

**Ніколаєв Леонід Олегович**, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології, завідувач навчально-методичної лабораторії психології групової роботи Університет Григорія Сковороди в Переяславі <https://orcid.org/0000-0001-6506-4871>

**Скляренко Сергій Русланович**, магістр психології, психолог консультант, асистент кафедри психології Київський медичний університет <https://orcid.org/0000-0001-5159-752X>

## **АСЕРТИВНИЙ СТИЛЬ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТАМИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ РЕПУТАЦІЇ ПСИХОЛОГА- КОНСУЛЬТАНТА**

***Анотація.** Стаття присвячена теоретико-емпіричному дослідженню асертивного стилю взаємодії з клієнтами як чинника формування професійної репутації психолога-консультанта. Актуальність проблеми зумовлена підвищенням вимог до професійної компетентності, етичності та комунікативної культури фахівців психологічної сфери в умовах цифрової відкритості та конкурентного середовища ринку психологічних послуг. Здійснено теоретичний аналіз наукових підходів до розуміння понять «репутація», «імідж», «авторитет» та визначено їх співвідношення у структурі професійного статусу психолога. Асертивність концептуалізовано як інтегративну особистісно-поведінкову характеристику професійної компетентності, що синтезує когнітивний, емоційно-вольовий та поведінковий компоненти. За результатами емпіричного дослідження встановлено, що асертивність інтерпретується фахівцями переважно як здатність до впевненого вираження професійної позиції за умови збереження поваги до клієнта. Ідентифіковано провідні поведінкові індикатори асертивності у професійній взаємодії: дотримання професійних меж, активне слухання, конструктивне реагування на запити клієнтів. Емпірично підтверджено, що стабільність, послідовність, відкритість та емпатійність психолога виступають детермінантами клієнтської довіри. Виокремлено бар'єри реалізації асертивної поведінки в консультативній практиці. На підставі отриманих результатів сформульовано методичні рекомендації щодо розвитку асертивного стилю взаємодії. Визначено, що асертивність є стратегічним ресурсом професійного становлення психолога-консультанта, який детермінує якість консультативної практики та забезпечує стабільність професійної репутації фахівця.*

**Ключові слова:** асертивність, асертивний стиль, професійна взаємодія, професійний імідж, професійна репутація, психолог-консультант.

**Nikolaiev Leonid Olehovych**, Candidate of Psychological Sciences, Associate professor, Head of the educational-methodological laboratory of group work psychology Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav <https://orcid.org/0000-0001-6506-4871>

**Skliarenko Serhii Ruslanovych**, Master of Psychology, Psychological Consultant, Assistant of the Department of Psychology Kyiv Medical University <https://orcid.org/0000-0001-5159-752X>

## **ASSERTIVE STYLE OF CLIENT INTERACTION AS A FACTOR IN THE FORMATION OF PROFESSIONAL REPUTATION OF A COUNSELING PSYCHOLOGIST**

***Abstract.** The article presents a theoretical and empirical investigation of the assertive style of client interaction as a factor in the formation of professional reputation of a counseling psychologist. The relevance of the study is determined by the increasing demands for professional competence, ethical conduct, and communicative culture of mental health professionals in the context of digital transparency and the competitive environment of the psychological services market. A theoretical analysis of scholarly approaches to the concepts of «reputation», «image», and «authority» has been conducted, and their interrelationship within the structure of the psychologist's professional status has been identified. Assertiveness is conceptualized as an integrative personal-behavioral characteristic of professional competence that synthesizes cognitive, emotional-volitional, and behavioral components. The empirical findings indicate that assertiveness is predominantly interpreted by practitioners as the capacity for confident expression of one's professional position while maintaining respect for the client. The study identified key behavioral indicators of assertiveness in professional interaction: maintenance of professional boundaries, active listening, and constructive responding to client requests. It has been empirically confirmed that stability, consistency, openness, and empathy of the psychologist serve as determinants of client trust. Barriers to the implementation of assertive behavior in counseling practice have been identified. Based on the obtained results, methodological recommendations for the development of an assertive interaction style have been formulated. The study concludes that assertiveness constitutes a strategic resource for the professional development of a counseling psychologist, which determines the quality of counseling practice and ensures the stability of the professional's reputation.*

