

УДК 371.1.07+659.3

DOI 10.31494/2412-9208-2023-1-3-276-288

**PEDAGOGICAL CONDITIONS FOR THE USE OF SOCIAL NETWORKS BY
PRE-SCHOOL EDUCATION INSTITUTIONS TO CREATE A POSITIVE IMAGE**

**ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖ ЗАКЛАДОМ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ
ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ**

Dmytro MARIEIEV,

PhD in Philology, Associate
Professor

damar_dim@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-6282-8052>

Tetiana MARIEIEVA,

PhD in Pedagogy, Associate
Professor

mareeva.tan@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5664-4070>

Дмитро МАРЄЄВ,

кандидат філологічних наук,
доцент

Тетяна МАРЄЄВА,

кандидат педагогічних наук,
доцент

*Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv
National Pedagogical University,*

✉ 24, Kyiiska st., Hlukhiv, Sumy
oblast, 41400, Ukraine

*Глухівський національний
педагогічний університет
імені Олександра Довженка,
✉ вул. Київська, 24, м. Глухів,
Сумська обл. 41400, Україна*

Original manuscript received: October 31, 2023

Revised manuscript accepted: November 19, 2023

ABSTRACT

Preschool education institutions are increasingly using social networks to accomplish a variety of tasks, including the creation and promotion of a positive image. It has been observed that the image of a preschool institution is developed gradually. To establish it, one must acquire various technologies, comprehend the principles of forming an educational institution's image, and have a clear understanding of the target audience. This underscores the necessity of defining the pedagogical prerequisites for applying social networks to foster a positive image of a preschool institution.

It is noted that pedagogical conditions determine the specific direction of the pedagogical process's development and influence the effectiveness of the pedagogical system's functioning. The current pedagogical conditions for the use of social networks by preschool education institutions in creating a positive image include: the cultivation of a high level of digital and ICT competence among educators, facilitating interaction with parents of students through social networks, and informing the public about the activities of the preschool education institutions on social networks, which includes sharing unique, high-quality, and valuable content.

It was noted that the successful professional development of a modern teacher is impossible without the use of modern technical means and information and communication technologies, as well as the readiness to incorporate them into the educational process. Digital and information and communication tools enable the resolution of various

administrative and educational tasks, including facilitating communication and information exchange between the educational institution and all stakeholders, such as the public and parents of students. Additionally, digital resources can be used to disseminate valuable educational materials and promote the activities of the educational institution to ensure transparency and create a positive image, particularly through the development of digital content on social networks. An educator with a high level of digital and ICT competence can apply social networks as educational and branding tools.

It is emphasized that educators, on the page of the preschool educational institution in the social network, have the opportunity to present plans to parents for working with students, provide links for independent study of various topics, share examples of games and tasks for children's development at home or outdoors, and offer guidance for parents of children who have speech disorders. Additionally, social networks can be used to inform the public about upcoming events and activities planned at the preschool institution.

The frequency of parental interaction with the information provided by the educational institution affects the level of parents' trust to the institution and its pedagogical staff. The interest of a wide range of people who may not have a direct relationship with the educational institution can be generated through the dissemination of unique, high-quality, and useful content, particularly via social networks. Teachers from other preschool educational institutions also can benefit from this information. If this process is consistent, there is a high probability that they will subscribe to the institution's web pages and some of them may even initiate further collaboration.

Keywords: *image of preschool education institution, social networks, pedagogical conditions, teacher of preschool education institution, information and communication technologies.*

Вступ У сучасному світі соціальні мережі стали вагомим засобом спілкування та взаємодії різних, часом зовсім не пов'язаних між собою суб'єктів. Не виняток і заклади дошкільної освіти (ЗДО), які все більше використовують соціальні мережі для вирішення низки завдань, зокрема ними послуговуються з метою створення та просування свого позитивного іміджу. Батьки потенційних вихованців і стейкхолдери, що безпосередньо не пов'язані зі сферою освіти, нерідко дізнаються про дошкільну установу як таку і її послуги саме із соціальних мереж (у публікаціях місцевих груп, коментарях та тегах знайомих); працівники ЗДО та батьки дошкільників, що його відвідують, розміщують фотографії та інформацію про заходи, які в ньому відбуваються; керівництво ЗДО висвітлює освітні послуги, які надають в ньому, корисні покликання та інформацію для батьків дошкільників тощо. Все це, безумовно, сприяє формуванню певного уявлення про установу в підписників та відвідувачів сторінки дошкільного закладу в соцмережі.

