

закладів освіти «Психологічна підтримка в діяльності педагога: знай, умій та допомагай». Чернівці, 2023. 20 с.

5. Романовська Д.Д. Психологічна підтримка здобувачів освіти педагогами в умовах війни: методичні рекомендації. 2022. URL: <https://docs.google.com/document/d/1nmGTiyIO4hPIo-Giu6CnPDTSyCIkbeVM/edit> (дата звернення 07.06.2023).

6. Форми та настанови з міжвідомчого перенаправлення. Референтна група МПК з питань психічного здоров'я та психосоціальної підтримки в умовах надзвичайних ситуацій. Київ, 2017.

7. Як організувати навчання під час війни: поради та ресурси для вчителів та репетиторів. URL: <https://buki.com.ua/news/yak-orhanizuvaty-navchannya-pid-chas-viyny-porady-ta-resursy-dlya-vchyteliv-ta-repetytoriv/> (дата звернення 07.06.2023).

8. Як повідомити дитині про смерть людини, з якою вона контактувала. 10 правил від психологині. URL: <https://nus.org.ua/articles/yak-povidomyty-dytyni-pro-smert-lyudyny-z-yakoyu-vona-kontaktuvala-10-pravyl-vid-psyhologyni/> (дата звернення 01.06.2023).

Поляк О.В.,

доцент кафедри педагогіки, психології
та теорії управління освітою
КЗ «Інститут післядипломної педагогічної
освіти Чернівецької області»,
кандидат наук з державного управління
e-mail: olespoldep@ukr.net

Мойсюк Н.Д.,

завідувач науково-методичного центру
освітнього менеджменту
КЗ «Інститут післядипломної педагогічної
освіти Чернівецької області»
e-mail: natalija.mojsyuk@gmail.com

УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ ШЛЯХОМ ДІЄВОСТІ МНОЖИННИХ ОБРАЗІВ АДМІНІСТРАТИВНОГО, ПЕДАГОГІЧНОГО ТА ТЕХНІЧНОГО ПЕРСОНАЛУ НАВЧАЛЬНИХ ІНСТИТУЦІЙ

Виклики і зміни, воєнний стан в Україні від початку російсько-української війни (2014 та 2022 років) спричинили дисонанс у

діяльності закладів освіти нашої держави. Освітня діяльність за вказаний період та під впливом Covid-19 набувала відмінніших від попередніх періодів рис, характеристик та ознак. Освітній менеджмент ЗЗСО, ЗДО, позашкільних навчальних закладів (та інших закладів освіти), а також педагогічний персонал – як суб'єкти освітньої діяльності (стаття 1 Закону України «Про освіту») – змінювали образ та уявлення про свою місію та роль у соціумі. Окрім того, набула іншого формату діяльність персоналу закладів освіти, що здійснювалася не лише опосередковано, але й дистанційно.

Рекомендуємо акцентувати увагу на потребі зміни уявлення про адміністративний, педагогічний та технічний персонал закладів освіти, значущості їх образу, підходів щодо застосування віртуальних форм презентації результатів їхньої праці при досягненні мети та цілей освітніх процесів на локальному рівні за допомогою формування корпоративного іміджу. Ключовий концептуальний підхід вбачаємо у реалізації впродовж 2023-2024 навчального року формули: *імідж закладу освіти = (дорівнює) сумі іміджів трьох рівнів персоналу закладу освіти (адміністративного-педагогічного-технічного)* та пропонують формат реалізації мети запропонованого за допомогою інноваційних онлайн-інструментів.

Актуальність окресленої проблематики методичних рекомендацій на тему «Удосконалення корпоративного іміджу закладу освіти шляхом дієвості множинних образів адміністративного, педагогічного та технічного персоналу навчальних інституцій» обумовлена аналізом та спостереженнями з участі педагогів закладів освіти області на курсах підвищення кваліфікації в Інституті післядипломної педагогічної освіти Чернівецької області, модулі яких пропонують у тому числі й тему про імідж «Роль педагогічного персоналу у формуванні іміджу закладу освіти».

