

**Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича**

**Факультет педагогіки, психології та соціальної роботи
Кафедра педагогіки та психології дошкільної освіти**

**Педагогічні умови формування іміджу колективу закладу
дошкільної освіти
Дипломна робота
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

Виконала:
студентка 6 курсу, групи 617
спеціальності 012 «Дошкільна освіта»
Олексюк Оксана Миколаївна

Керівник: кандидат педагогічних
наук, доцент **Журат Ю.В.**

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри №4
від 3 листопада 2021 р.
зав. кафедри _____ проф. Олійник М. І.

АНОТАЦІЯ

Олексюк О. М. «Педагогічні умови формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти». – Магістерська робота.

У сучасному світі, що постійно розвивається, де серед організацій ведеться боротьба за увагу кожного окремого споживача, одним із предметів постійної турботи в конкурентному середовищі – є її імідж.

Якщо не приділяти належної уваги питанню іміджу, він складається в споживачів стихійно, і немає ніякої гарантії, що він буде адекватним і сприятливим для організації.

Мета дослідження: полягає у теоретичному обґрунтуванні та експериментальній перевірці педагогічних умов формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Об'єкт дослідження: формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Предмет дослідження: педагогічні умови формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти. Відповідно до мети, сформовані наступні завдання:

Здійснити аналіз психолого-педагогічних досліджень з проблеми іміджу ЗДО і педагогічного колективу; розробити систему роботи з педагогічним колективом ЗДО щодо розвитку і корекції його професійного іміджу та апробувати її; розробити методичні рекомендації для педагогів ЗДО щодо підвищення ефективності роботи з формування, розвитку та корекції позитивного іміджу колективу.

Для досягнення мети, вирішення завдань дослідження використано комплекс сучасних загальнонаукових і спеціальних **методів:** теоретичних: аналіз, узагальнення, систематизація, зіставлення різних поглядів на досліджувану проблему, узагальнення літератури з проблеми дослідження; вивчення досвіду роботи педагогів.

Практичне значення дослідження полягає у перевірці системи роботи методичних рекомендацій, які можуть бути використані у практиці роботи

закладів дошкільної і вищої освіти, у процесі післядипломної підготовки та перепідготовки педагогічних кадрів для дошкільної ланки.

Ключові слова: імідж колективу, розвиток професійного іміджу, корекція професійного іміджу, мікроклімат колективу, педагогічна культура.

ABSTRACT

"The system on the formation of the team image in preschool institution"

In modern, constantly changing world, where organizations are fighting for the attention of each individual consumer, one of the main objects of constant concern in the competitive environment is its image.

If you do not pay enough attention to the issue of image, it spontaneously consists of the consumers, and there is no guarantee that it will be adequate and favorable to the organization.

Developed positive image will help to solve a number of tasks, such as: increasing the attractiveness of modern preschool education institution i.e. first of all for parents, children and the personnel; improving the effectiveness of measures to inform the population about new educational services; facilitating the introduction of new educational services; raising the level of organizational culture of PSI; rising the socio-psychological microclimate in the institution among the teaching staff.

Key words: team image, professional image development, professional image correction, team microclimate, pedagogical culture.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ КОЛЕКТИВУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ	
1.1. Сутність і структура поняття «імідж колективу закладу дошкільної освіти».....	11
1.2. Засоби та методи формування педагогічного іміджу колективу закладу дошкільної освіти.....	22
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КОЛЕКТИВУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ	
2.1. Стан сформованості іміджу колективу закладу дошкільної освіти.....	37
2.2. Система роботи з формування позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти.....	71
2.3. Результати апробації педагогічних умов формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.....	97
Рекомендації вихователям щодо формування, розвитку і корекції іміджу педагогічного колективу.....	107
ВИСНОВКИ	109
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	112
ДОДАТКИ	118

Вступ

Освіта в Україні гостріше потребує необхідності пристосування до умов ринкового середовища. На сьогодні ринок освітніх послуг динамічно розвивається, що вимагає особливої уваги до проблем, пов'язаних із позиціонуванням освітніх закладів.

Заклад дошкільної освіти – відкрита, пов'язана з багатьма суспільними інститутами соціально-педагогічна система, про яку дедалі частіше говорять як про сферу послуг. Саме тому, керівники закладів дошкільної освіти змушені замислитися над тим, у чому перевага їхнього освітнього закладу над іншими.

Актуальним в умовах реформування освіти є процес формування іміджу організації, зокрема, освітнього закладу, який може бути спрямований не тільки назовні, а й усередину організації. Від спрямованого всередину іміджу залежить те, якою мірою члени організації ідентифікуються з нею, а отже, мотиваційні характеристики їхньої діяльності в організації і ефективність її функціонування та можливості розвитку. Сьогодні на перший план висувається імідж успішного освітнього закладу, який забезпечує якість освітніх послуг. Створення позитивного іміджу освітньої організації підвищує ефективність діяльності закладу освіти, дає можливість якнайповніше задовольнити потреби клієнтів, якими передусім є батьки дітей і самі діти. Закон України «Про освіту» у ст.49 зазначає, що громадська акредитація закладу освіти здійснюється з метою визнання якості освітньої діяльності закладу освіти та формування його позитивного іміджу і репутації.

Всі батьки хочуть обрати найкращий освітній заклад і згодом не розчаруватись у своєму виборі. З іншого боку, кожен завідувач і його педагогічний колектив мріють, щоб їхній заклад виокремлювався з-поміж інших, викликав бажання влаштуватися на роботу або привести дитину саме до цього ЗДО. Проте одного бажання замало, необхідно мати науково-теоретичне підґрунтя: знати сутність понять іміджології, особливості структурних компонентів іміджу освітнього закладу, мати чітке уявлення про логіку та механізми формування іміджу.

Створення позитивного іміджу освітньої організації підвищує ефективність діяльності закладу освіти, дає можливість якнайповніше задовольнити потреби клієнтів, якими передусім є батьки дітей і самі діти. Всі батьки хочуть обрати найкращий освітній заклад і згодом не розчаруватись у своєму виборі. З іншого боку, кожен завідувач і його педагогічний колектив мріють, щоб їхній заклад виокремлювався з-поміж інших, викликав бажання влаштуватися на роботу або привести дитину саме до цього ЗДО. Проте одного бажання замало, необхідно мати науково-теоретичне підґрунтя: знати сутність понять іміджології, особливості структурних компонентів іміджу освітнього закладу, мати чітке уявлення про логіку та механізми формування іміджу.

Під іміджем освітнього закладу зазвичай розуміють емоційно забарвлений образ, утворений у масовій свідомості, який визначають співвідношенням між різними аспектами його діяльності та транслують у зовнішнє середовище.

Заклад дошкільної освіти – це відкрита соціально-педагогічна система, що перебуває у взаємодії з багатьма соціальними інститутами. Її все частіше розглядають як компонент сфери послуг, оперуючи поняттями «конкурентоспроможність», «сегмент ринку», «освітня послуга» тощо. Стійкий позитивний імідж можна вважати важливим компонентом методичного продукту закладу дошкільної освіти і додатковим ресурсом управління.

Проблеми іміджу в широкому розумінні цього слова виступають предметом дослідження зарубіжних авторів – Л. Браун, П. Берд, українських дослідників, які займаються проблемами іміджу сучасного ЗДО, – Т. Живаєва, Л. Загородня, Л. Іхонкіна, О. Кононко, К. Крутій, В. Кузьменко, Т. Марєєва, Г. Нижник, Н. Погрібняк та інші. Сучасні вчені нерідко звертаються до поняття «імідж дошкільного навчального закладу». Теорія самого іміджу виникла на Заході ще в 60-ті роки ХХ ст. як протидія рекламній діяльності конкурентів.

Потреба формування іміджу ЗДО нового типу визначається низкою причин і факторів. Серед основних З. Перебатова, Н. Копилова, О. Доманова і К. Ярець виділяють:

- складну демографічну ситуацію, що підсилює конкуренцію серед освітніх закладів однієї території в боротьбі за набір дітей і збереження контингенту;

- можливість отримати доступ освітнього закладу до кращих ресурсів: фінансових, інформаційних, людських тощо;

- прагнення адміністрації зробити освітній заклад привабливішим для педагогів, таким, що більшою мірою ніж інші дошкільні заклади, здатний забезпечити педагогам стабільність і соціальний захист, задоволеність працею і професійний розвиток;

- стійкий позитивний імідж дає ефект придбання освітнім закладом певної сили, тобто створює запас довіри до всього, що відбувається в стінах закладу, зокрема й до інноваційних процесів.

Метою створення позитивного іміджу ЗДО є підвищення конкурентоздатності, зокрема збільшення зацікавленої в наданні якісних освітніх послуг, цільової аудиторії, залучення інвестицій, налагодження та розширення партнерських зв'язків.

Сформований позитивний імідж допоможе вирішити низку завдань, таких як: збільшення привабливості сучасного закладу дошкільної освіти – у першу чергу для батьків, дітей і персоналу; підвищення ефективності заходів з інформування населення про нові освітні послуги; полегшення впровадження нових освітніх послуг; підвищення рівня організаційної культури ЗДО; поліпшення соціально-психологічного мікроклімату у педагогічному колективі закладу.

Зростаюче значення у формуванні іміджу здобуває розвиток внутрішніх комунікацій й, насамперед, відносини з персоналом, що визначає більшість параметрів іміджу організації: це й підвищення мотивації праці працівників, кваліфікації, демократичність у керуванні, розвиток зворотного зв'язку

керівництва, у тому числі й через анкетування, уміння діяти в різних кризових ситуаціях тощо.

Різні аспекти іміджу організацій досліджуються зарубіжними і вітчизняними вченими, а саме: структура іміджу організацій і освітніх установ та технологія їх формування (Л. Браун, Л. Даниленко, М. Піскунов, Г. Почепцов, М. Самохін та ін.); професійна компетентність педагога (Г. Беленька, С. Іванова, А. Марченко, Л. Мітіна, В. Пелагейченко та ін.); культура мовлення педагога (Н. Бабич, З. Єрмакова, О. Корніяка та ін.); соціально-психологічний клімат у колективі (О. Гура, Т. Гура, І. Зимня, М. Моляко, Н. Клуніченко, Т. Чусова та ін.); візуальний та середовищний імідж освітньої установи (Л. Загородня, Г. Ковальов, Ю. Панюкова та ін.).

Проте, в цілому, проблема іміджу освітнього закладу, зокрема закладу дошкільної освіти, розроблена недостатньо. Відсутнє чітке визначення складників іміджу закладу дошкільної освіти, не визначені суб'єкти і об'єкти його формування, критерії й показники ефективності цього процесу.

Недостатня наукова розробка питань структури іміджу освітнього закладу, прийомів і методів дії на його соціальне оточення у процесі створення іміджу, умов і чинників, що впливають на ефективне формування іміджу, зумовили проблему нашого дослідження. Разом із тим у науковій літературі недостатньо розглянуто проблему теоретичного обґрунтування й апробації на практиці технології створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти. Саме це зумовило вибір теми нашої магістерської роботи: «Педагогічні умови формування іміджу колективу дошкільного навчального закладу».

Мета: теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити педагогічні умови формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Об'єкт: формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Предмет: педагогічні умови формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Гіпотеза: створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти буде ефективним, якщо реалізувати комплекс педагогічних умов:

- забезпечення кожного вихователя знаннями про оцінку наявного образу педагогічного колективу, який склався у свідомості цільової аудиторії;

- формування мотивації членів педагогічного колективу до цілеспрямованого створення його позитивного образу в свідомості цільової аудиторії;

- розробки й апробації системи роботи, побудованої на інтерактивних технологіях, з педагогічним колективом ЗДО щодо підвищення рівня іміджотвірних знань і вмінь його членів;

- здійснення систематичного моніторингу і коректування іміджу колективу.

Завдання дослідження:

1. Здійснити аналіз психолого-педагогічних досліджень з проблеми іміджу ЗДО і педагогічного колективу.

2. Дослідити стан сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти в експериментальних ЗДО.

3. Розробити систему роботи з педагогічним колективом ЗДО щодо розвитку і корекції його професійного іміджу та апробувати її.

4. Розробити методичні рекомендації для педагогів ЗДО щодо підвищення ефективності роботи з формування, розвитку та корекції позитивного іміджу колективу.

Методи: Для вирішення поставлених завдань і перевірки гіпотези використано комплекс наукових методів дослідження.

1. Теоретичні методи дослідження: аналіз, систематизація, узагальнення літератури з проблеми дослідження; вивчення досвіду роботи педагогів.

2. Емпіричні методи дослідження: бесіди, анкетування, спостереження; порівняння; педагогічний експеримент; обробка даних досліджень.

База: заклад дошкільної освіти №48 «Гніздечко», заклад дошкільної освіти №11 «Горобинка». Загальна кількість педагогів, що брала участь у дослідженні – 40; у педагогічному експерименті – 20.

Наукова новизна дослідження полягає у виокремленні педагогічних умов формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти, розробці критеріїв та показників сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО.

Практичне значення одержаних результатів: розроблена система роботи, побудована на інтерактивних технологіях, з педагогічним колективом ЗДО щодо підвищення рівня іміджотвірних знань і вмінь його членів; методичні рекомендації для вихователів щодо розвитку й корекції іміджу педагогічного колективу ЗДО.

Перевірена система роботи і методичні рекомендації можуть бути використані у практиці роботи закладів дошкільної і вищої освіти, у процесі післядипломної підготовки та перепідготовки педагогічних кадрів для дошкільної ланки.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (72 найменування) та додатків. Робота містить 16 таблиць, 7 рисунків.

Розділ 1. Теоретичні засади створення іміджу колективу закладу дошкільної освіти

1.1. Сутність і структура поняття «імідж колективу закладу дошкільної освіти»

Сучасне суспільство вимагає від дошкільної освіти неабиякого динамізму та оновлення. Все більшого значення у формуванні іміджу набувають відносини з персоналом, що визначають більшість параметрів іміджу ЗДО: це й підвищення мотивації праці, кваліфікації працівників колективу, забезпечення демократичності у керуванні, розвиток зворотного зв'язку керівництва з підлеглими тощо.

Більшість керівників освітніх установ стурбовані насамперед підвищенням сьогоденного благополуччя, ніж стратегічною ціллю розвитку організації. Тому не завжди можна побачити чітку, цілеспрямовану, комплексну роботу керівників зі створення стійкого позитивного іміджу дошкільної установи, котра є величезним резервом у підвищенні конкурентоздатності, занятті гідного місця в рейтингу кращих закладів дошкільної освіти .

Імідж закладу дошкільної освіти неоднозначне поняття в сучасній іміджології. Він складається з уявлень про якість освітніх послуг, взаємин між вихователями, вихованцями та їх батьками, кадрового потенціалу та стану матеріальної, методичної й навчально-виховної бази. Таким чином, формується внутрішня й зовнішня аудиторія іміджу ЗДО. Внутрішня аудиторія містить у собі співробітників дошкільної установи. Зовнішня аудиторія складається зі споживачів, тобто дітей, їх батьків й навколишніх структур [26].

Однак, у цей час імідж державних закладів дошкільної освіти у свідомості суспільства залишається поза конкуренцією в порівнянні з недержавними, незважаючи на те, що якість навчання в багатьох недержавних закладах

дошкільної освіти не нижче рівня державних. У цьому плані корисними є дослідження іміджу закладів дошкільної освіти у свідомості вихованців, що навчаються у державних та недержавних закладах [14].

Кожен директор і його педагогічний колектив мріють, щоб на закладі дошкільної освіти лежав відбиток яскравої індивідуальності, щоб він виділявся серед інших, викликав бажання влаштуватися на роботу або влаштувати свою дитину саме в цю дошкільну установу. Позитивний імідж закладу дошкільної освіти можна розглядати як додатковий ресурс управління, ресурс розвитку організації управління. У педагогіці й практиці управління закладом дошкільної освіти відомий досвід навчальних закладів по створенню іміджу освітньої установи. Турбота про високу репутацію закладів дошкільної освіти, формування її традицій, створення привабливого образу педагога – це і є робота над іміджом.

Невід’ємним атрибутом будь-якої іміджевої системи є структура.

