

ТЕХНОЛОГІЇ ІМІДЖМЕЙКІНГУ В ПІДГОТОВЦІ
МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ

IMAGEMAKING TECHNOLOGIES IN TRAINING FUTURE SOCIAL WORKERS

У статті розглядається феномен іміджмейкінгу як важливого інструменту професійного становлення майбутніх соціальних працівників, здатного впливати на їхню конкурентоспроможність, ефективність діяльності та рівень довіри з боку клієнтів і партнерів. У роботі визначається іміджмейкінг як комплексний процес формування позитивного професійного образу, що включає вербальні, невербальні, візуальні, цифрові та соціокультурні складові. Особлива увага приділяється педагогічним умовам і технологіям іміджмейкінгу, які можуть бути інтегровані у систему підготовки соціальних працівників у закладах вищої освіти. Акцентовано увагу на взаємозв'язку між професійною компетентністю, комунікативними навичками, етичними нормами, естетичною культурою та цифровою репутацією, які разом формують цілісний імідж фахівця. Розкрито роль іміджмейкінгу як засобу підвищення професійної мобільності, адаптації в новому колективі та налагодження ефективної взаємодії з клієнтами різних соціальних груп. Підкреслено, що у сучасному інформаційному суспільстві цифровий імідж відіграє не менш важливу роль, ніж особисті зустрічі, адже соціальні мережі та онлайн-платформи формують перше враження про спеціаліста. Пропонується комплекс педагогічних заходів, спрямованих на розвиток іміджу студентів спеціальності «Соціальна робота», такі як: тренінги з риторики та комунікації, вправи з активного слухання, рольові ігри, відеоаналіз поведінки, консультації з імідж-дизайну, створення електронного портфоліо та управління цифровою репутацією. Зазначено, що ефективна іміджмейкінгова підготовка має поєднувати теоретичні знання з практичними завданнями, що сприяє розвитку гнучкості, стресостійкості та навичок адаптації до різних професійних контекстів. Підкреслено необхідність систематичного моніторингу сформованості професійного іміджу та розробки критеріїв і показників оцінювання ефективності освітніх програм у цьому напрямі. У висновках наголошено, що іміджмейкінг у підготовці майбутніх соціальних працівників має розглядатися як стратегічний інструмент підвищення професійної успішності та розвитку соціального капіталу. Розвиток інтегрованих моделей, які поєднують традиційні й цифрові засоби самопрезентації, а також урахування культурно-специфічних аспектів сприйняття іміджу, визначено як перспективні напрями подальших наукових досліджень.

Ключові слова: іміджмейкінг, соціальна робота, професійний імідж, технології,

освітнє середовище, самопрезентація, цифрові платформи.

The article examines the phenomenon of *imagemaking* as an important tool for the professional development of future social workers, capable of influencing their competitiveness, effectiveness of activities and the level of trust from clients and partners. The work defines *imagemaking* as a complex process of forming a positive professional image, which includes verbal, non-verbal, visual, digital and socio-cultural components. Particular attention is paid to pedagogical conditions and technologies of *imagemaking*, which can be integrated into the system of training social workers in higher education institutions. The emphasis is on the relationship between professional competence, communication skills, ethical norms, aesthetic culture and digital reputation, which together form a holistic image of a specialist. The role of *imagemaking* as a means of increasing professional mobility, adaptation in a new team and establishing effective interaction with clients of different social groups is revealed. It is emphasized that in the modern information society, digital image plays no less important role than personal meetings, because social networks and online platforms form the first impression of a specialist. A set of pedagogical measures aimed at developing the image of students of the specialty "Social Work" is proposed, such as: trainings on rhetoric and communication, active listening exercises, role-playing games, video analysis of behavior, consultations on image design, creation of an electronic portfolio and digital reputation management. It is noted that effective image-making training should combine theoretical knowledge with practical tasks, which contributes to the development of flexibility, stress resistance and adaptation skills to various professional contexts. The need for systematic monitoring of the formation of a professional image and the development of criteria and indicators for assessing the effectiveness of educational programs in this area is emphasized. The conclusions emphasize that image-making in the training of future social workers should be considered as a strategic tool for increasing professional success and developing social capital. The development of integrated models that combine traditional and digital means of self-presentation, as well as taking into account culturally specific aspects of image perception, are identified as promising areas for further scientific research.

