці принципи важливі не лише на рівні організації, але й під час безпосередньої роботи працівника. Навички управління психологічними станами клієнта є ключовими для успішного застосування соціальних технологій у роботі з ними.

В. Олексенко відзначає, що імідж не виникає сам собою, а є продуктом цілеспрямованої роботи над собою. Він складається з взаємопов'язаних компонентів: когнітивного, габітарного, комунікативного (або вербального) та кінетичного. Формування іміджу – це процес, що має всі компоненти процесуальності: він має свою мету, базується на знаннях, включає активну діяльність та етапи оцінки і відображення. Результатом успішної роботи з цими компонентами є створений імідж [23].

Згідно з В. М. Шепелем, побудова іміджу включає кілька ключових етапів.

I етап – це аналіз особистісних рис і формування «Я-концепції» через використання тестів та інших технік. Робота над іміджем починається з розвитку внутрішніх якостей, етичних засад, і врахування загальнолюдських цінностей та законів розвитку суспільства. Це включає збір інформації про ідеальний образ, який обрано як взірєць для формування іміджу.

II етап – відбір характеристик, які відповідають виду або характеру професійної діяльності. Наприклад, для формування іміджу керівника акцентується увага на лідерських якостях: відповідальність, дисциплінованість, організованість, інформованість, сміливість. Основна увага спрямовується на

різні сфери життя, такі як соціальне оточення, друзі, сім'я, спорт та здоров'я. Підкреслюється індивідуальні риси особистості, а головне – віра у успіх та власні можливості. Судження про людину здійснюється на основі того, як вона діє, виглядає, говорить і як саме вона це робить.

III етап – важливе значення має зовнішній вигляд. Розуміння власної особистості, вміння правильно підібрати макіяж та одяг (коли обирається косметика, краще звертати увагу на те, що виглядає природно), обрати зачіску – все це має вагоме значення. Саме уважність до цих аспектів сприяє створенню приємного зовнішнього вигляду. Гармонійний зовнішній вигляд, натуральність у манерах та приваблива усмішка непомітно привертають увагу тих, хто оточує.

IV етап – удосконалення комунікативних навичок: вміння правильно висловлювати думки, спілкуватися, виступати перед аудиторією. Якщо необхідно, розвивати вміння зацікавлювати та вражати аудиторію, розряджати напружену обстановку за допомогою жарту [29].

Так, індикатори ідеального іміджу соціальної роботи базуються на професійних нормах, цінностях, вимогах, закріплених у правових документах та професійних кодексах. Вони відображають офіційний стандарт та очікування щодо професійних та особистісних якостей представників даної сфери. За цими індикаторами можна спостерігати ступінь відповідності працівців цим стандартам.

Щодо реального іміджу соціальної роботи, він вимірюється реакцією суспільства та клієнтів на саму професію та на її представників. Це включає престиж професії, причини звернень та незвернень до соціальних служб, задоволення клієнтів наданими послугами, оцінку якості роботи соціальних працівників, уявлення про реальну заробітну плату, асоціативний образ соціального працівника в очах клієнтів [23].

## **2.2. Ціннісна і теоретична основа супервізії у професійному розвитку соціального працівника**

Соціальна робота є складною та емоційно виснажливою сферою діяльності, що вимагає високої гнучкості та уміння ефективно управляти собою в умовах труднощів.

Важливо створювати систему постійного навчання, яка дозволить постійно підвищувати професійні навички протягом життя, що сприятиме більшій професійній гнучкості та творчому розвитку.

Однією з актуальних проблем суспільства стає підготовка та перепідготовка фахівців у галузі соціальної роботи. Важливою є якість підготовки спеціалістів, оскільки вона визначає успішність діяльності організації та впливає на її конкурентоспроможність і розвиток.

Супервізорство в соціальній роботі є ключовим аспектом професійного зростання та вдосконалення, яке включає підготовку та подальший розвиток соціальних працівників [78]. Це не лише принцип, а й метод, що систематизує дії менеджера у сфері соціальної служби.

Як принцип, супервізія в соціальній роботі є основою для формування професійного стилю менеджменту соціальної служби, що зорієнтований на комплексність та досягнення цілей.

Як функція, супервізія в соціальній роботі орієнтована на індивідуальний супровід з метою виявлення та вирішення проблем, конфліктів, складнощів, що можуть виникати у роботі конкретних соціальних працівників в межах відповідної соціальної служби.

У соціальній роботі супервізія функціонує як метод, що базується на навчанні через власний досвід. Важливо розрізнити два типи цього методу: адміністративний, спрямований на управління та освітній, спрямований на навчання. Обидва широко використовуються у соціальній роботі для поліпшення якості послуг та результативності роботи в конкретних умовах.

Як адміністративний метод, супервізія включає призначення найбільш підходящого соціального працівника для клієнта, обговорення результатів

початкової оцінки та розроблення плану дій, а також перегляд процесу роботи з клієнтом. Супервізія як метод навчання в соціальній службі має на меті допомогти соціальному працівнику краще розуміти філософію, ідеологію, політику та практику соціальної служби. Це означає засвоєння ресурсів, ознайомлення з клієнтами, усвідомлення легальних та альтернативних цілей роботи, аналіз сильних і слабких сторін, розуміння можливостей та загроз, вивчення партнерів та конкурентів, а також орієнтація на напрями та пріоритети в діяльності. Супервізію, як метод навчання у менеджменті соціальної роботи, можна розподілити на три складові: навчальна супервізія від менеджера-супервізора, що включає інструктаж, оперативне коригування та кураторство; навчальне консультування, яке надається менеджером-супервізором; підвищення кваліфікації за допомогою базового рівня, розроблення кар'єри та навчання на моделях соціальної роботи [56].

Україна зараз перебуває на етапі формування інституту супервізорства. Є кілька переконливих аргументів на користь необхідності цього інституту:

- об'єднання інтересів та вирішення протиріччя (спеціаліст-супервізор допомагає гармонізувати інтереси клієнта, соціального працівника та держави, врегульовує або усуває конфлікти, які можуть виникнути);
- необхідність участі довіреної особи (оскільки рішення в соціальній роботі часто впливають на життя клієнта, спеціаліст-супервізор може бути особою, з якою можна спільно нести відповідальність за прийняття рішень або вирішення конкретних проблем);
- розвиток професійної свідомості (супервізор може активно залучати початківців у професію соціальної роботи, спонукати їх до вдосконалення своїх навичок та розвитку професійної майстерності);
- підтримка та допомога практикуючим спеціалістам (супервізор має унікальну здатність розуміти та оцінювати особистісні проблеми практикуючих соціальних працівників, надавати поради, запобігати стресовим ситуаціям);
- гендерна особливість та роль жінок (у зв'язку з перевагою жінок у сфері соціальної роботи, супервізорство виходить за межі професійної

діяльності соціальних працівників-жінок, оскільки воно також пов'язане з їхньою роллю в сім'ї та суспільстві).

Ці аргументи вказують на актуальність і важливість інституту супервізорства в сфері соціальної роботи в Україні.

Основа для виконання завдань супервізорства в Україні базується на теоретичних і практичних принципах управління (менеджменту) і виховання (наставництва).

У сучасному уявленні про соціального працівника, окрім особистої підтримки й допомоги, важливе системне надання знань та навичок, постійне підвищення кваліфікації. Це визначає актуальність інституту супервізорства.

Поняття «супервізія» та «супервізор» є похідними від «супервізорства», описуючи процес, коли один працівник співпрацює з іншими з метою досягнення організаційних, професійних та особистісних цілей.

Під час цього процесу створюється високий рівень взаємодії між людьми, де одна особа (супервізор) спілкується з іншою (супервізованим) з метою сприяти його розвитку для ефективної допомоги іншим. Це створює інтенсивні особисті відносини, де одна особа має за мету підтримати розвиток концепцій іншої особи [24].

Термін «супервізор» походить з англійської мови і перекладається як «нагляд», хоча українське «нагляд» не точно відображає значення англійського «supervision». В українській мові поняття «наставник» наближене до суті «супервізора».

Зарубіжна практика соціальної роботи підтверджує важливість інституту супервізорства як необхідного елементу професії, спрямованого на ефективність в колективній роботі соціальних працівників і на підвищення їхньої професійності.

За межами країни інститут супервізорства розвинутий і включений до системи вищої та середньої професійної освіти в сфері соціальної роботи. Більшість підготовки фахівців здійснюється через практичний досвід, акцентуючи увагу на практичному засвоєнні вмінь та навичок. Викладачі, що

мають практичний досвід, виступають як супервізори, виконуючи роль наставників-професіоналів [24].

Опис поняття «супервізії» відкриває його різні аспекти:

- як взаємодія між супервізором та супервізованим, відображення взаємин двох осіб;
- як процес, спрямований на втілення політики організації та надання підтримки, щоб досягти максимальної ефективності у роботі;
- як процес, що сприяє розвитку команди та формуванню внутрішніх правил, поєднуючи індивідуальний та колективний підходи супервізора;
- як засіб забезпечення надання якісних послуг для клієнтів соціальних служб;
- як процес взаємодії, де супервізований активно розвиває свої навички та отримує допомогу для вдосконалення, беручи ініціативу у підході до супервізії;
- як постійний процес встановлення зв'язку між супервізором та супервізованим(и) у повсякденній роботі.

Супервізія може підпадати під кожне з цих визначень. Розрізнення супервізії від інших менеджмент-аспектів і завдань, пов'язаних із супервізією, важливе. Більшість дослідників розглядають супервізію як подію та процес одночасно.

З врахуванням аналізу різних підходів до супервізії можна сказати, що головна мета супервізії – допомогти супервізованому(им) бути більш ефективними у виконанні завдань, визначених посадовими обов'язками.

Регулярні зустрічі між супервізором і супервізованим(им) формують процес супервізії. Супервізований бере активну участь у цьому процесі взаємодії [13].

Завдання супервізії полягають у задоволення організаційних, професійних та особистих потреб як супервізора, так і супервізованого.

У контексті теми дослідження супервізія розглядається як процес взаємодії супервізора і супервізованого. У цьому плані основні функції



супервізії включають:

- освітню (формуючу), спрямовану на розвиток умінь, навичок і здібностей, необхідних для виконання професійних обов'язків;
- підтримуючу (тонізуючу), спрямовану на підвищення стійкості до впливу проблем, з якими зіштовхуються клієнти;
- спрямовуючу (нормативну), що передбачає контроль за власною особистістю працівника, виявлення недоліків, слабких сторін, сліпих плям або осуду.

Так, типи супервізії можна класифікувати наступним чином:

- один на одного (це плановані зустрічі для обговорення та оцінки роботи працівника);
- групова супервізія (включає у себе колектив співробітників, які обговорюють та оцінюють роботу один одного, обмінюються досвідом та знаннями);
- неформальна супервізія (це незаплановані консультації, які можуть відбуватися один на одного чи по телефону);
- кризова супервізія (відбувається після кризової ситуації або випадку, який викликав відчуття кризи у працівника).

Кожен з цих типів має свої особливості та може бути корисним в певних ситуаціях для покращення професійної діяльності.

У контексті огляду основних підходів до розуміння «супервізії», виявлені основні риси цього поняття в соціальній сфері роботи, що сформулювались на основі цінних засад, основних принципів та теорій.