За М. Піскуновим структура іміджу організації включає вісім компонентів:

1. Імідж товару або послуги – уявлення людей щодо унікальних характеристик, які, на їхню думку, має товар.
2. Імідж споживачів товару – уявлення про стиль життя, суспільний статус і характер споживачів.
3. Внутрішній імідж організації – уявлення персоналу про комфортність і надійність своєї організації.
4. Імідж засновника і/або основних керівників організації – уявлення про наміри, мотиви, здібності, установки, ціннісні орієнтації і психологічні характеристики засновника або керівників.
5. Імідж персоналу – збірний узагальнений образ персоналу, що розкриває найбільш характерні для нього риси: професійна компетентність, культура та соціально-демографічні й фізичні дані.
6. Візуальний імідж організації – уявлення про організацію, субстратом яких є зорові відчуття, що фіксують інформацію про інтер’єр і

екстер'єр офісу, торгові і демонстраційні зали, зовнішній вигляд персоналу, а також фірмову символіку (елементи фірмового стилю).

7. Соціальний імідж організації – уявлення широкої громадськості про соціальні цілі і ролі організації в економічному, соціальному і культурному житті суспільства.

8. Бізнес-імідж організації – уявлення про організацію як суб'єкт ділової активності. В якості складників бізнес-іміджу організації виступає ділова репутація, відомі випускники докторантури, аспірантури, інноваційні технології, розмаїтість факультетів, нові спеціальності тощо [8].

Виходячи з теми дослідження, більш докладно розкриємо один із складників іміджу освітнього закладу – імідж персоналу, а саме – імідж педагогічного колективу.

М. Піскунов вважає, що для іміджу педагогічного колективу характерні такі риси:

- професійна компетентність: мобільність, акуратність у виконанні посадових обов'язків, точність виконання роботи, поінформованість, висококваліфікована професійна підготовка;

- культура: комунікабельність (привітність у спілкуванні, усмішливість), культура мовлення і спілкування, соціально-психологічні характеристики вихователів;

- соціально-демографічні й фізичні дані: вік, стать, освіта, зовнішній вигляд [3].

Компетентність – слово іншомовного походження – латинське «competentio», що, в свою чергу, бере початок від слова «competo», що означає: досягаю, відповідаю, підходжу.

Згідно з визначенням Міжнародного департаменту стандартів з навчання, досягнення та освіти (International Board of Standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI)) поняття компетентності людини визначається як спроможність кваліфіковано виконувати діяльність, завдання або роботу. Компетентності передбачають сукупність у людини знань, навичок та

ставлень, що надають особистості змогу ефективно здійснювати діяльність або виконувати певні функції, що відповідають визначеним стандартам у сфері певної професії або виді діяльності [9].

Так, І. Зязюн підкреслював, що, крім знань і умінь, педагогові необхідні певні особистісні якості, адже він сам є засобом впливу на учня. Крім того, формування підростаючої особистості значним чином залежить від спрямованості педагога, його поведінки, що безпосередньо впливає на дитину, віддзеркалюючись у її підсвідомості [27].

В. Пелагейченко, враховуючи думку О. Маркової, вважає, що професійно компетентний педагог це той, який успішно розв'язує завдання навчання й виховання, готує для суспільства випускника з бажаними психологічними якостями; задоволений професією; досягає бажаних результатів у розвитку особистості учнів; має й усвідомлює перспективу свого професійного розвитку; відкритий для постійного професійного навчання; збагачує досвід професії завдяки особистому творчому внеску; соціально активний у суспільстві; відданий педагогічній професії, прагне підтримувати навіть у складних умовах її честь і гідність, професійну етику; готовий до якісної та кількісної оцінки своєї праці, уміє сам це робити [35].

На думку С. Іванової, професійна компетентність – це здатність фахівця від моменту початку своєї професійної діяльності на рівні визначеного державою певного стандарту відповідати суспільним вимогам професії шляхом ефективною професійною діяльністю та демонструвати належні особисті якості, мобілізуючи для цього відповідні знання, вміння, навички, емоції, ґрунтуючись на власній внутрішній мотивації, ставленнях, моральних і етичних цінностях та досвіді, усвідомлюючи обмеження у своїх знаннях і вміннях та акумулюючи інші ресурси для їх компенсації [33].

Наступним компонентом іміджу колективу за М. Піскуновим є культура, зокрема культура мовлення і спілкування. Культура мовлення є обов'язковим елементом загальної культури людини. Не випадково вважається, що мовлення людини – її візитна картка, оскільки від того, наскільки грамотно

людина висловлює свої думки, залежить її успіх не лише у повсякденному спілкуванні, але й у професійній діяльності. Особливо актуальне це твердження щодо мовлення педагога, який працює з дітьми дошкільного віку.

Культуру мовлення сьогодні трактують у трьох значеннях: 1) ознаки і властивості, сукупність і система яких говорять про комунікативну досконалість; 2) сукупність навичок і знань людини, які забезпечують цілісне і просте застосування мови з метою спілкування; 3) галузь лінгвістичних знань про культуру мовлення як сукупності і системи її комунікативних якостей [4].

Педагогічна ефективність мовлення вихователя багато в чому залежить від рівня володіння мовою, вміння здійснювати правильний вибір мовних засобів. Педагогічна ефективність комунікативної поведінки вихователя залежить передусім від того, який стиль спілкування з дітьми взагалі йому притаманний, які в нього установки на взаємодію з дітьми, якою мірою він відчуває психологічні особливості ситуації мовлення.

Професійне спілкування вихователя закладу дошкільної освіти має діалогічний характер. Воно передбачає взаємодію з адміністрацією ЗДО та колегами, щоденне спілкування з дітьми та батьками. Різний соціально-мовленнєвий статус партнерів спілкування потребує використання різних мовленнєвих засобів, зміни власної мовленнєвої поведінки.

Професійне мовлення педагога повинно відповідати вимогам культури мовлення. Це важливий показник рівня його інтелігентності та освіченості. Педагог має доносити інформацію не тільки словом, але й інтонацією, темпом мови, паузою. Мовлення, як найактивніший засіб міжособистісного впливу, повинне відповідати якісним характеристикам.

Також важливою для створення іміджу професіонала є комунікативність вихователя.

Комунікативність (лат. *communicatio* зв'язок, повідомлення) – сукупність істотних, відносно стійких властивостей особистості, що сприяють успішному прийому, розумінню, засвоєнню, використанню й передаванню інформації [23].

Комунікативність вихователя формується під впливом багатьох чинників, серед яких переважають професійно-особистісні (сукупність професійних і особистісних якостей, яка утворюється внаслідок трансформації професійно важливих знань, вимог і вмінь в особистісно значущі для вихователя та виявляється у більш ефективній педагогічній діяльності).

Суттєвими є і такі важливі особистісні якості вихователя, як активність (участь у громадській, педагогічній, комунікативній діяльності), дисциплінованість (здатність керувати своєю поведінкою і діяльністю відповідно до суспільних вимог), організованість (активна навчальна і комунікативна діяльність, цілеспрямований, планомірний педагогічний вплив на учнів) тощо [72].

Манера поведінки та спілкування повною мірою характеризує внутрішній світ людини, її культуру, моральні та естетичні еталони. Поведінка вихователя має бути адекватною ситуації, зваженою, позитивно орієнтованою, діловою, довірливою. Також слід розглянути такі складники як постава, рухи, посмішка, стиль взаємодії з оточуючими. Постава педагога свідчить про його внутрішній стан і тому для неї має бути характерною прямота, впевненість, стриманість в рухах та відкритість. Засобом налагодження стосунків виступає посмішка. Вона наче сигналізує співрозмовникам: «Я – Ваш друг, однопумець, з важливих для Вас питань, справ». Добрий, приємний вигляд обличчя, легка усмішка мимоволі притягують людей. З усміхненими людьми легше спілкуватися, встановлювати взаємодію. Щодо взаємодії, то у поведінці вихователя може бути присутнім і певний авторитаризм, якщо він виправданий ситуацією.

Одним із компонентів іміджу колективу, емоційним показником взаємовідносин її членів є соціально-психологічний клімат(СПК). Проблему соціально-психологічного клімату в колективі досліджували В. Безлюдна, М. Боровко, О. Винославська, Н. Клуніченко, М. Молочко та інші.

Формування сприятливого соціально-психологічного клімату у педагогічному колективі є одним із головних завдань закладу дошкільної

освіти. Це пояснюється його впливом як на професійну діяльність педагогів, так і ефективність освітнього процесу в цілому.

Соціально-психологічний клімат (від грецького слова klima (klimatos) - уклін) – сторона міжособистісних відносин, яка виявляється у вигляді сукупності психологічних умов, які сприяють або суперечать продуктивній суспільній діяльності і всебічному розвитку особистості в колективі [7]. Соціально-психологічний клімат – це відносно стійкий психологічний настрій його членів, що проявляється у всіх різноманітних формах їхньої діяльності [6].

На соціально-психологічний клімат у педколективі впливають зміст праці та ступінь задоволеності людей нею; умови праці й побуту та задоволеність ними; міжособистісні стосунки; стиль керівництва, особистість керівника.

І. Зимня за змістом і спрямуванням соціально-психологічний клімат у педагогічному колективі поділяє на такі типи: сприятливий тип, несприятливий тип, нейтральний тип.

Сприятливий тип. Його характеризують: довіра, доброзичливість, чуйність, висока взаємовимогливість і ділова критика; вільне висловлювання власної думки під час обговорення питань, що стосуються колективу; відсутність тиску керівника на підлеглих і визнання за ними права приймати важливі для колективу рішення; поінформованість усіх про завдання колективу і стан їх виконання, можливість займати активну позицію у процесі ділового спілкування в колективі; наявність умов для активної професійної і творчої діяльності, самореалізації, самоствердження, саморозвитку кожного працівника; задоволення роботою (змістом, оплатою, організацією праці) та належністю саме до цього колективу; взаємодопомога членів колективу в критичних ситуаціях; прийняття індивідами на себе відповідальності за справи у колективі; уболівання за честь колективу, сприяння його розвитку.

Педагоги, об'єднані в колектив, де панує здоровий (сприятливий) соціально-психологічний клімат, не просто дотримуються моральних норм, а прагнуть до того, щоб у кожного педагога вони ставали внутрішніми

переконаннями. У колективі, де розумно поєднано свободу діяльності з дисципліною, творчу активність з підпорядкуванням, можливі свідоме підпорядкування волі більшості, вільне прийняття її вимог. Тільки в атмосфері взаєморозуміння педагог відчувається впевнено, максимально використовує свій потенціал. Під впливом доброзичливої колективної взаємодії відбуваються глибокі якісні зміни в духовному світі педагога, формуються правильне розуміння громадського обов'язку, об'єктивна самооцінка вчинків з позицій суспільно значущих інтересів.

Несприятливий тип. У колективах із таким кліматом домінують байдуже ставлення людей одне до одного і до спільних справ. Кожен працівник існує ніби ізольовано, у своєму світі, що є причиною невисоких результатів роботи, незадовільної дисципліни, напруженості в особистих стосунках, конфліктності, бажання змінити місце роботи тощо.

Нейтральний тип. Клімат характеризується збалансованістю суб'єктивних та об'єктивних ознак, однак він нестійкий і будь-коли може зазнати змін [43].

Зважаючи на складність педагогічних колективів, неоднорідність процесів, що відбуваються в ньому, керівники освітніх установ повинні знати психологічні особливості, соціальні позиції, ролі працівників, специфіку мотивації їхньої діяльності та поведінки, уміти діагностувати психологічні характеристики колективу, який очолюють, прогнозувати розвиток психологічного клімату в ньому тощо.

Показниками здорової соціально-психологічної атмосфери в педагогічному колективі, на думку Т. Чусової, є:

1. Згуртованість та організованість. Згуртувати педагогічний колектив означає не «вишикувати всіх», обмежити свободу особистості, а забезпечити простір для максимальної реалізації творчого начала кожного, не руйнуючи методичної концепції навчального закладу.

2. Єдність офіційної і неофіційної сфер спілкування. Чим вища вона, тим ефективніше соціально-психологічна атмосфера в колективі впливає на досягнення педагогічних цілей [68].

Офіційно організоване, формальне спілкування (педагогічні наради, методичні об'єднання, збори) здебільшого стосується виробничої сфери. Виникає воно за необхідності обміну думками щодо поточних і перспективних навчально-виховних ситуацій.

Неформальне спілкування певною мірою залежить від професійного, хоча є відносно самостійним. Товариські стосунки, співробітництво і взаємодопомога формують у ЗДО сприятливий для самореалізації розвитку особистості соціально-психологічний клімат. Недоброзичливість, що проявляється у конфліктах, унеможлиблює реалізацію єдиної педагогічної лінії. Тому офіційна і неофіційна сфери спілкування в педколективі не можуть існувати відокремлено.

3. Мажорний життєстверджуючий настрій у колективі. Він залежить від оптимістичного самопочуття, злагоди, успішної роботи, а також від зовнішніх умов (пригнічений чи життєрадісний колега, доброзичливе чи недружелюбне слово тощо).

4. Атмосфера колективної турботи в педагогічному колективі, взаємоповаги й підтримки, узгодженої взаємодії. Товариські ділові взаємовідносини залежать від оптимального співвідношення особистих і колективних інтересів. Спільна професійна діяльність формує єдність професійних інтересів, які неминуче мають певні відмінності. Тому зближення інтересів педагогів є важливим чинником формування здорової соціально-психологічної атмосфери в педколективі [62].

Ще одним вагомим складником іміджу колективу є зовнішній вигляд його членів. Зовнішній вигляд допомагає людині привернути до себе увагу, створити позитивний образ. Психологи зазначають: «Ваш зовнішній вигляд, хода – не тільки ваша особиста справа. Це ще й показник ваших вольових якостей, уміння орієнтувати своє життя, розробити власні принципи поведінки

і суворо дотримуватись їх, що особливо важливо для ділової людини. У вашого керівника і інших вихователів може виникнути підозра, що якщо ви не в змозі завжди бути в формі, то й не зумієте гідно вийти зі складної ситуації чи оперативно прийняти правильне і чітке рішення. По вашій некомпетентності в дрібницях більш досвідчений партнер може вважати, що ви не знаєте правил, що з вами можна не церемонитись» [11].

Одяг сучасного педагога може бути яскравим, стильним, елегантним, простим. Головне, одяг має бути зручним та доречним. Адже робота вихователя це постійні рухи: демонстрування наочностей, ходіння між столами, допомога дітям з одяганням та багато іншого. Тому педагог має звернути особливу увагу на зручність одягу та взуття, доречність, гармонійність, естетичність прикрас, помірність у їх використанні. Стильно вдягнений педагог з охайною зачіскою, усміхнений створює свій позитивний візуальний імідж. Слід завжди пам'ятати, що діти вчать у дорослих і, перш за все, в улюбленого вихователя як правильно одягатися, ходити, які рухи робити, у якому порядку утримувати своє робоче місце.

Важливим складником іміджу сучасного дошкільного закладу є середовищний імідж. Просторово-предметний компонент освітнього середовища включає в себе просторові умови та предметні засоби, сукупність яких забезпечує можливість необхідних просторових дій і поведінки суб'єктів освітнього середовища.

Г. Ковальов і Ю. Панюкова наводять такі принципи організації просторово-предметного компонента освітнього середовища, які можуть бути визначені як оптимальні: принцип розмаїтості та складності, який передбачає створення можливостей просторового та предметного вибору усіма учасниками освітнього процесу; принцип зв'язності різних функціональних зон, який означає наявність можливостей багатофункціонального використання елементів просторового середовища, створення цілісного простору; принцип гнучкості й керованості середовища, котрий припускає наявність можливостей для функціональних змін різних предметів залежно від

умов освітнього процесу; принцип організації середовища як носія символічного повідомлення, який пов'язаний з наданням додаткової актуальної інформації учасникам освітнього процесу, що підвищує їх можливості управління цим середовищем; принцип персоналізації середовища, який забезпечує суб'єктам освітнього процесу можливість задоволення потреби у персоналізованому просторі; принцип автономності середовища, який забезпечує для всіх учасників освітнього процесу можливість життєдіяльності в найбільш сприятливому для них ритмі, відповідному віковим, статевим та іншим особливостям.

Отже, великого значення у формуванні іміджу закладу дошкільної освіти набуває імідж персоналу, а саме імідж педагогічного колективу. Аналіз низки досліджень, присвячених іміджу освітніх установ та їх компонентів, дозволив нам виокремити такі складники іміджу колективу ЗДО: професійна компетентність вихователя, соціально-психологічний клімат в педагогічному колективі, культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування вихователя, зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователя.

1.2. Засоби та методи формування педагогічного іміджу колективу закладу дошкільної освіти

На сьогоднішній день важливо усвідомлювати, що до освітніх установ висуваються нові вимоги і важливу роль при цьому відіграє репутація, імідж закладу дошкільної освіти. Для створення позитивного іміджу важливі всі аспекти діяльності. Імідж – явище корпоративне, і його результат визначають всі члени колективу. Тому кожен співробітник розуміє і розділяє відповідальність за реалізацію окремих складників іміджу, що знаходяться в його компетенції.

