

### Список використаних джерел

1. Коберник О. М. Інноваційні педагогічні технології у трудовому навчанні: навч.-метод. посібник / за заг. ред. О. М. Коберника, Г. В. Терещука. Умань : СПД Жовтий, 2008. 212 с.
2. Кудря О. В. Вишивка як засіб прилучення молоді до надбань національної культури. *Генеза полотняного літопису у творчості майстра народного мистецтва Олександри Великодної* : матеріали наук.-практ. конф. (Полтава, 23 квітня 2014 р.) / упоряд. і ред. В. П. Титаренко. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2014. С. 59–63.
3. Титаренко В. П. Методика викладання декоративно-прикладної творчості. Полтава, 2004. 249 с.
4. Титаренко В. П. Полтавська традиційна вишивка: минуле і сучасне (виховний аспект): навч.-метод. посіб. Полтава : Верстка, 2000. 136 с.

Оксана СОСНЕНКО

### КОМУНІКАЦІЇ В РОБОТІ КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ СУЧАСНОЇ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ

В умовах реформування освітньої галузі, що пов'язане з ухваленням Закону України «Про фахову передвищу освіту» змінюється суспільний та професійний запит і на управлінські якості керівника фахового коледжу. Важливими рисами для керівника такого закладу освіти стають толерантний підхід в управлінському спілкуванні, висока комунікативна компетентність та вміння встановлювати ділові й доброзичливі стосунки при здійсненні управлінської взаємодії зі стейкхолдерами. Успіх фахового коледжу залежить від багатьох чинників, але в першу чергу він забезпечується вмінням керівника побудувати ефективну комунікацію із представниками внутрішнього та зовнішнього середовища.

Розуміння важливості спілкування, значущості комунікативної компетентності керівників закладів освіти в процесі здійснення управління було визначено ще українським філософом Г. Сковородою, який вважав, що «життєвий успіх людини залежить не стільки від її різнобічних здібностей та талантів, скільки від ставлення до інших людей, від працьовитості, доброчесності, сумлінності, уміння володіти собою, спілкуватися» [1].

Сьогодні сучасні дослідники відзначають глобальну кризу освіти, що супроводжується порушенням гармонії між культурою і ментальністю та призводить до руйнації існуючої парадигми освіти, дестабілізації освітніх систем і, як наслідок, – зниження соціальної активності особистості. Все це зумовлює необхідність організації професійної підготовки керівників закладів фахової передвищої освіти у сфері розвитку в них комунікативних умінь, що є невід'ємною складовою їх управлінської компетентності.

Сам процес активізації комунікативного потенціалу в особистісно-професійну структуру передбачає розвиток цілого комплексу традиційних вмінь і навичок керівника закладу освіти, таких, як: уміння виявляти ініціативу в спілкуванні та вибудовувати емоційний контакт з учасником спілкування; уміння управляти своїм емоційним настроєм; уміння і навички розуміти стан іншої людини; уміння вибудовувати свій позитивний імідж в особі співрозмовника; вміння вчасно переключити розмову на погоджувальне спілкування тощо.

Проведений аналіз наукових джерел в рамках теми дослідження свідчить, що особливим видом комунікативної взаємодії є така, що має місце серед учасників освітнього процесу. Це управлінська взаємодія, яка виступає особливим видом суспільних відносин, і яка залежать від індивідуальних особливостей учасників

взаємодії, від особистості педагога та керівника, їх авторитету, професіоналізму, майстерності, а також від стилю керівництва [2, с. 117].

Загалом, управлінська діяльність керівника закладу фахової передвищої освіти – це перш за все взаємодія з людьми в освітньому середовищі (внутрішньому та зовнішньому). Цей соціально-психологічний за своєю суттю процес залежить від комунікативної компетентності керівника, що включає поняття комунікативного потенціалу, під яким можна розуміти внутрішньо притаманні керівнику об'єктивні і суб'єктивні комунікативні можливості, що проявляються як свідомо, так і під впливом емоцій. Важливим при цьому є індивідуальний стиль керівника при здійсненні управлінської діяльності, а також при взаємодії і співпраці з усіма стейкхолдерами.

В рамках нашого дослідження щодо розвитку комунікаційної взаємодії у закладі фахової передвищої освіти особлива увага була спрямована на аналіз сучасних каналів комунікацій у фахових коледжах, а саме – на вебсайт коледжу та соціальні мережі.

Так, вебсайт закладу фахової передвищої освіти є в ХХІ ст. своєрідною візитівкою коледжу у всесвітній мережі Інтернет. В умовах реформи освіти України, зокрема становлення фахової передвищої освіти, виникає ситуація, коли фаховий коледж вступає у конкурентну боротьбу із загальноосвітніми закладами в рамках надання послуг щодо здобуття повної середньої освіти. Тому основним каналом поширення інформації про коледж, а також важливим інструментом створення позитивного іміджу закладу освіти, просування його на ринку освітніх послуг є вебсайт коледжу.

Розміщена на сайті інформація є дієвим засобом організації робочого процесу освітнього закладу, зокрема, навчального, методичного, виховного його компонентів. Вона націлена на широкий загал стейкхолдерів, що складається з викладачів, студентів та їхніх батьків, адміністрації коледжу, роботодавців, громадських організацій тощо. Сайт має активно сприяти налагодженню взаємодії між усіма цими групами людей, бути ефективним каналом внутрішньої та зовнішньої комунікації. Наприклад, особливо актуальним є зворотній зв'язок закладу освіти зі стейкхолдерами, що може бути реалізований через вкладку «Громадське обговорення» на основній сторінці вебсайту. На рис. 1. наведено приклад зазначеної сторінки Класичного фахового коледжу СумДУ.