Відтак, соціальні мережі є потужним засобом створення позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

Дослідження з управління іміджем освітніх закладів, зокрема закладів дошкільної освіти, представлені в працях О. Доманової (Доманова, n.d.), Л. Загородньої (Загородня, 2017), В. Кошеля, С. Іващенко (Кошель, & Іващенко, 2020), К. Крутій (Крутій, 2011), Н. Погрібняк (Погрібняк, 2004) та ін. Використовувати соціальні мережі під час створення позитивного образу освітніх установ пропонують В. Єндженчик та С. Бжезинський (Jędrzejczyk, & Brzeziński, 2021). У наших попередніх наукових розвідках (Марєєв, &

Мареева, 2022) розглянуто питання можливості використання соціальних мереж під час формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти і з'ясовано переваги та правила використання означених засобів у цьому процесі. Разом із тим проблема визначення та обґрунтування педагогічних умов використання соціальних мереж закладом дошкільної освіти для створення позитивного іміджу є мало дослідженою.

Методи та методики дослідження. На основі теоретичного аналізу психолого-педагогічної літератури щодо створення іміджу закладів освіти, потрактування сутності поняття «педагогічні умови» визначено та обґрунтовано педагогічні умови використання соціальних мереж закладом дошкільної освіти для створення позитивного іміджу.

Результати та дискусії. На основі здійсненого аналізу визначено, що в сучасному інформаційному суспільстві з метою створення позитивного іміджу ЗДО необхідно послуговуватися медіакомунікаційними технологіями, до яких належать соціальні мережі.

Імідж ЗДО формують поступово. Для його створення потрібно освоїти низку технологій, знати закони формування образу закладу освіти та усвідомлювати, для якої аудиторії його проєктують. У зв'язку із цим виникає необхідність виділити педагогічні умови використання соціальних мереж для створення позитивного іміджу ЗДО.

Існують різні тлумачення поняття *педагогічні умови*. Дослідники їх розглядають як сукупність певних форм, методів, прийомів педагогічної діяльності; певне педагогічне середовище; обставини, необхідні для розвитку педагогічного процесу. Зокрема, О. Пехота педагогічні умови визначає як «систему певних форм, методів, матеріальних умов, реальних ситуацій, що об'єктивно склалися чи суб'єктивно створені, необхідних для досягнення конкретної педагогічної мети» (Пехота, 2003:183). Дещо інакше трактує цей термін А. Семенова, вважаючи, що педагогічні умови – це обставини, від яких залежить та за яких відбувається цілісний продуктивний педагогічний процес професійної підготовки фахівців, що опосередковується активністю особистості, групи людей (Семенова, 2006:243). Подібно до неї трактує це поняття Л. Колоніна, яка педагогічні умови характеризує як взаємопов'язану сукупність обставин (внутрішніх параметрів та зовнішніх характеристик функціонування), засобів і заходів у педагогічному процесі, які створені шляхом плідної співпраці між педагогом і майбутніми фахівцями, спрямованих на високу результативність професійної підготовки (Колоніна, 2019:49).

В. Манько це поняття інтерпретує як пов'язану між собою сукупність внутрішніх параметрів і зовнішніх характеристик функціонування, які сприяють високій результативності освітнього процесу та відповідають психолого-педагогічним критеріям оптимальності (Манько, 2000:153).

К. Костюченко відзначає, що педагогічні умови – це сукупність педагогічних факторів, що забезпечують можливість педагогові організувати активну начальну діяльність здобувачів освіти (Костюченко, 2010:108).

К. Коновалова схильна вважати, що причиною уживання терміну «педагогічні умови» є необхідність розв'язання низки суто педагогічних проблем. На думку наукині, компонент «педагогічні» вказує на те, що означені обставини пов'язані з організацією освітнього процесу та необхідні для професійного становлення майбутніх вихователів ЗДО. Загальною особливістю всіх визначень поняття «педагогічні умови» є спрямованість умов на підвищення ефективності розв'язання конкретних педагогічних завдань. Таким чином, педагогічні умови вона визначає як спеціально створені обставини, чинники, сукупність заходів, реалізація яких повинна забезпечити успішне формування складників професійної культури майбутніх вихователів ЗДО у процесі фахової підготовки і повноцінний прояв кожного з них (Коновалова, 2018:134).

Отже, проведений аналіз дозволяє нам трактувати *педагогічні умови* як обставини або чинники, що зумовлюють якийсь напрям розвитку педагогічного процесу і впливають на ефективність функціонування педагогічної системи.

Погоджуємося із думкою Є. Хрикова про те, що педагогічні умови є виявом педагогічних закономірностей, принципів і правил, оскільки їх розробляють у межах вузьких дослідницьких тем; через це вони не мають загальнопедагогічного характеру (Хриков, 2011). Науковець наводить такі властивості педагогічних умов: спрямованість на організацію педагогічної діяльності, тобто вони мають практичну, нормативну спрямованість; спрямованість на підвищення ефективності педагогічної діяльності; вони не можуть суперечити прояву педагогічних закономірностей, принципів та правил; їх обґрунтування передбачає поєднання емпіричних та теоретичних процедур наукового дослідження; відповідність вимогам наукової новизни (виокремлення у дослідженні певних педагогічних умов має сенс, якщо вони містять нове наукове знання); імовірнісний характер забезпечення результату педагогічної діяльності (педагогічні умови, як і педагогічні системи в цілому, не можуть гарантувати отримання певного результату, але підвищують імовірність його досягнення); локальний характер застосування (у структурі педагогічного знання найбільш широкий характер мають закономірності та принципи, більш вузький характер мають педагогічні правила, ще вузьчий, локальний характер мають умови) (Хриков, 2011).