У соціальній роботі важливо аналізувати супервізію в контексті структурних аспектів організації та суспільства. Оскільки супервізійні відносини неможливо відокремити від соціальних та організаційних впливів, які визначають їх характер. Взаємодія між супервізором та супервізованими та їх обговорення перебувають під впливом політики й культури організації, а також більших соціальних та політичних контекстів.

Соціальна робота, спрямована на допомогу людям, є в основному

спільною діяльністю, яка передбачає високий рівень взаємозалежності між членами команди. Завдання в цій сфері діяльності досить складні, вимагають від працівників злагодженого та цілісного функціонування як єдиної команди. Це має суттєвий вплив на підходи до визначення форми та змісту супервізії. Очевидно, що учасники команди та їх керівник регулярно зустрічаються разом, будь то групові сесії супервізії чи інші зустрічі, пов'язані, наприклад, із стратегічним плануванням, розподілом обов'язків чи взаємодією з іншими службами. Цей командний підхід також впливає на індивідуальні сесії супервізії.

Супервізія у сфері соціальної роботи є орієнтованою на людину діяльністю, де однаково важливими є відносини між супервізором і підлеглим, їхні емоції і особистісний розвиток, а також виконання завдань, регулювання та контроль. Спеціаліст у сфері соціальної роботи стикається з особистими проблемами людей, їх обмеженнями, бідами, стресом, конфліктами. Для надання ефективної допомоги клієнтам соціальний працівник має розуміти їх емоції і співпереживати труднощам, що впливають на них. У супервізійному процесі можуть обговорюватися як самі емоційні реакції, спровоковані роботою, так і практичні аспекти професійної діяльності, вимоги організаційних структур і законодавства.

Супервізія у соціальній роботі повинна бути безперешкодною та захищати від дискримінації, маючи на увазі розвиток як клієнтів, так і працівників. Це стосується нерівності влади та уявлень, що існують у суспільстві, і впливає на відмінність професійного досвіду людей залежно від їхнього положення та самоідентифікації. Застосування принципу непригнічення означає, що відносини мають сприяти наснаженню всіх учасників. Цей принцип покликаний зменшувати вплив влади у взаємодії між особами, особливо коли одна сторона має більше влади чи статусу, щоб не підсилювати нерівності та збільшувати можливості тих, хто перебуває у вразливому становищі.

Супервізори та супервізовані – це дорослі особи, які ефективніше вчаться,

коли мають можливість самостійно керувати своїм навчанням і використовують проактивний підхід до супервізії. Важливо відзначити, що в процесі супервізії дорослі найбільше користуються навчанням, коли вони мають контроль над власним навчальним процесом. Це включає в себе використання проактивних методів у супервізійному процесі. Для супервізованого це означає готовність активно співпрацювати у формуванні тематики супервізійних сесій для максимізації отримання користі від них. Для супервізора – це застосування творчого підходу до формування змісту та форми супервізії [13]. Поєднання директивного підходу супервізора та пасивного ставлення супервізованого може обмежувати тривалий професійний розвиток останнього.

Регулярна супервізія у сфері соціальної роботи – це доступний ресурс для всіх учасників колективу. Виявлено, що в багатьох соціальних установах супровід відбувається несистематично та без певного графіку, часом його взагалі немає. Важливо усвідомлювати, що всі працівники мають право на належну супервізію, і це має бути стандартом у кожній установі, що відображається у політиці організації. Також слід забезпечити всім супервізорам належну та повну підготовку.

У соціальній роботі, де процес має значення не менш, ніж необхідний результат, важливо визначити етичні та юридичні принципи, які керують взаємодією між супервізором (наставником), молодим фахівцем і клієнтом.

Ці принципи включають:

- компетентність, яка сприяє професійному зростанню молодого фахівця у складних ситуаціях. Це включає експертну оцінку супервізором знань та навичок молодого фахівця, його готовність брати на себе професійну відповідальність за допомогу, яку він надає клієнтові;
- інформована згода, як захист від можливих судових позовів від клієнта. Це вимагає попереднього повідомлення клієнта про можливі ризики і альтернативи консультивання, щоб клієнт свідомо згодився на участь у процесі;
- захист прав всіх учасників процесу протягом усього процесу,

включаючи права клієнта і молодого фахівця;

- конфіденційність, що передбачає утримання особистої інформації про молодого фахівця та повідомлення клієнта про випадки, коли конфіденційність може бути порушена. Межі конфіденційності повинні бути зазначені в контракті;

- відповідальність за втручання у роботу молодого фахівця. Це включає знання етичних стандартів, навчання, професійні обговорення та документацію щодо консультаційних процесів.

Видатні психологи-дослідники супервізії П. Хоукінс та Р. Шохет визначили шість основних етичних принципів супервізії в соціальній роботі:

- забезпечення балансу між відповідальністю за роботу супервізованого та повагою до його самостійності;

- виявлення належної турботи про благополуччя клієнта, його захист та повага до автономії;

- дія в рамках власної компетенції та звернення за допомогою при необхідності;

- лояльність, яка полягає у виконанні обіцянок як відкритих, так і прихованих;

- відмова від застосування насильства;

- відкритість до критики та зворотнього зв'язку, спрямована на постійне професійне зростання [78].

Ефективність соціальної роботи, так само як і в інших сферах, частково залежить від якості її управління і організації. Проте теорія управління соціальною роботою залишається слабо дослідженою, і однією з головних наукових проблем є розробка теоретичних основ менеджменту, моделей діяльності соціальних служб, а також встановлення критеріїв, методик оцінки і прогнозування. Серед цих аспектів важливе значення має організація супервізії. У контексті теорії та практики соціальної роботи в Україні термін «супервізія» представляє собою нове поняття. Інститут супервізії вважається частиною «технології організації соціальної роботи», що охоплює підготовку соціальних

працівників, їхній професійний розвиток і запобігання професійним ризикам. Україна тільки розпочинає розвивати ці аспекти, які зараз є надзвичайно актуальними. У соціальній системі організації соціальної роботи у зарубіжних країнах супервізія передбачає наявність професійного супервізора у штаті, який має спеціальну підготовку у вищих навчальних закладах та відповідні навички.

Соціальна робота включає багато аспектів, таких як різноманітність професійних ролей, функцій, напрямків і результатів, формуючи складну систему. Це вимагає комплексного підходу до управління цією сферою, враховуючи специфічні завдання, спеціалізацію роботи, а також реальні умови соціальних втручань та напрямок послуги. Управління соціальною роботою, що відбувається у вигляді гнучкого циклу управління ресурсами та метою, стикається із складнощами обмежених ресурсів та постійних змін у соціальних відносинах. У цьому контексті супервізія у соціальній роботі може розглядатися як інструмент, спрямований на підвищення якості соціальних послуг, ефективності праці соціального працівника та діяльності соціальної служби [56].

### **2.3. Супервізія як засіб формування професійного іміджу соціального працівника**

Наразі загальна думка серед більшості дослідників переконливо стверджує, що супервізійний процес виступає не лише як складова частина супервізії, але і як ключовий елемент майбутньої професійної діяльності початківця в соціальній роботі. Ця концепція визначає спосіб взаємодії та комунікації між досвідченим супервізором і молодим фахівцем, а також спосіб їх спільної роботи для досягнення особистих і професійних цілей. Для деяких супервізорів ця взаємодія є саме тим, що визначає супервізію.

Вивчення динаміки супервізорських взаємин залежить від різноманітних факторів, включаючи:

- характер завдань у сфері соціальної роботи, важливість у цих

завданнях розуміння ідеї відносин. Наприклад, є різниця в супервізії для спеціалістів, що працюють із дітьми, які пережили сексуальне насилля, та для тих, що займається плануванням тимчасового догляду;

- конкретні складнощі, які виникають у відносинах між початківцем та супервізором;
- спрямовані відносини на наснаження молодого фахівця, чи на підвищення його професійного росту;
- унікальність саме цих взаємин.

Основні завдання супервізора включають:

- підтримку персоналу через керування стресом і тривогою, вирішення питань, надання порад, забезпечення зворотного зв'язку, розуміння особистих проблем, що впливають на роботу, створення довірливої атмосфери, мотивація та наснаження, підтримка при ухваленні обґрунтованих рішень;
- керування персоналом через адміністрування, вирішення адміністративних питань, планування та організацію роботи, встановлення стандартів, моніторинг та оцінку якості, виконання планів, дисциплінування, виконання посадових інструкцій, ефективне використання ресурсів;
- навчання персоналу через надання інструкцій з політики та процедур організації, допомогу у вивченні ефективних практик, навчання тренувальним методам, рекомендації щодо літератури та курсів, підтримку професійного зростання та кар'єрного розвитку, мобілізацію ресурсів.

Особливо значущою стає роль супервізора під час періодів інтенсивних змін у команді, коли її стан відчутно втрачає стабільність. У таких випадках для нових учасників колективу критично важливе створення фізичного та психологічного комфорту, а саме цим і займається супервізія. Якщо проблема стосується всієї команди або групи, наприклад, якщо у давно сформованій групі виникають труднощі з прийняттям нового члена, вирішення цього питання потребує уваги не лише на індивідуальних сесіях супервізії, а й на спільних зустрічах команди та групових сесіях супервізії.

З урахуванням специфіки взаємодії між супервізором і супервізованим,

можна виділити такі форми супервізії:

а) менеджерська супервізія, де супервізор виступає як безпосередній менеджер, утворюючи стосунки на зразок «керівник – підлеглий»;

б) наставницька супервізія, де супервізор функціонує як вчитель, ментор, цікавлячись тим, як його підопічний освоює знання і вміння;

в) навчальна (тренінгова) супервізія, де супервізований виступає як студент, який здійснює практичну роботу у організації, а супервізор має допомагати йому в цьому і нести певну відповідальність за результат;

г) консультаційна супервізія, де супервізор не бере на себе відповідальність за те, кого він супервізує і його роботу, але вільно пропонує свої консультаційні послуги.

Менеджерська супервізія є найбільш поширеною, тому часто роль супервізора збігається з роллю керівника.

Супервізія може бути внутрішньою (проводять її керівники або спеціально призначені досвідчені працівники), зовнішньою (запрошені експерти, консультанти) або взаємною (інтравізія).

Часто супервізорами стають досвідчені, компетентні фахівці-практики, чий знання і досвід допомагають вирішувати проблеми супервізованих. Також це можуть бути науковці або освітяни, які займаються науковою роботою і беруть участь у практичних соціальних проєктах, співпрацюючи з державними службами чи громадськими організаціями соціальної сфери. Вони об'єднують глибоке теоретичне розуміння соціальної роботи з практичним досвідом у реальних ситуаціях, часто беручи участь у моніторингу і оцінюванні ефективності соціальних проєктів. Супервізори – це спеціалісти з підготовкою, для яких супервізія є професійною діяльністю.

Супервізія відображає специфіку роботи у сфері соціальної служби, проте фокусується на кількох основних аспектах: на особистому розвитку працівника, на практичних взаємодіях з клієнтами та їх оточенням, на взаємодії всередині команди та на управлінні установою, яка включає організаційний контекст, нормативні вимоги та процедури.

Супервізор у своїй професійній діяльності керується різними теоретичними підходами, спрямованими на розуміння динаміки супервізійних відносин. Ці теорії допомагають розглядати ситуацію з різних перспектив і, відповідно, розширюють можливості для знаходження рішень конкретних проблем.

