

Список використаних джерел

1. Барташнікова І.А. Розвиток сенсорних здібностей і пам'яті у дітей 5-6 років: навч. посіб. 2-е вид., переробл. Тернопіль: Навчальна книга. Богдан, 2007.
2. Діагностика та розвиток пам'яті у дітей: методичні рекомендації / уклад. Н.І. Коцюбанська. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський багатoproфільний навчально-реабілітаційний центр, 2014. 59 с.
3. Доброштан Н., Куліш О. Вікові особливості у дослідженнях видів і процесів пам'яті // Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки. Львів, 2020. Вип. 7. С. 37-44.
4. Конопляста С. Ю., Сак Т. В. Логопсихологія: навч. посіб. Київ: Знання, 2012. 293 с.
5. Ладивір С.О. Пізнавальний розвиток старшого дошкільника // Дошкільна освіта. 2019. № 3. С. 25-39.
6. Пічкур О.В. Особливості пам'яті у старших дошкільників з тяжкими порушеннями мовлення. URL: <https://ekhsuir.kspu.edu/server/api/core/bitstreams/d43eccc6-a511-42ff-9689-99e809e3801c/content> (дата звернення: 10.02.2025).
7. Христюк І.Г. Розвиток пам'яті дошкільників. URL: <https://vseosvita.ua/blogs/rozvytok-pamiaty-doshkilnykiv-87066.html> (дата звернення: 28.08.2025).

DOI 10.70286/ISU-12.11.2025.018

ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА

Красілова Юлія Михайлівна

кандидат психологічних наук, доцент

Ільчук Андрій Миколайович

аспірант

Кафедра соціальної реабілітації

та соціальної педагогіки

Факультет психології

Київський національний університет

імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

Сучасні суспільні вимоги акцентують увагу на необхідності збільшення числа кваліфікованих соціальних педагогів для вирішення нових соціальних викликів і адаптації до потреб вразливих груп. Фахівці стикаються зі складними викликами у суспільстві, де критично важливим є управління професійним іміджем. Він виступає ключовим посередником у розв'язанні соціальних проблем, тому ефективна взаємодія з клієнтами та суспільством визначає його

успіх. Довіра з боку клієнтів та партнерів залежить від якості професійного іміджу, що підкреслює актуальність дослідження та вдосконалення практик соціальної педагогіки.

За Л. Кобилянською, імідж конструюється свідомо з метою впливати на емоційно-психологічний стан та утворювати враження та уявлення оточуючих про особу, яка представляє цей імідж. Вона наголошує, що при первинному огляді імідж здебільшого асоціюється з зовнішніми аспектами діяльності та ідентичністю особи, але саме в цих зовнішніх виявах краще виражається глибокий зміст (Кобилянська, 2014). Тобто, імідж є ключовим у розрізі професійного статусу і він є засобом впливу на оточуючих.

Формування іміджу фахівця з соціальної педагогіки вимагає врахування особливостей соціальної сфери та професійної діяльності. Важливо розуміти, що цей фахівець є представником не лише соціальної служби, але й індивідуальної особистості з професійним досвідом та високим рівнем професіоналізму. Згідно з результатами наукових досліджень, присвячених іміджу соціальних працівників та сприйняттю громадськістю їх як фахівців у сфері соціальної педагогіки, встановлено, що ці спеціалісти повинні активно інформувати громадськість про мету своєї діяльності, її результативність та перспективи. Професійний імідж соціального педагога має включати турботу про людей та задоволення їхніх потреб, оскільки фахівець з соціальної педагогіки виступає важливим джерелом підтримки для людей (Staniforth, 2016; Williams, 2015).