Формування іміджу колективу освітньої установи може йти двома шляхами: стихійно (спонтанно) або цілеспрямовано. У першому випадку це природний процес, що проходить без зовнішнього тиску, одним із результатів якого є становлення людини як індивідуальності. Другий шлях передбачає активне формування.

Процес штучного формування іміджу пов'язаний із проведенням спеціальних заходів і процедур індивідуальної та організаційної роботи і вимагає ретельного аналізу внутрішніх умов життєдіяльності організації.

Дослідниця проблеми іміджу школи І. Зуєвська, пропонує виділити 3 етапи формування і утвердження іміджу освітнього закладу:

1-й етап – початок цілеспрямованої роботи зі створення іміджу сучасного закладу освіти;

2-й етап – активне створення іміджу;

3-й етап – підтримка, корекція й оновлення створеного іміджу, що призводить або до відмирання, або до чергового інноваційного витка [29].

Вочевидь, що кожному етапу повинна відповідати своя іміджева політика освітньої установи, як зовнішня, так і внутрішня. Зовнішній позитивний імідж – це узгодженість усіх елементів комунікації навчального закладу, передає основну ідею, що викликає сприятливий відгук, який збільшує ступінь довіри оточення, а внутрішній імідж – це позитивний мікроклімат у колективі.

О. Доманова, К. Ярець виділяють такі етапи формування іміджу ЗДО:

1-й – аналіз зовнішнього середовища; виділення цільової групи, до якої буде звернений імідж закладу;

2-й етап – аналіз зовнішніх ресурсів; визначення завдань та їх класифікація (змістові, організаційно-результативні тощо); урахування мотивації учасників проекту зі створення іміджу закладу;

3-й етап – виявлення співвідношення між складниками іміджу (науковий, освітній, суспільний) та визначення принципів формування іміджу;

4-й етап – розробка технології формування кожного складника іміджу та аналіз відповідності отриманого іміджу очікуваному результату [24].

Аналіз досліджень Л. Даниленко, М. Піскунова, М. Самохіна, досвіду роботи ЗДО дозволяє виокремити такі етапи створення іміджу установи:

1-й – виявлення соціальних груп зацікавлених у наданні освітніх послуг;

2-й – виявлення актуальних проблем і очікувань аудиторії;

3-й – конструювання іміджу освітнього закладу, розробка стратегії, безпосереднє формування іміджу закладу дошкільної освіти;

4-й – контроль проміжних результатів, коригування іміджу;

5-й – моніторинг сформованості іміджу закладу дошкільної освіти.

У літературі з освітнього менеджменту подано такі основні етапи формування іміджу:

- аналіз зовнішнього середовища;

- з'ясування цільової групи, до якої буде звернено імідж;

- аналіз внутрішніх ресурсів;

- визначення завдань та їх класифікація (змістовні, організаційно-результативні тощо);

- мотивація учасників проекту;

- рольовий розподіл (хто і чим буде займатися);

- виявлення співвідношення між складниками іміджу: освітній, громадський імідж тощо;

- визначення принципів формування іміджу;

- розробка технології формування кожної складової іміджу;
- аналіз відповідності отриманого іміджу бажаним результатам.

Узагальнивши усі класифікації етапів створення іміджу установи можна виділити 4 основні: 1) формування, 2) утвердження на певних позиціях; 3) інноваційна діяльність, 4) трансформація, що призводить або до відмирання, або до чергового інноваційного витка.

С. Сушко виділяє такі напрями формування позитивного іміджу освітньої установи:

1) «внутрішній» – у процесі формування творчого середовища та соціально-психологічного клімату в колективі, а саме:

- обґрунтування та впровадження інноваційних підходів до діяльності членів адміністрації, вихователів, дітей (конкурси, презентації тощо);
- формування творчої «управлінської команди», налагодження оптимальних міжособистісних стосунків у колективі, становлення «духу» освітнього закладу тощо.

2) «зовнішній» – у взаємодії закладу освіти із соціальним середовищем у місті, районі, області:

- розробка символіки, атрибутики, єдиних елементів у формі одягу, бланків, візитівок, прес-релізів;
- оформлення приміщення, підготовка ділових паперів, інформаційних проектів, буклетів,
- презентацій навчального закладу;
- розробка проекту його розвитку [59].

У практиці іміджбилдінгу використовують багато засобів. Найбільш прийнятними, доступними і поширеними у створенні іміджу ЗДО є: SWOT-аналіз, SMART-аналіз, PEST-аналіз, Publik Relations, пабліситі, реклама, створення бренду ЗДО і керівника тощо. Зупинимось на характеристиці деяких засобів.

Для того щоб чітко сформулювати мету створення і коректування позитивного іміджу дошкільного закладу, ураховуючи внутрішні і зовнішні

чинники доцільно використати SWOT-аналіз. SWOT – це абrevіатурне скорочення виразу, яке в перекладі з англійської мови означає: S – strength – сила (сильні сторони), W – weakness – слабкість (слабкі сторони), O – opportunities – можливості, T – threats – труднощі, загрози.

Як правило, SWOT-аналіз проводить робоча група. При цьому вона просувається такими етапами стратегічного планування:

1-й – провести реальний соціально-економічний аналіз;

2-й – сформулювати цілі й завдання розвитку закладу, зокрема коректування іміджу установи;

3-й – спроектувати майбутнє ЗДО, передбачити ефективність окремих проєктів, їхню привабливість відповідно до запитів аудиторії і можливостей закладу (матеріальна спроможність, рівень майстерності колективу).

Мета SWOT-аналізу – виявити і визначити шляхи розвитку сильних сторін, визначити спроможність успішного використання існуючих і створення нових можливостей, урахувати наявні слабкі місця, щоб зменшити їх вплив на розвиток іміджу установи, і нейтралізувати загрози.

Сильні сторони. До них відносять види і напрями найуспішнішого й найперспективнішого розвитку ЗДО, а також умови його діяльності на ринку освітніх послуг. Наприклад: конкурентоспроможність якості послуг, кваліфікація педагогів, наявність і вплив на можливості розвитку ЗДО наукових закладів, маркетингова інформація/розвідка, професійні навички педагогів, заробітна плата, премії, навчання і розвиток персоналу, мотивація педагогів, умови праці людей, стабільність кадрів, команда однодумців, використання інновацій, інформаційних технологій, тривале перебування на ринку освітніх послуг, сильна транспортна прив'язка, близькість до районного методичного кабінету тощо.

PublikRelations – це зв'язок із громадськістю, технології створення і впровадження у соціально-економічні системи конкурентоспроможного образу певного об'єкта (послуги, товару, фірми, брэнда, особистості) з метою закріплення цього образу на ринку як необхідного і одного з найкращих.

Часто поняття іміджмейкінг ототожнюють з поняттям PublicRelations.

Виокремлюють два види піару: внутрішній і зовнішній.

Прикладом піару є батьківські збори, робота з мешканцями мікрорайону, зі спонсорами, благодійниками. PR в освіті – це спроба задовольнити інтерес до закладу дошкільної освіти і його освітніх послуг шляхом передачі наявної інформації через різні канали, в основному, на безкоштовній основі.

Пабліситі. Можна розглядати як певні дії, спрямовані на привернення уваги громадськості шляхом безоплатного висвітлення інформації про заклад дошкільної освіти за допомогою засобів масової інформації. Для цього розсилаються прес-релізи, що містять цікаву для цільової аудиторії інформацію, на значущі заходи запрошуються телевізійники, журналісти.

Проводити пабліситі доречно у дні свят. Налагодити контакти із засобами масової інформації – це одне із завдань керівництва закладу. Контакт із ЗМІ потребує від керівників:

- спілкування із журналістами;
- написання статей, прес-релізів;
- участь в інтерв'ю;
- запрошення представників ЗМІ на презентації, семінари тощо.

Одним із засобів пабліситі є створення веб-сайту освітнього закладу, на якому висвітлювати діяльність освітньої установи.

Реклама – це сукупність цілеспрямованих інформаційних контактів із зовнішнім світом, спрямованих на створення та підтримку іміджу..

В основі будь-якого рекламного тексту лежить акт специфічної комунікації, що є передачею «рекламного повідомлення» від адресата до реципієнта за допомогою систематизованих мовних і немовних засобів. Зміст рекламного повідомлення визначається особливою установкою, яка полягає у зміні чи формуванні у реципієнта думки з тим, щоб він прийняв рішення про купівлю рекламованого продукту, а потім відповідно діяв. Кінцевою метою реклами є управління діяльністю людей, а передача повідомлення – лише окремий засіб її досягнення. Реклама відрізняється від пабліситі. Пабліситі –

це здебільшого безкоштовний і стихійний вид послуг, тоді як реклама потребує попереднього платного замовлення, розміщення, просування.

Бренд освітнього закладу та його керівника. У результаті всіх заходів з PR, публіситі, реклами формується бренд освітнього закладу.

Бренд – комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, організацію, зокрема освітній заклад, про особистість. Це відтворення в уяві споживача усієї сприйнятої ним інформації про певний об'єкт.

Брендинг – створення певного бренда, потребує постійної інформаційної та іміджевої підтримки.

Для того, щоб створити бренд ЗДО, керівники мають проводити опитування батьків, цікавитися громадською думкою у цілому, проводити спеціальні заходи для просування своїх освітніх послуг. Створення бренда базується на сприйнятті освітнього закладу громадськістю, адже саме вона робить висновок щодо діяльності установи. І якщо ця діяльність задовольняє споживачів, то створений бренд ЗДО чіткіше закарбовується у свідомості і набуває рис, що вирізняють його з-поміж інших і, у свою чергу, сприяють його популярності. Якщо громадськість розуміє важливість діяльності освітнього закладу, то бренд набуває такої характеристики як значущість.

Основними методами формування іміджу ЗДО є: ефективні піар-заходи (дні відкритих дверей, презентації і виставки освітніх послуг, публікації в ЗМІ і т. д.); благоустрій будівлі та території ДНЗ, підвищення педагогічної культури педколективу і всього персоналу. Таким чином, можна виділити основні етапи формування іміджу сучасного дошкільного навчального закладу нового типу. Таке формування починається з аналізу зовнішнього середовища; виділення цільової групи, до якої буде звернений імідж закладу. Другим етапом аналізуються зовнішні ресурси; визначаються завдання та їх класифікація (змістові, організаційно-результативні тощо). Потім враховується мотивація учасників проекту. На наступному етапі виявляється співвідношення між складовими іміджу (науковий, освітній, суспільний) та

визначаються принципи формування іміджу. Розробка технології формування кожної складової іміджу та аналіз відповідності отриманого іміджу очікуваному результату є завершальними етапами формування іміджу сучасного закладу дошкільної освіти.

Отже, для формування позитивного іміджу ЗДО колектив і його директор повинні:

- сформулювати: чітко визначені пріоритети; філософію освітнього закладу, своє бачення майбутнього – візію і місію;

- сформувати унікальні системи: цінностей, звичаїв, традицій, стилів поведінки; якісних освітніх послуг; освітньої роботи, що розвиває творчі здібності дітей, вдосконалює їхні психічні функції, формує здоровий спосіб життя; взаємозв'язку із закладами охорони здоров'я, додаткової освіти, різними соціальними інститутами; цільової подачі інформації споживачам про свій потенціал, успіхи і майбутні освітні послуги, неодмінною складовою якої мають стати яскраві, впізнавані оновлювані інформаційні матеріали, призначені для зовнішнього представлення.

Для створення позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти необхідно використовувати ефективні засоби та методи, що дозволить активізувати діяльність вихователів, поповнити та систематизувати знання, формувати вміння практично розвивати та коректувати імідж педагогічного колективу ЗДО.

У створенні, розвитку й корекції іміджу закладу, й педагогічного колективу зокрема, чільне місце займають методи вдосконалення іміджотвірної компетентності вихователів. Представимо характеристику деяких сучасних методів.

Самоосвіта педагога – це самостійна пізнавальна діяльність педагога, спрямована на оновлення і вдосконалення наявних загальнокультурних та професійних знань з метою досягнення бажаного рівня професійної компетентності.

Завдяки самоосвіті вихователь реалізовує власні пізнавальні інтереси, задовольняє пізнавальні потреби, розвиває інтелектуальні здібності.

Самоосвітні запити формуються в процесі безпосереднього зіткнення з педагогічними проблемами й поділяються, залежно від характеру, на освітні (стосовно змісту окремих розділів і тем навчальних дисциплін), методичні (щодо методики викладання фахових дисциплін), психолого-педагогічні (щодо психологічних і загально-педагогічних закономірностей і особливостей) та особисті (стосовно специфічних освітніх інтересів кожного окремого педагога). Важливою є збалансованість професійно-педагогічної самоосвіти за усіма названими напрямками.

Професійно-педагогічний самоменеджмент (самоорганізація, самоуправління) – це специфічна активність педагога, що ґрунтується на технологіях ефективного використання часу та цілеспрямованої регуляції поведінки і дій, спрямована на організацію власної діяльності в різних сферах життєдіяльності і розвитку. Він виступає важливим механізмом самовдосконалення, який забезпечує ефективну організацію усіх форм і етапів роботи вихователя над собою.

Процес самоменеджменту в аспекті послідовності виконання конкретних функцій охоплює шість фаз (Л. Зайверт):

- постановка мети – аналіз і формування особистих цілей;
- планування – розробка планів і альтернативних варіантів своєї діяльності;
- прийняття рішень щодо конкретних справ;
- організація та реалізація – складання розпорядку дня й організація особистого трудового процесу з метою реалізації поставлених завдань;
- контроль – самоконтроль і контроль підсумків (у разі потреби – коригування цілей);
- інформація і комунікації – фаза, властива певною мірою всім функціям, так як і комунікація, і обмін інформацією необхідні на всіх фазах самоменеджменту [41].

Серед сучасних форм підвищення професійної компетентності вихователів вирізняються: коучинг, нетворкінг, тайм-менеджмент, кайрос-менеджмент, ігри-симуляції, педагогічний плейбек-театр, педагогічний міст, школа педагогічної майстерності, конкурси педагогічної майстерності).

Дослівний переклад слова «коучинг» – «тренерство». Коуч – це тренер, здатний зробити з людини чемпіона, тобто мова йде про виховання переможців. Коуч-менеджмент – це особлива філософія життя, що має свою систему цінностей, коли першорядним є бачення людини з її цінностями, прагненнями, особистими цілями. Методологія коучинга виходить з того, що людина від природи безмежно талановита та володіє великим потенціалом, який не реалізується нею в повній мірі. Коучинг, як стиль менеджменту, спрямований на досягнення організаційних цілей з одночасним забезпеченням максимально можливого розвитку персоналу за обраним напрямом. На особливу увагу заслуговує потенціал коучинга стосовно формування та підсилення мотивації до професійного та духовного зростання, самоусвідомлення та самоорганізації що важливо для виховання конкурентноспроможних фахівців – майбутніх управлінців різних щаблів освіти.

Цілі коучингу в освіті:

- розкриття внутрішнього потенціалу особистості педагога;
- розвиток особистості через делегування відповідальності;
- досягнення високого рівня відповідальності та її усвідомлення у всіх учасників коучингу.

Для досягнення поставлених цілей вирішуються наступні завдання:

- здійснюється діагностика і моніторинг освітнього процесу в ЗДО, що дозволяє враховувати і прогнозувати зміни, які відбуваються в результаті застосування інноваційних програм і технологій;
- створюються умови, спрямовані на ефективну організацію процесу пошуку студентом шляхів досягнення важливих для нього цілей і вибору оптимального темпу просування;

- освоюються інноваційні методики і технології;
- визначаються ключові моменти коучингу.

Методи коучингу:

Метод конкретних ситуацій. Він заснований на ствердженні, що шлях до вдосконалення власних знань можливо прокласти лише через розгляд, вивчення та обговорення конкретних проблемних ситуацій;

Метод емоційного стимулювання. В основі цього методу навчання лежить принцип формування пізнавального інтересу шляхом створення позитивних емоцій до запропонованого виду діяльності, підвищення зацікавленості та мотивації до навчального процесу;

Метод створення ситуації пізнавальної дискусії є дієвим методом активізації навчання, адже в дискусії народжується істина, а пошук істини завжди викликає посилену зацікавленість темою;

«Мозаїка» – метод розподілу обов'язків у педагогічному колективі, коли розподіл здійснюють самі його члени. Такий вид діяльності змушує вихователів самостійно, без допомоги коуча розподіляти обов'язки в колективі та нести за даний розподіл відповідальність;

Метод проектів є методом, що виводить діяльність вихователів студентів на новий професійний рівень.