Психодинамічна теорія підкреслює вплив несвідомих процесів на взаємини супервізора та супервізованого. Однією з основних концепцій в цій теорії є «перенесення» або трансфер, який, хоча й може бути відображеним теорією систем, найчастіше розглядається як явище, що має місце на рівні несвідомого.

Гуманістична теорія акцентує увагу на значенні аутентичності, відкритості, теплоти, емпатії та власного самовираження як основи для успішної співпраці. Дослідження показують, що відверте спілкування соціального працівника про їхні емоції та думки сприяє відкритості та відвертості у тих, з ким вони співпрацюють.

Теорія систем ставить акцент на взаємозв'язок між різними сферами діяльності та перетин між видами діяльності, які спочатку здаються різними. Отже, для кращого розуміння процесу, що відбувається у індивідуальній супервізії, важливо враховувати взаємодію з такими відомими системами, як команда або установа.

Структурна теорія вирізняє супервізорські взаємини у контексті інституційних та соціальних умов, де владні та авторитетні особи можуть здійснювати домінуючий вплив на менш «сильні» групи [3].

Супервізійні відносини сприяють формуванню супервізійного союзу, де важливою є прозорість та чесність у використанні методів супервізії, вибору цих методів, стилю супервізії, а також уточнення цілей, форм взаємодії та відповідальності учасників супервізійного процесу. Для підтримки відкритих відносин супервізор та молодий спеціаліст соціальної роботи зазвичай укладають письмові або усні угоди, які ретельно визначають обов'язки обох сторін. Ці угоди містять відомості про місце та час зустрічей, умови оплати,



домовленості щодо пропущених зустрічей, методики оцінки та самооцінки молодого спеціаліста, а також іншу інформацію, що використовується під час супервізії. Крім цього, вони обмінюються інформацією про свою теоретичну освіту, практичний досвід, місце роботи та участь у професійних асоціаціях.

Супервізорські відносини можуть бути складними. Відповідно до досліджень А. Брауна та А. Боурн, американських дослідників, пропонується використовувати під час супервізії спеціальний текстовий шаблон, де більш досвідчений працівник (супервізор) і молодий спеціаліст одночасно заповнюють таблицю на перших заняттях, після чого порівнюють свої записи та обмінюються думками.

Супервізія відрізняється від інших особистих відносин завдяки формальній владі та повноваженням, які отримує супервізор в контексті своєї ролі в організації. Це взаємний творчий процес, де молодий соціальний працівник спільно відповідає за успіх чи невдачу під час проведення супервізії.

У процесі супервізії супервізор несе відповідальність за фахівця-початківця в сфері соціальної роботи, що включає, за словами П. Хоукінса та Р.Шохет:

- ідентифікацію основних практичних питань та сфер проблем, над якими має працювати початківець;
- усвідомлення організаційних умов, що впливають на молодих спеціалістів та клієнтів у соціальних службах;
- створення відкритого каналу для зворотного зв'язку;
- виявлення тенденцій до осуду, виправдання або захисту.

Супервізорська відповідальність також включає у себе аспекти формування контракту, розгляд методів та прийомів супервізії, підтримку етичних та юридичних стандартів консультування, сприяння розвитку робочих відносин і чіткої лінії між супервізією та іншими видами діяльності.

Також, частковою відповідальністю супервізора є сприяння професійному зростанню не досвідченого соціального працівника у роботі з клієнтами. У контракті на проведення супервізії враховується обговорення

основних правил, визначення меж, відповідальності усіх учасників, очікувань та стосунків, а також узгодження формату сесій та можливостей оцінки діяльності соціального працівника тощо.

Тому на початку вивчення цієї сфери важливо користуватися рекомендаціями та настановами супервізора, які базуються на ключових принципах, вміннях та характеристиках:

- використання щирості та співчуття у взаємодії з клієнтами соціальної служби;
- розуміння прихованих почуттів, які можуть виникати;
- мати здатність обговорювати взаємини;
- позитивне використання своєї влади, включаючи вміння поставити конструктивні виклики;
- вміння керувати стресом та занепокоєнням;
- ефективне використання супервізії та консультування;
- розвиток стилю роботи, що не пригнічує;
- знаходження різних шляхів вирішення проблем;
- розвиток як посередника та наставника у своїй роботі.

Виділяються три основні аспекти стилю: спосіб спілкування, орієнтація на завдання чи на процес, та стиль навчання/викладання.

Спосіб спілкування розділяється на три ключові стилі: візуальний, аудіальний та кінетичний. Вибір певного стилю спілкування може мати коріння у дитинстві, і якщо в супервізора та супервізованого вони відрізняються, це може викликати проблеми. Досвідчений соціальний працівник, що є супервізором, повинен допомогти початківцю в сфері соціальної роботи швидко та інтуїтивно переорієнтуватися на відповідний стиль спілкування під час взаємодії з різними клієнтами.

Орієнтація на завдання чи процес – ще один аспект стилю, який показує, на що більше звертають увагу супервізор і супервізований. У процесі супервізії часто виникають труднощі або навіть конфлікти між супервізором, який фокусується на завданнях та результативності, і супервізованим, який акцентує

увагу на процесі. Важливо, щоб обидва брали до уваги сильні сторони один одного. Супервізор повинен враховувати орієнтацію супервізованого на процес. Вміння супервізора комбінувати процес і завдання в супервізії має велике значення. Обидва аспекти дуже важливі, і перевага одного з них може не лише зменшити ефективність супервізії, але й створити для супервізованого некорисну рольову модель.

Стиль викладання та навчання – ще один ключовий аспект у супервізії, оскільки однією з її головних функцій є навчання і тренування. Важливо, щоб як супервізор, так і супервізований розуміли власні стилі навчання та їх вплив на супервізію.

Однією з ключових завдань супервізії є вибір акценту, тобто визначення основної теми для взаємодії між супервізором і початківцем. У соціальній роботі, фокус супервізії визначається залежно від обраної моделі супервізором.

Модель супервізії – це система методів, які використовуються для проведення супервізії. Розуміння і вміння працювати з різними моделями є основою навчання супервізора.

«Класифікація супервізорських моделей залежить звичайно від переваг її авторів. Так, Г. Леддік пропонує наступну класифікацію:

- 1) розвиваюча модель;
- 2) клінічна модель;
- 3) специфічно-орієнтована модель.

Вісконсінський тренінговий проект з клінічної розглядає:

- 1) психодинамічну модель;
- 2) модель розвитку умінь;
- 3) модель сімейної терапії;
- 4) модель розвитку» [3].

Наприклад, при роботі в моделі розвитку умінь, фокус супервізії може базуватися на реалістичних цілях для початківця, які встановлюються перед сесією супервізії. Це спрощує процес, зменшуючи обсяг матеріалу для обговорення лише до аспектів роботи, що співпадають з визначеними цілями.

Це підвищує ймовірність задоволення супервізованого сесією, оскільки ці поставлені цілі можна досягти.

Соціальний працівник може розпочати свою роботу без попереднього знання конкретних стратегій втручання та методів, які передбачають кінцевий результат, а також без явного формулювання цілей. Соціальні працівники дотримуються свого зобов'язання сприяти добробуту, використовуючи різноманітні концепції та ідеї, щоб досягнути певної мети. Остаточний результат формується, враховуючи наявні можливості та інструменти, які можна використовувати в конкретних умовах. Спільно з клієнтами соціальний працівник аналізує очікувані результати та шляхи їх досягнення, що може призвести до появи нової цілі. Цей підхід спирається на постійну взаємодію між цілями та можливостями, відкритість до альтернативних концепцій та постійний пошук істини, і часто використовується у гуманістичних моделях соціальної роботи.

Визначення основи для проведення соціальної роботи залежить від теоретичної моделі, що використовується соціальними працівниками, обраної стратегії втручання та методів, які застосовуються. Цілеспрямований процес соціальної роботи повинен захищати від шаблонного застосування стратегій та методів, які можуть бути неадекватними для конкретних ситуацій у соціальній роботі.

Для успішної супервізії початківця у соціальній роботі і супервізора ключове значення мають два питання. Перше стосується мети запиту та напрямку уваги. Фокус в цьому випадку визначається зацікавленістю початківця у певній групі клієнтів або проблемних ситуаціях. Рішення щодо фокусу покладається на початківця. У цьому контексті супервізор виконує роль помічника, професіонала, який сприяє орієнтації молодого спеціаліста та визначенню сфери соціальних проблем, яку він хоче вивчати. Після визначення фокусу супервізор та початківець разом формулюють мету цієї супервізії.

Відповідь на друге питання розкриє, як саме цей фокус сприятиме професійному зростанню та розвитку цього початківця у своїй сфері праці у

даному часі та контексті. Саме це стане головною метою супервізії. Супервізор приймає рішення щодо визначення аспектів супервізії, які будуть найбільш корисними для конкретного початківця, враховуючи його поточний рівень професійного зростання. Це рішення є відповідальністю супервізора.

Основні моменти фокусування включають такі аспекти:

1. Стан фахівця-початківця. Перше враження від роботи супервізованого з клієнтом є важливим, оскільки воно визначає наступні кроки у професійному розвитку початківця. Цей момент потребує особливої уваги з боку супервізора.

2. Укладення контракту. Під час тимчасового формулювання контракту між початківцем і супервізором важливим є виявлення можливих труднощів, з якими зіштовхується початківець у роботі з клієнтом. Якщо робота виявилася успішною і початківець задоволений результатом, супервізор може виразити свою радість за досягнутий успіх.

3. Робота з запитом. Супервізор може допомогти сформулювати запит для супервізії, використовуючи свої спостереження за роботою молодого фахівця з клієнтом та записи, створюючи платформу для дослідження. Запит можна побудувати через питання, щоб визначити зацікавленість фахівця-початківця: «Як почувався початківець після першої зустрічі з клієнтом?», «Чи відчуває він потребу у супервізії?», «Що саме цікавить початківця і як він це розуміє?», «Яка мета цієї супервізії для нього?», «Де в процесі роботи з клієнтом молодий фахівець відчував дискомфорт?», «Що відбувалося в цей час?», «Що в цей час робив клієнт?», «Як реагує супервізований в таких ситуаціях?». Важливо не оперувати результатами спостережень передчасно та враховувати, що у супервізора і супервізованого може бути більше матеріалу, ніж можна розглянути протягом супервізії. Основний акцент слід робити на інтересах новачка.

4. Інтервенції супервізора. Крім відкритих запитань, які допомагають початківцю зорієнтуватися в сфері свого інтересу, супервізор може і на стадії фокусування, і на робочій стадії використовувати такі інтервенції:

– прояснення. Супервізор може запитати, що відчував або думав

супервізований під час роботи з клієнтом;

- схвалення. Допомагає початківцю впоратися із занадто сильною тривогою у супервізії після сесії і при супервізорському супроводі процесу надання соціальних послуг молодим фахівцем. Для цього супервізор, наприклад, може перелічити найвдаліші втручання фахівця-початківця;

- обговорення контексту. Включає питання, що ставляться до вибору клієнтом фахівця-початківця, особливостей його роботи в установі, включаючи вимоги і норми цієї установи;

- підтримка початківця. Підтримка супервізором дуже важлива для пошуку молодим фахівцем більш успішного способу саморегуляції. Особлива увага приділяється можливості початківця звертатися за підтримкою до оточення (супервізора, групи). Професійна підтримка також може включати дидактичну допомогу, інструкції і практичні поради;

- конфронтація. Включає питання передачі супервізору відповідальності за формування запиту і роботу на супервізорській сесії. В такому випадку в соціальній роботі виникає загроза застосування шаблонів і усталених процедур, орієнтації на бюрократичні вимоги і теоретичні знання, яка заступає потребу ґрунтовно розібратися в ситуації клієнта, забезпечити його право на самовизначення [3].