Запропонована тема є частиною навчально-тематичних планів КПК на базі ІППОЧО для таких категорій педагогічних працівників як:

- асистентів вчителів інклюзивного навчання,
- вчителів початкових класів,
- вчителів фізики та астрономії,
- вчителів фізичної культури,
- практичних психологів та соціальних педагогів,
- вчителів курсів духовно-морального спрямування,
- керівників гуртків різних спрямувань та інших груп педагогів.

Зміст вихідного анкетування за результатами проходження КПК у 2022-2023 навчальному році свідчить про зацікавленість та увагу

зазначених категорій педагогів до запропонованої тематики. З іншого боку, формування іміджу потребує сучасних інструментів, найважливішими з яких на сьогодні є інноваційні онлайн-інструменти.

Комунікація з педагогами під час КПК відкрила для них нову потребу в частині розуміння складових іміджу не лише як супровід їх професійної діяльності, але й здобувачів освіти/учнів та інших педагогічних партнерів. Цей аргумент важливий в умовах формування нової координаційної та реординаційної взаємодії: керівник – вчитель, заступник директора – вчитель, вчитель – учень, педагог – батьки (опікуни) тощо.

Зазначений аспект, наприклад, для початкової школи було окреслено Концепцією НУШ крізь призму ключового принципу «педагогіки партнерства», а для інших категорій педагогічних працівників – трудовою функцією Б «Професійного стандарту за професіями «вчитель початкових класів ЗЗСО», «вчитель ЗЗСО», якою передбачено формат *суб'єктно-суб'єктної взаємодії*, в якій перший суб'єкт – вчитель, другий – учень/батьки/опікуни. Детермінація нового типу відносин – суб'єктно-суб'єктної взаємодії – змінює роль і значення іміджу педагогічного персоналу закладу освіти та закладу освіти в цілому. Це створює якісні умови для розробки стратегії розбудови *нового формату іміджу закладу освіти від 2023-2024 навчального року*, адже досить суттєва кількість педагогів закладів освіти (деталізація категорій яких подана нами вище) вже прослухали тему «*Роль педагогічного персоналу у формуванні іміджу закладу освіти*», що дає можливість її апробації в практичній площині кожному окремому закладу освіти Чернівецької області.

Найважливішим сучасним онлайн-інструментом формування та удосконалення корпоративного іміджу сучасних закладів освіти вважається корпоративний сайт ЗЗСО, ЗДО чи інших закладів освіти. Але аналіз сайтів закладів освіти Чернівецької області станом на 2023 рік свідчить про потребу значного удосконалення зазначеного інструменту для більшості закладів освіти, Концепція стандартів якості чого подається *додатку 1*.

З цих міркувань екстраполяції методичних рекомендацій на задану тему в кожному закладі освіти у 2023-2024 навчальному році сприятиме численний науковий доробок, список джерел яких нами подається вкінці методичних рекомендацій. При цьому слід зазначити наявність повноти досліджень про імідж дорослих: керівників закладів освіти, педагогів, але недостатність наукового аналізу про ймовірні складові іміджу учня/здобувача освіти. Висловлюємо припущення, що саме апробація проблематики, поданої у рамках методичних

рекомендацій для закладів освіти на локальному рівні заповнить вакуум практичного їх виміру та приверне увагу у наступному навчальному році. Адже професійні стандарти з підходом суб'єктно-суб'єктної взаємодії були прийняті для освітнього менеджменту від грудня 2020 року.

За результатами слухання тематики про імідж педагога – як слухачі КПК – висловлюють узагальнену думку про доцільність апробації теми, що виходить за рамки курсів підвищення кваліфікації та перенесення її актуалізації в освітнє середовище закладів освіти, що є ключовим мірилом авторської пропозиції застосування наданих методичних рекомендацій в системному і сталому варіанті.

При удосконаленні корпоративного іміджу закладу освіти шляхом дієвості множинних образів адміністративного, педагогічного та технічного персоналу навчальних інституцій **рекомендуємо:**

1. Актуалізувати тематику на серпневих педагогічних конференціях, форумах, зібраннях педагогічних працівників закладів освіти перед початком нового 2023-2024 навчального року.