Нетворкінг – це соціальна професійна діяльність спрямована на те, щоб з допомогою кола друзів і знайомих максимально швидко й ефективно розв'язувати складні життєві та професійні завдання. При цьому сутністю нетворкінгу є вибудовування з людьми довірчих довготривалих відносин, заснованих на взаємодопомозі.

Нетворкінг може бути позитивним і негативним. Позитивний нетворкінг передбачає вміння встановлювати і підтримувати зв'язки на основі спільних інтересів, взаємної користі і взаємодопомоги. В основі негативного нетворкінгу лежить прагматичний підхід до людських стосунків, вибудовування їх за принципом «ти – мені, я – тобі».

Тайм-менеджмент – мистецтво управління часом. Його складники: 1) цілепокладання; 2) поетапне досягнення мети; 3) планування часу; 4) розстановка пріоритетів; 5) делегування; 6) контроль; 7) самоаналіз.

Кайрос-менеджмент – це технологія управління спрямована на розвиток у людини або колективу здатності вбачати користь у будь-якому вмінні, хобі іншої людини, збігу обставин та застосовувати її.

Форми застосування кайрос-менеджменту в ЗДО: 1) створення стінгазети ефективності; 2) виявлення й використання хобі працівників.

Ігрове навчання – це форма навчального процесу в умовних ситуаціях, спрямована на відтворення і засвоєння суспільного досвіду в усіх його проявах: знаннях, навичках, уміннях, емоційно-оцінній діяльності.

Ділові ігри спрямовані на зняття певних практичних проблем, формування навичок виконання конкретних прийомів діяльності.

Види ділових ігор:

Операційні ігри – допомагають відпрацьовувати виконання конкретних специфічних операцій, у них моделюються конкретні ситуації освітнього процесу.

Імітаційні ігри – спрямовані на моделювання конкретних подій, що відбулися у реальності. Ці ігри допомагають знайти ефективніший спосіб розв'язання конфліктів, проблем, які виникають час від часу у їхній педагогічній діяльності.

Симуляції або імітаційні ігри. Імітаціями (імітаційними іграми) називають процедури з виконанням певних простих відомих дій, які відтворюють, імітують будь-які явища навколишньої дійсності. Учасники імітації реагують на конкретну ситуацію в межах заданої програми, чітко виконуючи інструкцію, наприклад, виконуючи дослід. Як правило, ведучий надає під час імітації чіткі поопераційні інструкції. Учасники гри можуть виконувати дії індивідуально або в групах. На закінчення певного виду діяльності всі учасники отримують подібні результати, але вони можуть розрізнитися залежно від індивідуальних особливостей педагога, складу групи,

використаних ресурсів тощо. Дуже важливою процедурою імітації є обговорення отриманих результатів діяльності та усвідомлення учасниками причинно-наслідкових зв'язків, які можна простежити, аналізуючи результати імітації в різних її учасників.

Імітаційні ігри розвивають уяву та навички критичного мислення, сприяють застосуванню на практиці вміння вирішувати проблеми професійної діяльності.

Рольові ігри – дають змогу відпрацювати тактику поведінки, дії конкретної особи в уявлюваній ситуації. Для проведення цих ігор розробляють модель – п'єсу ситуації. Між педагогами розподіляються ролі.

Конкурсні, або навчально-ділові ігри – призначені для перевірки теоретичних знань педагогів з даної теми, відпрацювання навичок їх практичного застосування.

Педагогічний плейбек-театр – форма ситуаційного навчання за якої кожен присутній може розповісти свою історію з професійного життя і побачити як учасники відобразять її в імпровізованому творчому перформансі (виставі).

Педагогічний міст – колективна форма методичної роботи, яку використовують для взаємоознайомлення та обміну найкращим досвідом, поширення інноваційних освітніх технологій, які використовують у своїй роботі два або кілька педагогічних колективів.

Школа педагогічної майстерності – форма покликана створити умови для самореалізації кожного вихователя і сприяння його професійному зростанню.

Конкурс педагогічної майстерності покликаний виявити рівень професійної компетентності, власний особистісний і педагогічний потенціал вихователя.

Серед інтерактивних форм підвищення професійної компетентності вихователів вирізняються: проблемний стіл, методичний ринг, педагогічні турніри, диспути, дискусії, мозковий штурм, круглий стіл, педагогічний аукціон.

Проблемний стіл сприяє розвитку у вихователів прагнення до самоосвіти, розширення й поглиблення знань. Для його проведення заздалегідь готуються питання для обговорення, список рекомендованої літератури, комплектуються творчі мікрогрупи, створюється прес-центр, який після закінчення підбиває підсумки, пропонує рекомендації й випускає методичний бюлетень.

Методичний ринг, або інші варіанти цієї форми роботи («Брейн-ринг», «Що? Де? Коли?», «Щасливий випадок», «Слабкий ланцюжок», тощо). організуються за традиційним сценарієм. Щоб зняти психологічну напругу, попередньо добираються ігрові завдання з різноплановим навантаженням.

Педагогічні турніри потребують попередньої підготовки. Завчасно обираються ведучий та журі. Вихователям повідомляють домашнє завдання. Потім у групах педагоги обирають капітанів та опрацьовують літературу з теми турніру, обмірковують виконання домашнього завдання. Окрім того, передбачають запитання, ситуації, завдання, невідомі команді, які треба буде розв'язати під час турніру (на відміну від КВК, що проводяться за одним сценарієм).

Диспути – усний науковий спір, обговорення якогось питання публічно, перед аудиторією. Як інтерактивну форму роботи використовують, як правило, на педагогічних годинах, де вихователі можуть висловлювати власні, часто суперечливі, ідеї, думки, точки зору.

Дискусія – колективне обговорення якогось складного питання, яке практикується під час проведення педрад та у роботі з батьками. Заздалегідь підбирається література для опрацювання, відповідно до теми, ознайомлюються з нею учасники. Наприкінці дискусії формулюється єдине колективне розв'язання проблеми або рекомендації.

Мозковий штурм сприяє розвитку творчого мислення і в цілому підвищує рівень педагогічної майстерності. Це швидкий, рішучий наступ у грі, мета якого – групове розв'язання проблеми. Цю форму використовують під час обговорення складних проблем. Першочерговим завданням групи є процес

пошуку нових альтернативних варіантів розв'язання проблемної ситуації саме у формі мозкового штурму є найбільш ефективним.

«Круглий стіл» визначається практиками, як одна з ефективних інтерактивних форм, так як до роботи залучаються різні фахівці. Слухачам заздалегідь пропонуються теми повідомлень, що їх коментуватимуть запрошені фахівці; ініціюється активна участь педагогів в обговоренні проблеми. На зустрічі за «круглим столом» виносяться теми, які хвилюють слухачів, які слід розглянути ґрунтовніше. Результативною ця форма роботи є і для проведення батьківських зборів.

Педагогічний аукціон спрямовується на активний обмін новими ідеями, думками, педагогічними знахідками; їх захист або пропаганду. На аукціоні презентують ідею чи проблему, що найбільше хвилює педагогів і щодо вирішення якої існує багато різних думок.

Аналіз вище наведених досліджень з проблеми створення іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти дозволив нам зазначити, що у практиці іміджбилдінгу можна виділити багато засобів. Найбільш прийнятними, доступними і поширеними у створенні іміджу ЗДО і педагогічного колективу зокрема, є: SWOT-аналіз, SMART-аналіз, PEST-аналіз, Public Relations, публіситі, реклама, створення бренду ЗДО і керівника тощо. Для створення позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО використовують широкий спектр інтерактивних технологій. Серед сучасних форм підвищення професійної компетентності вихователів ми вирізнили коучинг, нетворкінг, тайм-менеджмент, кайрос-менеджмент, ігри-симуляції, педагогічний плейбек-театр, педагогічний міст, школа педагогічної майстерності, конкурси педагогічної майстерності, бліц-інтерв'ю, круглий стіл тощо.

Розділ 2. Експериментальна перевірка педагогічних умов формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти

2.1. Стан сформованості іміджу колективу закладу дошкільної освіти

З метою виявлення стану сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти нами був організований і проведений педагогічний експеримент. Експериментальним дослідженням були охоплені 40 педагогів ЗДО № 48 «Гніздечко» та ЗДО № 11 «Горобинка» м.Чернівці. Для проведення дослідження були створені дві групи: контрольна, яка об'єднувала 20 педагогів та експериментальна, до якої увійшли 20 вихователів різних за віком та стажем роботи (Додаток А).

Метою констатувального етапу дослідження було виявлення рівнів сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Для реалізації означеної мети нами була створена програма обстеження, яка складалася з методики обстеження та системи диференціації отриманих результатів за критеріями і показниками.

Аналіз наукової літератури з проблеми іміджу, педагогічного іміджу та іміджу освітнього закладу дозволив нам виділити такі критерії сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО з відповідними показниками: потребово-мотиваційний, пошуково-гностичний, операційно-рефлексивний (Додаток Б).

На основі аналізу складників позитивного іміджу колективу установи ми виділяємо такі компоненти позитивного іміджу колективу ЗДО: професійна компетентність вихователя, соціально-психологічний клімат в педагогічному колективі, культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування вихователя, зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователя.

Відповідно до вищезазначених критеріїв і показників ми виділили високий, середній, низький рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО. Під рівнем сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО ми розуміємо ступінь сформованості основних його показників.

Високий рівень характеризується високим ступенем прояву не менше 89% виділених показників, а саме стійким інтересом вихователів до інформації про імідж педагогічного колективу ЗДО, його структуру, способи побудови і корекції; потребою у створенні позитивного іміджу колективу ЗДО; ґрунтовними знаннями про компоненти позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО і їх сутність, про способи створення, розвитку і трансляції позитивного іміджу педагогічного колективу; уміннями презентації позитивного іміджу педагогічного колективу батькам вихованців та його оцінки; наявністю особистісно-професійних якостей, необхідних для створення позитивного іміджу колективу освітнього закладу, високого рівня культури мовлення та поведінки, привабливого і презентативного зовнішнього вигляду.

Середній рівень характеризується високим ступенем прояву більше половини виділених показників 50-88%, а саме вибіркоким інтересом до інформації про імідж педагогічного колективу ЗДО, його структуру, способи побудови і корекції; несистематичною потребою у створенні позитивного іміджу колективу ЗДО; загальними, частковими знаннями про компоненти позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО і їх сутність, про способи створення, розвитку і трансляції позитивного іміджу педагогічного колективу; невмінням використовувати знання щодо презентації власного позитивного іміджу педагогічного колективу батькам вихованців; наявністю переважної більшості особистісно-професійних якостей, необхідних для створення позитивного іміджу колективу освітнього закладу, середнього рівня культури мовлення та поведінки, привабливого і презентативного зовнішнього вигляду.

Низький рівень характеризується мінімальним ступенем прояву виділених показників 20-49%, а саме поверховим та нестабільним інтересом до інформації про імідж педагогічного колективу ЗДО, його структуру, способи побудови і корекції; відсутністю потреби у створенні позитивного іміджу колективу ЗДО; відсутністю упорядкованих знань про компоненти позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО і їх сутність, про способи

створення, розвитку і трансляції позитивного іміджу педагогічного колективу; небажанням цілеспрямовано і грамотно презентувати імідж педагогічного колективу батькам вихованців; частковою наявністю особистісно-професійних якостей, необхідних для створення позитивного іміджу колективу освітнього закладу, відсутності гармонійного поєднання в зовнішності її складників.

Методика обстеження педагогів закладів дошкільної освіти передбачала аналіз документації й аналітичних довідок, анкетування вихователів, анкетування батьків, спостереження за діяльністю вихователів, розв'язування ними педагогічних ситуацій, аналіз зовнішнього вигляду і предметного іміджу вихователів, математичну обробку отриманих результатів.

У додатку В наводимо питання анкети для вихователів.

Аналіз анкет дозволяє констатувати наступне. Вихователі групи А та групи Б мають вищу та середню спеціальну педагогічну освіту та досвід роботи з дітьми від 9 місяців до 39 років.

На запитання «Що таке імідж?» усі вихователі групи А дали різні відповіді. У деяких відповідях імідж визначався вихователями як образ: «певний образ, який сформовано цілеспрямовано», «це образ людини в цілому, уявлення про зовнішній та внутрішній світ людини»; «це цілеспрямовано сформований образ». Деяко розумів цей термін як ставлення до закладу в якому працює людина – «позитивне ставлення до закладу, в якому працюю». Частина вихователів вважала, що це результат праці, зусиль людини – «це позитивний результат праці педагогічного колективу». Для деяких педагогів це недосяжний ідеал: «це те, чого нам не вистачає».

Педагоги групи Б, як і групи А, визначають імідж як образ – «це образ створений людиною». Деяко з них розуміє це поняття як статус людини. Більшість переконані, що імідж потрібно створювати власною працею протягом тривалого часу – «це позитивний результат довгої, спільної праці керівництва та персоналу».

Тобто, можна сказати, що в цілому педагоги розуміють зазначенні визначення «імідж» із загальнолюдської позиції, але у них відсутні наукові знання про імідж та його складники.

На запитання «Які види іміджу Ви знаєте?» педагоги обох груп відповіли назвами видів іміджу, взятими з інтернету, а деякі були ними придумані (особовий, товарний). Також згадували види іміджу, які є складниками професійного іміджу людини (мімічний, вербальний, кінетичний).

Отже, по кількості названих видів іміджу можна зробити висновок, що педагоги обох груп назвали їх чимало, проте хаотично, не керуючись конкретним принципом класифікації цього феномену. Якщо поглянути на відповіді респондентів з позиції авторської класифікації видів іміджу, то можна зазначити, що у відповідях педагогів групи А переважає класифікація запропонована А. Калюжним, а у педагогів групи Б – Ф. Джефкінсом.

Відповідаючи на запитання «Що таке імідж закладу дошкільної освіти?», більшість педагогів обох груп надали пріоритет загальним відповідям, які можуть бути віднесені як до закладу дошкільної освіти, так і до будь-якого освітнього закладу – школи, коледжу, університету. Деякі педагоги розуміють поняття «іміджу закладу дошкільної освіти» дуже вузько, що вказує на неповне розуміння всіх необхідних складників даного поняття – «створена реклама закладу, його образ», «це його освітній рівень».

Відповідаючи на запитання «Назвіть структурні компоненти іміджу ЗДО», деякі педагоги групи А підміняли складники іміджу його різновидами (соціальний, внутрішній), деякі називали компоненти іміджу вихователя (мотиваційно-цільовий, змістовий), деякі згадували характеристики іміджу, зокрема репутацію, а деякі – складники середовищного іміджу та таку умову створення позитивного іміджу як фінансування закладу.

30% педагогів групи Б відповіли на це питання частково, але правильно. Названі структурні компоненти (імідж керівника, імідж персоналу) дійсно є компонентами іміджу ЗДО. Деякі педагоги замість компонентів іміджу ЗДО назвали характеристики діяльності закладу (результативність, інноваційність)

– 10%. А 60% педагогів перерахували характеристики іміджу колективу (мотивованість, взаємна підтримка).

Під час відповіді на запитання «Що таке імідж колективу ЗДО?» більшість респондентів групи А(65%) назвали окремі складники іміджу («зовнішній вигляд, такт, мова, культура, любов до дітей»). Багато визначень взяті з інтернету, але недоцільне їх використання засвідчує нерозуміння їх сутності вихователями.

Переважає більшість педагогів групи Б(85%) серйозніше і відповідальніше поставилися до пошуку відповідей на це питання й назвали більше визначень, які розкривають сутність поняття «імідж колективу ЗДО». Але майже всі названі визначення перераховані педагогами обох груп можна віднести не тільки до іміджу колективу ЗДО, а й до визначення іміджу освітнього закладу в цілому.

На запитання щодо складників іміджу дошкільного закладу, майже всі педагоги (95% та 85% відповідно) обох груп відповіли правильно. Були названі як професійні, так і особистісні якості педагога, які потрібні для створення позитивного іміджу ЗДО.

Отже, потрібно провести роботу щодо поглиблення і конкретизації знань про сутність іміджу, іміджу ЗДО і колективу закладу, систематизації знань педагогів про складники іміджу ЗДО, і колективу зокрема, та засоби його створення і розвитку.