Підсумовуючи другий розділ, можна сказати, що проблема професійного іміджу соціального працівника досить актуальна, і пов'язано це насамперед з його професійною діяльністю, яка спрямована на надання допомоги певним категоріям громадян, котрі з тих чи інших причин потрапили в важку життєву ситуацію, де в залежності від ефективності взаємодії та надання допомоги соціального працівника клієнтам й формується його професійний імідж. Тож імідж соціального працівника – багатофункціональне утворення, що складається як з моральної надійності соціального працівника, так із його професіоналізму, компетентності, освіченості та психологічних знань, а супервізія в соціальній роботі виступає важливим інструментом підвищення якості соціальної послуги, результативності дій соціального працівника,

ефективності діяльності соціальної служби.

Отже, супервізія – основний засіб, за допомогою якого визначений установою супервізор полегшує роботу персоналу, індивідуально й колективно, та забезпечує стандарти роботи. Її мета – допомогти супервізованому якнайефективніше виконувати завдання, зазначені в посадових обов'язках. Супервізійні відносини сприяють формуванню супервізійного союзу, де важливою є прозорість та чесність у використанні методів супервізії, вибору цих методів, стилю супервізії, а також уточнення цілей, форм взаємодії та відповідальності учасників супервізійного процесу.

Таким чином, я визначила значення професійного іміджу у самореалізації соціального працівника; виявила роль супервізії у розвитку професійного іміджу соціального працівника; дослідила супервізію як важливий засіб формування професійного іміджу соціального працівника.

### РОЗДІЛ 3

## ПРАКСЕОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУПЕРВІЗІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА

### 3.1. Аналіз результатів емпіричного дослідження досвіду супервізії та ключових складових позитивного професійного іміджу соціального працівника

У дослідженні узяли участь десять соціальних працівників віком від двадцяти трьох до п'ятдесяти років з різним робочим стажем у сфері соціальної роботи від двох місяців до десяти років. 60% опитуваних жіночої статі.

Респондентам було запропоновано відповісти на питання щодо досвіду використання супервізії у їх професійній діяльності. Опрацювавши відповіді, я отримала наступні результати.

80% опитуваних мають досвід супервізії. З них 55,6% важко відповісти, чи були вони задоволені результатами супервізійних сесій; 33,3% – задоволені; і 11,1% – не задоволені.

Серед опитуваних, які не мають досвіду супервізії, 50% відповіли, що планують у подальшому звернутися до супервізора.

66,7% респондентів віддають перевагу індивідуальній супервізії і 100% очному формату проведення сесій.

Питання регулярності проведення супервізій. 44,4% опитуваних – час від часу; 33,3% – систематичні сесії раз у деякий час; 22,2% – супервізія при кожному необхідному випадку.

У середньому усі опитувані мали досвід роботи з декількома супервізорами.

Переважна більшість (66,7%) респондентів відповіли, що очікують від супервізії безоцінну атмосферу співтворчості з більш досвідченим професіоналом (супервізором). Крім того:



- усвідомлення своїх ресурсів (теоретичних знань, особистісних особливостей для роботи з клієнтами);
- навички рефлексії і розуміння її ролі у роботі з клієнтом;
- впевненість у своїй професійній компетентності;
- розуміння у чому була помилка при роботі з певним випадком.

Отже, проаналізувавши відповіді, можна зробити висновок, що переважна більшість соціальних працівників мають досвід супервізії, але не впевнені у її ефективності та результативності, звертаючись до супервізора лише час від часу.

Важливо звернути увагу на те, що супервізія – це не оцінювання соціального працівника, а процес міжособистісних взаємовідносин у межах конкретної соціальної служби, коли супервізор працює з соціальним працівником для того, щоб забезпечити ефективність допомоги клієнтам, покращити якість соціальної послуги. Чим змістовніше супервізія, тим вище і задоволеність соціального працівника від професійної роботи.

Крім того, у дослідженні була використана тестова методика «Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості» (В. В. Столін, С.Р.Пантелєєв).

Мета «Тесту-опитувальника для визначення самоствавлення особистості» – визначення емоційного та семантичного змісту ставлення особистості до себе. Самоствавлення – це певне стійке почуття на адресу власного «Я», що містить ряд специфічних модальностей (вимірів), що відрізняються як за емоційним тоном, переживанням, так і за семантичним змістом відповідного ставлення до себе [66].

Досліджуваним було запропоновано опитувальник, що налічує 110 тверджень, які необхідно уважно прочитати і обрати, з якими вони згодні та не згодні. Опрацювавши відповіді та перевіривши збіги з «ключами» за кожною із дев'яти шкал, я перевела «сирі» бали за допомогою спеціальної таблиці у стенові показники й отримала результати. Інтерпретація показників

здійснюється залежно від їх вираженості. При цьому значення 1-3 стена умовно вважаються низькими, 4-7 – середніми, 8-10 – високими.

«Шкала «Відкритість» пов'язана з такими аспектами образу «Я», самоставлення, поведінки, які, будучи значимими для особистості, важко допускаються до усвідомлення».

За результатами (див. рис. 3.1.) семеро опитуваних мають середні значення, що означають «вибіркове ставлення людини до себе; подолання деяких психологічних захистів при актуалізації інших, особливо в критичних ситуаціях».

У трьох опитуваних виявлено високі значення, які відображають «виражену захисну поведінку особистості, бажання відповідати загальноприйнятим нормам поведінки і взаємин з оточуючими людьми. Людина схильна уникати відкритих відносин із самим собою; причиною може бути або недостатність навичок рефлексії, поверхнєве бачення себе, або усвідомлене небажання розкривати себе, визнавати існування особистих проблем».

Низькі значення вказують на «внутрішню чесність, на відкритість відносин людини з самим собою, на досить розвинену рефлексію та глибоке розуміння себе. Людина критична по відношенню до себе. У взаєминах з людьми домінує орієнтація на власне бачення ситуації, що відбувається».



Рис. 3.1. Результати за шкалою «Відкритість»

«Шкала «Самовпевненість» – уявлення про себе як про самостійну, вольову, енергійну, надійну людину, якій є за що себе поважати».

За результатами (див. рис. 3.2.) у шести опитуваних відзначено високі значення, що характеризують «виражену самовпевненість, відчуття сили власного «Я», високу сміливість у спілкуванні. Домінує мотив успіху. Людина поважає себе, задоволена собою, своїми починаннями і досягненнями, відчуває свою компетентність і здатність вирішувати багато життєвих питань. Перешкоди на шляху до досягнення мети сприймаються як переборні. Проблеми зачіпають неглибоко, переживаються недовго».

У чотирьох опитуваних виявлено середні значення, які «властиві тим, хто в звичних для себе ситуаціях зберігає працездатність, впевненість у собі, орієнтацію на успіх починань. При несподіваній появі труднощів впевненість у собі знижується, наростають тривога, неспокій».

«Низькі значення відображають неповагу до себе, пов'язане з невпевненістю в своїх можливостях, з сумнівом у своїх здібностях. Людина не довіряє своїм рішенням, часто сумнівається в здатності долати труднощі і перешкоди, досягати намічені цілі. Можливі уникнення контактів з людьми, глибоке занурення у власні проблеми, внутрішня напруженість».

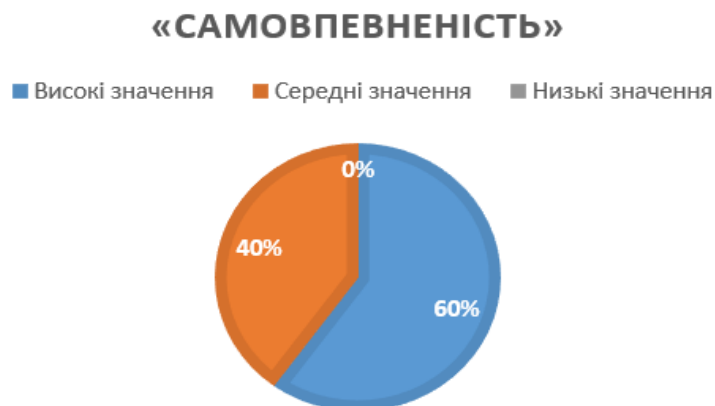


Рис. 3.2. Результати за шкалою «Самовпевненість»

«Шкала «Самокерівництво» – уявлення про те, що основним джерелом активності та результатів, що стосуються як діяльності, так і власної особистості суб'єкта, є він сам».

За результатами (див. рис. 3.3.) у шести респондентів виявлені високі значення, які характерні для тих, хто «основним джерелом розвитку своєї особистості, регулятором досягнень і успіхів вважає себе. Людина переживає власне «Я» як внутрішній стрижень, який координує та спрямовує всю активність, організовує поведінку і відносини з людьми, що робить її здатною прогнозувати свої дії і наслідки. Вона відчуває себе здатною чинити опір зовнішнім впливам, опиратися долі і стихії подій. Людині властивий контроль над емоційними реакціями і переживаннями з приводу себе».

У чотирьох опитуваних відзначено середні значення, що «розкривають особливості ставлення до свого «Я» залежно від ступеня адаптованості в ситуації. У звичних для себе умовах існування, в яких всі можливі зміни знайомі і добре прогнозовані, людина може проявляти виражену здатність до особистого контролю. У нових для себе ситуаціях регуляційні можливості «Я» слабшають, посилюється схильність до підпорядкування середовищним впливів».



Рис. 3.3. Результати за шкалою «Самокерівництво»

«Низькі значення описують віру суб'єкта в залежність свого «Я» від зовнішніх обставин і подій. Механізми саморегуляції ослаблені. Вольовий контроль недостатній для подолання зовнішніх і внутрішніх перешкод на шляху до досягнення мети. Основним джерелом подій із людиною визнаються зовнішні обставини. Причини, які полягають в собі, або заперечуються, або, що

зустрічається досить часто, витісняються в підсвідомість. Переживання щодо власного «Я» супроводжуються внутрішньою напругою».

«Шкала «Відображене самоствавлення» або «Дзеркальне Я» – характеризує уявлення суб'єкта про здатність викликати в інших людей повагу, симпатію. Шкала не відображає істинного змісту взаємодії між людьми, а лише суб'єктивне сприйняття сформованих відносин».

За результатами (див. рис. 3.4.) шість опитуваних продемонстрували середні значення, що означають «вибіркове сприйняття людиною ставлення оточуючих до себе. З її точки зору, позитивне ставлення оточуючих поширюється лише на певні якості, на певні вчинки; інші особистісні прояви здатні викликати у них роздратування і неприйняття».

У чотирьох опитуваних виявлено високі значення, які «відповідають людині, яка відчуває, що її люблять інші, цінують за особистісні та духовні якості, за здійснювані вчинки і дії, за прихильність груповим нормам і правилам. Вона відчуває в собі товариську, емоційну відкритість для взаємодії з оточуючими, легкість встановлення ділових і особистих контактів».