***Keywords:** assertiveness, assertive style, professional interaction, professional image, professional reputation, counseling psychologist.*

***Постановка проблеми.** У сучасному суспільстві, де професійна діяльність психолога-консультанта відзначається високими вимогами до*

компетентності, етичності і комунікативної культури, все більшої значущості набуває питання формування його позитивної професійної репутації. В умовах цифрової відкритості, конкурентного середовища й активного розвитку консультування репутація стає не лише показником фахової надійності, а й важливим ресурсом професійного успіху. Вона визначає рівень довіри клієнтів, впливає на розширення клієнтської бази, професійне зростання й можливості міжособистісного партнерства. Одним із значущих чинників формування репутації психолога виступає стиль його взаємодії з клієнтами. У цьому контексті особливу увагу привертає асертивний стиль, що ґрунтується на поєднанні внутрішньої впевненості, самоповаги і здатності до емпатійного й етичного спілкування. Саме асертивна поведінка забезпечує конструктивний характер професійних відносин, сприяє ефективному вирішенню конфліктних ситуацій, підтримує психологічну безпеку клієнта і підсилює відчуття довіри й поваги до консультанта. Попри значний інтерес науковців до проблеми професійного іміджу, престижу та авторитету психолога, питання взаємозв'язку між асертивністю і репутаційним розвитком фахівця досліджене недостатньо. Більшість праць зосереджується на теоретичних аспектах асертивності або на загальних характеристиках професійного іміджу, тоді як практичні механізми впливу асертивного стилю на формування репутації залишаються поза увагою.

Таким чином, дослідження асертивного стилю взаємодії як чинника формування професійної репутації психолога-консультанта має не лише теоретичне, а й практичне значення, оскільки сприяє осмисленню нових стратегій професійної поведінки, розвитку культури спілкування та етичної взаємодії у сфері психологічної допомоги.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Вивчення проблеми професійної репутації набуває особливого значення в умовах зростаючої конкуренції й цифрової відкритості суспільства. На думку А. Сдобної, репутація як соціокультурний феномен подібна до міфу, оскільки виконує функцію регулятора поведінки людей у ситуаціях браку достовірної інформації про можливі наслідки їхніх дій або коли вони не мають достатньої компетентності для самостійної оцінки наявних фактів [1]. С. Васильєва зауважує, що науковці по-різному трактують поняття «авторитет», «репутація» та «імідж», однак більшість визнає їх взаємопов'язаними. Дослідниця дійшла висновку, що імідж є важливою складовою формування репутації, авторитету і престижу. Імідж – це миттєве враження, яке виникає завдяки продуманому образу та комунікації, тоді як репутація формується поступово – через спостереження за професійною діяльністю й оцінку результатів роботи. Авторитет і престиж є наслідками стійкої позитивної репутації. Значущість кожного з цих понять залежить від конкретних обставин і має індивідуальний характер [2, с. 151]. Аналізуючи інтерес науковців щодо проблеми репутації, І. Ховрак зазначає: згідно з аналізом бази даних Web of Science Core Collection за період 1970-2019 рр., виявлено 32706 публікацій, присвячених темі «репутація», з яких 94,70% написані англійською мовою, лише 0,14% мають українське походження. За темою «репутаційний капітал» зафіксовано 1394 записи (з них 95,12% – англійською і 0,36% – з України), а з проблематики

«репутаційного капіталу закладів вищої освіти» – лише 385 публікацій (92,21% англійською та 0,78% українського походження). До п'ятірки країн, чії науковці найактивніше досліджують зазначену тематику, входять Австралія, Велика Британія, Китай, Німеччина і США. Найбільше робіт виконано у галузях «бізнес і економіка» та «комп'ютерні науки», тоді як дослідження репутації закладів вищої освіти переважно проводяться у напрямі «освіта» – 47,79% від загальної кількості [3, с. 145].