Аналіз наукової та навчально-методичної літератури з теми дослідження уможливив вирізнити актуальні педагогічні умови використання соціальних мереж закладом дошкільної освіти у створенні позитивного іміджу: формування високого рівня цифрової й ІКТ-компетентності вихователів; забезпечення взаємодії з батьками вихованців через соціальні мережі; інформування громадськості про діяльність ЗДО у соціальних мережах, у т.ч. через поширення унікального, якісного та корисного контенту.

Перша умова – формування високого рівня цифрової й ІКТ-компетентності вихователів.

Під цифровою компетентністю І.Гребеник розуміє «здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології для доступу до

інформації, для її пошуку, організації, обробки, оцінки, а також для продукування і передачі / поширення» (Гребеник, 2019:23). Ф. Апшай розглядає ІКТ-компетентність як «здатність вирішувати навчальні та професійні завдання з використанням інформаційних і комунікаційних технологій, володіти програмними засобами для їх виконання» (Апшай, 2021).

На думку І. Гребеник (Гребеник, 2019:19), ІКТ формують основні аспекти цифрової компетентності: наявність відносно високого рівня функціональної грамотності у сфері ІКТ; ефективно, обґрунтоване застосування ІКТ в освітній діяльності та для вирішення професійних завдань; розуміння ІКТ як основи нової парадигми в освіті, спрямованої на розвиток здобувачів освіти як суб'єктів інформаційного суспільства.

Отже, ІКТ-компетентність і цифрова компетентність тісно пов'язані між собою. Вони забезпечують уміння працювати з інформацією (здійснювати її пошук, аналізувати, використовувати у професійній діяльності, транслювати відібраний матеріал, створювати й поширювати власний продукт інтелектуальної праці) сучасними цифровими засобами.

Цифрові та інформаційно-комунікаційні технології є невід'ємною частиною сучасного суспільства. Відповідно до українських стандартів освіти навички їх використання належать до загальних або спеціальних (фахових) компетентностей, що повинні бути сформовані у здобувачів освіти. Тому цифрові та ІКТ-компетентності є важливим критерієм кваліфікації фахівця, у т.ч. вихователя (Міністерство економіки України: Професійний стандарт «Вихователь закладу дошкільної освіти», 2021).

Професійний розвиток сучасного педагога неможливий без опанування сучасних технічних засобів й інформаційно-комунікаційних технологій, формування готовності в нього ці технології упроваджувати в освітню діяльність. Цифрові та інформаційно-комунікаційні засоби дозволяють вирішити низку адміністративних та власне освітніх (навчальних) питань, серед яких, зокрема, забезпечення комунікації, інформаційної взаємодії між закладом освіти і стейкхолдерами (громадськістю, батьками вихованців тощо); поширення корисних навчальних матеріалів; висвітлення діяльності закладу освіти для забезпечення публічності та формування позитивного образу, що значною мірою можна забезпечити через створення цифрового контенту в соціальних мережах.

Отже, маючи високий рівень цифрової та ІКТ-компетентності, вихователь може перетворити соціальну мережу в освітній та іміджевий інструмент.

Друга умова – забезпечення взаємодії з батьками вихованців через соціальні мережі.

Очевидно, що ЗДО і сім'я мають взаємодіяти між собою у вихованні дітей, а для цього повинна бути між ними успішна й постійна комунікація. М. Машовець (Машовець, 2011) переконана, що взаємодія ЗДО із сім'єю полегшує досягнення цілей, які висувуються перед дошкільним закладом та реалізуються ним (практичний стимул). Водночас, на думку наукині, педагогічне співробітництво педагогів із батьками дошкільників сприяє

едності в процесі виховання дитини в сімейному та освітньому середовищі (педагогічний стимул). Крім того, участь батьків в освітньому процесі ЗДО є своєрідною формою демократизації та культурної взаємодії, що особливо важливо в умовах полікультурного простору (соціального стимул).

Вихователі як фахівці виступають ініціаторами взаємодії ЗДО і сім'ї. Зважаючи на реалії та виклики сучасної освіти, педагогам треба вибудовувати роботу із сім'єю таким чином, щоб батьки ставали активними учасниками освітнього процесу, тобто вихователі виховують і навчають дітей разом з батьками. Отже, головною метою взаємодії педагога з батьками є взаємодопомога дитині в різних ситуаціях виховання і навчання з урахуванням її можливостей і потреб. Умовами ж ефективної взаємодії ЗДО з батьками є цілеспрямованість, системність; плановість; диференційований підхід (залежно від специфіки кожної сім'ї); доброзичливість і відкритість.