### «ДЗЕРКАЛЬНЕ Я»

■ Високі значення ■ Середні значення ■ Низькі значення

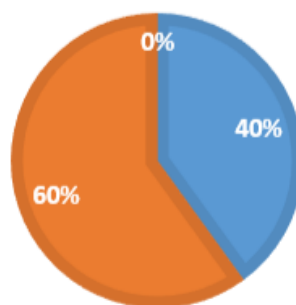


Рис. 3.4. Результати за шкалою «Дзеркальне Я»

«Низькі значення вказують на те, що людина ставиться до себе як до такої, яка нездатна викликати повагу у оточуючих, яка викликає у інших людей осуд. Схвалення, підтримка від інших не очікується».

«Шкала «Самоцінність» – відображає емоційну оцінку себе, свого «Я» за внутрішніми інтимними критеріями любові, духовності, багатства внутрішнього світу».

За результатами (див. рис. 3.5.) шість респондентів продемонстрували середні значення, які «відображають вибіркоче ставлення до себе. Людина схильна високо оцінювати ряд своїх якостей, визнавати їх унікальність. Інші ж якості явно недооцінюються, тому зауваження оточуючих можуть викликати відчуття малоцінності, особистої неспроможності».

Четверо респондентів продемонстрували високі значення, які «належать людині, яка високо оцінює свій духовний потенціал, багатство свого внутрішнього світу, людина схильна сприймати себе як індивідуальність і високо цінувати власну неповторність. Впевненість у собі допомагає протистояти впливам навколишнього середовища, раціонально сприймати критику на свою адресу».

### «САМОЦІННІСТЬ»

■ Високі значення    ■ Середні значення    ■ Низькі значення

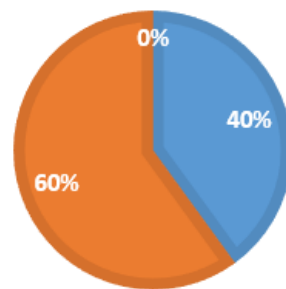


Рис. 3.5. Результати за шкалою «Самоцінність»

«Низькі значення говорять про глибокі сумніви людини в унікальності своєї особистості, недооцінці свого духовного «Я». Невпевненість у собі послаблює опір середовищним впливам. Підвищена чутливість до зауважень і критики оточуючих на свою адресу робить людину образливою, схильною не довіряти самій собі».

Шкала «Самоприйняття». За результатами (див. рис. 3.6.) восьмеро опитуваних показали середні значення, які «відображають вибіркочість

ставлення до себе. Людина схильна приймати не всі свої переваги і критикувати не всі свої недоліки».

Двоє респондентів показали високі значення, що «характеризують схильність сприймати всі сторони свого «Я», приймати себе у всій повноті поведінкових проявів. Загальний фон сприйняття себе позитивний. Людина часто відчуває симпатію до себе, до всіх якостей своєї особистості. Свої недоліки

вважає продовженням переваг. Невдачі, конфліктні ситуації не дають підстави для того, щоб вважати, себе поганою людиною».

«Низькі значення вказують на загальний негативний фон сприйняття себе, на схильність сприймати себе надмірно критично. Симпатія до себе недостатньо виражена, виявляється епізодично. Негативна оцінка себе існує в різних формах: від опису себе в комічному світлі до самознищення».



Рис. 3.6. Результати за шкалою «Самоприйняття»

Шкала «Самоприв'язаність». За результатами (див. рис. 3.7.) вісім респондентів продемонстрували середні значення, які «вказують на вибірковість ставлення до своїх особистісних властивостей, на прагнення до зміни лише деяких своїх якостей при збереженні інших».

Один респондент продемонстрував високі значення, що «відображають високу ригідність «Я»-концепції, прагнення зберегти в незмінному вигляді свої якості, вимоги до себе, а головне – бачення та оцінку себе. Відчуття самодостатності і досягнення ідеалу заважає реалізації можливості саморозвитку та самовдосконалення. На заваді для саморозкриття може бути

також високий рівень особистісної тривожності, схильність сприймати навколишній світ як загрозливий самооцінці».

Ще один респондент засвідчив низькі значення, які «фіксують високу готовність до зміни «Я»-концепції, відкритість новому досвіду пізнання себе, пошуки відповідності реального та ідеального «Я». Бажання розвивати і вдосконалювати власне «Я» яскраво виражено, джерелом чого може бути, незадоволеність собою. Легкість зміни уявлень про себе».



Рис. 3.7. Результати за шкалою «Самоприв'язаність»

Шкала «Внутрішня конфліктність». За результатами (див. рис. 3.8.) шість опитуваних показали середні значення, які «характерні для людини, у якої ставлення до себе й установка бачити себе залежить від ступеня адаптованості в ситуації. У звичних для себе умовах, особливості яких добре знайомі і прогнозовані, спостерігаються позитивний фон ставлення до себе, визнання своїх достоїнств і висока оцінка своїх досягнень. Несподівані труднощі, додаткові перешкоди можуть сприяти посиленню недооцінки власних успіхів».

Четверо опитуваних показали низькі значення, які «найбільш часто зустрічаються у тих, хто в цілому позитивно ставиться до себе, відчуває баланс між власними можливостями і вимогами навколишньої реальності, між домаганнями і досягненнями, задоволений життєвою ситуацією, що склалася і собою. При цьому можливі заперечення своїх проблем і поверхнєве сприйняття себе».

«Високі значення відповідають людині, у якої переважає негативний фон ставлення до себе. Вона знаходиться в стані постійного контролю над своїм



«Я», прагне до глибокої оцінки всього, що відбувається в її внутрішньому світі. Розвинена рефлексія переходить в самокопання, що приводить до знаходження засуджуваних в собі якостей і властивостей. Відрізняється високими вимогами до себе, що нерідко призводить до конфлікту між «Я» реальним і «Я» ідеальним, між рівнем домагань і фактичними досягненнями, до визнання своєї малоцінності».

### «ВНУТРІШНЯ КОНФЛІКТНІСТЬ»

■ Високі значення    ■ Середні значення    ■ Низькі значення

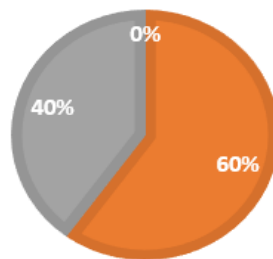


Рис. 3.8. Результати за шкалою «Внутрішня конфліктність»

Шкала «Самозвинувачення». За результатами (див. рис. 3.9.) у п'яти респондентів виявлено середні значення, які «вказують на вибіркоче ставлення до себе. Звинувачення себе за ті чи інші вчинки і дії поєднується з виразом гніву, досади на адресу оточуючих».

У інших п'яти респондентів виявлено низькі значення, що «виявляють тенденцію до заперечення власної провини в конфліктних ситуаціях. Захист власного «Я» здійснюється шляхом звинувачення переважно інших, перенесенням відповідальності на оточуючих за усунення бар'єрів на шляху до досягнення мети».

«Високі значення можна спостерігати у тих, хто бачить у собі насамперед недоліки, хто готовий поставити собі в провину всі свої промахи і невдачі. Установка на самозвинувачення супроводжується розвитком внутрішнього напруження, відчуттям неможливості задоволення основних потреб».



Рис. 3.9. Результати за шкалою «Самозвинування»

Крім того, усі шкали об'єднані у три незалежних та добре інтерпретованих фактори.

«Перший фактор – самоповага (шкали Відкритість», «Самовпевненість», «Самокерівництво», «Дзеркальне Я»). Відображає оцінку власного «Я» щодо соціально-нормативних критеріїв модальності.

Другий фактор – аутосимпатія (шкали «Самоцінність», «Самоприйняття», «Самоприв'язаність»). Відображає емоційне ставлення суб'єкта до свого «Я».

Третій фактор – самоприниження (шкали «Внутрішня конфліктність», «Самозвинування»). Відображає негативне самоставлення».

Отже, відповідно до шкал, можна побачити, що у переважної більшості респондентів проявлені такі риси, як «вибіркове ставлення людини до себе; подолання деяких психологічних захистів при актуалізації інших, особливо в критичних ситуаціях; виражена самовпевненість, відчуття сили власного «Я», домінуючий мотив успіху; джерелом розвитку своєї особистості, регулятором досягнень і успіхів виступає сам соціальний працівник».

За другим фактором характерні «схильність високо оцінювати ряд своїх якостей, визнавати їх унікальність, інші ж якості недооцінюються, тому зауваження оточуючих можуть викликати відчуття малоцінності, особистої неспроможності; схильність приймати не всі свої переваги і критикувати не всі свої недоліки; прагнення до зміни лише деяких своїх якостей при збереженні інших».

За третім фактором переважає «установка бачити себе в залежності від ступеня адаптованості в ситуації. Несподівані труднощі, додаткові перешкоди можуть сприяти посиленню недооцінки власних успіхів. У певної частини респондентів переважає тенденція до заперечення власної провини в конфліктних ситуаціях. Для іншої характерне звинувачення себе за ті чи інші вчинки і дії, що поєднується з виразом гніву, досади на адресу оточуючих».

### **3.2. Рекомендації з застосування супервізії для покращення професійного іміджу соціального працівника**

Супервізія має широкий спектр цілей, зосереджуючись на навчанні, підтримці та покращенні управління фахівців та їхніх робочих організацій. Вона відповідає актуальним завданням та рівню професійності самого супервізора. Ця діяльність потрібна для отримання поверненого зворотного зв'язку та оцінки ефективності від колег чи наставників, для знаходження шляхів вирішення складних професійних завдань та отримання необхідних знань та навичок. Супервізія допомагає здійснити критичний огляд професійного інструментарію, усвідомити особисті можливості для подальшого розвитку та задоволення кар'єрних потреб, що забезпечують вищу якість обслуговування клієнтів.

Сьогодні супервізія, яка стала необхідною частиною професійної діяльності соціальних працівників, потребує нового рівня розуміння, наукового обґрунтування, теоретичної бази та методичної підтримки. Це передбачає поповнення інформаційного простору достовірними даними про особливості цього складного процесу.

У наукових дослідженнях відсутні повноцінні висвітлення та обробка отриманого досвіду супервізії, що пояснюється обмеженим застосуванням супервізії в українських установах та недостатнім розумінням призначення цієї практики для багатьох представників професії у сфері соціальної роботи. Крім

того, складові супервізії часто є неоднозначними і невизначеними, що ускладнює їхнє ретельне вивчення та систематизацію.

Враховуючи, що професійна позиція включає сукупність переконань, поглядів та установок, що особистість втілює у житті та підтримує в спільноті – формування, визначення та утвердження цих аспектів, розвиток активної суб'єктності на їх основі представляє собою складне завдання для супервізора. Оскільки у нашій країні супервізія тільки розвивається, тому самовизначення супервізора та реалізація його професійних концепцій є одним із викликів, які можуть бути досить складними.

Професійна взаємодія між супервізором, супервізованим та адміністрацією організації (яка часто є основним замовником супервізії) може бути ускладненою. Це може траплятися через неадекватне розуміння мети та завдань цього процесу, вразливість або незахищеність супервізованих працівників (особливо перед адміністрацією, яка розглядає супервізію як інструмент контролю над підлеглими), а також через спротив самого супервізованого, що може виникати як захисна реакція для зниження тривожності та напруги або через завищені очікування від результатів супервізії.