Наступним запитанням анкети було «Чи пов'язаний імідж колективу та імідж вихователя?» У групі А14 педагогів (70%) вважають, що імідж колективу та імідж вихователя пов'язані; 3 педагоги (15%) впевнені, що ні; 3 вихователі (15%) взагалі не відповіли на поставлене питання.

У групі Б19 педагогів (95%) вважають, що імідж колективу та імідж вихователя пов'язані; 1 педагог (5%) утримався від відповіді.

Відповідаючи на запитання щодо чинників, які впливають на формування іміджу колективу, 55% респондентів групи А назвали в зовнішні чинники, які мають відношення до професійної діяльності (самоосвіта, етика педагога).

Деякі педагоги (45%) назвали особистісні якості, які, на їхню думку, є чинниками формування іміджу колективу (міжособистісні взаємини в колективі).

Практично всі респонденти групи Б назвали форми методичної роботи, як чинники, що впливають на формування іміджу колективу (засідання педагогічних рад, колективний перегляд занять) та 89% вихователів вказали професійні якості.

На думку 75% педагогів групи А, імідж колективу їхнього закладу створюється цілеспрямовано, але 1 педагог (5%) вважає, що стихійно, а 20% педагогів не змогли відповісти на це запитання анкети.

80% педагогів групи Б вважає, що імідж їхнього закладу створюється цілеспрямовано, а 20% вважають що стихійно. Всі педагоги (100%) змогли дати відповідь на поставлене запитання.

Засоби створення іміджу педагогічного колективу, які назвали педагоги обох груп не суттєво відрізняються. Серед них в більшості (55% та 60% відповідно) це форми методичної роботи, участь у методичних заходах. Також частина педагогів (по 20% у кожній групі) назвала в засобах інноваційні технології, а дехто (15% та 10% відповідно) вважає важливими засобами створення іміджу педагогічного колективу покращення матеріально-технічної бази. Частина респондентів (по 10% у кожній групі) відносять до засобів створення іміджу колективу роботу з батьками, проведення свят, розваг, роботу з сайтом ЗДО.

Жоден із педагогів не назвав серед засобів створення іміджу педагогічного колективу постійне професійне самовдосконалення та підвищення рівня педагогічної майстерності, ІКТ-компетентності. Також респонденти не приділяють значну увагу в цьому процесі візуальному іміджу колективу.

Для грамотного створення іміджу колективу ЗДО, на думку педагогів групи А, бракує досвіду, теоретичних знань (20%), творчої атмосфери у

колективі (30%), традицій, зусиль щодо саморозвитку колективу (40%), а також сучасної матеріально-технічної бази (10%).

100% педагогів групи Б зазначили, що для створення позитивного іміджу колективу бракує лише матеріально-технічної бази. Тобто педагоги не бачать інших шляхів для створення іміджу колективу свого закладу.

8 педагогів групи А (40%) вважає, що колектив закладу повинен цілеспрямовано займатися створенням іміджу колективу закладу дошкільної освіти, 1 педагог (5%) вважає, що це обов'язок керівника, а 6 вихователів (30%) вважають, що це обов'язок колективу та керівника, 5 педагогів (25%) – не відповіли на поставлене питання.

Усі педагоги групи Б(100%) вважають, що колектив закладу повинен займатися створенням іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

На запитання «Чи потрібно формувати готовність до створення іміджу колективу ЗДО ще на етапі професійної підготовки студентів у ЗВО?» кількість педагогів, які відповіли позитивно приблизно однакова в обох групах: група А – 70% респондентів і у групі Б – 75%. Негативну відповідь у групі А дали 5% педагогів, а в групі Б – 25%. Слід зазначити, що в групі А були такі респонденти (25%), які не змогли відповісти на поставлене запитання.

На запитання «Що б ви хотіли дізнатися про імідж колективу ЗДО і через які форми та засоби?» респонденти обох груп назвали форми методичної роботи (відкриті заняття, семінари – 85% та 90% відповідно), а також фахові видання (15% та 10% відповідно). Педагоги хотіли б отримати інформацію про складники іміджу колективу, а також засоби його створення. У відповідях вихователів ми побачили лише традиційні форми і методи формування і поглиблення їхньої іміджотвірної компетентності.

Загалом аналіз анкет вихователів засвідчив, що деякі педагоги обох груп (45%) мають певні знання про імідж, педагогічний імідж, імідж ЗДО і колективу, називають види іміджу та його основні складники. Частина педагогів (25%) взагалі не має жодного уявлення про імідж та пов'язані з ним

поняття. При цьому чітко простежується залежність між якістю знань та стажем роботи вихователя: чим більший стаж, тим ґрунтовніші знання. Хоча і у вихователів із стажем роботи більше 20-ти років знань про імідж педагога і способи його створення, як вони стверджують, на сьогодні недостатньо. Переважна більшість педагогів (75%) переконані, що формувати готовність до цілеспрямованого створення професійного іміджу слід ще на етапі підготовки у закладі вищої освіти. Необхідність створення іміджу колективу закладу дошкільної освіти в сучасних умовах усвідомлюють усі педагоги. А це означає, що побудову і корекцію власного педагогічного іміджу кожен вихователь має здійснювати виважено, грамотно, цілеспрямовано, адже імідж колективу складається з професійного іміджу педагога. При цьому важливо, щоб кожен вихователь усвідомлював, що імідж колективу – це динамічний образ, який необхідно час від часу оновлювати, коректувати, оскільки він зорієнтований на запити батьків вихованців і вимоги до вихователя, як члена педагогічного колективу закладу дошкільної освіти, з боку держави, які постійно змінюються.

Для визначення мотивації щодо створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти нами було створено анкету на основі «Опитувальника мотиваційних джерел», розробленого Д. Барбуто та Р. Сколком. (Додаток В.1).

Ми запропонували педагогам оцінити мотиви щодо створення позитивного іміджу колективу, які на їх думку є у їхньому колективі, балами від 1 до 3, де 3 бали – важливий мотив, на який орієнтується весь колектив, 2 – мотив, важливий для частини колективу, а 1 бал – не важливий для їхнього колективу мотив щодо створення позитивного іміджу колективу. Сума балів визначала рівень мотивації щодо створення позитивного іміджу колективу.

Результати зазначені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Ранжування мотивів щодо створення позитивного іміджу колективу вихователями групи А та групи Б (у %)

Групи	Рівні					
	Високий		Середній		Низький	
	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки
Група А	1	5	11	55	8	40
Група Б	2	10	12	60	6	30

Мотивами створення позитивного іміджу колективу нами було обрано такі:

- внутрішня мотивація: спрямованість на процес;
- зовнішня мотивація: матеріальна винагорода;
- зовнішня мотивація: схвалення інших;
- внутрішня мотивація: самовдосконалення, самореалізація;
- інтегративна мотивація: погодженість цілей працівника із цілями колективу.

Лише 1 педагог у групі А та 2 вихователі у групі Б виставили по 3 бали за кожний з мотивів, це свідчить про мотивованість педагогів щодо створення позитивного іміджу колективу.

Більшість педагогів – 11 у групі А та 12 у групі Б – отримали в сумі від 9 до 13 балів. Їх оцінки відрізнялись. Більшість вихователів виставили по 1 балу зовнішній мотивації – матеріальна винагорода. Але всі респонденти обох груп оцінили в 3 бали зовнішню мотивацію – схвалення інших. Це свідчить про те, що колективу важлива думка оточуючих (батьків, колег з інших закладів, управління освіти тощо).

У групі А 12 педагогів оцінили в 1 бал інтегративну мотивацію – погодженість цілей працівника із цілями колективу. Це свідчить про те, що педагоги не вбачають єдності цілей своїх та колективу.

Також у групі Б 13 педагогів оцінили в 1 бал внутрішню мотивацію – самовдосконалення, самореалізація. Це свідчить про те, що колектив не бажає розвиватись.

Педагоги, які отримали в сумі від 5 до 8 балів мають низький рівень мотивації щодо створення позитивного іміджу колективу. У групі А 6 вихователів оцінили по 1 балу всі мотиви, в у групі Б – 3 педагоги. Це дуже поганий результат, адже це свідчить про те, що у частини педагогів на низькому рівні мотивованість щодо іміджу колективу.

Під час дослідження проблеми педагогічних умов створення іміджу педагогічного колективу ЗДО було проведено тестування, яке включало в себе 6 запитань (Додаток В.2).

На запитання «Як часто ви цікавитесь питаннями створення іміджу закладу дошкільної світи і його колективу зокрема?» педагоги групи А відповіли: 11 педагогів (55%) – не дуже часто; 7 вихователів (35%) – часто; 2 педагоги (10%) – рідко. Педагоги групи Б відповіли наступним чином: 11 вихователів (55%) – часто; 9 вихователів (45%) – не дуже часто. Тобто більшість педагогів обох груп цікавляться питаннями створення іміджу ЗДО. Лише 10% респондентів групи А рідко цікавляться означеним питанням, а тих хто не цікавиться взагалі – немає в жодній групі.

Педагоги групи А на запитання «У чому виявляється ваш інтерес до питань створення іміджу ЗДО та його колективу зокрема?» відповіли наступним чином: 13 вихователів (65%) відповіли «цікавлюся інформацією про імідж ЗДО і його складники періодично під час семінарів, педрад, конференцій, у яких беру участь»; 4 педагога (20%) – «цікавлюся інформацією про імідж ЗДО та його складники лише на курсах підвищення кваліфікації»; 2 вихователя (10%) «систематично і цілеспрямовано цікавляться інформацією про імідж ЗДО та його складники, яку знаходжу в різних джерелах»; і лише 1 педагог (5%) вважає, що «інформація про імідж ЗДО і засоби його створення не є предметом моєї самоосвіти та не видається мені цікавою».

У групі Б на це запитання 13 вихователів (65%) відповіли, що цікавляться інформацією про імідж ЗДО і його складники періодично під час семінарів, педрад, конференцій, у яких беруть участь. А систематично і цілеспрямовано цікавляться інформацією про імідж ЗДО ті його складники – 7 вихователів (35%). Отже, більшість вихователів обох груп час від часу цікавляться інформацією про створення іміджу свого закладу і лише незначна частина робить це цілеспрямовано і систематично.

На запитання «Чи відчуваєте ви потребу в пошуку й освоєнні інформації про створення іміджу ЗДО і його колективу зокрема?» у групі А ми отримали наступні відповіді: 15 педагогів (75%) «відчувають, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді»; 3 вихователя (15%) не відчувають; 2 педагоги (10%) – постійно відчувають.

На це саме запитання 12 педагогів групи Б (56%) відповіли «відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді». «Постійно відчуваю» та «Не відчуваю» відповіли по 4 вихователя (20%).

З відповідей респондентів можна зробити висновок, що найбільшу необхідність щодо потреби у пошуку й освоєнні інформації про створення іміджу ЗДО і його колективу зокрема педагоги обох груп відчувають під час підготовки до методичних заходів.

На запитання «Чи відчуваєте ви потребуєте в постійному вдосконаленні знань про створення іміджу колективу ЗДО?» педагоги групи А відповіли наступним чином: 12 педагогів (60%) – «відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді». 8 вихователів (40%) «постійно відчувають» потребу у вдосконаленні знань про створення іміджу колективу ЗДО.

14 педагогів (70%) групи Б відповіли: «відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді». 6 вихователів (30%) «постійно відчувають» потребу в удосконаленні знань про створення іміджу колективу ЗДО. Отже, як засвідчує відповідь і на попереднє

запитання більшість педагогів відчують потребу в постійному вдосконаленні знань про створення іміджу колективу ЗДО, лише під час участі у методичній роботі. Але в обох групах (хоч і меншість) є педагоги, які відчують постійну потребу в удосконаленні знань про створення іміджу колективу ЗДО.

На запитання «Чи відчуваєте ви потребу в удосконаленні вмінь створювати імідж колективу ЗДО?» у групі А13 педагогів (65%) відповіли «відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді»; 7 педагогів (35%) – «постійно відчуваю».

У групі Б педагоги відповіли наступним чином: 8 вихователів (40%) відповіли «відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді»; 6 педагогів (30%) відповіли «постійно відчуваю»; «відчуваю, коли цього вимагає директор» – 3 вихователі (15%); «не відчуваю» – 3 вихователі (15%). Із продемонстрованих відповідей видно, що респонденти групи Б більш чесно та повно відповіли на поставлене запитання. Необхідно провести методичну роботу щодо підвищення мотивації педагогів щодо потреби в удосконаленні вмінь створювати імідж колективу ЗДО.

На запитання «На що спрямовані Ваші ціннісні орієнтації як вихователя, зацікавленого у цілеспрямованому створенні іміджу колективу ЗДО?» педагоги групи А відповіли таким чином: 11 вихователів (55%) відповіли – «на повноцінний, всебічний, індивідуально зорієнтований розвиток особистості дошкільника, формування його життєвої компетентності в освітньому процесі ЗДО і задоволення батьків результатами цього процесу»; 6 (30%) вихователів вважають, що «на постійний розвиток професіоналізму педагогічного колективу ЗДО»; 3 педагоги (15%) – «на престиж і позитивний імідж закладу, в якому я працюю».

У групі Б 13 вихователів (65%) вважають, що зміст їхніх ціннісних орієнтацій у цілеспрямованому створенні іміджу колективу ЗДО, спрямовані на «повноцінний, всебічний, індивідуально зорієнтований розвиток особистості дошкільника, формування його життєвої компетентності в

освітньому процесі ЗДО і задоволення батьків результатами цього процесу»; 4 педагоги (20%) вважають, що ЦО спрямовані «на постійний розвиток професіоналізму педагогічного колективу ЗДО»; 3 вихователі (15%) – «на престиж і позитивний імідж закладу, в якому я працюю». Отже, більшість педагогів обох груп мають ціннісні орієнтації щодо цілеспрямованого створення іміджу колективу ЗДО, які пов'язані з власною професійною діяльністю.

Отже, можна зробити висновок, що більшість педагогів обох груп цікавляться питаннями стосовно іміджу та його складників у випадках коли це потрібно для роботи: підготуватись до виступів на семінарах, нарадах тощо. Часто та цілеспрямовано, з розумінням кому і навіщо це потрібно, незначна частина педагогів цікавиться питаннями іміджу.