Питання професійного іміджу психологів вивчають С. Астрейко, О. Затворнюк, Л. Карамушка, Т. Лигоміна, К. Лоленко, М. Слюсаренко, Ю. Ненько, О. Чебикін, О. Шолох, А. Шумейко та ін. Науковці досліджують імідж як складову бренду психолога, основні компоненти, функції, становлення і розвиток. На імідж впливає багато чинників, які змінюються під впливом обставин і ситуацій, що, у свою чергу, змінює його характер. М. Слюсаренко зазначає, що в наукових розвідках щодо іміджу, виокремлюють такі його різновиди: природний (виникає стихійно) і штучний; позитивний і негативний; дзеркальний, поточний і бажаний; агресивний, конфліктний [4, с. 28]. О. Аксьонова, Г. Осовська, А. Чуріна та ін. трактують імідж як думку людей «про певний об'єкт, яка у них склалася під впливом формуючих елементів, якими є риси, характеристики, дії та манери тощо, які властиві цьому об'єкту» [5]. Поняття «репутація» та «авторитет» уточнюють і поглиблюють зміст поняття іміджу, надаючи йому більшої конкретності [5]. Для психологів репутація є показником професійної надійності, етичності і компетентності. Саме вона визначає рівень довіри клієнтів і впливає на можливості професійного розвитку. Таким чином, попри значну увагу до проблеми професійного іміджу, питання формування репутації психолога-консультанта і роль асертивності у цьому процесі залишаються недостатньо дослідженими.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті – теоретико-емпіричне дослідження асертивного стилю взаємодії з клієнтами як детермінанти формування професійної репутації психолога-консультанта.

**Виклад основного матеріалу.** Репутація як соціокультурний феномен виконує функцію регулятора поведінки людей у ситуаціях, коли бракує достовірної інформації про можливі наслідки їхніх дій або коли вони не мають достатньої компетентності для самостійної оцінки наявних фактів. Професійна компетентність психолога охоплює сукупність знань, умінь, цінностей і особистісних якостей, що забезпечують ефективність консультативної, діагностичної і психокорекційної діяльності. Одним із важливих її особистісно-поведінкових компонентів виступає асертивність, яка визначає здатність фахівця до самовираження без порушення прав інших, уміння відкрито й конструктивно взаємодіяти з клієнтами, колегами і професійним середовищем.

Асертивність у професійній діяльності психолога є важливою характеристикою зрілої особистості, що поєднує професійну впевненість і етичність у взаємодії з клієнтами. Вона проявляється у здатності відкрито висловлювати власну позицію, дотримуючись при цьому норм поваги до іншої людини, та в умінні приймати конструктивні рішення без агресії. Такий стиль поведінки сприяє ефективній комунікації, зниженню конфліктності й

підвищенню якості консультативної роботи. Дослідники (Т. Комар, Л. Ніколаєв, В. Синюк та ін.) наголошують, що асертивність є психологічною основою професійної автономії. Вона пов'язана зі здатністю приймати самостійні рішення, не піддаючись зовнішньому тиску, аргументовано відстоювати власну позицію і водночас зберігати гнучкість у спілкуванні [6; 7; 8]. На наш погляд, це особливо важливо в контексті консультативної практики, де успіх взаємодії залежить від рівня внутрішньої стабільності, самоповаги й готовності брати відповідальність за свої дії. Асертивна поведінка психолога є проявом високого рівня професійної зрілості, оскільки вона базується на саморефлексії, усвідомленні власних цінностей і професійної ідентичності. Завдяки цьому, зауважує Л. Ніколаєв, фахівець здатний підтримувати етичні стандарти, ефективно управляти емоціями, попереджати професійне вигорання і зберігати якість психологічної допомоги навіть у складних ситуаціях [7]. Таким чином, асертивність не лише визначає стиль комунікації, а й є інтегративною характеристикою професійної компетентності психолога, що об'єднує когнітивні, емоційно-вольові і поведінкові ресурси особистості. Вона забезпечує цілісність професійного «Я», сприяє формуванню позитивної репутації і підвищує ефективність психологічної практики.