2. Залучити до презентації тематики у різних форматах на базі закладів освіти педагогічних працівників, які підвищили задані параметри компетентностей на курсах підвищення кваліфікації на базі ІППОЧО від 2021-2022 навчального року, а саме: ЗК.02 – соціальна компетентність; БЗ – компетентність педагогічного партнерства; ДЗ – рефлексивна компетентність, здатності яких є базовими для розвитку професійного іміджу персоналу закладів освіти.

3. Шляхом саморозвитку посилити розуміння педагогами (професія яких класифікується за публічними ознаками) ключових понять науки про імідж – іміджелогії (додаток 2).

4. Для ідентифікації варіанту іміджу, який притаманний адміністративному, педагогічному та технічному персоналу закладів освіти станом на початок 2023-2024 навчального року, використовувати класифікацію Ф. Джефкінса та О. Ковальнової (додаток 3).

5. Системно застосувати модель етапів формування професійного іміджу (за В.П. Олексенко, додаток 4).

6. До початку та впродовж 2023-2024 навчального року удосконалювати зміст сайтів ЗЗСО та ЗДО відповідно до Концепції високої якості веб-сторінок (додаток 1) як основного сучасного онлайн-інструменту формування корпоративного іміджу закладів освіти.

7. У процесі взаємодії адміністративного, педагогічного персоналу закладів освіти з педагогічними партнерами, спрямованої

на розвиток корпоративного іміджу закладу освіти, екстраполювати в управлінську, освітню, педагогічну діяльність відображення змісту формул:

«Імідж ЗО = сумі іміджів співробітників ЗО».

«Якість корпоративного іміджу ЗО = сумі множинних іміджів співробітників ЗО»

8. Сприяти формуванню нового бачення у адміністративного, педагогічного та технічного персоналу закладів освіти про імідж ключового педагогічного партнера – здобувача освіти (додаток 5).

Отже, враховуюче вищезазначені фактори, можемо зробити

ВИСНОВКИ:

- удосконалення корпоративного іміджу закладу освіти сприятиме покращенню репутації адміністративного, педагогічного та технічного персоналу, що формуватиме стан думки соціуму з точки зору довіри до освітніх процесів та їх провайдерів;

- принципним є триєдиний підхід до ролі кожного рівня персоналу у формуванні корпоративного іміджу закладу освіти: адміністративного, педагогічного та технічного;

- відповідно до трудової функції Б професійних стандартів за професіями педагогічних працівників, що передбачає застосування суб'єктно-суб'єктної взаємодії між персоналом (трьох рівнів) та здобувачами освіти чи іншими педагогічними партнерами зважати на науковому точку зору щодо важливості ймовірних складових іміджу учня (додаток 5);

- важливим є усвідомлення ролі та значення корпоративного сайту закладу освіти в частині дотримання Концепції стандартів високої якості сторінок сайтів (додаток 1), що передбачає наділення повноваженнями щодо оновлення змісту певну посадову особу закладу освіти.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Концепція стандартів високої якості сторінок сайтів закладів освіти

Сайт закладу освіти, який супроводжує імідж інституції та його персоналу, повинен бути інформативним, структурованим і наочним. Зміст і оформлення корпоративного сайту залежить виключно від діяльності та рівня закладу освіти, ключовою метою якого є соціалізація здобувачів освіти шляхом створення та надання освітніх послуг.

Функціонування сайту закладу освіти залежить від:

- розуміння цільової аудиторії та її очікувань чи вимог щодо

інформації, яка подається;

- дотримання загального характеру якості сторінок корпоративного сайту закладу освіти;
- чинників «повернення» аудиторії до сайту.

А) цільова аудиторія

- цільова аудиторія сайтів закладів освіти: всі педагогічні партнери ЗО (освітянські спільноти, батьки, опікуни, посадові особи органів управління освітою, педагогічний персонал і в найбільшій мірі – здобувачі освіти, на яких зорієнтований імідж персоналу закладів освіти.

Зкладам освіти необхідно вміти чітко визначити цільову аудиторію сайту, оскільки від цього залежить наповнення сайту інформацією.