Key words: *imagemaking*, social work, professional image, technology, educational environment, self-presentation, digital platforms.

УДК 378:364:005.336.2
DOI <https://doi.org/10.32782/ip/87.48>
Стаття поширюється на умовах
ліцензії CC BY 4.0

Плесканьов Д.В.,
аспірант кафедри педагогіки вищої
школи
Державного вищого навчального
закладу «Донбаський державний
педагогічний університет»

Постановка проблеми. Формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників є надзвичайно важливою складовою сучасної

системи підготовки кадрів у сфері соціальних послуг. В умовах стрімких соціокультурних змін, глобалізації та цифровізації суспільства роль

іміджу як засобу професійної самопрезентації та взаємодії з клієнтами набуває особливого значення. Соціальний працівник, як суб'єкт соціальної допомоги, виступає не лише як виконавець професійних функцій, а й як носій певного соціального образу, що впливає на рівень довіри, мотивацію клієнтів до співпраці та загальне сприйняття професії у суспільстві.

У сучасних умовах професійна конкурентоспроможність соціального працівника залежить не лише від володіння теоретичними знаннями та практичними навичками, але й від уміння ефективно формувати і підтримувати власний позитивний імідж. Це передбачає розвиток комунікативних компетентностей, етичних цінностей, візуальної презентабельності, а також цифрової репутації в інформаційному просторі. Університетське освітнє середовище покликане створити сприятливі умови для цілісного формування цих складових професійного іміджу, адже саме в закладі вищої освіти відбувається закладання фундаменту особистісно-професійного розвитку майбутнього фахівця.

З огляду на трансформації у структурі соціальних послуг, підвищення вимог до якості обслуговування та зростання ролі міжособистісної взаємодії з клієнтами, формування іміджу стає стратегічним ресурсом успішної соціальної діяльності. Позитивний професійний імідж сприяє не лише покращенню іміджу самої професії соціального працівника, а й підвищенню рівня довіри суспільства до соціальних інституцій. Водночас недостатня увага до системної роботи над іміджем у процесі професійної підготовки призводить до зниження ефективності комунікації з клієнтами, конфліктних ситуацій і навіть професійного вигорання.

Важливо враховувати, що сучасний соціальний працівник функціонує у багатокультурному, полідиджитальному та динамічному соціальному просторі, де швидкість та якість інформаційного обміну безпосередньо впливають на результати його діяльності. З огляду на це, інтеграція технологій іміджмейкінгу у систему підготовки фахівців стає необхідною умовою формування адаптивності, креативності та професійної самосвідомості студентів.

Таким чином, актуальність дослідження зумовлена необхідністю створення ефективних методичних підходів і технологічних рішень для цілеспрямованого формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників у освітньому середовищі університету, що сприятиме підвищенню їхньої конкурентоспроможності, якості професійної діяльності та соціальної значущості в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування професійного іміджу майбутнього соціального працівника є ключовим чинником його конкурентоспроможності та ефективності у сфері соціальних послуг. Імідж у соціальній роботі має

багатовимірний характер: він охоплює не лише зовнішній вигляд і манеру спілкування, а й систему цінностей, комунікативну компетентність та здатність до міжособистісної взаємодії.

Актуальність впровадження технологій іміджмейкінгу у підготовку майбутніх соціальних працівників зумовлена зростаючими вимогами до їхньої репутації та авторитету в умовах цифрового суспільства. Міжнародні дослідження підтверджують, що імідж фахівця напряду впливає на рівень довіри клієнтів та ефективність соціальної допомоги [10, 256–270; 11, 712–725].