Розвинена асертивність допомагає психологу підтримувати професійні межі, демонструвати послідовність і надійність у взаємодії з клієнтами. Вона сприяє формуванню довіри, підвищує оцінку професійної компетентності і позитивно впливає на репутацію фахівця в очах колег і суспільства. Саме поєднання професійної впевненості з етичністю та відповідальністю визначає ефективність консультативної діяльності й стійкість професійної репутації психолога [6;9]. Таким чином, асертивність є інтегральною складовою професійної компетентності психолога, що поєднує особистісні якості, комунікативні навички та етичні підходи, виступаючи основою для розвитку позитивного професійного іміджу й репутації на ринку психологічних послуг.

Професійна репутація психолога-консультанта – це комплексний соціально-психологічний феномен, що відображає оцінку його особистісних і професійних якостей у свідомості клієнтів, колег і суспільства. Вона формується на основі сприйняття компетентності, етичності, комунікативної культури та ефективності діяльності фахівця [2;9]. Репутація виступає своєрідним інтегративним показником професійної зрілості і моральної надійності. У сучасному інформаційному суспільстві, вважає Т. Лигоміна, репутація психолога набуває статусу значущого ресурсу довіри [9]. Вона впливає на професійний успіх фахівця й на рівень запиту на його послуги, можливості партнерства і кар'єрного розвитку. Як зазначають дослідники (Л. Карамушка, М. Слюсаренко, І. Ховрак та ін.), формування позитивної професійної репутації вимагає високого рівня саморефлексії, етичної відповідальності і комунікативної компетентності, серед яких важливе місце посідає асертивність [3;4;10].

Асертивність як стиль взаємодії ґрунтується на відкритості, самоповазі і повазі до іншого. Для психолога-консультанта така поведінка створює сприятливі умови для побудови довірчих стосунків із клієнтом, адже поєднує

впевненість у власній позиції з готовністю до діалогу. Асертивна комунікація виключає як пасивність, що веде до втрати професійного авторитету, так і агресивність, що руйнує терапевтичний контакт. Завдяки вмінню чітко, але тактовно висловлювати власну думку, психолог демонструє клієнту компетентність і зрілість, що зміцнює його авторитет і формує позитивний професійний імідж [6; 7]. Здатність фахівця відстоювати професійні межі і діяти відповідно до етичних принципів є маркером зрілості й викликає повагу з боку клієнтів і колег. Рівень асертивності безпосередньо впливає на те, як клієнти сприймають професійну надійність і компетентність психолога. Асертивний фахівець викликає відчуття передбачуваності, стабільності та впевненості у своїх діях. Він здатний конструктивно реагувати на заперечення, конфлікти чи емоційний тиск, не втрачаючи поваги до співрозмовника і власних професійних меж. Емпіричні дослідження свідчать, що асертивність позитивно корелює з довірою клієнтів, задоволеністю консультативним процесом і відчуттям психологічної безпеки. Клієнти сприймають асертивних психологів як більш компетентних, етичних і зрілих, схильних до прийняття відповідальних рішень [2;5;10]. Отже, асертивність виступає не лише комунікативною рисою, а й детермінантою професійної репутації, підсилюючи її когнітивний (знання, уміння), емоційний (довіра, симпатія) та поведінковий (взаємодія, співпраця) компоненти.

У професійній діяльності психолога-консультанта асертивність виступає однією з головних характеристик, що визначає рівень ефективності комунікації, здатність підтримувати довірливі відносини з клієнтами і формувати позитивний професійний імідж. З метою перевірки впливу асертивності на формування професійної репутації було проведено онлайн-опитування 87 респондентів. Для досягнення цієї мети поставлені такі завдання:

- з'ясувати, як психологи-консультанти розуміють поняття асертивності у контексті професійної діяльності;
- визначити основні поведінкові прояви асертивного стилю спілкування, що впливають на довіру клієнтів і професійну репутацію психолога;
- виявити труднощі у збереженні асертивності під час взаємодії з клієнтами та окреслити чинники, які перешкоджають її реалізації в консультативній практиці.