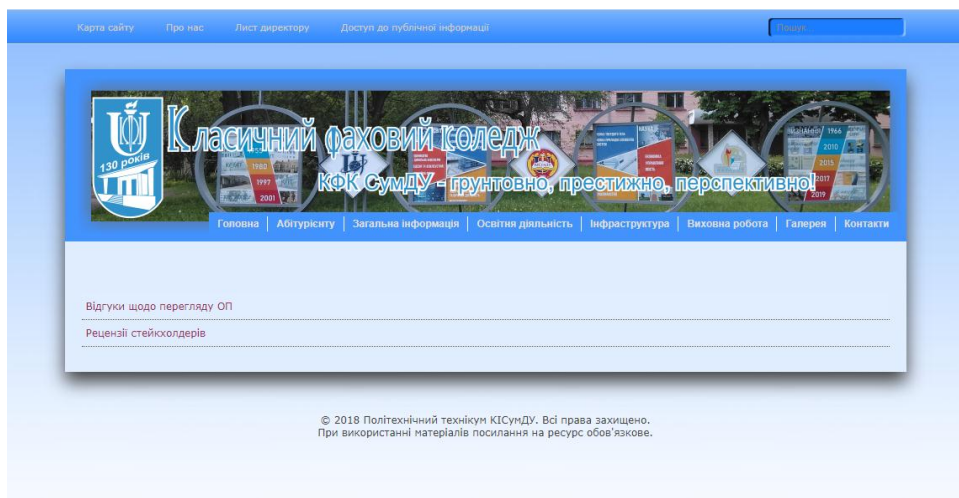


Рис. 1. Приклад сторінки коледжу в розділі «Громадське обговорення»

Соціальні мережі сьогодні також стають невід'ємною частиною життя українців, що впливає і на функціонування закладів освіти. Слід зазначити, що Для молодих людей за часту безмірне захоплення ними стає проблемним питанням. У 2021 році в

Україні зареєстровано 26 мільйонів користувачів соціальних мереж. При цьому слід відмітити, що їх чисельність стрімко зростає. Для порівняння зазначимо, що у 2019 році було зафіксовано меншу популярність соцмереж серед населення нашої країни – 19 мільйонів. За даними GlobalLogic лідирує Instagram, де із 2019 року кількість користувачів зросла на 22%. Натомість у Facebook – на 7% [3].

В ході проведеного дослідження на базі Класичного фахового коледжу СумДУ можна констатувати, що інформаційні потоки з питань освітнього процесу стрімко дістаються адресата саме соціальними мережами. Так, з метою покращення даної комунікації з батьками здобувачів освіти у коледжі проводився моніторинг активності батьків щодо відвідуваності сторінок закладу у найбільш популярних в Україні соціальних мережах.

У опитуванні взяло участь 269 батьків, з яких 75,5% зазначили, що є учасниками батьківської, студентсько-батьківської, батьківсько-викладацької групи у Вайбер та Телеграм. При цьому, 60,2% респондентів - підписані на сторінку Класичного фахового коледжу СумДУ у Facebook. Зазначимо, що батьки не досить активно користуються соціальною мережею Instagram (5,9%), але натомість Вайбером користуються 89,1% опитаних.

Слід зазначити, що соціальні мережі сьогодні є також елементом маркетингової політики закладу освіти, оскільки ефективно виконують рекламну функцію. Так, про існування Класичного фахового коледжу СумДУ батьки потенційних абітурієнтів дізнаються з різних джерел, але соціальним мережам належить найбільша частка (63,9%).

Як бачимо соціальні мережі можуть бути джерелом комунікації всіх учасників освітнього процесу коледжу. Використання їх як джерела комунікацій зі стейкхолдерами сприяє, наприклад, залученню більшої кількості батьків до участі в обговоренні освітнього процесу, ширшого ознайомлення роботодавців зі спеціальностями та освітніми програмами підготовки фахівців у закладі, а також активізує вплив громадськості на процес формування освіченого молодого покоління українців через систему освіти.

Отже, використання керівниками закладів фахової передвищої освіти традиційних комунікаційних каналів поруч із сучасними цифровими інструментами та можливостями соціальних мереж стає сьогодні вагомим елементом у налагодженні комунікацій як безпосередньо в закладі освіти, так і з зовнішнім середовищем. Це обов'язково має бути враховано при підготовці керівників закладів фахової передвищої освіти, зокрема в системі післядипломної освіти та в системі підвищення кваліфікації.

#### Список використаних джерел

1. Дзевєрін Д. Г. Педагогічні ідеї Г. С. Сковороди. Київ : Знання, 1972. 264 с.
2. Редько С. Комунікативна компетентність як основа успішної управлінської діяльності керівника загальноосвітнього навчального закладу. *Педагогічний процес: теорія і практика. Серія: Педагогіка*. 2017. № 3 (58). С. 116–122.
3. За рік карантину кількість українців у соцмережах зросла на сім мільйонів. URL: <https://www.dw.com/uk/za-rik-karantynu-kilkist-ukraintsiv-u-sotsmerezkhakh-zroslo-na-sim-milijoniv/a-56899697> (дата звернення: 08.11.2021).

Дарія ТАБАЛЬЧУК

### СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКОЇ АКАДЕМІЇ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ (1701–1817 РР.)

Етапним для української вищої школи і науки вважають 26 вересня 1701. Цього дня Петро I офіційно надав Києво-Могилянському колегіуму статус академії, що