Тісна взаємодія з батьками вихованців, спрямована на надання батькам допомоги з актуальних питань дошкільної освіти, сприяє формуванню взаєморозуміння в родинно-педагогічному колективі, обміну виховним досвідом. Такий взаємозв'язок, на думку М. Спичак, необхідний для того, щоб сформувати у батьків правильне уявлення про свою дитину, об'єктивно оцінити її та визначити оптимальні шляхи всебічного розвитку дитини (Спичак, 2007:16).

У сучасних умовах організації освітнього процесу в ЗДО соціальні мережі є одним із найпопулярніших ресурсів у мережі Інтернет й універсальним засобом спілкування. Через них можна отримати потрібну й актуальну інформацію про перебування вихованців в освітній установі, а також вирішувати низку поточних питань у час поза активною навчальною діяльністю дітей на заняттях, одержувати консультації.

За допомогою соціальних мереж учасники освітньої взаємодії можуть обмінюватися фото-, відео-, аудіоматеріалами, ставити запитання й оперативно отримувати на них відповіді, коментувати інформацію. Педагог на сторінці закладу дошкільної освіти в тій чи іншій соціальній мережі може ознайомити батьків із планами роботи, надати посилання для самостійного вивчення якоїсь теми, розмістити приклади ігор, пізнавальних завдань (наприклад, дослідів із доступними для кожної сім'ї матеріалами – харчові відходи, поліетилен, папір, придорожні рослини тощо) для того, щоб зайняти дитину вдома або поза ним, завдань корекційного спрямування (артікуляційна, дихальна, пальчикова гімнастика; нейроігри; ігри та вправи на збагачення словникового запасу, формування граматичної правильності мовлення, звуковимови, розвитку слухової уваги, пам'яті, фонематичного слуху тощо), які батьки можуть виконувати самостійно з дітьми, які мають порушення мовленнєвого розвитку, інформувати про майбутні заходи, що проводяться ЗДО (свята, конкурси, акції, семінари) тощо.

Оскільки батьки вихованців у своїй більшості є активними користувачами соціальних мереж, вони чи не щодня, а часом і по кілька разів на день перевіряють в цих інтернет-ресурсах стрічку новин. Чим частіше

перед їхніми очима буде «пробігати» інформація від закладу освіти, тим більший рівень довіри до нього та його фахівців буде у батьків дошкільників.

Третя умова – інформування громадськості про діяльність ЗДО у соціальних мережах, у т.ч. через поширення унікального, якісного та корисного контенту.

Якщо батьки вихованців зацікавлені в отриманні інформації про перебування власних дітей у закладі освіти та в консультаціях, то привернення громадськості до діяльності ЗДО є процесом складнішим. На нашу думку, інформування широкого загалу про діяльність ЗДО потребує продуманого інформаційного забезпечення. Зростання ролі інформації у світі в цілому й в освіті зокрема пояснюється сучасними викликами суспільства та його потребами, процесами глобалізації й інтеграції, а також появою жорстокої конкуренції на ринку освітніх послуг. На думку вчених (Ю. Логвиненко, В. Мазуренко, І. Медведєв та ін.), запорукою безперервного розвитку закладу освіти в певній громаді, регіоні або за їх межами є моніторинг, накопичення та аналіз отриманої інформації [1] (Логвиненко, Мазуренко, & Медведєв, 2015).

Стосовно нашого дослідження належне інформаційне забезпечення (висвітлення заходів, що проводяться в ЗДО, вивчення коментарів щодо них, а також сторінок тих, хто залишає особливо позитивні та негативні коментарі, блокування останніх тощо) є необхідною умовою формування позитивного іміджу дошкільного закладу у соціальних мережах. Пояснюється це тим, що моніторинг відвідуваності сторінки ЗДО в соцмережах, аналіз коментарів щодо подій, які на ній висвітлюють, дозволить вчасно реагувати на оцінки зовнішнього середовища, й відповідно до них вносити корективи у діяльність ЗДО та шляхи її висвітлення. Грамотно організований інформаційний супровід процесу формування позитивного іміджу ЗДО в соціальних мережах дозволить створити належне комунікативне освітнє середовище закладу, забезпечить достатнє інформування цільової аудиторії й громадськості про його діяльність, що сприятиме створенню позитивного образу дошкільної установи.

На сторінках ЗДО у соцмережах можна застосовувати маркетингові комунікації (від англійського слова «market» – «ринок»). Маркетингова діяльність охоплює вивчення попиту на освітні послуги; розроблення нових ідей і послуг; вартісну оцінку послуг залежно від попиту; просування послуг до споживачів. Відтак маркетингова діяльність та діяльність із формування позитивного іміджу ЗДО тісно переплетені між собою. За своєю суттю – це два взаємозумовлені процеси, які мають спільну мету – «привабити» споживача освітніх послуг, зайняти стійку позицію на освітньому ринку в умовах конкуренції.