Аналіз даних *щодо розуміння асертивності у професійній діяльності* показав, що 47% респондентів сприймають її насамперед як уміння впевнено висловлювати свої думки і позицію, водночас зберігаючи повагу до клієнта. Це свідчить, що для більшості фахівців асертивність асоціюється з відкритою і конструктивною комунікацією, яка є основою для формування довіри і позитивного професійного іміджу. 22% психологів визначають асертивність через здатність діяти самостійно і брати відповідальність за власні рішення, що підкреслює важливість автономії і професійної відповідальності. Для 17% опитаних асертивність проявляється у балансі між емпатією і професійною автономією, що відображає уміння поєднувати чутливість до потреб клієнта з власними професійними межами. Це демонструє усвідомлену інтеграцію особистісних і професійних компетентностей у щоденній роботі. 14%

респондентів вважають, що асертивність базується на внутрішній впевненості і самоповазі – це формує основу професійної стабільності і здатності психолога залишатися ефективним у складних ситуаціях.

Відповіді на запитання *«Як проявляється асертивність у взаємодії з клієнтами?»*. Переважна частина психологів (38%) розглядає асертивність як здатність встановлювати професійні межі, що є необхідною умовою для захисту інтересів і контролю якості консультаційного процесу. 27% респондентів підкреслюють важливість активного слухання і конструктивного реагування, що демонструє поєднання професійної компетентності з комунікативною чутливістю. 20% фахівців акцентують на умінні говорити «ні», зберігаючи доброзичливість – важлива ознака етичної та відповідальної практики. 15% опитаних зазначили, що асертивність проявляється у здатності підтримувати довіру і відкритість, що формує позитивний імідж консультанта і сприяє професійній репутації.

Більшість респондентів (35%) вважають, що серед *рис асертивного психолога, які найбільше впливають на довіру клієнтів*, є стабільність і послідовність у поведінці психолога. Саме вони створюють відчуття надійності як основу професійної репутації. 28% опитаних акцентують на відкритості й чесності – це підвищує довіру клієнтів і зміцнює авторитет консультанта. 22% відзначають, що впевненість у компетенціях формує враження професійної спроможності, а 15% наголошують на ролі емпатії, що дозволяє поєднувати асертивність з людяністю у взаємодії. На нашу думку, довіра клієнтів, що формується через поєднання стабільності, відкритості, компетентності та емпатії, вказує на асертивність як на стратегічний ресурс у формуванні професійної репутації.

47% психологів вважають, що *асертивність впливає на професійну репутацію та авторитет серед колег*, оскільки вона дозволяє впевнено комунікувати і захищати власну позицію, а це зміцнює авторитет серед колег. Майже 19% опитуваних наголошують на тому, що прозорість і справедливість формують довіру в професійному колективі. 18% респондентів бачать у асертивності стимул до ініціативності і лідерства. 17% вважають, що вона сприяє гармонійній робочій атмосфері, зменшуючи ризик конфліктів.

*Основними труднощами, які можуть виникати при недостатньому рівні асертивності у професійній взаємодії*, на думку 37% респондентів, є страх конфліктів і уникання переговорів, що стримує розвиток підприємницьких і управлінських навичок. 28% психологів-консультантів зазначають, що невпевненість у комунікації обмежує професійну ефективність. 21% відзначають, що недостатня асертивність ускладнює самопрезентацію і просування послуг, а 14% бачать наслідком низьку довіру клієнтів і колег.

Отже, результати проведеного опитування підтвердили, що асертивність виступає одним із основних чинників формування професійної репутації психолога. На основі отриманих даних розроблено методичні рекомендації [6; 7; 8; 9; 11], які спрямовані на розвиток і вдосконалення асертивного стилю взаємодії в консультативній практиці (табл. 1.).

Таблиця 1.