Б) якість загального характеру сторінок сайтів закладів освіти – це:

- наявність символіки держави, завдяки освітній політиці якої функціонує та ресурсно забезпечується заклад освіти;
- красива форма дизайну, графіка;
- розумне використання модулів, які роблять сайт інтерактивним і зручним у користуванні;
- наявність інноваційних матеріалів;
- наочність, інтуїтивність інтерфейсу.

В) чинники зворотного зв'язку та «повернення» аудиторії до корпоративного сайту ЗО:

- висока якість змісту (High-quality content);
- часті оновлення (Often update);
- мінімальний час завантаження (Minimal download time);
- простота використання (Ease of use);
- відповідність потребам користувача (Relevant to user's needs);
- унікальність в Інтернеті (Unique to the online medium);
- орієнтована на Інтернет корпоративна культура закладу освіти (Net-centric corporate culture).

Додаток 2

Глосарій

№	Категорія	Зміст категорії	Автор,-и	Рік видання
1.	Імідж	Експресивний, виразний бік образу	Сущенко Л.О.	2021, Запоріжжя
2.	Імідж	Продукт особливої діяльності зі створення або перетворення образу, як результат докладання	Сущенко Л.О.	2021, Запоріжжя

		цілеспрямованих професійних зусиль		
3.	Імідж	Особливого роду образ, подоба, який створюється цілеспрямовано і за допомогою асоціації наділяє об'єкт (явище, особистість, заклад) додатковими цінностями (соціальними, політичними, моральними), завдяки яким він сприймається більш емоційно	Грицан О.В.	2016, Миколаїв
4.	Імідж	Поняття стосується різних об'єктів: людей, компанії, товарів, соціальних груп, країн, тварин, героїв художніх творів та фільмів	Грицан О.В.	2016, Миколаїв
5.	Імідж	Найбільш важлива інформація про об'єкт, але не вся	Грицан О.В.	2016, Миколаїв
6.	Імідж	Нова реальність, процес створення якої цілеспрямовано організований і має чітко задані параметри	Дячук В.П.	2017, Київ
7.	Імідж навчального закладу	Слід розуміти емоційно забарвлений образ, який утворився у масовій свідомості і який визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності та транслюється у зовнішнє середовище.	Ротань Н.В. Абузова Ю.В.	2014, Херсон
8.	Імідж педагога	Є проєкцією його особистості і характеризується наявністю власного стилю та сумою індивідуальних характеристик, що роблять його неповторним.	Олексенко В.П.	2009, Херсон
9.	Іміджелогія	Наука про технологію створення особистісної	Шепель В.М.	

		привабливості, це галузь наукового знання, що допомагає оволодіти реальними механізмами ефективного впливу зовнішнього вигляду людей один на одного		
10.	Види іміджу	1. Корпоративний (носіями виступають організаційно-діяльнісні засоби) 2. Товарний (носіями виступають матеріальні та виробничо-діяльнісні засоби: матеріали, товари, групи виробів тощо) 3. Особистий.	Дячук В.П.	2017, Київ
11.	Види іміджу	1. Імідж політика – образ-замінник політика. 2. Імідж бізнесмена – семіотичний замінник особистості бізнесмена. 3. Імідж громадянського суспільства – символ громадянського суспільства. 4. Імідж виробничої фірми – те, що заміняє суть поняття «виробнича фірма». 5. Імідж торгової марки – символ-знак, що символізує поняття торгової марки. 6. Імідж викладача – те, що може бути символом поняття «викладач». 7. <u>Імідж учителя – знакове заміщення образу вчителя.</u> 8. Імідж творчої особистості – те, що відповідає образу творчої особистості. 9. Імідж нації – знакове заміщення поняття «нація» і т. д.	Дячук В.П.	2017, Київ
12.	Властивості іміджу	1. Стан свідомості людей. 2. Має особистісний характер.	Грицан О.В.	2016, Миколаїв