Психологічний клімат в колективі є вагомим складником іміджу колективу ЗДО. Для визначення психологічного клімату в колективі ЗДО вихователям було запропоновано відповісти на низку запитань (Додаток В.5). Результати представлено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Результати визначення психологічного клімату в колективі ЗДО групою

А (у %)

№	Питання	Повністю задоволені	Швидше задоволені ніж ні	Важко сказати так чи ні	Швидше не задоволені	Абсолютно не задоволені
1.	Чи задоволені Ви чи адміністрація? Вашою роботою в ЗДО	55	40	0	5	0
2.	Чи задоволені Ви Вашими взаємовідносинами з колегами (дружба, товаришування)	40	55	5	0	0

3.	Чи турбується адміністрація ЗДО про задоволення Ваших потреб?	45	25	30	0	0
4.	Чи задоволені Ви настроєм в колективі (його життєрадісністю, оптимізмом)?	20	65	10	5	0
5.	Чи задоволені Ви готовністю колег безоплатно, безкорисливо допомогти Вам в роботі?	40	45	15	0	0
6.	Чи задоволені Ви культурою і інтелектуальною атмосферою в колективі?	20	65	10	5	0
7.	Чи задоволені ви тим, в якій мірі адміністрація дошкільної установи прислухається до Ваших зауважень і пропозицій, що стосуються роботи в ЗДО?	15	50	25	5	5
8.	Чи задоволені Ви культурно масовими заходами, які проводяться в ЗДО?	60	40	0	0	0
9.	Чи задоволені ви тим, наскільки доброзичливо та об'єктивно оцінюється Ваша робота?	30	35	30	5	0
10.	Чи задоволені Ви організованістю і порядком роботи в ЗДО?	20	70	5	5	0
11.	Чи задоволені Ви творчою атмосферою в колективі?	30	60	5	5	0

12.	Чи задоволені Ви вашими стосунками з директором?	50	40	10	0	0
13.	Чи задоволені Ви узгодженістю дій та єдністю зусиль педагогів ЗДО?	20	50	30	0	0
14.	Чи задоволені Ви тим, наскільки раціонально використовуються Ваші сили і час на роботі?	25	45	15	10	5
15.	Чи задоволені Ви навчально-матеріальною базою ЗДО та умовами Вашої роботи?	20	40	30	0	10
16.	Чи задоволені Ви відсутність показухи і формалізму в роботі?	20	45	15	0	20

Таблиця 2.4

Результати визначення психологічного клімату в колективі ЗДО групою

Б (у %)

№	Питання	Повністю задоволені	Швидше задоволені ніж ні	Важко сказати так чи ні	Швидше не задоволені	Абсолютно не задоволені
1.	Чи задоволені Ви чи адміністрація? Вашою роботою в ЗДО	80	20	0	0	0
2.	Чи задоволені Ви Вашими взаємовідносинами з колегами (дружба, товаришування)	55	45	0	0	0

3.	Чи турбується адміністрація ЗДО про задоволення Ваших потреб?	70	25	5	0	0
4.	Чи задоволені Ви настроєм в колективі (його життєрадісністю, оптимізмом)?	20	50	30	0	0
5.	Чи задоволені Ви готовністю колег безоплатно, безкорисливо допомогти Вам в роботі?	65	30	5	0	0
6.	Чи задоволені Ви культурою і інтелектуальною атмосферою в колективі?	55	35	10	0	0
7.	Чи задоволені ви тим, в якій мірі адміністрація дошкільної установи прислухається до Ваших зауважень і пропозицій, що стосуються роботи в ЗДО?	70	20	10	0	0
8.	Чи задоволені Ви культурно масовими заходами, які проводяться в ЗДО?	70	20	10	0	0
9.	Чи задоволені ви тим, наскільки доброзичливо та об'єктивно оцінюється Ваша робота?	70	20	10	0	0
10.	Чи задоволені Ви організованістю і порядком роботи в ЗДО?	85	15	0	0	0
11.	Чи задоволені Ви творчою атмосферою в колективі?	80	20	0	0	0

12.	Чи задоволені Ви вашими стосунками з директором?	80	20	0	0	0
13.	Чи задоволені Ви узгодженістю дій та єдністю зусиль педагогів ЗДО?	65	25	10	0	0
14.	Чи задоволені Ви тим, наскільки раціонально використовуються Ваші сили і час на роботі?	40	45	15	0	0
15.	Чи задоволені Ви навчально-матеріальною базою ЗДО та умовами Вашої роботи?	35	25	20	20	0
16.	Чи задоволені Ви відсутністю показухи і формалізму в роботі?	70	20	10	0	0

На запитання «Чи задоволені ви роботою в ЗДО?» педагоги групи А відповіли таким чином: 60% вихователів «повністю задоволені»; 35% – «швидше задоволені, аніж ні»; 5% – «швидше ні, аніж так». 80% вихователів групи Б відповіли, що вони «повністю задоволені»; 20% педагогів – «швидше задоволені, аніж ні». Отже, більшість педагогів обох груп задоволені роботою в ЗДО.

Задоволені своїми взаємовідносинами з колегами (партнерські, дружні, конкурентні, паритетні стосунки) у групі А 8 педагогів (40%) «повністю задоволені»; 11 вихователів (55%) – «швидше задоволені, аніж ні»; 1 педагогу (5%) «важко сказати так чи ні». У групі Б 11 вихователів (55%) «повністю задоволені»; 9 педагогів (45%) «швидше задоволені, аніж ні». Тобто, результати анкетування педагогів групи А свідчать про проблеми соціально-психологічного характеру.

На запитання «Чи турбується адміністрація ЗДО турбується про задоволення Ваших потреб – професійних, особистісних?» 9 педагогів (45%)

групи А відповіли «повністю задоволені»; 5 вихователів (25%) – «швидше задоволені, аніж ні»; 6 педагогів (30%) – «важко сказати так чи ні».

У групі Б 14 педагогів (70%) вважають, що «адміністрація турбується про задоволення їхніх потреб – професійних, особистісних»; 5 педагогів (25%) на поставлене запитання відповіли «швидше задоволені, аніж ні»; 1 педагог (5%) – «важко сказати так чи ні».

Тобто переважна більшість педагогів обох груп вважають, що адміністрація турбується про задоволення як професійних, так і особистих їхніх потреб. Але також слід зазначити, що частина педагогів не впевнені у підтримці з боку адміністрації.

На запитання «Чи задоволені ви настроєм у колективі?» 4 вихователі (20%) відповіли – «повністю задоволені»; 13 педагогів (65%) – «швидше так, аніж ні»; 2 педагоги (10%) – «важко сказати так чи ні»; 1 педагог (5%) – «швидше ні, аніж так».

4 (20%) педагоги групи Б відповіли, що «повністю задоволені»; 10 (50%) вихователів – «швидше задоволені, аніж ні»; а 6 (30%) – «важко сказати так чи ні».

Приблизно однакова кількість педагогів обох груп (майже п'ята частина) задоволені настроєм у колективі. Така мала кількість педагогів, які повністю позитивно відповіли на запитання, свідчить про проблеми соціально-психологічного характеру.

На запитання «Чи задоволені Ви готовністю колег Вам безоплатно, безкорисно допомогти в роботі?» вихователі групи А відповіли так: 40% педагогів «повністю задоволені», 45% – «швидше задоволені, аніж ні», 15% – «важко сказати так чи ні». У групі Б: 65 % педагогів «повністю задоволені», 30% – «швидше задоволені, аніж ні», а 5 % – «важко сказати так чи ні». Такі відповіді в обох групах свідчать про те, що педагоги підтримують один одного та допомагають один одному. Дуже маленький відсоток вихователів (15% та 5% відповідно) не змогли відповісти на запитання, але це не значить, що вони не задоволені.

На запитання «Чи задоволені Ви культурою взаємин та інтелектуальною атмосферою в колективі?» педагоги групи А відповіли таким чином: лише 20% педагогів «повністю задоволені», 65% – «швидше задоволені, аніж ні», а 5% – «швидше не задоволені, аніж задоволені», 10% – «важко сказати так чи ні». У групі Б: 55 % педагогів «повністю задоволені», 35% – «швидше задоволені, аніж ні», а 10 % – «важко сказати так чи ні».

Отже, більшість педагогів групи Б впевнено дали відповідь на поставлене запитання, а більшість педагогів групи А відповіли, що швидше задоволені, аніж ні.

На запитання «Чи задоволені Ви тим, в якій мірі адміністрація дошкільної установи прислухається до Ваших зауважень і пропозицій, що стосуються роботи в ЗДО?» вихователі групи А відповіли так: 15% педагогів «повністю задоволені», 50% – «швидше задоволені, аніж ні», 25% – «важко сказати так чи ні», 5% педагогів «швидше не задоволені, аніж задоволені», 5% – «абсолютно не задоволені» У групі Б не задоволених вихователів немає. 70 % педагогів «повністю задоволені», 20% – «швидше задоволені, аніж ні», а 10 % – «важко сказати так чи ні». Така різниця у відповідях може свідчити про те, що у педагогів групи Б взаємини з адміністрацією кращі й думку колективу враховують, або у групі А відповіли більш щиро, тому що неможливо догодити кожному.

На запитання «Чи задоволені Ви культурно-масовими заходами, які проводяться в ЗДО?» у групі А так відповіли: 60% педагогів – «повністю задоволені», 40% – «швидше задоволені, аніж ні». У групі Б: 70 % педагогів – «повністю задоволені», 20% – «швидше задоволені, аніж ні», а 10 % – «важко сказати так чи ні». Такі відповіді свідчать про те, що у обох ЗДО проводяться культурно-масові заходи на достатньому рівні.

На запитання «Чи задоволені Ви тим, на скільки доброзичливо та об'єктивно оцінюється ваша робота?» вихователі групи А відповіли так: «повністю задоволені» (30%), «швидше задоволені, аніж ні» (35%), «важко сказати так чи ні» (30%) «швидше не задоволені, аніж задоволені» (5%). У

групі Б: 70 % педагогів «повністю задоволені», 20 % – «швидше задоволені, аніж ні», а 10 % – «важко сказати так чи ні». Тобто у групі Б педагоги впевнені, що адміністрація та колеги більш об'єктивно оцінюють роботу один одного. У групі А деякі вважають, що їх недооцінюють.

На запитання «Чи задоволені Ви організованістю та порядком?» вихователі групи А дали такі відповіді: 20% педагогів «повністю задоволені», 70% – «швидше задоволені, аніж ні», 5% – «важко сказати так чи ні», 5% педагогів «швидше не задоволені, аніж задоволені». А от у групі Б – 85% педагогів «повністю задоволені», 15% – «швидше задоволені, аніж ні». Це свідчить про більшу організованість в ЗДО групи Б, ніж групи А, на думку самих респондентів.

Творчою атмосферою у колективів групи А лише 30% педагогів «повністю задоволені», 60% – «швидше задоволені, аніж ні», 5% – «важко сказати так чи ні», 5% педагогів «швидше не задоволені, аніж задоволені». У групі Б: 80 % педагогів «повністю задоволені», 20% – «швидше задоволені, аніж ні». Це говорить про більш творчу атмосферу в колективі закладу групи Б.

Своїми стосунками з директором закладу в групі А 20% педагогів «повністю задоволені», 50% – «швидше задоволені, аніж ні», 30% – «важко сказати так чи ні». У групі Б результати значно відрізняються: 80% педагогів «повністю задоволені», а 20% – «швидше задоволені, аніж ні». Такі результати можуть свідчити про те, що у групі Б стосунки з керівником кращі, аніж у групі А, або у керівника ЗДО групи А демократичний стиль керівництва, тому вони більш щиро відповіли на поставлене запитання.

На запитання «Чи задоволені Ви узгодженістю дій та єдністю зусиль педагогів ЗДО?» вихователі групи А дали такі відповіді: 20% педагогів «повністю задоволені», 50% – «швидше задоволені, аніж ні», 30% – «важко сказати так чи ні». У групі Б – 65% педагогів «повністю задоволені», 25% – «швидше задоволені, аніж ні», а 10 % – «важко сказати так чи ні». Тобто в обох групах педагоги майже задоволені узгодженістю дій педагогічної команди.

На запитання «Чи задоволені Ви тим, на скільки раціонально використовуються ваші сили і час на роботі?» педагоги групи А дали такі відповіді: 25% педагогів «повністю задоволені», 40% – «швидше задоволені, аніж ні», 15% – «важко сказати так чи ні», 10% педагогів «швидше не задоволені, аніж задоволені», а 5% – «абсолютно не задоволені». У групі Б: 40% педагогів «повністю задоволені», 45% – «швидше задоволені, аніж ні», а 15% – «важко сказати так чи ні». Тобто педагоги групи Б вважають, що їх робочий час використовується більш раціонально у порівнянні з групою А, де є повністю не задоволені педагоги.

На запитання «Чи задоволені Ви матеріальною базою ЗДО та умовами Вашої роботи?» педагоги обох груп розділились приблизно порівну: в групі А «повністю задоволені» – 20%, у групі Б – 35%. Однак в групі А 10% педагогів є «абсолютно не задоволеними», чого немає у групі Б. Відповіді респондентів свідчать про те, що не всі педагоги задоволені умовами своєї праці в ЗДО.

Відповіді на запитання «Чи задоволені Ви відсутністю показухи та формалізму в роботі?» різняться. Більшість педагогів групи Б (70%) позитивно та впевнено відповіли на запитання. А педагоги групи А менш впевнені у цьому: «повністю задоволені» – 20% респондентів. Такий же відсоток педагогів цієї групи (20%) «абсолютно не задоволені» відсутністю показухи та формалізму у роботі. Отже, педагоги обох груп зробили власні висновки щодо відповіді на поставлене запитання і щиро відповіли на нього.

Підводячи підсумок анкетування, ми можемо зробити висновок стосовно психологічного клімату у трудових колективах ЗДО обох груп. На нашу думку, в обох колективах панує позитивний психологічний клімат, тому що більшість педагогів задоволені взаємовідносинами та настроєм в колективі, а також культурою взаємин, ставленнями до своєї роботи та створеними умовами. Але, аналізуючи відповіді респондентів групи Б, виникає підозра, що така загальна задоволеність у відповідях не є щирою. Можливою причиною цього може бути авторитарний стиль керівництва ЗДО.

Наступним компонентом, який ми досліджували був зовнішній вигляд вихователів. Ми звернули увагу на те, що для дітей важливе значення має як виглядає вихователь. Більшість вихователів досить точно розуміють це поняття усвідомлюють, що зовнішній вигляд – це їхня візитна картка, це прояв поваги до тих, з ким він спілкується, це гарний приклад для наслідування, виховання у дітей естетичного смаку і культури зовнішнього вигляду. Такі вихователі обирають зручний та охайний одяг; зручне взуття, яке пасує до одягу; наносять на обличчя денний макіяж; проблем з вибором та кількістю прикрас також не мають; деякі молоді педагоги, маючи на тілі (особливо на руках) татуювання, працюючи з дітьми прикривають його (якщо педагоги працюють без дітей, або не на групі – татуювання не прикривають). Що стосується зачісок, більшість вихователів мають середні та короткі стрижки. Молоді вихователі з довгим волоссям ходять охайно заплетені, і лише 1 молодий вихователь носить довге розпущене волосся. Видно, що воно заважає та не завжди виглядає охайно, проте на зауваження з боку адміністрації педагог не реагує.

Практика показує, що імідж – це динамічний образ, який час від часу треба оновлювати, коректувати, а деякі вихователі цього не бажають, або ж не вміють робити. Також під час нашого спостереження ми відмітили, що в роботі вихователя велике значення має володіння аудіо іміджем. Дітям приємно спілкуватися з педагогом, який має спокійний голос, чітку дикцію, адекватний ситуації темп мовлення. Техніку мовлення, комунікативні якості, ораторське мистецтво як складові аудіоіміджу і засоби побудови оптимальної взаємодії з вихованцями, їхніми батьками і колегами краще застосовують у своїй роботі більш досвідчені вихователі.

Для батьків вихованців велике значення має досвід вихователя, його гарна репутація, тому були випадки, коли молоді батьки, віддаючи дитину до дошкільного закладу, просили директора записати малюка в групу до конкретного вихователя, оскільки чули від знайомих гарні відгуки про нього. Також для батьків важливою є компетентність вихователя, про яку дізнаються

частково із відгуків знайомих, частково із власного досвіду спілкування з конкретним педагогом. Батьки звертають увагу і на те як оформлена групова кімната, адже це своєрідне обличчя вихователя і дошкільного закладу в цілому.

Для визначення професійної компетентності вихователів, провели аналіз документації (Додаток В.6) та розвивального простору груп.

Перелік документації вихователя визначений у номенклатурі справ, яка затверджена керівником закладу дошкільної освіти та погоджена з міським архівом. До номенклатури входять 12 найменувань документації, ведення якої є обов'язковим.

Усі вихователі складають перспективний план на місяць та щоденний план освітньої роботи з дітьми. Форма плану схвалена рішенням педагогічної ради на навчальний рік (протокол № 1 від 30.08.2018 року).

Перспективний план складається з метою забезпечення гармонійної єдності процесів виховання і навчання, спрямований на розвиток та саморозвиток дітей. Нормативною базою для його складання є інструктивно-методичний лист МОН України «Про планування освітнього процесу в дошкільному навчальному закладі» від 01.10.2002 року № 1/9-434.

Аналіз перспективного плану обох груп свідчить про те, що в ньому враховані вимоги Базового компоненту дошкільної освіти, а у цілях та змісті роботи враховані вимоги Програми розвитку дитини дошкільного віку «Я у Світі».

На місячну перспективу сплановані заняття, ігрова, трудова діяльність, комплекси ранкової та гігієнічної гімнастики, оздоровчі вправи. Також сплановані такі види дитячої діяльності, як пізнавальна, художня. Перспективні плани вихователі приносять на погодження вихователю-методисту щомісяця до п'ятого числа в групі А та до першого числа кожного місяця в групі Б. Всі плани заповнені без пропусків та приносяться вчасно, тобто вихователі обох груп відповідально ставляться до заповнення перспективних планів.

На основі перспективного плану вихователі складають щоденні плани організації життєдіяльності дітей у групі. В ньому більш детально та повно розписані конспекти занять, ігри, прогулянка, діяльність у другу половину дня. За результатами вивчення планування, якість написання щоденного плану залежить від стажу роботи педагогів. Тобто чим більш досвідчений вихователь, тим повніший та наповнений цікавими та ефективними формами роботи з дітьми план.

Крім планів роботи вихователі ведуть журнал відвідування дітей групи, зошит відомостей про дітей та їх батьків, листок здоров'я. Вихователі обох груп ведуть перелічені документи акуратно та грамотно.