У галузі освіти маркетингова комунікація дозволяє налагодити інформаційні канали між закладом та громадськістю, що забезпечує привабливість ЗДО для потенційних споживачів освітніх послуг, стимулює фінансування додаткових освітніх послуг (вивчення іноземних мов, заняття з ментальної арифметики, ейдетики, хореографії, спорту) та

корекційно-розвиткових занять (наприклад, логопедичних) спонсорами (підприємствами, підприємцями, політичними й громадськими організаціями, лідерами громадської думки), сприяє розвитку матеріально-технічної бази закладу, підтримує освітні проєкти тощо.

Ми цілком підтримуємо позицію К. Крутій (Крутій, 2009:64) стосовно того, що під час використання маркетингових комунікацій у формуванні іміджу ЗДО доступними є такі напрями їх упровадження: рекламування освітніх послуг і зв'язки з громадськістю.

Кожен дошкільний заклад є унікальним, адже у ньому є свої традиції, досвід реалізації завдань виховання і розвитку дітей, інноваційні напрацювання, а також додаткові освітні та корекційно-розвиткові послуги. А тому перед дошкільною установою постає питання про рекламування власних здобутків і послуг. Найперше така реклама є зорієнтованою на батьків дошкільників (оскільки саме вони є потенційними клієнтами), які обирають той чи інший заклад освіти для своєї дитини, зважаючи на якість та спектр освітніх послуг, що ним пропонуються, а також відгуки про нього від стейкхолдерів. Відвідування сторінки ЗДО в соціальних мережах дає змогу батькам ознайомитися із контентом, що висвітлюють працівники закладу, а також відгуками безпосередніх клієнтів – батьків дошкільників, що відвідують цю установу.

Комплексом окремих акцій, презентацій, заходів, спрямованих на встановлення та підтримку комунікацій між організацією та зацікавленими групами є паблік релейшнз (Public Relations – PR) як система зв'язків із громадськістю. З точки зору К. Крутій (Крутій, 2009:65), зв'язки з громадськістю в освіті є спробою викликати й задовольнити інтерес до ЗДО та його освітніх послуг через передавання наявної інформації через різні канали (переважно на безкоштовній основі). Ними зазвичай є засоби масової інформації, Інтернет-ресурси, вебсайт ЗДО, соціальні мережі, а також освітні виставки, ярмарки, виставкові стенди, різноманітні проєкти тощо. Метою PR є різні матеріальні вигоди, які може отримати дошкільна установа від різних спонсорів, які зацікавилися як власне ЗДО, так і тими послугами, що він пропонує.

Отже, спричинити появу інтересу широкого кола осіб до закладу освіти, не пов'язаних із ним, можна через поширення унікального, якісного та корисного контенту, зокрема, через соціальні мережі. Такою інформацією можуть скористатися педагоги з інших ЗДО. Якщо її висвітлення буде регулярним, з великою вірогідністю вони зроблять підписки на сторінки ЗДО в мережі Інтернет, а від частини з них буде навіть зворотній зв'язок, що стане передумовою до налагодження співпраці.

Стосовно батьків вихованців: ті з них, які обирають ЗДО для своєї дитини, обов'язково звернуть увагу на заклад освіти, який репрезентує свою діяльність у соціальних мережах і створює якісний та цікавий освітній продукт. Це може стати одним із критеріїв вибору майбутньої освітньої установи для дитини.

Висновки. Аналіз наукових досліджень із проблеми дослідження засвідчує, що покращенню репутації закладів дошкільної освіти й закріплення конкурентних позицій на ринку освітніх послуг сприятиме їх представлення в соціальних мережах. Від ефективного позиціонування закладу дошкільної освіти у віртуальній спільноті значною мірою залежить також його успіх й популярність серед стейкхолдерів. Актуальними педагогічними умовами використання соціальних мереж закладом дошкільної освіти у створенні позитивного іміджу визначено: формування високого рівня цифрової й ІКТ-компетентності вихователів; забезпечення взаємодії із батьками вихованців через соціальні мережі; інформування громадськості про діяльність ЗДО у соціальних мережах, у т.ч. через поширення унікального, якісного та корисного контенту. Перспективами подальших досліджень убачаємо розроблення моделі реалізації означених педагогічних умов формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти через соціальні мережі.