Науковий аналіз зарубіжних джерел свідчить, що проблема професійного іміджу соціальних працівників розглядається в тісному зв'язку з етикою професії, культурною компетентністю та здатністю до ефективної міжособистісної взаємодії. Так, у роботах Banks J. (2016) професійний імідж визначається як поєднання особистісних характеристик і професійних стандартів, що формують «видимий» та «невидимий» образ фахівця. «Видимий» образ включає зовнішню презентацію, стиль спілкування та поведінку, тоді як «невидимий» — систему цінностей, професійну етику та особистісну мотивацію [1, 35–52].

Дослідження Dominelli G. (2017) підкреслює важливість культурного контексту у сприйнятті іміджу соціального працівника: у багатокультурних суспільствах клієнти оцінюють фахівця не лише за його компетентністю, а й за здатністю демонструвати повагу до різних соціокультурних традицій. У цьому контексті формування іміджу майбутніх фахівців в університеті повинно включати курси з міжкультурної комунікації та тренінги з толерантності [3].

Важливим аспектом сучасного іміджмейкінгу є цифрова репутація. За даними Ferguson A. (2018), понад 60% роботодавців у сфері соціальних послуг перевіряють інформацію про кандидатів у соціальних мережах перед прийняттям на роботу. Це вимагає від студентів уміння формувати власний онлайн-образ відповідно до професійних стандартів: дотримання конфіденційності, етичності публікацій, репрезентація власних досягнень у позитивному ключі [4, 329–345].

Окремі дослідження вказують на значення невербальної комунікації як складової іміджу соціального працівника. Міміка, жести, інтонація, позиція тіла — все це впливає на сприйняття фахівця клієнтом навіть більше, ніж вербальне повідомлення. Тому у підготовці майбутніх фахівців доцільно проводити спеціальні тренінги з оволодіння техніками невербальної взаємодії [6, 183–196; 2].

Досвід університетів Великої Британії, Канади та Австралії демонструє, що інтеграція іміджмейкінгових технологій у навчальні програми сприяє підвищенню рівня працевлаштування випускників. До таких технологій належать: індивідуальні портфоліо професійних досягнень, симуляційні вправи

з комунікації, участь у волонтерських проєктах та публічних заходах, створення особистих вебсайтів або сторінок у професійних мережах [12; 13; 14].

Вітчизняні науковці також роблять значний внесок у дослідження проблеми формування професійного іміджу. Зокрема, Коркішко А. (2019) пропонує педагогічну модель підготовки магістрів, що передбачає інтеграцію теоретичних знань і практичних навичок іміджмейкінгу в освітній процес [15, 120–131]. Лісневська Ю. (2024) наголошує на взаємозв'язку іміджу педагога з ефективністю публічного управління в освіті, підкреслюючи необхідність стратегічного підходу до його формування [16, 82–90].

Ніколаєску І. (2011) розглядає розвиток професійного іміджу соціального педагога в системі післядипломної освіти, акцентуючи на безперервності цього процесу [17]. Олексенко В. (2015) аналізує чинники формування позитивного іміджу сучасного вчителя, зокрема роль особистісних якостей та професійної компетентності [18].

Останні дослідження у сфері соціальної роботи визначають професійний імідж майбутніх соціальних працівників як комплексну наукову проблему, що вимагає міждисциплінарного підходу [19, 217–220]. Співак Я., Плєсканьов Д., Співак Л. та Чернуха Н. (2025) розкривають особливості формування іміджу у закладах освіти, пропонуючи впровадження спеціалізованих курсів та тренінгів [21].

На думку Савченко Н. (2019), імідж викладача є складовою його педагогічної майстерності, що визначає рівень впливу на студентів і колег [20, 91–96]. Трубник І. (2017) у контексті розвитку соціальної роботи в Україні розглядає імідж як інструмент реалізації сучасних концепцій та технологій соціальної підтримки [22, 110–113].