Важливим для професійного зростання вихователів є щоденник з самоосвіти, в якому кожен вихователь працює над власною темою самоосвіти, робить нотатки, аналіз літератури, інтернет-джерел, фахових періодичних видань. В обох групах немає жодного вихователя, у якого б не було щоденника. Але наповненість матеріалом відрізнялась у педагогів з різним стажем роботи. Молоді вихователі віддавали перевагу аналізу інтернет-джерел, а досвідчені вихователі більше спиралися на фахові видання. Отже, педагоги обох груп постійно працюють над професійним зростанням, підвищенням фахової майстерності.

Аналіз всієї документації свідчить про те, що вихователі обох груп розуміють важливість ведення документації. Документація ведеться акуратно, зорієнтована на пріоритетні потреби сьогодення у забезпеченні належної якості розвитку, вихованості і навченості дитини дошкільного віку.

Також важливим для виявлення професійної компетентності є аналіз оформлення групових кімнат. Групова кімната та її оформлення – важливий чинник іміджу як педагога, так і закладу дошкільної освіти в цілому.

Кожна групова кімната ЗДО як в групі А, так і в групі Б мають естетичний вигляд, меблі сучасні, яскраві зручні для дітей. Оформлення груп відрізняється одна від одної, вихователі творчо підходять до створення комфортної обстановки в приміщенні. Групова кімната ділиться на зони, в яких

розміщений матеріал для організації освітнього процесу і самостійних ігор дітей. Вихователі намагаються підтримувати предметний імідж групи і під час ведення документації

Групи наповнені сучасними куточками: куточками природи, фізкультури, куточками музики, розвивальними куточками, куточками чергових. Вони всі естетичні, дієві, охайні, відповідають віку дітей. Це свідчить про те, що вихователі відповідальні, креативні та приділяють належну увагу оформленню групового приміщення.

Одним із компонентів іміджу педагогічного колективу є традиції. Ніщо так не згуртовує колектив, як традиції в ньому. В обох групах колектив складається з педагогів різного віку та стажу роботи, проте і молоді спеціалісти, і фахівці зі стажем з повагою ставляться до наявних традицій.

Існуючі традиції відрізняються у групі А та групі Б.

Кожного року у групі А 1 вересня дітей щорічно зустрічає казковий персонаж, який загадує загадки, грає з дітьми у рухливі або інтелектуальні ігри, тобто мотивує та зацікавлює дітей до відвідування закладу. Батьки також мають можливість відгадати загадку, отримати приз. Це сприяє створенню невимушеної атмосфери спілкування, дає можливість батькам побачити, що педагоги налаштовані до взаємодії з дітьми, а сам заклад готовий розпочати новий навчальний рік.

Ще однією традицією є те, що старші дошкільники 1 вересня йдуть на Перший дзвоник до ЗШО №5, де беруть участь в урочистостях, ознайомлюються з умовами перебування першокласників, вчителями.

Перші батьківські збори традиційно проводяться у формі родинного свята. Батьки кожної групи разом зі своїми дітьми показують свої таланти.

Цікавою традицією є проведення Дня музики. Це свято стало традиційним для старших дошкільнят. На святі лунають різні жанри музики, діти танцюють, слухають музику, співають, грають в ігри і всюди лунає музика. Цей захід вирішує як і освітні завдання, так і створює певний емоційний настрій, дозволяє залучити дітей до мистецтва, а загалом сприяє

створенню позитивного іміджу закладу освіти, адже в інших закладах таке свято не проводиться.

Можна перерахувати ще такі традиційні заходи, як свято до ювілейних дат закладу дошкільної освіти. Так, наш садок святкує не тільки річниці свого створення, а й круглі дати відкриття в ньому спеціальних груп для дітей з порушеннями зору.

Також напередодні Дня захисника України та Дня перемоги старші дошкільники вшановують пам'ять полеглих воїнів покладанням квітів до пам'ятника воїнам-визволителям.

У групі Б зовсім інші традиції. В жовтні проходять спортивні змагання «Перші кроки» для старших дошкільників. Також впродовж року старші дошкільники знайомляться зі шкільним життям за допомогою педагогів та учнів ЗОШ. Діти ходять на екскурсії до школи, відвідують шкільні святкові заходи та беруть участь у спільних спортивних змаганнях.

У жовтні проходить Фестиваль фізичного здоров'я. Діти та педагоги змагаються в майстерності виконувати спортивні вправи під музику. Під час виступу використовується спортивне знаряддя: обручі, прапорці, м'ячі, різнокольорові стрічки тощо. Всі учасники Фестивалю нагороджуються грамотами за різними номінаціями та особливим вітамінним дарунком – яблуками.

Прикрашання дитячого закладу до Нового року – відповідальна і цікава справа. Кожна група прикрашає свою ялинку іграшками, які є втіленням героїв обраної української народної казки. Діти разом з батьками виготовляють прикраси з різноманітних матеріалів: паперу, ниток, тканини, соломи та ін.

Щорічно, навесні, проводиться фестиваль «Родинне коло – колиска патріотів», який направлений на забезпечення активної участі родини в розвитку фізично й морально здорової, патріотично налаштованої особистості. Діти та батьки беруть участь у святах, розвагах, майстер-класах, які знайомлять з культурною спадщиною України, її природою, рідним краєм.

Також в обох групах традиційним є вітати ювілярів, урочисто проводити декретні відпустки та на пенсію членів колективу. На День міста та на День Перемоги обидва колективи беруть участь у роздачі каші ветеранам.

У групі А є, на наш погляд, прекрасна традиція. Кожний навчальний рік педагоги закінчують спільною екскурсією до міст України. Ця традиція відносно молода. За час її існування вихователі відвідали такі міста як Батурич, Київ, Чернігів, Путивль.

Спостерігаючи за вихователем протягом першого етапу експерименту, ми звертали увагу на культуру мовлення та спілкування. Педагоги завжди були носіями високої мовної культури, адже вони є взірцем для підростаючого покоління. Актуальним це залишається і в наш час, коли суржик, «вулична мова» захопили сучасних дітей.

Ураховуючи місцевість проживання, у повсякденному житті педагоги обох груп спілкуються російською мовою. Проте всі робочі моменти вирішуються українською мовою. Спілкуються вихователі українською мовою також з дітьми та батьками. Але не всі педагоги без особливих зусиль можуть розмовляти державною мовою. Часто у розмові можна почути російські слова, русизми.

Для того, щоб дізнатися про реальний імідж педагогічного колективу, який склався в уяві батьків вихованців, ми запропонували їм заповнити аркуші оцінки складників іміджу колективу ЗДО. Такі ж аркуші ми запропонували заповнити і вихователям. (Додаток В.3 – В.4).

Батьки вихованців і вихователі оцінювали чотири складники іміджу колективу ЗДО за п'ятибальною шкалою.

В опитуванні взяли участь 160 батьків групи А і 20 вихователів групи; 175 батьків групи Б та 20 вихователів групи.

Результати оцінювання іміджу колективу ЗДО батьками групи А представлено в таблиці 2.5. Результати самооцінки іміджу педагогічного колективу зазначено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.5

**Сформованість складників іміджу колективу ЗДО за оцінюванням
батьків вихованців групи А (у %)**

№ п/п	Назва складника іміджу колективу ЗДО	Оцінка				
		5 б	4 б	3 б	2 б	0
1.	Професійна компетентність вихователів	56	31	13	0	0
2.	Соціально-психологічний клімат	31	31	38	0	0
3.	Культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування	22	69	9	0	0
4.	Зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователів	56	25	16	3	0

Як видно з таблиці 2.6 80% вихователів високо оцінили професійну компетентність колективу ЗДО.

Натомість батьки не високо оцінюють професійну компетентність педагогів ЗДО: 56% опитаних батьків поставили найвищий бал з означеного складника іміджу колективу закладу дошкільної освіти, але 13% батьків оцінили професійну компетентність вихователів в 3 бали (таблиця 2.5).

Вважаємо, що проведення таких методичних заходів, як дні відкритих дверей, батьківські збори з переглядом відкритих занять для батьків, звітні виступи учасників гуртків, проведення свят та розваг із залученням батьків

Таблиця 2.6

**Сформованість складників іміджу колективу ЗДО за самооцінкою
вихователів групи А (у %)**

№ п/п	Назва складника іміджу колективу ЗДО	Оцінка				
		5 б	4 б	3 б	2 б	0

1.	Професійна компетентність вихователів	80	20	0	0	0
2.	Соціально-психологічний клімат	35	35	30	0	0
3.	Культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування	55	35	10	0	0
4.	Зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователів	90	10	0	0	0

сприяло отриманню такої оцінки даного складника іміджу колективу ЗДО.

Зовнішній вигляд та просторово-предметне оточення 90% вихователів оцінили в 5 балів. А от батьки оцінили більш широким спектром балів. Вперше серед всіх компонентів іміджу колективу ЗДО є негативна оцінка: 3% батьків поставили 2 бали цьому складнику іміджу колективу. Але 81% батьків (5 б. – 56%, 4 б. – 25%) позитивно оцінили як зовнішній вигляд вихователів, так і створене для їхніх дітей предметно-просторове середовище. Вважаємо, що такій високій позитивній оцінці цього складника іміджу педагогічного колективу ЗДО не в останню чергу сприяють наявні в групах ігрові осередки, а також створені дбайливими руками педагогів затишні холи та коридори закладу.

Слід зазначити, що за останні 3 роки педагогічний колектив закладу значно омолодився. Прийшли працювати молоді, стильні, творчі вихователі, що ще більше надало шарму зовнішньому вигляду та посприяло досить високій оцінці батьками даного складника іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Приблизно однаково і батьки, і колектив оцінили соціально-психологічний клімат у колективі.

Дві третини батьків та вихователів (62% та 70% відповідно) вважають соціально-психологічний клімат в колективі «відмінним» та «хорошим», але

38% батьків та 30% вихователів оцінили цей складник іміджу як «задовільний». А це означає, що педагогам є над чим замислитися і щось в атмосфері колективу змінити на краще.

Як видно з таблиць 2.5 та 2.6, такий складник іміджу колективу ЗДО, як «культура і традиції, мовлення і спілкування» оцінений батьками та колективом, в більшості позитивно (91% та 90% відповідно), а лише 9% та 10% відповідно отримали по 3 бали.

Також приводячи дітей до закладу, батьки мають змогу почути мовлення вихователів, оцінити стиль спілкування з дітьми.

Результати оцінювання іміджу колективу ЗДО батьками групи Б представлено в таблиці 2.7. Результати самооцінки іміджу педагогічного колективу занесено до таблиці 2.8.

Зовнішній вигляд та просторово-предметне оточення 100% вихователі оцінили в 5 балів. А от батьки оцінили більш широким спектром балів: 5 балів – 57%, 4 бали – 40%, 3 бали – 3%.

Таблиця 2.7

Сформованість складників іміджу колективу ЗДО за оцінюванням батьків вихованців групи Б (у %)

№ п/п	Назва складника іміджу колективу ЗДО	Оцінка				
		5 б	4 б	3 б	2 б	0
1.	Професійна компетентність вихователів	51	34	15	0	0
2.	Соціально-психологічний клімат	34	26	34	6	0
3.	Культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування	23	57	20	0	0
4.	Зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователів	57	40	3	0	0

Таблиця 2.8

Сформованість складників іміджу колективу ЗДО за самооцінкою вихователів групи Б (у %)

№ п/п	Назва складника іміджу колективу ЗДО	Оцінка				
		5 б	4 б	3 б	2 б	0
1.	Професійна компетентність вихователів	90	10	0	0	0
2.	Соціально-психологічний клімат	20	55	25	0	0
3.	Культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування	95	5	0	0	0
4.	Зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователів	100	0	0	0	0

Ми вважаємо, що колектив групи Б переоцінюють свій зовнішній вигляд та просторово-предметне оточення, а от оцінка батьків більш об'єктивна.

Як видно з таблиці 2.8 90% вихователів високо оцінили професійну компетентність колективу ЗДО.

Натомість батьки не високо оцінюють професійну компетентність педагогів ЗДО: 51% опитаних батьків поставили найвищий бал з означеного складника іміджу колективу закладу дошкільної освіти, але 15% батьків оцінили професійну компетентність вихователів в 3 бали (таблиця 2.7).

Вважаємо, що недостатнє проведення таких освітніх заходів, як дні відкритих дверей, батьківські збори з переглядом відкритих занять для батьків, проведення свят та розваг сприяло отриманню такої оцінки даного складника іміджу колективу ЗДО.

Як видно з таблиць 2.7 та 2.8, такий складник іміджу колективу ЗДО, як «культура і традиції, мовлення і спілкування» оцінений на «відмінно» 95%

вихователів. А от батьки оцінили колектив закладу за означеним складником таким чином: 5 балів – 23%, 4 бали – 57%, 3 бали – 20%.

Це може свідчити про те, що батьки могли бути свідками чи учасниками некоректного спілкування педагогів як з дітьми чи колегами, так і з батьками.

Останнім, найнижче оціненим складником іміджу колективу ЗДО став соціально-психологічний клімат у колективі. Проблеми у соціально-психологічному кліматі бачать як педагоги, так і батьки вихованців групи Б. Але більш позитивно соціально-психологічний клімат оцінили вихователі – 75%. Вперше серед всіх складників іміджу колективу ЗДО є «незадовільна» оцінка: 6% батьків поставили 2 бали цьому складнику іміджу колективу.

Узагальнивши результати анкетування, аналізу бланків опитування, аркушів оцінки батьками та самооцінки сформованості складників іміджу колективу ЗДО, спостереження за вихователями та аналізу документації і оформлення групового приміщення, ми отримали дані, які дозволили визначити рівні сформованості (високий, середній та низький рівень) іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти за певними критеріями і відобразили у вигляді таблиць та діаграм.

Результати сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за потребо-мотиваційним критерієм, відображені у таблиці 2.9, свідчать про те, що педагогічні колективи обох груп визначають для себе значущість формування позитивного іміджу на високому рівні 30% та 45% відповідно.

Таблиця 2.9

**Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за
потребово-мотиваційним критерієм**

Групи	Рівні					
	Високий		Середній		Низький	
	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки
Група А	1	5	11	55	8	40

Група Б	2	10	12	60	6	30
---------	---	----	----	----	---	----

Ці результати ми відобразили у гістограмі на рисунку 2.1.

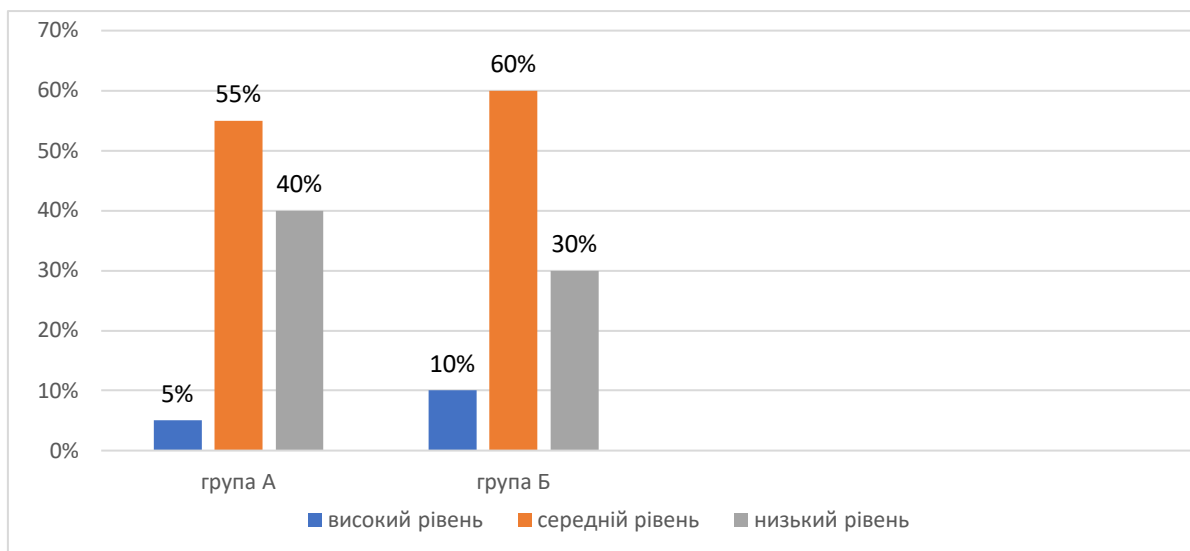


Рисунок 2.1. Рівень сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за потребово-мотиваційним критерієм (у%)

Разом з тим, низький рівень усвідомлення мотивів діяльності для формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти знаходиться на низькому рівні у групі А у 40%, а у групі Б – у 30% респондентів. Такі результати моніторингу за потребово-мотиваційним критерієм показали, що потрібно проводити освітню роботу щодо усвідомлення значущості мотивів створення іміджу педагогічного колективу ЗДО.