Література

1. Апшай Ф. В. Розвиток ІКТ-компетентності майбутніх фахівців галузі «Культура і мистецтво». *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія «Педагогічні науки». 2021. Вип. 2. С. 105–111.
2. Гребеник І. С. Формування цифрової компетентності керівників навчальних закладів. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2019. Вип. 6. С. 17–25.
3. Доманова О. Іміджеві складові сучасного дошкільного навчального закладу нового типу. URL : ird.npu.edu.ua/files/domanova_yres.pdf (дата звернення: 09.10.2023).
4. Загородня Л. П. Якість освітніх послуг як компонент іміджу дошкільного навчального закладу. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. Серія: Педагогічні науки*. 2017. Вип. 35. С. 150–160.
5. Колоніна Л. Г. Особливості організації педагогічних умов формування індивідуальної освітньої траєкторії майбутнього вчителя музики у процесі професійної підготовки. *Science Review*. 2019. № 4. С. 48–52.
6. Коновалова К. І. Формування професійної культури майбутніх вихователів закладів дошкільної освіти у процесі фахової підготовки : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Одеса, 2018. 309 с.
7. Костюченко К. Педагогічні умови формування раціонально-критичного мислення майбутніх учителів. *Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]*. Серія : Педагогічні науки. 2010. Вип. 91. С. 107–111.
8. Кошель В., Іващенко С. До проблеми створення іміджу закладу дошкільної освіти. *Scientific Collection «InterConf»*, (33) : with the Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference «Global and Regional Aspects of Sustainable Development» (October 26–28, 2020) in Copenhagen, Denmark. Kyiv, 2020. P. 99–103.
9. Крутій К. Освітній простір дошкільного навчального закладу : монографія : у 2-х ч. Ч. 1 : Концепції, проектування, технології створення. Запоріжжя, 2009. 320 с.
10. Крутій К. Формування позитивного іміджу навчального закладу. *Практика управління дошкільним закладом*. 2011. № 2. С. 4–10.
11. Логвиненко Ю. В., Мазуренко В. О., Медведєв І. А. Інформаційно-комунікаційні технології в практиці управління освітніми закладами. *Імідж сучасного педагога*. 2015. № 2. С. 20–24.

12. Манько В. М. Дидактичні умови формування у студентів професійно-пізнавального інтересу до спеціальних дисциплін. *Соціалізація особистості*. 2000. № 2. С. 153–161.

13. Марєєв Д. А., Марєєва Т. В. Соціальні мережі як засіб формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка*. 2022. Вип. 2 (49). С. 138–148.

14. Машовець М. А. Сучасні підходи до організації педагогічної взаємодії дошкільного навчального закладу та батьків вихованців. *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. 2011. Вип. 2(45). С. 18–24.

15. Пехота О. Підготовка майбутнього вчителя до впровадження педагогічних технологій : навч. посібник ; ред. І. Зязюн, О. Пехота. Київ, 2003. 240 с.

16. Погрібняк Н. Створення іміджу сучасного дошкільного закладу. *Дошкільне виховання*. 2004. № 11. С.10–11.

17. Про затвердження професійного стандарту «Вихователь закладу дошкільної освіти». Наказ Міністерства економіки України № 755-21 від 19.10.2021 р. URL : <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-profesiynogo-standartu-vihovatel-zakladu-doshkilnoi-osviti> (дата звернення: 28.10.2023).

18. Словник-довідник з професійної педагогіки ; за ред. А. В. Семенової. Одеса, 2006. 364 с.

19. Спичак М. Курс на співпрацю з батьками. *Дошкільне виховання*. 2007. № 3. С. 14–17.

20. Хриков Є. М. Педагогічні умови в структурі наукового знання. *Шлях освіти*. 2011. № 2. С. 11–15. URL : <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/27971/1/ped.umovi.pdf> (дата звернення: 24.04.2022).

21. Jędrzejczyk W., Brzeziński S. The Importance of Social Media in Managing the Image of the Educational Institutions. *Contemporary Economics*. 2021. URL : https://www.researchgate.net/publication/357519428_The_Importance_of_Social_Media_in_Managing_the_Image_of_the_Educational_Institutions. <http://dx.doi.org/10.5709/ce.1897-9254.460> (дата звернення: 06.10.2023).

References

1. Apshai, F. V. (2021). *Rozvytok IKT-kompetentnosti maibutnix fakhivtsiv haluzi «Kultura i mystetstvo»* [Development of ICT competence of future specialists in the field of «Culture and Art»]. *Visnyk Cherkaskoho natsionalnoho universytetu imeni Bohdana Khmelnytskoho. Seriya «Pedahohichni nauky»* – Bulletin of the Cherkasy National University named after Bohdan Khmelnytskyi. Series «Pedagogical Sciences», 2, 105–111. [in Ukrainian].

2. Hrebenyk, I. S. (2019). *Formuvannia tsyfrovoy kompetentnosti kerivnykiv navchalnykh zakladiv* [Formation of digital competence of leaders of educational institutions]. *Vidkryte osvितnie e-seredovyshe suchasnoho universytetu – Open educational e-environment of modern University*, 6, 17–25. [in Ukrainian].

3. Domanova, O. (n.d.) *Imidzhevi skladovi suchasnoho doshkiilnoho navchalnoho zakladu novoho typu* [Image components of a modern preschool educational institution of a new type]. URL : ird.npu.edu.ua/files/domanova_yrec.pdf [in Ukrainian].