Таким чином, наукова література підтверджує, що професійний імідж соціального працівника є інтегративним утворенням, яке формується в результаті поєднання особистісних якостей, професійної компетентності та навичок ефективної самопрезентації. Для забезпечення цього процесу в університетському середовищі необхідно впроваджувати комплексні освітні стратегії, що охоплюють як традиційні педагогічні методи, так і сучасні цифрові інструменти, з обов'язковим урахуванням міжнародних стандартів і кращих практик.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Хоча в науковій літературі широко розглядаються аспекти формування професійного іміджу соціальних працівників, більшість досліджень акцентує увагу на загальних теоретичних засадах, етичних нормах та міжособистісній комунікації. Водночас недостатньо вивчено специфічні технології іміджмейкінгу, адаптовані до сучасного університетського освітнього середовища, які б поєднували традиційні педагогічні підходи з використанням цифрових інструментів і соціальних мереж. Особливо мало уваги приділено

формуванню цифрової репутації майбутніх соціальних працівників як невід'ємної складової їх професійного іміджу у контексті інформаційного суспільства. Це створює прогалину у системі підготовки, яка не дає можливості максимально ефективно впливати на конкурентоспроможність і соціальну адаптацію випускників.

Мета – обґрунтувати ефективні технології іміджмейкінгу для цілеспрямованого формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників у освітньому середовищі університету з урахуванням сучасних вимог цифрового суспільства.

Реалізація мети дослідження супроводжується низкою **завдань**: проаналізувати теоретичні підходи до формування професійного іміджу соціальних працівників і сучасні тенденції іміджмейкінгу у соціальній сфері; визначити ключові компоненти професійного іміджу майбутнього соціального працівника, що є найбільш значущими у сучасних умовах; дослідити особливості впливу цифрової репутації та онлайн-іміджу на сприйняття фахівця у професійному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Іміджмейкінг у соціальній роботі розглядається як цілісний комплекс технологій і прийомів, спрямованих на створення гармонійного, цілісного та професійно привабливого образу соціального працівника. Професійний імідж виконує важливу роль у формуванні довіри між фахівцем та клієнтом, забезпечує авторитетність у професійному середовищі та підвищує загальне сприйняття соціальної роботи в суспільстві. У структурному плані іміджмейкінг охоплює декілька взаємопов'язаних компонентів, кожен із яких є невід'ємною складовою цілісного професійного образу, такі як: візуальний образ, комунікативна поведінка, цифрова присутність, професійна компетентність.

Першим компонентом є *візуальний образ*, що включає зовнішній вигляд, стиль одягу, охайність, а також загальне естетичне враження від фахівця. Візуальна презентація визначає перше враження, яке може бути ключовим у налагодженні позитивної взаємодії. У контексті соціальної роботи зовнішній вигляд повинен поєднувати професіоналізм із доброзичливістю, демонструючи повагу до клієнта і відповідність нормам етичної поведінки.

Другим критично важливим компонентом є *комунікативна поведінка*, що охоплює як вербальну, так і невербальну взаємодію, культуру мовлення, дотримання етикету і вміння слухати. Високий рівень комунікативної компетентності дозволяє соціальному працівнику не лише передавати інформацію, а й налаштовувати довірливі стосунки, ефективно вирішувати конфлікти, підтримувати емоційний контакт із клієнтом. Особливу увагу в останні роки приділяють невербальним аспектам комунікації, таким як міміка, жести, інтонації, які значною мірою формують сприйняття фахівця.

Третій компонент – *професійна компетентність* – складається з глибоких знань, практичних навичок, досвіду роботи, відповідальності та дотримання професійної етики. Саме професійна компетентність є базисом для формування довіри клієнтів і колег, що підсилює загальний позитивний імідж фахівця. Вона підтверджує, що соціальний працівник не лише добре виглядає і вміє спілкуватися, але й володіє необхідними інструментами для надання якісної соціальної допомоги.

Четвертий компонент, що набуває дедалі більшої актуальності у сучасних умовах, – це *цифрова присутність*. Вона включає репутацію у соціальних мережах, професійних онлайн-спільнотах, ведення блогів, участь у форумах та інших інформаційних платформах. Позитивна цифрова репутація підвищує видимість фахівця, сприяє розширенню професійних зв'язків, підтримці іміджу та залученню нових клієнтів. Окрім цього, вміння ефективно керувати своїм онлайн-образом є важливою частиною професійної самосвідомості в умовах інформаційного суспільства.