## Методичні рекомендації щодо розвитку асертивного стилю взаємодії з клієнтами

№	Зміст рекомендації	Коротке пояснення
1.	Підтримувати відкриту позицію і послідовність у взаємодії з клієнтами.	Відвертість і стабільність у комунікації формують довіру і підтверджують професійну надійність психолога.
2.	Зберігати баланс між професійною впевненістю та етичністю.	Це забезпечує конструктивну взаємодію без домінування чи поступливості, зміцнюючи репутацію спеціаліста.
3.	Розвивати навички активного слухання та емпатії.	Сприяє створенню безпечного простору для клієнта і підвищує ефективність психологічної допомоги.
4.	Підвищувати рівень саморефлексії та усвідомлення власних емоційних реакцій.	Саморефлексія допомагає контролювати професійні межі і підтримувати внутрішню рівновагу.
5.	Дотримуватися професійної етики і конфіденційності.	Це основа довіри клієнта й один із головних критеріїв позитивної репутації консультанта.
6.	Регулярно вдосконалювати професійну компетентність.	Безперервний розвиток знань і навичок підвищує авторитет фахівця в очах клієнтів і колег.
7.	Використовувати конструктивний зворотний зв'язок у роботі з клієнтами.	Зворотний зв'язок, заснований на повазі й підтримці, сприяє зміцненню професійних стосунків і позитивної репутації.

### *Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.*

Проведений аналіз засвідчив, що асертивність є важливим чинником формування професійної репутації психолога-консультанта. Вона поєднує впевненість, емпатійність і відповідальність, забезпечує етичну взаємодію з клієнтами і сприяє розвитку довіри й авторитету фахівця. Емпіричні дані підтвердили, що асертивність підвищує сприйняття психолога як компетентного, надійного і послідовного професіонала. Розвиток асертивного стилю взаємодії допомагає запобігати емоційному вигоранню, підтримувати професійні межі та формувати позитивний імідж у професійній спільноті. Отже, асертивність може розглядатися як стратегічний ресурс професійного становлення психолога, що визначає якість консультативної практики і стабільність його професійної репутації.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у кількох напрямках. По-перше, актуальним є проведення лонгітюдних досліджень динаміки формування професійної репутації психолога-консультанта на різних етапах кар'єрного становлення. По-друге, науковий інтерес становить розробка та валідизація діагностичного інструментарію для оцінки рівня асертивності у контексті консультативної практики. По-третє, доцільним є вивчення специфіки прояву асертивного стилю взаємодії в умовах онлайн-консультування, що набуває дедалі більшого поширення. Перспективним також видається дослідження кроскультурних особливостей асертивної поведінки психологів-

консультантів та її впливу на формування репутації в різних соціокультурних контекстах.

### *Список використаних джерел:*

1. Сдобнова А.Г. Професійна компетентність та професійна репутація як складові професійно-етичної культури державного службовця. *Державне управління*. 2018. № 4. С. 147-151.
2. Васильєва С.О. Репутація, авторитет, престиж, імідж як складові професійного статусу вчителя. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського. Педагогічні науки*. 2014. № 3-4. С. 146-152.
3. Ховрак І. Управління репутацією ВНЗ на засадах соціальної відповідальності. *Економічний дискурс*. 2019. №. 4. С. 143-152. <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2019-4-15>
4. Слюсаренко М. Імідж психолога як фактор успішної професійної діяльності. *Післядипломна освіта*. 2021. № 1(196). С. 26-30. [https://doi.org/10.33272/2522-9729-2021-1\(196\)-26-30](https://doi.org/10.33272/2522-9729-2021-1(196)-26-30)
5. Осовська Г.В., Осовський О.А., Аксьонова О.В., М'яковський О.С., Чуріна А.О. Діагностика процесів формування іміджу органів публічної влади. *Державне управління: удосконалення та розвиток. Електронний журнал*. 2024. № 6. <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2024.6.15>
6. Комар Т., Синюк В. Асертивність як ключовий фактор гармонізації взаємин у соціумі. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Педагогіка. Психологія»*. 2024. Вип. 4. С. 36-43. <https://doi.org/10.32782/academ-ped.psyh-2024-2.05>
7. Ніколаєв Л.О. Технології коучингу як інструмент підвищення ефективності діяльності фахівців соціономічних професій. *Питання психології: Вісник Національного університету оборони України*. 2024. № 5(81). С. 126-134. <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2024-81-5-126-134>
8. Ульянова Т.Ю. Асертивні тенденції конфліктності. *Наука і освіта*. 2015. №10. С. 200-206. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/6163> (дата звернення: 08.10.2025).
9. Лигоміна Т.Г. Соціально-психологічні чинники формування професійного іміджу практичного психолога закладу освіти : дис. ... д-ра філос. 053 Психологія / Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ, 2020. 283 с.
10. Карамушка Л., Лоленко К. Емпіричне дослідження комунікативного бренду психологів. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2025. № 2 (35). С. 82-95. <https://doi.org/10.31108/2.2025.2.35.7>
11. Ніколаєв Л.О. Супервізія як технологія розвитку професіоналізму психологів, тренерів, коучів: порівняльний аналіз. *Проблеми гуманітарних наук. Психологія*. Випуск 52. 2023. С. 42-47. <https://doi.org/10.32782/2312-8437.52.2023-2.5>