		<p>3. Сприйняття з точки зору його суспільного значення.</p> <p>4. Контекстний вимір (включає й оточує).</p> <p>5. Вплив іміджу партнерів (для ЗО).</p> <p>6. Ситуативність (час від часу виходять на передній план ті чи інші характеристики об'єкта).</p>		
13.	Особистий імідж	Власний образ. Ви не можете не мати іміджу! Хочете ви цього чи ні, оточуючі бачать те, що ви вибрали, щоб показати їм... Те, як ви йдете, сидите чи стоїте, є результатом навчання, темпераменту та умов, але те, як ви одягаєтесь, є результатом вашого особистого вибору».	Семпсон Е.	
14.	Корпоративний імідж	Є іміджем організації у цілому, а не окремих працівників, функціональних підрозділів чи результатів діяльності; цілісний образ групи – об'єктів – товару, персоналу, першого керівника тощо.	Захарчин Г.	2011 рік
15.	Корпоративний імідж ЗДО	Уявлення, що склалися на ринку освітніх послуг про цю установу. Тобто сприятливий корпоративний імідж дошкільного закладу — це позитивна думка про нього батьків і дітей, колег, працівників інших освітніх установ, органів управління освітою та міських органів влади, а також місцевих жителів...		Педрода, 2018
16.	Соціальний імідж	Імідж організації, що сформувався в результаті	Дячук В.П.	2017, Київ

		встановлення і розвитку відносин з громадськістю завдяки інформаційній, благодійній діяльності, власній активності в соціокультурній сфері.		
17.	Формування іміджу навчальної установи	Процес, у ході якого створюється якийсь спланований образ на основі наявних ресурсів	Ротань Н.В. Абузова Ю.В.	2014, Херсон
18.	Функції іміджу	1. Задоволення власних потреб. 2. Створення певної системи оціночних координат, яка стане основою для діяльності, сприйняття та координації життя. 3. Протиставлення та порівняння одного об'єкта з іншим здійснити простіше, коли сформовані іміджі обох сторін		

Додаток 3

Класифікація варіантів іміджу

№	Класифікація варіантів іміджу за Ф. Джефкінсом		Класифікація типів іміджу вчителя за О.О. Ковальною	
1.	Дзеркальний	Імідж у чужих очах, на думку її керівників і персоналу;	Збалансований	Наявні риси та особливості особистості: цілеспрямованість, рішучість, сила волі, емоційна стійкість, правдивість, почуття гумору, інтелектуальний потенціал, оптимізм, інтуїція в ухваленні рішень тощо.
2.	Поточний	Реальний імідж у чужих очах;	Суперечливий	Професійно-спеціалізовані якості: володіння ораторським

				мистецтвом, умінні уникати конфліктів, уміння дискутувати, відповідність обіцянок вчинкам, працьовитість, відкритість у спілкуванні, уміння взаємодіяти з партнерами тощо.
3.	Бажаний	Імідж, який би хотілось мати в очах громадськості;	Інертно-напружений, спонтанно-інертно-пасивний	Наявність соціальних ознак: респектабельність, популярність, частота згадувань у ЗМІ, правильний спосіб життя, сімейність, зовнішній вигляд, матеріальне забезпечення тощо.
4.	Множинний	Багатозначний імідж – сукупність іміджів в очах громадськості		

Додаток 4

Модель етапів формування професійного іміджу педагога (за В.П. Олексенко)

№	Назва етапу	Зміст етапу
1.	Етап 1	Сприйняття образу, на основі якого буде будуватися цілісний імідж. Наявність реального образу вчителя, що виступає надалі зразком для наслідування учнями.
2.	Етап 2	Аналіз інформації та уявна корекція сприйнятого образу відповідно до ідеального образу та індивідуальних особливостей того, хто сприймає
3.	Етап 3	Використання (примірювання, програвання) окремих елементів бажаного іміджу, стилю спілкування, техніки володіння жестами; одяг тощо
4.	Етап 4	«Уживання, входження» в образ
5.	Етап 5	Привласнення та індивідуалізація обраного (бажаного) образу

Складові (ймовірні) іміджу здобувача освіти

№	Назва складової	Зміст складової
1.	Моральні цінності	Як мотив поведінки
2.	Обдарованість	Як фактор іміджу
3.	Здатність спілкуватися	З навколишнім світом за допомогою зовнішнього вигляду, мови, манер, міміки, жестів й ароматів
4.	Справляння враження	Спеціальна підготовка
5.	Самооцінювання	ТРУДОВА ФУНКЦІЯ Б, Б1.2 здатність використовувати стратегії роботи з учнями, які сприяють розвитку їх позитивної <i>САМООЦІНКИ</i> , Я-ідентичності

Список використаних джерел та літератури

1. Власик Н.Ф. (2019). Імідж закладу: його вплив на конкурентоспроможність та роль на сучасному освітньому ринку. URL.: <http://surl.li/huwzc.\>.