З педагогічної точки зору іміджмейкінг є складним і системним процесом, що вимагає цілеспрямованої роботи в освітньому середовищі. Основним завданням є формування у студентів здатності свідомо керувати власним професійним образом, адаптувати його до особливостей різних цільових аудиторій, соціальних ситуацій та вимог ринку праці. Як зазначає Коваль (2019), цей процес включає розвиток навичок самопрезентації, емоційної регуляції, комунікативної гнучкості, а також розуміння етичних і культурних аспектів професії.

Отже, іміджмейкінг соціального працівника – це не простий набір технік, а цілісна технологія, що інтегрує візуальні, комунікативні, професійні та цифрові складові з метою формування ефективного, довірливого та адаптивного професійного образу. Такий підхід дозволяє майбутнім соціальним працівникам більш успішно реалізовувати свої професійні функції, ефективніше взаємодіяти з різними соціальними групами і позитивно впливати на розвиток соціальної сфери (див табл. 1).

У сучасних умовах професійна підготовка соціальних працівників передбачає не лише здобуття глибоких теоретичних знань та практичних навичок, а й розвиток здатності цілеспрямовано формувати та підтримувати власний професійний імідж. Іміджмейкінг, як комплекс технологій створення позитивного образу фахівця, набуває ключового значення для підвищення конкурентоспроможності молодих соціальних працівників на ринку праці, а також для зміцнення їхньої авторитетності в професійному середовищі. У цьому контексті виділяють низку основних технологічних напрямів, які активно використовуються в освітніх програмах підготовки соціальних працівників.

Вербальні технології іміджмейкінгу охоплюють формування культури мовлення, розвиток комунікативних навичок, здатності добирати лексичні засоби відповідно до конкретної професійної ситуації, а також активне слухання і емпатійну комунікацію. Розвинене вербальне спілкування є базисом для ефективної взаємодії соціального працівника з клієнтами, колегами, партнерами та громадськістю.

Практичними методами реалізації вербальних технологій є тренінги з риторики, спрямовані на покращення виразності мови, вміння структурувати думки та доносити інформацію чітко й переконливо. Важливу роль відіграють рольові ігри та моделювання інтерв'ю з клієнтами, які допомагають студентам відпрацьовувати мовленнєві навички в умовах, наближених до професійної практики. Активне слухання, яке передбачає повне зосередження на співрозмовнику, є однією з ключових технік, що формує довіру та сприяє глибшому розумінню потреб клієнта. Такі вправи допомагають майбутнім соціальним працівникам оволодіти ефективними комунікативними моделями, що покращують їхній професійний імідж/

Невербальна комунікація відіграє важливу роль у формуванні загального враження про соціального працівника. Вона включає контроль за мімікою, жестами, поставою, інтонаційним забарвленням голосу. Дослідження Mehrabian (2017) демонструють, що до 55% враження від комунікації

Таблиця 1

Ключові компоненти іміджмейкінгу соціального працівника

Компонент	Зміст	Значення для професійної діяльності	Приклади технологій іміджмейкінгу
Візуальний образ	Зовнішній вигляд, стиль, охайність	Формує перше враження, підсилює довіру	Вивчення етикету дрес-коду, консультації з імідж-дизайну
Комунікативна поведінка	Вербальна та невербальна взаємодія, культура мовлення, етикет	Забезпечує ефективну комунікацію і довірливі відносини	Тренінги з ораторського мистецтва, емпатії, невербальної комунікації
Професійна компетентність	Знання, навички, досвід, етика	Підтверджує якість і надійність професійної допомоги	Семінари, практичні заняття, супервізії
Цифрова присутність	Онлайн-репутація, соцмережі, професійні платформи	Розширює професійні зв'язки, формує цифровий імідж	Навчання управлінню профілями в соцмережах, створення портфоліо

формується саме на основі невербальних сигналів, що підкреслює необхідність усвідомленого керування невербальними проявами для формування довірливих і позитивних взаємин із клієнтами [7].