Ефективність професійної взаємодії та результати супервізії частково залежать від побудованого (чи непобудованого) взаємного почуття довіри між усіма учасниками супервізійного процесу. У розгляді довіри в контексті супервізії варто застосувати підхід Брене Браун – американської дослідниці-соціологині, професорки, викладачки соціальної роботи, авторки книг з соціології та психології. «Вона використовує акронім BRAVING, щоб допомогти зрозуміти, з чого складається довіра: Boundaries (межі – і свої, й інших), Reliability (надійність – як дотримання свого слова / дії), Accountability (відповідальність, що передбачає визнання перед іншим своїх помилок, здатність перепросити і старатися виправити реальними кроками і вчинками), the Vault (сховище, у значенні: конфіденційність), Integrity (чесність і добросовісність як цінність), Non-judgment (неосудливість полягає у тому, щоби

бути вразливими з кимось, не будучи засудженими з їхньої сторони і навпаки) та Generosity (шляхетність та щедрість допомагають не тримати образи та не робити передчасних висновків). Браун пояснює довіру як енергію, що виникає між людьми, коли вони відчують себе побаченими, почутими, цінними; коли вони можуть давати та приймати, не засуджуючи та не будучи засудженими; коли відносини додають життєвої сили» [32].

У супервізії кожен аспект довіри, що був зазначений раніше, має свою важливу роль. Наприклад, встановлення професійних меж (між клієнтами та супервізованими фахівцями, адміністрацією організації та супервізором, супервізованими працівниками та супервізором) часто призводить до викликів через специфіку професій, що допомагають людям. Недотримання цих меж, насправді, часто є основною причиною професійного вигорання та внутрішніх деформацій для фахівців у галузі гуманітарних наук. Важливо вміти вчасно й відповідально відмовити або пояснити фахівцю, що надмірна увага та бажання допомогти клієнтові чи супервізованому може порушити психогігієну (збереження і зміцнення нервового та психічного здоров'я) самого працівника.

Розумні межі важливі й у проявах поліфункціональності супервізора в ході професійної інтеракції: не можна зводити процес супервізії лише до консультування або моніторингу, психологічної допомоги або навчання. Створення балансу в ролі супервізора — це важлива, але складна задача. Невирішення цього питання призводить до того, що супервізора можуть розглядати як тренера, який проводить групові навчальні сесії, як психотерапевта, якому відкривають особисті проблеми, чи як адміністратора або модератора для вирішення конфліктів у колективі. Цей дисбаланс у функціях супервізорів серйозно обмежує їх можливості й знижує ефективність супервізії в цілому.

Говорячи про надійність та добросесність супервізора, важливо враховувати питання його відповідальності й обізнаності щодо діяльності супервізованих осіб. У деяких випадках супервізорам пропонується оцінювати професійність супервізантів у звітах або в усних бесідах з керівництвом

організації. Але важливо зауважити, що супервізор не може мати повну інформацію про всю роботу супервізованих осіб. Він ознайомлений лише з тим, що винесено на супервізію або обговорено під час конкретних випадків. Тому чесною й відповідальною є позиція, коли супервізор не намагається оцінити роботу супервізованого, а допомагає йому самостійно оцінити свою роботу, визначити її успішність та відповідність стандартам і нормам тощо.

Дотримання принципу конфіденційності також є складним завданням для супервізора. Вирішення питань стосовно того, яку інформацію включати до звітування або розкривати, вимагає уважності. Це стосується і «контейнерування» емоційних аспектів та інших проблем супервізованих осіб. Супервізор аналізує та обробляє інформацію, яка включає не лише професійний бік спеціаліста, але й його відносини з клієнтами, колегами, ставлення до управлінських процесів, та взаємини у колективі чи організації взагалі. Тримання цих даних нерозголошеними або їх ретельно продумане й зважене оброблення сприяє формуванню довіри та подальшій відкритості у відносинах, а також допомагає уникнути ризику професійного вигорання супервізора.

Ще одним ключовим аспектом, який визначає характер взаємодії під час супервізії, є адекватне використання влади. Зв'язки між супервізором та супервізованим не завжди мають базуватися на ієрархічних відносинах, навіть якщо супервізант має менший досвід, ніж супервізор. Якісні, партнерські (але з чітко визначеними рамками) стосунки між ними визначають подальшу ефективність взаємодії, побудовану на загальних гуманістичних цінностях. Для супервізора важливо уникати нав'язування власних поглядів та системи цінностей, замість цього, проявляти відкритість до інших точок зору в професії, поважати досвід супервізанта, його цінності, методологію, теоретичні та професійні підходи. Такий підхід до взаємин забезпечить відвертий обмін думками, збалансований підхід до можливих помилок супервізантів і ефективну співпрацю. Це, в свою чергу, підвищить авторитетність супервізора та забезпечить підтримку самооцінки для супервізованого [32].

Важливим фактором підвищення професіоналізму є вміння фахівця

використовувати навички рефлексії. Рефлексивна компетентність охоплює низку професійних якостей, які сприяють адекватному вирішенню проблемних ситуацій, стимулюють особистісний і професійний розвиток, а також сприяють кращому результату в роботі. Проте дослідження місця рефлексії у супервізійному процесі залишається недостатньо висвітленим. Відсутність практичного досвіду та обмежена кількість наукових досліджень у цій області українською науковою спільнотою призвела до нестачі чітких підходів у формуванні та розвитку рефлексивних навичок початківців у сфері соціальної роботи у супервізійному процесі.

Один з найбільш традиційних підходів до розуміння рефлексивних процесів – це особистісний підхід. У цьому випадку рефлексія сприймається як повернення людини до самої себе. Автори підкреслюють, що рефлексія є механізмом самореалізації і пов'язують її з внутрішнім контролем. Наприклад, у працях І. С. Кона рефлексія тісно асоціюється з самосвідомістю особистості та розглядається як процес самопізнання суб'єкта, спрямований на виявлення свого внутрішнього, духовного світу та побудову стабільного цілісного образу «Я».

У дослідженні рефлексії у комунікативному вимірі відзначено, що це не лише вміння спостерігати за собою як «спостерігач», «дослідник» чи «контролер», стосовно власного тіла, дій та думок, але й по відношенню до інших. Розвиток рефлексії відбувається через спілкування, тобто взаємодію з іншими людьми. Оскільки людина вважає себе розумною істотою, рефлексія стає не тільки її природним аспектом, але й соціальною складовою завдяки комунікаційним механізмам.

Рефлексія у комунікативних процесах описується як внутрішнє відображення однієї особи у світі іншої, а також осмислення того, як її сприймають співрозмовники. Тож рефлексія – це не лише розуміння іншого, а й усвідомлення того, як саме інший сприймає «рефлексуючого» індивіда, його особистість, емоції та сприйняття.

Професійна рефлексія тісно переплетена з загальною здатністю до

саморефлексії, особливо з усвідомленням власного життєвого досвіду та реакцій у різних ситуаціях. У вивченні соціальної психології особистості наголошується, що у «фахівців зі спілкування» розвинена здатність сприймати особистісну сутність інших, налаштовуватися на них і вибирати адекватну поведінку, що залежить від розуміння не лише інших, але й самих себе, вміння управляти своєю поведінкою в різних ситуаціях спілкування. У сфері професійної діяльності соціальних працівників ця здатність є ключовою компетенцією. Розвиток цієї здатності забезпечується за допомогою різних рефлексивних підходів, що є складовими професійної рефлексії соціального працівника. Недостатність професійної рефлексії проявляється, зокрема, у ситуаціях, коли соціальному працівникові доводиться приймати рішення у прямому спілкуванні з клієнтом. Більшість дослідників погоджуються, що у таких ситуаціях людина частіше діє імпульсивно, ніж ретельно обдумуючи, спираючись на інтуїцію, а не на раціональне міркування, і обираючи звичний спосіб поведінки.

Отже, зміст професійної рефлексії соціального працівника визначається за допомогою специфіки комунікаційного процесу в цій професійній сфері, а також конкретними завданнями, що виникають під час роботи та обумовлені її особливостями. Особливістю прямої взаємодії соціального працівника із клієнтом є активна роль фахівця, яка передбачає його особисту відповідальність за прийняті рішення та їх наслідки у житті клієнта. Ця особливість взаємодії визначає загальний характер соціальної роботи, що має високий рівень психологічного напруження, значний ризик стресових ситуацій та можливість виникнення емоційного виснаження. Тому особливо актуальним стає напрямок супервізії, спрямований на запобігання професійним ризикам. Одним із методів попередження таких ризиків, поряд із традиційними техніками релаксації та контролю емоцій, є використання технологій самоаналізу, що ґрунтуються на концепції «рефлексивного виходу» [4].

Ефективність супервізії залежить від політики організації стосовно її проведення. Ефективна супервізія можлива за таких необхідних умов.



Культура організації – це дещо більше, ніж просто аспекти структури, конкуренції та поставлених цілей. Вона охоплює атмосферу, відносини, спосіб міжособистісного спілкування, емоції, які виникають у працівників у зв'язку з їхньою роботою, а також реакції на ці почуття від інших. Найбільший вплив на культуру організації справляє те, як у ній розглядають і реагують на різницю у владі, особливо щодо ієрархічної структури, яка має базуватися на принципах антидискримінації.

Для досягнення ефективної супервізії необхідно не лише належно організований процес супервізії, а й важливо, щоб підхід управління та співробітництва на всіх рівнях організації сприяв стимулюванню, полегшенню та підвищенню взаємного довір'я. Нерівність у розподілі влади неодмінно існуватиме, однак зловживання адміністративними або іншими формами влади є неприпустимим, оскільки це призводить до створення організаційної культури, що пронизана страхом, розчаруванням та безнадійністю. Очевидно, що в такій атмосфері ефективність супервізії стає проблематичною. У колективі, де існує реальне відчуття рівних умов та можливостей, де немає місця дискримінації та утискам, а владу використовують для підсилення колективу та покращення якості роботи, супервізія може виконувати всі свої функції.

Система супервізії є невід'ємною частиною діяльності та організації соціальної служби. Усі служби повинні мати чітку та ретельно обдуману політику щодо супервізії персоналу на всіх рівнях. Це означає, що кожен працівник, будь-якого рівня в організації, має право і зобов'язання отримувати регулярну супервізію високої якості. Частота та методи супервізії мають змінюватися відповідно до завдань, рівня кваліфікації та досвіду кожного конкретного фахівця. Супервізія може стати ключовим елементом в організації лише в тому разі, якщо вона є обов'язковою та регулярною.

Стратегія розвитку персоналу є важливою складовою будь-якої соціальної служби, оскільки персонал є, ймовірно, найціннішим ресурсом. Активні та задоволені своєю роботою працівники з більшою імовірністю

демонструватимуть кращу якість виконання посадових обов'язків своєї професійної діяльності, порівняно з колегами, які перебувають у стані стресу або незадоволення. Тому в інтересах як організації, так і працівників, доречно й розумно вкладати ресурси в комплексну програму розвитку персоналу. У цьому контексті супервізія відіграє ключову роль.