4. Zahorodnia, L. P. (2017). *Yakist osvितnix posluh yak komponent imidzhu doshkiilnoho navchalnoho zakladu* [Educational services quality as the component of preschool educational establishment image]. *Visnyk Hlukhivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Oleksandra Dovzhenka. Seriya: Pedahohichni nauky – Bulletin of Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv National Pedagogical University*, 35, 150–160. [in Ukrainian].

5. Kolonina, L. H. (2019). *Osoblyvosti orhanizatsii pedahohichnykh umov formuvannia individualnoi osvितnoi traiektorii maibutnoho vchytelia muzyky u protsesi*

profesiinoy pidhotovky [Peculiarities of the organization of pedagogical conditions for the formation of an individual educational trajectory of a future music teacher in the process of professional training]. Science Review, 4, 48–52. [in Ukrainian].

6. Konovalova, K. I. (2018). *Formuvannia profesiinoy kultury maibutnikh vykhovateliv zakladiv doshkilnoi osvity u protsesi fakhovoi pidhotovky* [Formation of professional culture of future educators of preschool education institutions in the process of professional training] : PhD thesis. Odesa. [in Ukrainian].

7. Kostiuchenko, K. (2010). *Pedahohichni umovy formuvannia ratsionalno-krytychnoho myslennia maibutnikh uchyteliv* [Pedagogical conditions for the formation of rational and critical thinking of future teachers]. Naukovi zapysky Kirovohrads'koho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu imeni Volodymyra Vynnychenka. Seria: Pedahohichni nauky – Scientific notes of Kirovohrad State Pedagogical University named after Volodymyr Vinnichenko. Series: Pedagogical sciences, 91, 107–111. [in Ukrainian].

8. Koshel, V., & Ivashchenko, S. (2020). *Do problemy stvorennia imidzhu zakladu doshkilnoi osvity* [To the problem of creating an image of a preschool education institution]. Scientific Collection «InterConf», (33) : with the Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference «Global and Regional Aspects of Sustainable Development» (October 26–28, 2020) in Copenhagen, Denmark. Kyiv, 99–103. [in Ukrainian].

9. Krutii, K. (2009). *Osvitnii prostir doshkilnogo navchalnogo zakladu : monohrafiia : u 2-kh ch. Ch. 1 : Kontseptsii, proektuvannia, tekhnolohii stvorennia* [Educational space of a preschool educational institution: monograph: in 2 parts. Part 1: Concepts, design, creation technologies]. Zaporizhzhia. [in Ukrainian].

10. Krutii, K. (2011). *Formuvannia pozytyvnoho imidzhu navchalnogo zakladu* [Formation of a positive image of an educational institution.]. Praktyka upravlinnia doshkilnym zakladom – Preschool management practice, 2, 4–10. [in Ukrainian].

11. Lohvynenko, Yu. V., Mazurenko, V. O., & Medvediev, I. A. (2015). *Informatsiino-komunikatsiini tekhnolohii v praktytsi upravlinnia osvitynymy zakladamy* [Information and communication technologies in the practice of management of educational institutions]. Imidzh suchasnoho pedahoha – Image of a modern teacher, 2, 20–24. [in Ukrainian].

12. Manko, V. M. (2000). *Dydaktychni umovy formuvannia u studentiv profesiino-piznavalnogo interesu do spetsialnykh dystsyplin* [Didactic conditions for the formation of students' professional and cognitive interest in special disciplines]. Sotsializatsiia osobystosti – Socialization of personality, 2, 153–161. [in Ukrainian].

13. Marieiev, D. A., Marieieva, T. V. (2022). *Sotsialni merezhi yak zasib formuvannia pozytyvnoho imidzhu zakladu doshkilnoi osvity* [Social networks as a means of forming a positive image of preschool education institutions]. Visnyk Hlukhivskoho natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni Oleksandra Dovzhenka – Bulletin of Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv National Pedagogical University, 2 (49), 138–148. [in Ukrainian].

14. Mashovets, M. A. (2011). *Suchasni pidkhody do orhanizatsii pedahohichnoi vzaiemodii doshkilnogo navchalnogo zakladu ta batkiv vykhovantsiv* [Modern approaches to the organization of pedagogical interaction of a preschool educational institution and pupils' parents]. Naukovi zapysky Rivnenskoho derzhavnogo humanitarnoho universytetu – Scientific notes of Rivne State Humanitarian University, 2(45), 18–24. [in Ukrainian].

15. Piekhota O. (2003). *Pidhotovka maibutnoho vchytelia do vprovadzhenia pedahohichnykh tekhnolohii* : navch. posibnyk [Preparation of the future teacher for the implementation of pedagogical technologies]; I. Ziaziun, O. Piekhota (ed.). Kyiv. [in Ukrainian].

16. Pohribniak, N. (2004). *Stvorennia imidzhu suchasnoho doshkilnogo zakladu* [Creating the image of a modern preschool education institution]. Doshkilne vykhovannia – Preschool education, 11, 10–11. [in Ukrainian].