У процесі підготовки майбутніх соціальних працівників застосовуються спеціальні тренінги, які розвивають навички контролю за власною тілесною мовою, включаючи відеоаналіз власної поведінки та ігри-імпрровізації, що допомагають розпізнавати і відповідати на невербальні сигнали співрозмовника. Такий підхід дозволяє студентам формувати відкриту і доброзичливу поставу, уникати агресивних жестів і використовувати ефективний контакт очей та інтонації, що підсилюють професійний імідж.

Візуальний брендинг є одним із найпомітніших складників професійного іміджу. Для соціального працівника важливо створити гармонійний стиль одягу, який відповідає вимогам професійної етики та стандартам галузі. Кольорова гама вбрання має асоціюватися з довірою, відкритістю, спокоєм і доброзичливістю – якостями, які стимулюють позитивне сприйняття [16; 18].

Педагогічні заходи з візуального брендингу можуть включати консультації з імідж-дизайну, лекції з ділового етикету, семінари з культури зовнішнього вигляду. Залучення фахівців із сфери моди та психології іміджу сприяє формуванню усвідомленого ставлення студентів до власного візуального образу як інструменту професійної комунікації, що підвищує їхню соціальну адаптацію та професійну самореалізацію.

У сучасному інформаційному суспільстві цифрова присутність стала невід'ємною складовою професійного іміджу. Управління *цифровим іміджем* включає роботу з професійними онлайн-платформами, зокрема LinkedIn, створення електронних портфоліо, а також публікації у спеціалізованих групах та форумах.

Досвід провідних закордонних університетів, зокрема Harvard School of Social Work (2021), демонструє, що наявність позитивної цифрової репутації суттєво підвищує шанси на успішне працевлаштування. В освітніх програмах рекомендується впроваджувати модулі, що навчають студентів ефективно презентувати себе в цифровому просторі,

Таблиця 2.

**Практичні вправи для реалізації технологій іміджмейкінгу
у підготовці майбутніх соціальних працівників**

	Практична вправа	Обґрунтування
Вербальні технології	Тренінг з риторики	Розвиває навички чіткої, логічної та переконливої мови, що є необхідним для ефективної комунікації з клієнтами та колегами.
	Рольові ігри «Інтерв'ю з клієнтом»	Моделює реальні професійні ситуації, допомагає відпрацювати емпатійне спілкування та техніки активного слухання.
	Вправи на активне слухання	Формує здатність уважно сприймати інформацію, що підвищує довіру клієнтів і ефективність взаємодії.
Невербальні технології	Відеоаналіз власної поведінки	Дає змогу усвідомити і коригувати невербальні сигнали, що істотно впливають на сприйняття фахівця.
	Тренінг з контролю тілесної мови	Навчає усвідомленому керуванню мімікою, жестами та поставою для формування відкритого та доброзичливого іміджу.
	Ігри-імпрровізації	Розвивають уміння розпізнавати та реагувати на емоції співрозмовника, що важливо для міжособистісної взаємодії.
Візуальний брендинг	Консультації з імідж-дизайну	Допомагають сформувати професійний стиль, що відповідає етичним та соціокультурним стандартам професії.
	Семінар з культури зовнішнього вигляду	Навчає правилам ділового етикету та створенню презентабельного зовнішнього вигляду, що підсилює довіру та авторитет.
	Вправа «Створення персонального бренду»	Сприяє усвідомленню ролі візуального іміджу як інструменту професійної комунікації.
Цифровий іміджмейкінг	Створення профілю LinkedIn	Формує цифрову присутність, що підвищує видимість і привабливість фахівця для роботодавців і колег.
	Вправа «Етика онлайн-поведінки»	Формує розуміння ризиків і правил поведінки в інтернеті, що є запорукою збереження репутації.
	Розробка електронного портфоліо	Підвищує здатність систематизувати та презентувати професійні досягнення у зручному для потенційних роботодавців форматі.
Соціокультурні технології	Організація волонтерських акцій	Розвиває соціальну відповідальність, практичні навички роботи у спільноті і демонструє активність у професійній сфері.
	Участь у конференціях	Навчає професійної презентації, комунікації з колегами і підвищує престиж професії.
	Кейс-стаді «Вирішення соціальної проблеми»	Формує аналітичні, командні та комунікативні навички, необхідні для успішної соціальної роботи.