Забезпечення якості та оцінка працівників мають включати як розвиток їхніх навичок, так і відслідковування їхньої продуктивності. Ці два аспекти пов'язані, але іноді акцент на другому може зменшити увагу до першого. Безперечно, що розвиток персоналу є критично важливим. Проблеми виникають, коли під час супервізії виявляються потреби у навчанні, які установа не може задовольнити. В таких ситуаціях очікування залишаються невиконаними. Тому політику розвитку персоналу слід зв'язувати з навчальною програмою, що включає різні заходи, які реалізуються як всередині організації, так і за її межами. Ця програма повинна враховувати потреби й побажання працівників, що дозволить як супервізорам, так і працівникам мати вплив на визначення виду необхідної супервізії, а не лише реагувати на плани інших.

Супервізія може бути розглянута не лише як зустріч між супервізором і тим, кого він супервізує, але й як обмін знаннями між самими супервізорами. Супервізор може шукати консультації у спеціалістів, якщо відчуває відсутність досвіду, або ділитися своїм досвідом з іншими супервізорами, обмінюючись порадами. Також важливо звертати увагу на груповий підхід до супервізії, коли декілька супервізованих працюють разом під керівництвом одного або кількох супервізорів.

Рівень організації супервізії може варіюватися в залежності від розміру установи. У великих соціальних службах забезпечити супервізію легше, оскільки можна організувати навчання власними силами та персоналом. Але керівництво невеликої установи повинно усвідомити, що для проведення супервізії необхідно залучати зовнішні ресурси [3].

Отже, супервізія – це комплексна діяльність, спрямована на розвиток, підтримку та покращення роботи соціальних працівників і організацій, де вони

працюють. Вона реалізується таким чином, що найкраще відповідає поточним завданням і професійним вимогам самого супервізора. Супервізія стає актуальною, коли необхідно отримати оцінку своєї діяльності від колег або наставників, зокрема для вирішення важких завдань та розробки напрямків розвитку, а також для набуття необхідних знань і навичок у короткі строки. Це важливо для побудови кар'єри, подальшого професійного зростання та забезпечення високої якості послуг, що надаються клієнтам.

Важливим фактором підвищення професіоналізму є вміння фахівця використовувати навички рефлексії. Рефлексивна компетентність охоплює низку професійних якостей, які сприяють адекватному вирішенню проблемних ситуацій, стимулюють особистісний і професійний розвиток, а також сприяють кращому результату в роботі. Особливо актуальним стає напрямок супервізії, спрямований на запобігання професійним ризикам. Одним із методів попередження таких ризиків, поряд із традиційними техніками релаксації та контролю емоцій, є використання технологій самоаналізу, що ґрунтуються на концепції «рефлексивного виходу». Крім того, ефективність супервізії залежить від політики організації стосовно її проведення.

Таким чином, я проаналізувала результати емпіричного дослідження досвіду супервізії та ключових складових позитивного професійного іміджу соціального працівника й сформулила рекомендації з застосування супервізії для покращення професійного іміджу.

## ВИСНОВКИ

У сучасному суспільстві значно зросла значущість професійного іміджу та компетентності фахівців. Через зростаючу конкуренцією та несподіваність у сферах праці, для конкурентоздатності усе важливішим стає позитивний професійний імідж будь-якого фахівця у будь-якій сфері, включаючи і соціальних працівників. Професійний імідж людини на робочому місці має відповідати очікуванням суспільства щодо представників цієї професії й вимагає адаптації до вимог роботи та статусу організації. Правильний професійний імідж повинен свідчити про професіоналізм та моральність співробітника, відповідати очікуванням як колег, так і клієнтів, що робить його важливим для будь-якої сфери соціальної діяльності.

Успішність соціального працівника формується не лише завдяки освіті, знанням та досвіду, але й через особисті якості, світогляд та життєву позицію. Позитивний професійний імідж соціального працівника відображає різноманітні аспекти міждисциплінарності його професії, її складності та глибини взаємозв'язків, що виникають у процесі надання послуг, соціальної допомоги й підтримки клієнтів.

Професійний імідж – це уявлення про працівника, яке відображає його діловий стиль і враження щодо його професійних якостей. Цей імідж формується на основі уявлення про ідеального представника цієї або іншої професії в очах спостерігачів. У контексті теми мого дослідження мається на увазі образ соціального працівника в уявленні його колег та клієнтів соціальної роботи.

Позитивний професійний імідж виступає як спеціальний інструмент, який сприяє спрощенню встановлення контактів з іншими людьми, підвищуючи ефективність взаємодії. Завдяки потужному психотерапевтичному ефекту, імідж надає його власникам професійну впевненість та комунікабельність, що дозволяє краще проявити їх ділові якості. Це робить актуальною проблему цілеспрямованого формування позитивного іміджу в умовах навчання майбутніх спеціалістів у сфері соціальної роботи.

Серед базових складових професійного іміджу соціального працівника можна виділити: результативність діяльності; рівень культури, зокрема, етичні норми; ставлення працівника до своєї установи та її керівників; стиль взаємодії з макро- та мікросередовищем; відображення та врахування потреб населення.

Рівень сформованості професійного іміджу працівника можна оцінити з урахуванням очікувань, що ставляться до нього як до представника певної професії. Вимоги до рівня знань і вмінь соціального працівника впливають з Міжнародних стандартів кваліфікації у цій сфері. Ці очікування відображають те, як сприймається та оцінюється його професійна компетентність в міжнародному контексті.

Супервізія стає особливо важливою у таких випадках: коли потрібна оцінка ефективності власної роботи або програми від більш досвідчених колег; коли необхідно знайти шляхи для вирішення складних професійних завдань; коли потрібен професійний розвиток та розуміння напрямку подальшого зростання; коли важливо обговорити професійні питання з колегами; коли важливо розуміти свої можливості для розвитку; коли потрібно переглянути існуючі методи та підходи до роботи; коли виникає потреба в професійному спілкуванні в робочому оточенні.

Сутність супервізії залежить від характеру роботи, яку виконує соціальна служба. В кожній службі вона спрямована на організацію роботи працівника (його особисті ресурси), важливість практики (взаємодія з клієнтами), роботу команди (взаємодія всередині колективу) та система установи (організаційний клімат, нормативні вимоги. В основному супервізорами є досвідчені фахівці-практики, які застосовують свої знання та досвід для вирішення проблем, з якими зіштовхуються супервізовані.

Елементи здійснення ефективною супервізії включають: регулярність контакту; дотримання базових цінностей і принципів супервізії; регулярний перегляд професійних випадків; обмін ідеями і перспективами щодо надання послуг та їх ефективності; ясні можливості для фахівців розвивати існуючі та нові навички; індивідуальні плани розвитку для фахівців, де визначена

необхідність для розвитку.

Отже, професійний імідж соціального працівника – це комплексне утворення, що включає в себе не лише моральну надійність, а й професіоналізм, знання, освіченість соціального працівника. Супервізія у цьому контексті виступає основним інструментом, за допомогою якого визначений супервізор сприяє полегшенню роботи персоналу як індивідуально, так і в колективі, забезпечуючи стандарти в роботі. Основна мета полягає в тому, щоб ефективно допомагати супервізованому виконувати завдання, визначені його посадовими обов'язками.

Таким чином, супервізія виступає важливим інструментом формування професійного іміджу соціального працівника, а в результаті й інструментом підвищення якості соціальної послуги, результативності дій соціального працівника, ефективності діяльності соціальної служби.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексєєнко Т. Ф. Теоретико-методологічні передумови та професійні вимоги до формування іміджу працівника соціальної сфери. URL: [https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni\\_naukovi\\_vidannya/Akt\\_probl\\_pidg\\_fah\\_soc\\_sferi\\_2011\\_konf.pdf#page=12](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni_naukovi_vidannya/Akt_probl_pidg_fah_soc_sferi_2011_konf.pdf#page=12). (дата звернення: 12.07.2023)
2. Андрущенко В. П., Бех В. П., Козубовська І. В., Лукашевич М. П. Соціальна робота : Короткий енциклопедичний словник. Київ : ДЦССМ, 2002. 536 с.
3. Астремська І. В. Прикладні методики та основи супервізії в соціальній роботі : навч. посіб. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2017. 396 с.
4. Байдарова О. О. Перспективи дослідження професійної рефлексії в супервізії соціального працівника. URL : <https://journals.urau.ua/index.php/2227-6246/article/download/161416/160562/0>. (дата звернення: 22.09.2023)
5. Балдинюк О. Д. Імідж як показник професіоналізму соціального працівника. URL: [https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/9382/1/Imidzh\\_yak%20pokaznyk\\_profesionalizmu\\_sotsialnoho\\_pratsivnyka.pdf](https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/9382/1/Imidzh_yak%20pokaznyk_profesionalizmu_sotsialnoho_pratsivnyka.pdf). (дата звернення: 20.08.2023).
6. Балл Г. О. Проблема іміджу навчального закладу в контексті гуманізації освіти. *Наука і управління* : науково-практичний журнал. 2007. Т. 7. № 1. С. 139–141.
7. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.
8. Березовська-Чміль О. Б. Теоретико-концептуальні основи дослідження політичного іміджу. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/politics/article/view/4209/4788>. (дата звернення: 05.07.2023).
9. Білозерська С. Особистісні якості як основа формування професійного іміджу майбутнього педагога. URL: <http://journals.maup.com.ua/index.php/psychology/article/view/1181/1681>. (дата звернення: 11.06.2023).

10. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. Москва: МГУ, 1982. 167 с.
11. Болотова В. О. Іміджологія : текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова. Харків : НТУ «ХП», 2021. 150 с.
12. Бондаренко І. С. Іміджологія : Психологія іміджу : навч.-метод. посіб. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 122 с.
13. Браун А. Супервізор у соціальній роботі : Супервізія догляду в громаді, денних та стаціонарних установах / пер. з англ. Т. Семигіної. Київ : Унів. вид-во «Пульсари», 2003. 240 с.
14. Браун Л. Имидж – путь к успеху. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 192 с.
15. Бугрим В. Іміджологія / Іміджмейкінг : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2013. 255 с.
16. Вступ до соціальної роботи / ред. Семигіна Т. В., Мигович І. І. Київ : Академвидав, 2005. 304 с.
17. Гаміна Т. С. Ефективне ділове спілкування як умова формування привабливого іміджу особистості. *Соціальна педагогіка : теорія та практика*. 2011. №2. С. 31-38.
18. Гірняк О. М., Лазановський П. П. Менеджмент у лекційному викладі : навч. посіб. Львів : Українська академія друкарства, 2018. 232 с.
19. Гофман И. Представления себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. А. Д. Ковалева. Москва : «Канон-Пресс Ц-Кучково Поле», 2000. 304 с.
20. Етика ділових відносин : навч. посіб. / Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін. Вінниця : ВНТУ, 2011. 309 с.
21. Імідж соціальний. *Соціологія : короткий енциклопедичний словник – 2020*. URL : <https://www.subjectum.eu/sociology/dict/index.html>. (дата звернення: 21.08.2023).



22. Інновації в освіті : реалії та перспективи розвитку : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль. 28 жовтня 2022 р.). Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 345 с.

23. Ісаченко В. П. Професійні вимоги до іміджу соціального працівника. *Збірник наукових праць Херсонського державного університету. Педагогічні науки*. 2017. Вип. 80(2). С. 233-237.