17. Ministerstvo ekonomiky Ukrainy (2021). *Pro zatverdzhennia profesiinoho standartu «Vykhovatel zakladu doshkilnoi osvity»: nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy № 755-21 vid 19.10.2021 r.* [On the approval of the professional standard «Preschool teacher»: order of the Ministry of Economy of Ukraine No. 755-21 dated October 19, 2021]. URL : <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-profesijnogo-standartu-vihovatel-zakladu-doshkilnoi-osviti> [in Ukrainian].

18. Semenova, A. V. (Ed.) (2006). *Slovnyk-dovidnyk z profesiinoi pedahohiky* [Dictionary-handbook on professional pedagogy]. Odesa. [in Ukrainian].

19. Spychak, M. (2007). *Kurs na spivpratsiu z batkamy* [Course on cooperation with parents]. Doshkilne vykhovannia – Preschool education, 3, 14–17. [in Ukrainian].

20. Khrykov, Ye. M. (2011). *Pedahohichni umovy v strukturі naukovoho znannia* [Pedagogical conditions in the structure of scientific knowledge]. *Shliakh osvity – Path of education*, 2, 11–15. URL : <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2797/1/ped.umovi.pdf> [in Ukrainian].

21. Jędrzejczyk, W., Brzeziński, S. (2021). *The Importance of Social Media in Managing the Image of the Educational Institutions*. *Contemporary Economics*. URL : https://www.researchgate.net/publication/357519428_The_Importance_of_Social_Media_in_Managing_the_Image_of_the_Educational_Institutions.

<http://dx.doi.org/10.5709/ce.1897-9254.460>

АНОТАЦІЯ

Заклади дошкільної освіти все активніше користуються соціальними мережами для досягнення різних завдань. Одним із них є формування та популяризація свого позитивного іміджу. Зауважено, що імідж дошкільного закладу формується поступово. Для його створення потрібно вивчити різні технології, розуміти принципи створення іміджу освітнього закладу та мати чітке уявлення про аудиторію, на яку він спрямований. Це створює необхідність визначити педагогічні умови використання соціальних мереж для формування позитивного іміджу дошкільного закладу.

Зазначено, що педагогічні умови визначають конкретний шлях розвитку педагогічного процесу та мають вплив на результативність функціонування педагогічної системи. Виокремлено актуальні педагогічні умови використання соціальних мереж закладом дошкільної освіти у створенні позитивного іміджу: формування високого рівня цифрової й ІКТ-компетентності вихователів; забезпечення взаємодії з батьками вихованців через соціальні мережі; інформування громадськості про діяльність ЗДО у соціальних мережах, у т.ч. через поширення унікального, якісного та корисного контенту.

Відзначено, що успішний професійний розвиток сучасного педагога неможливий без володіння сучасними технічними засобами та інформаційно-комунікаційними технологіями, а також готовності впроваджувати їх в освітній процес. Цифрові та інформаційно-комунікаційні інструменти дозволяють вирішувати різні адміністративні та навчальні завдання, включаючи забезпечення зв'язку та інформаційної взаємодії між освітнім закладом і всіма зацікавленими сторонами, такими як громадськість та батьки вихованців. Крім того, цифрові ресурси можуть бути використані для поширення корисних навчальних матеріалів та просування діяльності освітнього закладу для забезпечення публічності та формування позитивного іміджу, особливо через створення цифрового контенту в соціальних мережах. Вихователь із високим рівнем цифрової та ІКТ-компетентності може використовувати соціальні мережі як освітні та іміджеві інструменти.

Підкреслено, що вихователь на сторінці закладу дошкільної освіти в соціальній мережі має можливість репрезентувати батькам плани роботи з вихованцями, надати посилання для самостійного вивчення різних тем, розмістити приклади ігор та завдань для розвитку дітей вдома чи поза ним, а також навести завдання корекційного спрямування для батьків дітей із порушеннями мовленнєвого розвитку. Крім того, через соціальні мережі можна інформувати громадськість про майбутні події та заходи, які плануються в дошкільному закладі освіти.

Відзначено, що частота взаємодії батьків з інформацією, наданою закладом освіти, впливає на рівень довіри батьків до цього закладу та його педагогічних працівників. Зацікавленість широкого кола осіб, які не мають прямого стосунку до закладу освіти, може бути сформована завдяки розповсюдженню унікального, якісного і корисного контенту, зокрема через соціальні мережі. Цю інформацію можуть використовувати й педагоги з інших дошкільних освітніх закладів. Якщо цей процес буде регулярним, існує велика ймовірність, що вони підпишуться на сторінки цього закладу в Інтернеті, і частина з них навіть може встановити зв'язок для подальшої співпраці.

Ключові слова: імідж закладу дошкільної освіти, соціальні мережі, педагогічні умови, вихователь закладу дошкільної освіти, інформаційно-комунікаційні технології.