### *References:*

1. Sdobnova, A. H. (2018). Profesiina kompetentnist ta profesiina reputatsiia yak skladovi profesiino-etychnoi kultury derzhavnoho sluzhbovtisia [Professional competence and professional reputation as components of the professional-ethical culture of a civil servant]. *Derzhavne upravlinnia*, 4, 147–151.
2. Vasylieva, S. O. (2014). Reputatsiia, avtorytet, prestyzh, imidzh yak skladovi profesiinoho statusu vchytelia [Reputation, authority, prestige, and image as components of the teacher's professional status]. *Naukovyi visnyk Pivdennoukrainskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni K. D. Ushynskoho. Pedahohichni nauky*, 3–4, 146–152.

3. Khovrak, I. (2019). Upravlinnia reputatsiieiu VNZ na zasadakh sotsialnoi vidpovidalnosti [University reputation management based on social responsibility]. *Ekonomichnyi dyskurs*, 4, 143–152.
4. Sliusarenko, M. (2021). Imidzh psykholoha yak faktor uspishnoi profesiinnoi diialnosti [The image of a psychologist as a factor of successful professional activity]. *Pisliadyplomna osvita*, 1(196), 26–30.
5. Osovska, H. V., Osovskiyi, O. A., Aksonova, O. V., Miaskovskiyi, O. S., & Churina, A. O. (2024). Diahnostyka protsesiv formuvannia imidzhu orhaniv publichnoi vlady [Diagnostics of the image formation processes of public authorities]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, 6.
6. Komar, T., & Syniuk, V. (2024). Asertyvnist yak kliuchovyi faktor harmonizatsii vzaiemyn u sotsiumi [Assertiveness as a key factor in harmonizing relationships in society]. *Naukovyi visnyk Vinnytskoi akademii bezpererвної osvity. Seriiia «Pedahohika. Psykholohiia»*, 4, 36–43.
7. Nikolaiev, L. O. (2024). Tekhnolohii kouchynhu yak instrument pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti fakhivtsiv sotsionomichnykh profesii [Coaching technologies as a tool for improving the effectiveness of socio-economic professionals]. *Pytannia psykholohii: Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy*, 5(81), 126–134.
8. Ulianova, T. Yu. (2015). Asertyvni tendentsii konfliktnosti [Assertive tendencies of conflict]. *Nauka i osvita*, 10, 200–206.
9. Lyhomyna, T. H. (2020). *Sotsialno-psykholohichni chynnyky formuvannia profesiinoho imidzhu praktychnoho psykholoha zakladu osvity* [Socio-psychological factors of forming the professional image of a practical psychologist in educational institutions] (Doctoral dissertation, Borys Grinchenko Kyiv University).
10. Karamushka, L., & Lolenko, K. (2025). Empyrychne doslidzhennia komunikatyvnoho brendu psykholohiv [Empirical study of the communicative brand of psychologists]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia*, 2(35), 82–95.
11. Nikolaiev, L. O. (2023). Superviziia yak tekhnolohiia rozvytku profesionalizmu psykholohiv, treneriv, kouchiv: porivnialnyi analiz [Supervision as a technology for developing the professionalism of psychologists, trainers, and coaches: A comparative analysis]. *Problemy humanitarnykh nauk. Psykholohiia*, 52, 42–47.