дотримуватися професійної етики онлайн, а також управляти ризиками інформаційної безпеки [5].

Формування професійного іміджу соціального працівника неможливе без активної участі у соціальному житті спільноти. Соціокультурні технології передбачають залучення студентів до конференцій, волонтерських акцій, громадських проєктів та інших заходів, що сприяють розвитку соціальної відповідальності і підвищенню престижу професії.

У таблиці наведено ключові напрямки технологій іміджмейкінгу з відповідними практичними вправами та обґрунтуваннями їх важливості для формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників. Кожна вправа спрямована на розвиток конкретних навичок і компетенцій, що підвищують ефективність комунікації, соціальну адаптацію та професійну самореалізацію студентів (табл. 2).

Такі вправи не лише сприяють поглибленню теоретичних знань, а й розвивають важливі практичні компетенції, необхідні для ефективної професійної діяльності соціального працівника. Вони допомагають формувати позитивний імідж фахівця, підвищують рівень комунікативної майстерності, розвивають емоційну інтелігентність і відповідальність. Застосування цих практичних методів в освітньому процесі сприяє формуванню впевненості, професійної самосвідомості та авторитетності серед клієнтів і колег, що є запорукою успішної соціальної інтеграції та ефективної роботи в сфері соціальних послуг.

Висновки. Дослідження підтверджує, що іміджмейкінг є ключовим чинником формування професійної ідентичності майбутніх соціальних працівників, оскільки поєднує в собі професійну компетентність, комунікативні навички, етичні норми, візуальну презентацію та цифрову репутацію. Інтеграція вербальних, невербальних, візуальних, цифрових і соціокультурних технологій у систему підготовки дозволяє створити цілісний позитивний образ фахівця, що підвищує рівень довіри з боку клієнтів, сприяє професійній адаптації та конкурентоспроможності на ринку праці.

Педагогічно організований іміджмейкінг розвиває у студентів усвідомлене керування власним образом, гнучкість у комунікації, здатність адаптуватися до різних аудиторій і професійних контекстів. Значну роль у цьому процесі відіграє розвиток цифрового іміджу, адже соціальні мережі та онлайн-платформи формують перше враження про фахівця не меншою мірою, ніж особисті зустрічі. Позитивна цифрова присутність допомагає не лише налагодити комунікацію з клієнтами та колегами, а й підвищує шанси на успішне працевлаштування.

Важливою педагогічною умовою ефективності іміджмейкінгу є поєднання теоретичних знань з практичними вправами (тренінги з риторики, рольові ігри, вправи з активного слухання, відеоаналіз поведінки, консультації з імідж-дизайну,

створення електронного портфоліо тощо), що забезпечує формування не лише професійних, а й особистісних компетентностей.