Результати анкетування серед студентів (соціальні педагоги КНУ імені Тараса Шевченка) підкреслюють важливість професійного іміджу соціального педагога. 93% студентів визнають значущість цієї професії для суспільства, тоді як лише 56% вважають її престижною, що вказує на потребу в покращенні іміджу для залучення майбутніх фахівців. Також було виявлено доступ до можливостей для професійного розвитку, хоча деякі студенти вказують на існування бар'єрів, які обмежують ці можливості. Активне інформування громадськості про важливість і роль соціальних педагогів, покращення умов праці, збільшення престижності професії та розвиток професійних навичок можуть допомогти підвищити її привабливість.

Опитування фахівців у сфері соціальної педагогіки вказує на високу самосвідомість педагогів стосовно їхнього професійного іміджу. Більшість респондентів впевнені в ефективності своїх зусиль по формуванню позитивного професійного образу, який вони вважають значущим для їх діяльності та взаємодії з клієнтами та колегами. Активна робота соціальних педагогів над власним іміджем, зокрема звернення уваги на зовнішнє вираження та професійні якості, відображає їх розуміння важливості публічного образу у їх професійній сфері. Проте, дослідження також виявило деякі недоліки, які потребують уваги, зокрема відсутність у фахівців достатнього розуміння взаємодії з суспільством і неефективне використання соціальних мереж, яке у свою чергу ускладнює підтримку й покращення професійного іміджу.

Аналізуючи результати опитування фахівців з соціальної педагогіки було використано факторний аналіз, за допомогою було ідентифіковано три основні фактори:

1. Професійний розвиток та якість роботи: охоплює якість послуг, професійне самовдосконалення і творчі підходи.

2. Клієнтські відносини та етичність: стосується співпраці з клієнтами, професійної етики та емоційної стійкості.

3. Професійний підхід та відповідальність: включає ефективність у вирішенні проблем та професійну відповідальність.

Спільною рисою обидвох груп респондентів було те, що переважна більшість вказувала на низький рівень освіченості (і фахівці і студенти) не тільки серед суспільства, а і серед їх найближчого оточення про професію. Відповідно і рекомендації можна узагальнити як поширення якнайбільше інформації про соціальну педагогіку. Але рекомендація з приводу того, яким чином поширювати цю інформацію вже розділяє здобувачів фаху та фахівців. Студенти мислять більш глобально і хочуть поширити інформацію на всі верстви населення, сприяти обізнаності суспільства про фах починаючи ще зі шкільних років. Група фахівців поділяє думку своїх колег, але під впливом свого досвіду вони описали більш точкові варіанти впливу, як от, наприклад, мікроклімат у робочому колективі, заохочування у вигляді тімблдінгів, більш чітке позиціонування роботи, створення умов для самоосвіти. В свою чергу, за результатами опитування студентів і фахівців варто додати до наявної структури ще один, четвертий компонент: «суспільна привабливість професії».

Отже, останній компонент, який було визначено за допомогою аналізу дослідження є мало розвиненим і виходячи з результатів, він є доволі важливою частиною для кожного фахівця. Бо визнання, справедлива оцінка прикладених зусиль – це надзвичайно важливо не тільки для суспільної користі у розрізі впливу на окремі верстви населення, а і для зменшенню професійного вигорання та виснаження серед професіоналів.

Список використаних джерел

1. Кобилянська Л. І. (2014) Формування професійного іміджу майбутнього гувернера у процесі навчання у ВНЗ. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 16 : Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики. Вип. 22. С. 88–94.
2. Красілова Ю.М., Ільчук А.М. (2025) Структура професійного іміджу сучасного соціального педагога. Журнал «Перспективи та інновації науки» (Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина») № 4(50), С. 527–541
3. Staniforth B., Deane K. & Beddoe L. (2016). Comparing public perceptions of social work and social workers' expectations of the public view. University of Auckland, New Zealand, 1, Vol. 28, P.13–23.
4. Williams J., Simon C. & Amber B. (2015). Missing the Mark: The Image of the Social Work Profession in an African-American Community. Journal of Ethnic And Cultural Diversity in Social Work, 24 (1), P.56–70.