2. Волинець І.М. Особистісний імідж сучасного педагога загальноосвітнього навчального закладу. URL.: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=3922.

3. Грицан О.В. Формування позитивного іміджу навчального закладу: методичні рекомендації. Миколаїв: ОППО, 2016. 44 с. URL.: <http://surl.li/dajjt>.

4. Довга Т. Особистісно-професійний імідж учителя початкової школи як інструмент суб'єктно-суб'єктної взаємодії. URL.: <https://core.ac.uk/download/pdf/83099891.pdf>.

5. Дячук В.П. Іміджологія. Соціокультурний вимір: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с. URL.: <http://surl.li/huwwz>.

6. Європейський університет: імідж, мобільність та соціальні перспективи : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції для студентів і молодих учених (Суми, 19-20 травня 2021 р.). Суми : Видавництво СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2021. 298 с. URL.: <http://surl.li/huwxj>.

7. Ковальова О.О. Визначення типів іміджу вчителя і вчителя-адміністратора. *Психологія і суспільство*. Тернопільський національний економічний університет. 2006, №4. С. 81-85.

8. Куриш Н.К. Роль післядипломної педагогічної освіти у формуванні готовності керівників закладів освіти до стратегічного управління освітнім процесом // Розвиток педагогічної майстерності майбутнього педагога в умовах освітніх трансформацій: тези

доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (2 квітня 2021, Глухів) / Глухівський НПУ ім. О. Довженка. Глухів, 2021. – С.106-109.

9. Куриш Н.К., Унгурян І.К. Підготовка педагогів до змін та реформ в українській системі освіти / Н.К.Куриш, І.К.Унгурян // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції Proceedings of the International Scientific Conference «Science of the XXI century: problems and prospects of researches». – Warsaw, 17 August 2017. – Р. 69-75. URL.: <file:///C:/Users/home/Downloads/Poland%20v.4.pdf>.

10. Олексенко В.П. Формування професійного іміджу сучасного вчителя. URL.: <http://surl.li/hxgan>.

11. Палеха Ю.І. Іміджологія: навч.посібник. Київ: вид-во Європ.Ун-ту, 2005. 324 с.

12. Поляк О.В. (2021). Керівник-лідер – провайдер нової моделі іміджу «постковідного» закладу освіти. *Збірник наукових праць SCIENTIA. Sectoral research XXI: characteristics and features: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the I International Scientific and Theoretical Conference (Vol. 2), March 26, 2021. Chicago, USA: European Scientific Platform. S. 140-142.*

13. Поляк О.В. PR-менеджмент як дієвий інструмент супроводу управлінської діяльності закладів дошкільної освіти. Сучасні стратегії, цінності й пріоритети дошкільної та початкової освіти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. 24 листопада 2021 р., м. Дніпро, КЗВО «ДАНО» ДОР». / Наук. Ред. В.В. Шинкаренко. 2021. (465 с). С.434-438.

14. Поляк О.В. Формування іміджу закладу освіти: місія керівника чи лідера? // Матеріали VI Форуму керівників-новаторів. Чернівці: ІППОЧО. 2021. 22 березня.

15. Ротань Н.В., Арбузова Ю.В. (2014). Формування позитивного іміджу навчального закладу. URL.: http://sbornik.college.ks.ua/downloads/sbornik2_7/pdf/29.pdf.

16. Сущенко Л.О. Діловий імідж менеджера закладу освіти: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальностей «Дошкільна освіта», «Початкова освіта» освітньо-професійних програм «Дошкільна освіта», «Початкова освіта». Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 155 с.