24. Ісаченко В. П. Супервізорство як один із атрибутів професіоналізму у соціальній роботі. *Вісник Запорізького національного університету. Серія : педагогічні науки*. Запоріжжя, 2016. № 1. С. 123–131.

25. Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04. Одеса, 2004. 23 с.

26. Карагодіна О. Г., Байдарова О. О. Запровадження супервізії у соціальній роботі: бар'єри та ресурси. *Проблеми соціальної роботи : філософія, психологія, соціологія* : збірник / Черніг. нац. технол. ун-т. Чернігів : ЧНТУ, 2014. № 1 (4). С. 29-36.

27. Коркішко А. В. Формування професійного іміджу педагогічних кадрів. URL: <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Bernatova9/subor/Korkishko.pdf>. (дата звернення: 09.05.2023).

28. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера : проблеми формування та практичної реалізації : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.

29. Костєва Т. Б. Роль іміджу в професії соціального працівника. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Педагогіка*. 2016. Т. 269. Вип. 257. С. 21-27.

30. Кравець Р. Е. Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. URL: [http://pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2019/65/part\\_2/12.pdf](http://pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2019/65/part_2/12.pdf). (дата звернення: 29.06.2023).

31. Кривоконь Н. І. Супервізія як чинник вдосконалення соціальної роботи. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Психологія*. 2016. Вип. 61. С. 64-68.
32. Кривоконь Н. І. Труднощі та дилеми супервізорів в Україні. *Психологічне консультування і психотерапія*. 2021. Вип. 16. С. 53-62.
33. Купцова І. І. Становлення та сучасні тенденції розвитку теорії іміджу в політичному дискурсі. URL: [https://chtyvo.org.ua/authors/Kuptsova\\_Iryna/Stanovlennia\\_ta\\_suchasni\\_tendentsii\\_rozvytku\\_teorii\\_imidzhu\\_v\\_politychnomu\\_dyskursi.pdf](https://chtyvo.org.ua/authors/Kuptsova_Iryna/Stanovlennia_ta_suchasni_tendentsii_rozvytku_teorii_imidzhu_v_politychnomu_dyskursi.pdf). (дата звернення: 25.07.2023).
34. Лагода О. М. Імідж як стилістична характеристика особистості. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2007. № 2. С. 82-89.
35. Лигоміна Т. А. Критерії формування професійного іміджу практичного психолога як соціально-психологічного феномена. URL: [http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/5\\_2019/part\\_1/27.pdf](http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/5_2019/part_1/27.pdf). (дата звернення: 03.08.2023).
36. Липшман У. *Общественное мнение* / пер. с англ. Т. В. Барчунова, ред. пер. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. Москва : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
37. Маслоу А. Концепція самоактуалізації особистості. URL: [https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/11prishak\\_osnovy\\_psiholog\\_pedagogiki\\_lab\\_praktik/5.html](https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/11prishak_osnovy_psiholog_pedagogiki_lab_praktik/5.html). (дата звернення: 01.08.2023).
38. Мацко Л. А. *Основи психології та педагогіки : навч. посіб. для студентів заочної форми навчання* / Л. А. Мацко, М. Д. Прищак, В. Г. Годлевська. Вінниця : ВНТУ, 2009. 163 с.
39. *Методологія та методи наукового дослідження в соціальній роботі*. URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/327/7.pdf>. (дата звернення: 06.09.2023).
40. Мушкевич М. І. *Супервізія : навч. посіб. (до курсу «Супервізія»)*. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 188 с.

41. Науменко М. Імідж як складова міфологізації образу суб'єкта політичного процесу. *Наукові записки Київської школи скенування*. Київ, 2007. № 2. С.60–67.
42. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 324 с.
43. Пархоменко Т. С. К інституалізації іміджології. *Проблеми іміджології: Матеріали I Міжнародної конференції, 8–9 лютого 2000 року в г. Кривому Розі. Україна*. Київ : ЕУФІМБ, 2000. 380 с.
44. Пасічник І. П. Проблеми формування професійного іміджу майбутнього лікаря. URL: Кредитно-модульна система організації навчального процесу у вищих медичних (фармацевтичному) навчальних закладах України на новому етапі (з дистанційним під'єднанням ВМ(Ф)НЗ України за допомогою відеоконференц-зв'язку) : матеріали X ювілейної Всеукраїнської навчально-наукової конференції з міжнародною участю, Тернопіль, 18–19 квітня 2013 р. / ТДМУ. Тернопіль, 2013. Ч. 2. С. 611–613.
45. Поняття «іміджу» та його основні тлумачення. URL: <https://utrpi.org.ua/dystantsijne-navchannya-lektsiya-valentyna-bugryma-ponyattya-imidzhu-ta-jogo-osnovni-tlumachennya/>. (дата звернення: 08.05.2023).
46. Попова В. В. Професійний імідж : основні напрями вивчення поняття. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2013. № 1. С. 170-173.
47. Попович А. М. Соціальна робота як об'єкт іміджу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота*. 2013. Вип. 29. С. 169-170. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuped\\_2013\\_29\\_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuped_2013_29_49) (дата звернення: 15.07.2023).
48. Прус Н. О. Імідж особистості як психолого-педагогічний феномен. *Імідж сучасного педагога : всеукраїнській науково-практичний освітньо-популярний журнал*. Полтава, 2016. № 1 (160). С. 43-45.
49. Психологічний словник / авт.-уклад. В. В. Синявський, О. П. Сергєєнкова ; за ред. Н. А. Побірченко. Київ : Наук. світ, 2007. 274 с.

50. Психологічний тлумачний словник найсучасніших термінів / уклад. : В. Б. Шапар, В. О. Олефир, А. С. Куфлієвський, Б. І. Фурманець та ін. Харків : Прапор, 2009. 672 с.
51. Пшенична Л. Імідж керівника – важлива складова кар’єри управлінця. *Педагогічні науки : теорія, історія, інноваційні технології : науковий журнал* / Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка. Суми, 2018. № 6 (80). С. 233–250.
52. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. Санкт-Петербург : Издательство «Питер», 2000. 712 с.
53. Савка В. Супервізія в управлінні недержавними організаціями соціальної сфери : інституційний аналіз. *Соціологічні студії*. 2013. № 2 (3). С. 34- 39.
54. Сергеева І. В. Психологія паблік рілейшнз : курс лекцій. Слов’янськ : Вид-во Б. І. Маторіна, 2016. 102 с.
55. Сисоєва С. О. Творчий розвиток фахівців в умовах магістратури : монографія. Київ : ТОВ «Видавниче підприємство «ЕДЕЛЬВЕЙС», 2014. 404 с.
56. Слозанська Г. Супервізія в соціальній роботі : основні підходи та принципи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота*. 2014. Вип. 30. С. 155-159.
57. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Волянюк, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська, І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко, О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.
58. Соціальна робота в Україні : навч. посіб. / І. Д. Зверєва, О. В. Безпалько, С. Я. Харченко та ін. ; за заг. ред. І. Д. Зверєвої, Г. М. Лактіонової. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 256 с.
59. Соціальна робота : реалії та виклики часу : навч.-метод. посіб. Слов’янськ : Вид-во Б. І. Маторіна, 2021. 219 с.

60. Стрижеус Л. В. Імідж як кінцевий продукт діяльності підприємства : теоретичний підхід / Л. В. Стрижеус, І. Ф. Лорві, А. О. Тендюк. *Економічний форум*. 2018. № 2. С. 257-266.
61. Супервізія : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / І. В. Ушакова. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. 228 с.
62. Супервізія в соціальній роботі : основні підходи та принципи. URL : <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/300/4.pdf>. (дата звернення: 10.08.2023).
63. Супервізія : професійна підтримка і професійний розвиток педагогів. URL: <http://barna-consult.com/wp-content/uploads/2021/10/Superviziya-Poradnyk-VF-Krok-za-krokom.pdf>. (дата звернення: 10.08.2023).
64. Сучасний тлумачний словник української мови : 60000 слів / за ред. В.В. Дубічинського. Харків : Школа, 2009. 832 с.
65. Сущенко Л. О. Діловий імідж менеджера закладу освіти : навч. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальностей «Дошкільна освіта», «Початкова освіта» освітньо-професійних програм «Дошкільна освіта», «Початкова освіта». Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 155 с.
66. Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості. URL: <https://studfile.net/preview/5200213/page:12/>. (дата звернення: 17.06.2023).
67. Тимошенко Н. Є. Вступ до спеціальності : соціальна робота. Модуль 2 : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т імені Бориса Грінченка, 2014. 264 с.
68. Тимошенко Н. Є. 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.
69. Трубник І. В. Формування іміджу майбутнього соціального педагога. *Молодий вчений*. 2017. № 10.1 (50.1), жовтень. С. 110 – 113.
70. Федорів Т. Сутність та інструменти репутаційного менеджменту у сфері державного управління. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2013. Вип. 1. С. 88-94.

71. Філатова Л. С. Імідж як предмет наукового дослідження в різних галузях наукових знань. URL: <http://www.pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2011/21/30.pdf>. (дата звернення: 20.08.2023).

72. Фролова Т. Мовні засоби конструювання іміджу державного службовця. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України* / за заг. ред. О. Ю. Оболенського, С. В. Сьоміна; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. 2007. Вип. 2. Київ : НАДУ, 2007. С. 151-156.

73. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури. *Економіка та держава*. 2009. № 9. С. 59-61.

74. Шабанова Ю. О. Історія філософії : сучасні комунікативні вчення : навч. посіб. / Ю. О. Шабанова, І. А. Яременко, Н. Ю. Тарасова. Дніпро : Національний гірничий університет, 2012. 120 с.

75. Шишова І. О. Психологічні особливості формування іміджу майбутнього педагога. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/c1f7b3f7-a813-4387-b7e4-9077a3e0a0ec/content>. (дата звернення: 12.06.2023).

76. Щукина Ю. В. Актуальные проблемы супервизорской практики. *Европейское качество профессионального высшего образования : критерии оценки и динамика развития* : тезисы Международной научно-практической конференции. Рига, 2004. С. 87-89.

77. Щур О. О. Теоретичні підходи формування іміджу соціального працівника. URL: [https://ldubgd.edu.ua/sites/default/files/3\\_nauka/konferenz/zbirnik\\_tez\\_2019\\_gotoviy\\_0.pdf#page=137](https://ldubgd.edu.ua/sites/default/files/3_nauka/konferenz/zbirnik_tez_2019_gotoviy_0.pdf#page=137). (дата звернення: 20.08.2023).

78. BACP Ethical Framework for the Counselling Professions. URL: <https://www.bacp.co.uk/events-and-resources/ethics-and-standards/ethical-framework-for-the-counselling-professions/>. (дата звернення: 27.10.2023).

79. Handbook of political communication research. URL: [https://www.academia.edu/1573163/Handbook\\_of\\_Political\\_Communication\\_Research](https://www.academia.edu/1573163/Handbook_of_Political_Communication_Research). (дата звернення: 06.10.2023).

**Декларація  
академічної доброчесності  
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Копил Валерія Андріївна, магістрантка 2 курсу магістратури, форма навчання денна, факультет соціології та управління, спеціальність «соціальна робота», освітньо-професійна програма «соціальна робота», адреса електронної пошти: valeriakopyl7@gmail.com,

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Супервізія у формуванні професійного іміджу соціального працівника» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ (студент) Копил В.А.

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ (науковий керівник) Цапліна І.С.