Перспективи подальших досліджень у сфері технологій іміджмейкінгу в підготовці майбутніх соціальних працівників полягають у розробці та апробації інтегрованих педагогічно-цифрових моделей, які поєднують традиційні методи формування професійного образу з інноваційними цифровими інструментами, адаптованими до специфіки вітчизняної системи вищої освіти. Важливим напрямом виступає поглиблене вивчення впливу цифрової репутації та онлайн-присутності на процес працевлаштування, кар'єрне зростання та рівень довіри клієнтів і роботодавців. Доцільним є аналіз культурно-специфічних особливостей сприйняття іміджу соціального працівника в умовах багатокультурного середовища, що зумовлює потребу у створенні тренінгових програм із розвитку міжкультурної толерантності та комунікативної гнучкості. Особливої уваги потребує дослідження взаємозв'язку між технологіями іміджмейкінгу, формуванням емоційної стійкості та профілактикою професійного вигорання, а також визначення оптимальних методів підвищення самооцінки та мотивації студентів засобами самопрезентації. Перспективним є створення та впровадження комплексної системи критеріїв і показників оцінювання ефективності програм іміджмейкінгової підготовки у закладах вищої освіти, що дозволить здійснювати моніторинг динаміки формування професійного образу як під час навчання, так і в процесі практичної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Banks S. Everyday ethics in professional life: Social work as ethics work. *Ethics and Social Welfare*. 2016. Vol. 10, No. 1. P. 35–52. DOI: 10.1080/17496535.2015.1126623.
2. Beddoe L. & Maidment J. *Social work practice for promoting health and wellbeing: Critical issues*. Routledge, 2013. 312 p.
3. Dominelli L. *Introducing social work*. Bristol : Policy Press, 2009. 168 p.
4. Ferguson A., Pink S. & Kelly L. Digital social work: Conceptualising a hybrid anticipatory practice. *Qualitative Social Work*. 2018. Vol. 17, No. 3. P. 329–345. DOI: 10.1177/1473325017723829.
5. Harvard School of Social Work. Digital presence for social work professionals. Harvard University Press, 2021.
6. Khalil A. The role of nonverbal communication in social work practice. *Journal of Social Work Practice*. 2019. Vol. 33, No. 2. P. 183–196.
7. Mehrabian A. *Nonverbal communication*. New York : Routledge, 2017.
8. Mehrabian A. *Silent messages: Implicit communication of emotions and attitudes*. Belmont : Wadsworth Publishing Company, 1971. 183 p.
9. Reamer F. Social work in a digital age: Ethical and risk-management challenges. *Clinical Social Work*

Journal. 2013. Vol. 41, No. 2. P. 120–132. DOI: 10.1007/s10615-013-0437-y.

10. Smith J., & Watson P. Professional image and trust in social work. *Journal of Social Service Research*. 2020. Vol. 46, No. 3. P. 256–270.

11. Taylor R. The role of personal branding in social services. *International Social Work*. 2021. Vol. 64, No. 5. P. 712–725.

12. University of Edinburgh. School of Social and Political Science. Social Work Programs URL: <https://www.ed.ac.uk/social-political-science/about/subject-areas/social-work> (дата звернення: 10.08.2025).

13. University of Melbourne. School of Social Work. Course Offerings URL: <https://study.unimelb.edu.au/find/courses/> (дата звернення: 10.08.2025).

14. University of Toronto. Factor-Inwentash Faculty of Social Work. Programs URL: <https://socialwork.utoronto.ca/academics/> (дата звернення: 10.08.2025).

15. Коркішко А. Педагогічна модель формування професійного іміджу магістрів педагогіки вищої школи. *Історія педагогіки та соціальна педагогіка*. 2019. № 11. С. 120–131. DOI: <https://doi.org/10.31865/2414-9292.11.2019.197215>.

16. Ліснєвська Ю. Формування іміджу сучасного педагога як чинник підвищення ефективності публіч-

ного управління в освіті. *Вісник Дніпровської академії неперервної освіти «Публічне управління та адміністрування»*. 2024. № 2 (7). С. 82–90.

17. Ніколаєску І. О. Розвиток професійного іміджу соціального педагога в післядипломній освіті : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Черкаси, 2011. 20 с.

18. Олексенко В. П. Формування професійного іміджу сучасного вчителя. *Проблеми освіти*. 2015. Т. 84. С. 258–263.

19. Плєсканьов Д. В., Співак Я. О. Професійний імідж майбутніх соціальних працівників як наукова проблема. *Інноваційна педагогіка*. 2025. № 1 (107). С. 217–220.

20. Савченко Н. Професійний імідж викладача як складова його педагогічної майстерності. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. 2019. № 17. С. 91–96.

21. Співак Я., Плєсканьов Д., Співак Л., Чернуха Н. Особливості формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників в умовах закладу освіти. *Молодий вчений*. 2025. № 1 (107). DOI: [https://doi.org/10.31865/2077-1827.1\(107\)2025.327075](https://doi.org/10.31865/2077-1827.1(107)2025.327075).

22. Трубник І. В. Соціальна робота в Україні: концепції, технології та стратегії. *Молодий вчений*. 2017. № 10.1 (50.1). С. 110–113.

Дата першого надходження рукопису до видання: 16.09.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 27.10.2025

Дата публікації: 20.11.2025