Таблиця 2.10

Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за пошуково-гностичним критерієм

Групи	Рівні		
	Високий	Середній	Низький

	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки
Група А	7	35	8	40	5	25
Група Б	8	40	8	40	4	20

Ці результати ми відобразили у гістограмі на рисунку 2.2.

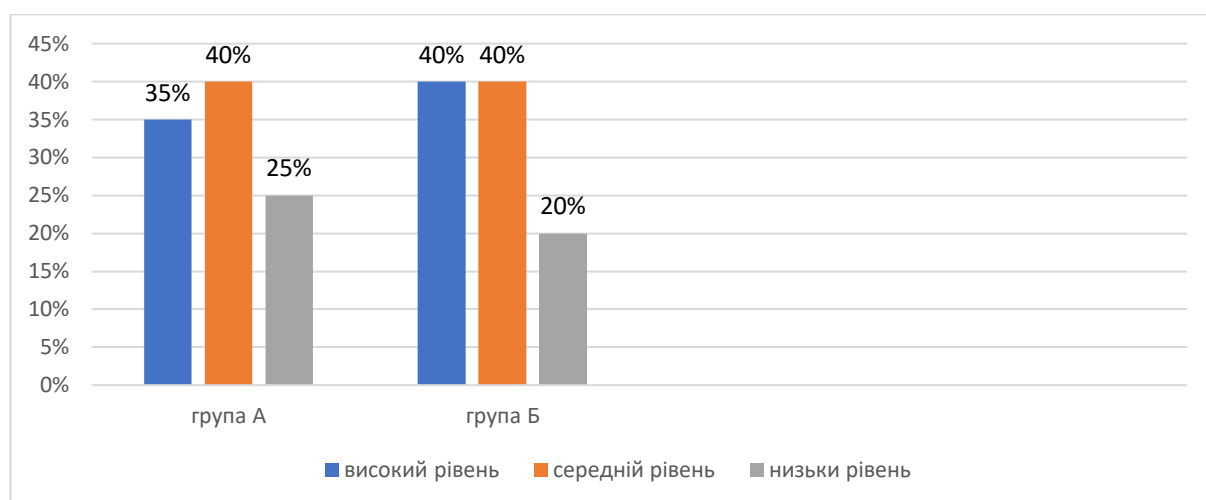


Рисунок 2.2. Рівень сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за пошуково-гностичним критерієм (у%)

Результати моніторингу сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за пошуково-гностичним критерієм, відображені у таблиці 2.10, засвідчують, що педагогічний колектив групи Б має більший відсоток педагогів з високим рівнем – 40%. А педагогічні колективи мають приблизно однаковий відсоток педагогів з низьким рівнем: 25% та 20% відповідно. Необхідно поповнити та систематизувати знання педагогів про імідж колективу, його структуру, засоби формування та корекції.

Таблиця 2.11

Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за операційно-рефлексивний критерієм

Групи	Рівні					
	Високий		Середній		Низький	
	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки
Група А	6	30	8	40	6	30
Група Б	7	35	6	30	7	35

Ці результати ми відобразили у гістограмі на рисунку 2.3.

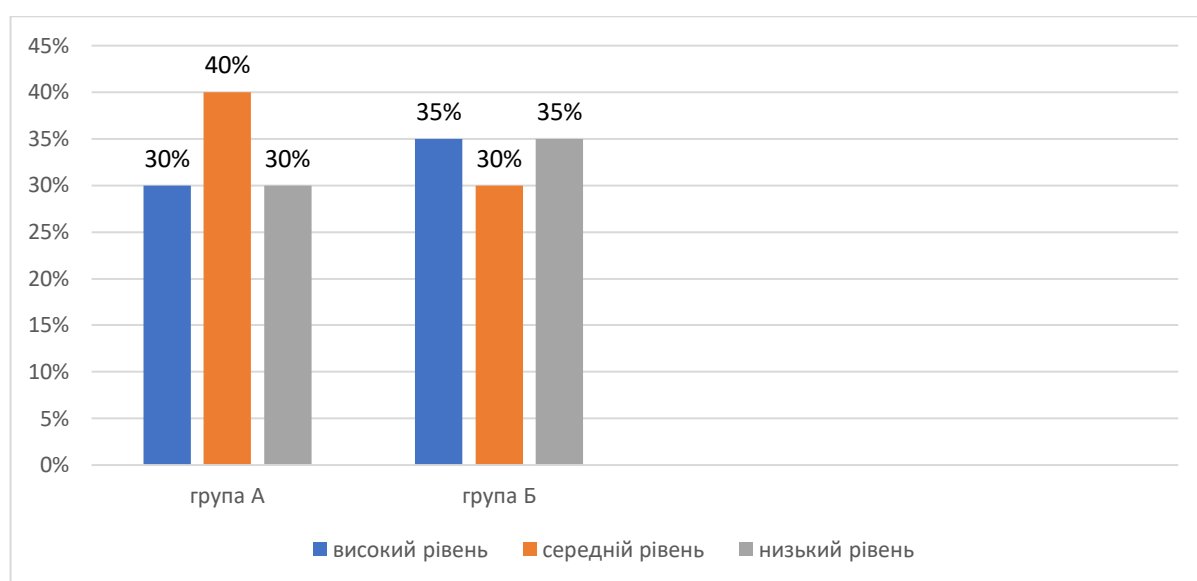


Рисунок 2.3. Рівень сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за операційно-рефлексивний критерієм (у%)

Результати моніторингу сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за операційно-рефлексивним критерієм, відображені у таблиці 2.11, свідчать про те, що у обох групах лише 30% та 35% відповідно мають високий рівень за всіма показниками операційно-рефлексивного критерію. Стільки ж членів педагогічних колективів обох груп (30% та 35%) знаходяться на низькому рівні.

Спираючись на результати анкет з самооцінкою педагогічних колективів можна сказати, що педагоги високо оцінюють свій зовнішній вигляд та просторово-предметне оточення вихователів. У педагогічному колективі

групи А високо оцінені зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователів. Педагогічний колектив групи Б вважає, що на високому рівні у них знаходиться соціально-психологічний клімат, культура колективу-історія і традиції, мовлення і спілкування.

Узагальнивши результати аналізу документації й аналітичних довідок, анкетування вихователів, спостереження за діяльністю вихователів, аналіз зовнішнього вигляду, аркушів оцінки та самооцінки сформованості складників іміджу колективу ЗДО, ми визначили рівні сформованості іміджу педагогічного колективу закладів дошкільної освіти, які беруть участь в експерименті, за потребо-мотиваційним, пошуково-гностичним, операційно-рефлексивним критеріями.

Результати відображено в таблиці 2.12

Таблиця 2.12

Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО за критеріями на констатувальному етапі експерименту (у %)

Критерії	Групи					
	Група А			Група Б		
	Рівні					
	В	С	Н	В	С	Н
потребово-мотиваційний	5	55	40	10	60	30
пошуково-гностичний	35	40	25	40	40	20
операційно-рефлексивний	30	40	30	35	30	35

З таблиці видно, що показники у групи А нижчі, ніж у групи Б., тому групу А ми визначаємо як експериментальну, а групу Б як контрольну.

2.2 Система роботи з формування позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти

Із метою формування позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти ми розробили систему роботи, яка передбачала комплекс методичних заходів, ґрунтувалася на низці важливих педагогічних умов і передбачала використання різноманітних традиційних та нетрадиційних форм методичної роботи з вихователями. Розробляючи її, ми урахували наявний імідж колективу ЗДО, а саме: сформованість професійної компетентності вихователів, культурний рівень колективу, особливості зовнішнього вигляду, просторово-предметного оточення вихователя та соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі.

Методика реалізації розробленої нами системи роботи полягала у проведенні комплексу освітніх заходів для вихователів (проблемні лекції, ІКТ-гра, ділова гра, круглий стіл, бліц-інтерв'ю та педагогічне ток-шоу із застосуванням таких інноваційних форм роботи як: інтерактивна вправа, рольова гра).

Наша робота проводилася поетапно: 1-й етап – теоретичний, 2-й етап – практичний, 3-й етап – підсумковий.

I етап – теоретичний.

Метою цього етапу було поінформувати педагогічний колектив про реальний імідж, який у них склався за результатами самооцінки й експертної оцінки, поглибити та систематизувати теоретичні знання про імідж колективу, його компоненти та засоби розвитку й коректування.

Для реалізації мети було проведено лекції на теми: «Імідж колективу ЗДО. Його компоненти і засоби створення», «Засоби удосконалення професійної компетентності педагога», «Культура педагога та традиції як важливі складники іміджу колективу ЗДО».

Результат: засвоєння педагогами інформації про імідж колективу ЗДО та його складники, про засоби удосконалення кожного компоненту іміджу

колективу. Це сприяло підвищенню рівня потребово-мотиваційного і пошуково-гностичного критеріїв сформованості іміджу колективу ЗДО.

II етап – практичний.

Мета: він передбачав формування елементарних умінь і навичок створення, корекції і розвитку позитивного іміджу колективу ЗДО.

Провідними формами на даному етапі були ІКТ-гра, ділова гра, круглий стіл, педагогічне ток-шоу.

Результат: теоретичні знання та сформовані вміння покращення іміджу колективу свого ЗДО.

III етап – підсумковий.

Мета: перевірити рівень засвоєння теоретичних знань, узагальнити і систематизувати їх, удосконалити практичні вміння щодо створення, розвитку і корекції іміджу колективу ЗДО.

Основними формами роботи на даному етапі були бліц-інтерв'ю та педагогічна майстерня.

Результат: сформована компетентність вихователів щодо побудови, розвитку і корекції іміджу колективу ЗДО.

Для реалізації завдань системи роботи з побудови, розвитку і корекції позитивного педагогічного іміджу колективу ЗДО, нами був розроблений перспективний план (Додаток Г).

Принципи системності, інтегративності, комплексності, послідовності, свідомості, зв'язку із життям, стали основними у процесі проведення з педагогами різних заходів з корекції і розвитку позитивного іміджу колективу ЗДО.

Зупинимося на характеристиці змісту кожного етапу роботи детальніше.

Отже, на теоретичному етапі нашої роботи ми уточнювали, розширювали, поглиблювали, узагальнювали і закріплювали знання вихователів про імідж колективу, його компоненти та засоби створення. При цьому чільне місце відводили інформації про засоби створення, корекції та розвитку іміджу педагогічного колективу. Особливу увагу звертали на конкретні складники

означеного феномену: професійну компетентність вихователів, культуру педагогів, традиції колективу, предметне середовище ЗДО.

На цьому етапі формувального експерименту нами проводилися лекції з таких тем: «Імідж колективу ЗДО. Його компоненти і засоби створення», «Засоби удосконалення професійної компетентності вихователів як складника іміджу колективу ЗДО» «Культура педагога та традиції як важливі складники іміджу колективу ЗДО» (Додаток Д – Д.3).

Теми вищезначених лекцій нами були вибрані такі, щоб охопити всі важливі компоненти іміджу колективу ЗДО.

Лекції були спрямовані на формування у вихователів уявлень про імідж колективу закладу дошкільної освіти як цілеспрямовано або стихійно сформований образ та про засоби створення, корекції та розвитку іміджу педагогічного колективу.

Алгоритм проведення лекцій передбачав: 1) привітання з вихователями; 2) ознайомлення з темою та метою проведення лекції; 3) подача основного матеріалу теми з використанням елементів інтерактивних технологій; 4) підбиття підсумків заняття.

Наводимо приклад проведення лекції з теми: «Засоби удосконалення професійної компетентності вихователів як складника іміджу колективу ЗДО» (з використанням мультимедійної презентації).

Мета лекції: поповнити та систематизувати знання вихователів про професійну компетентність як засіб формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Завдання:

- активізувати діяльність педагогів щодо актуальності підвищення професійної компетентності педагогів закладів дошкільної освіти;
- закріпити знання педагогів про поняття, основні складники, вимоги, якості та здібності професійної компетентності педагогів ЗДО;

- поповнити знання педагогів про готовність до інноваційної діяльності як важливої складової професійної компетентності вихователів та створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Матеріали: мультимедійна презентація.

Методи: лекція-презентація з елементами завдань, інтерактивні технології «Струмочок думок», робота в парах.

План лекції:

1. Актуальність підвищення професійної компетентності педагогів закладів дошкільної освіти.
2. Поняття та основні складники професійної компетентності педагогів ЗДО.
3. Вимоги до професійної діяльності вихователя.
4. Якості та здібності, необхідні вихователю для професійної діяльності.
5. Готовність до інноваційної діяльності – важливий складник професійної компетентності вихователя.

На початку лекції з метою активізації пізнавальної діяльності вихователів, використали технологію «Струмочок думок». При цьому ми попросили вихователів лаконічно висловити свою думку з приводу того, чому проблема професійної компетентності вихователя актуальна для створення іміджу колективу ЗДО. Педагоги вважають, що питання професійної компетентності актуальне тому, що тільки компетентний вихователь зможе працювати та досягати успіху у справі виховання та розвитку дітей дошкільного віку. Також вихователі вважають, що чим більше професіоналів працює у закладі дошкільної освіти, тим кращий його імідж серед інших закладів. Далі узагальнили відповіді та висвітлювали перше питання.

1. Актуальність підвищення професійної компетентності педагогів закладів дошкільної освіти.

Особливості розвитку професійної діяльності є надзвичайно актуальною проблемою, оскільки жодна інша професія не ставить таких вимог до людини, як професія педагога, вихователя. Вихователь дошкільного навчального

закладу є головною постаттю. Саме від його професійності залежить інтелектуальне, духовне, соціальне, емоційне становлення особистості дітей дошкільного віку. Безперечно, ефективність роботи освітніх навчальних закладів залежить не лише від програм навчання і виховання, а й від особистості педагога, його взаємин із дітьми та професіоналізму. Кожен талановитий висококваліфікований, вдумливий педагог поєднує у своїй практиці загальнотеоретичні досягнення педагогіки, власний досвід, особистісні переваги та особливості дітей, з якими він працює. Жодна найдосконаліша теорія не може дати вичерпної відповіді, яким бути педагогу, але вона є основою, на яку повинен опиратися навіть найобдарованіший із них.

Разом з вихователями підсумовуємо, що актуальність професійної компетентності педагогів обумовлена сучасними вимогами до якості надання освітніх послуг, створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

2. Поняття та основні складники професійної компетентності педагогів ЗДО.

На початку розгляду цього питаннями ми запропонували вихователям уважно прочитати визначення синонімічних до поняття «компетентність» термінів, поданих на слайдах, і серед них знайти найбільш прийнятне. Поняття «компетентність» характеризується такими якостями як знаючий, обізнаний, авторитетний у певній галузі. Професійна компетентність у психолого-педагогічній літературі розглядається як професійна підготовленість і здатність спеціаліста до виконання завдань і обов'язків професійної діяльності. До її структури входять знання, уміння та навички професійної діяльності, спрямованість (мотиви, ціннісні орієнтації, ідеали, інтереси), особистісні і професійні якості, досвід.

Г. Беленька виділяє такі складники професійної компетентності педагога: система психологічних, загальнодидактичних, спеціальних фахових знань; система фахових умінь; професійні здібності та професійно-значущі риси особистості.

Професійна компетентність вихователя – це необхідна умова підвищення якості педагогічного процесу. На основі аналізу різних визначень даного поняття можна назвати наступний варіант: професійна компетентність вихователя ЗДО – це здібність до ефективного виконання професійної діяльності, визначуваної вимогами посади, що базується на фундаментальній науковій освіті і емоційно-ціннісному ставленні до педагогічної діяльності. Вона передбачає володіння професійно значимими установками і особистісними якостями, теоретичними знаннями, професійними вміннями і навиками.

З метою закріплення отриманих знань, ми об'єднали педагогів у пари, які отримали наступні завдання: одна пара – пригадати і записати на картці усі знання, які структурують компетентність вихователя, друга пара – усі вміння, третя пара – особистісні і професійні якості, четверта пара – мотиви, ціннісні орієнтації професійної діяльності вихователя. Потім всі ці картки ми виклали у вигляді квітки, яка і розкривала сутність поняття та складники компетентності вихователя.

3. Вимоги до професійної діяльності вихователя.

Вимоги до професійної діяльності вихователя – це імперативна система професійних якостей, які визначають успішність педагогічної діяльності. Вчені пропонують різні конструкції вимог до професійної діяльності педагогів: педагогічної (професійної) майстерності, педагогічного професіоналізму, педагогічних здібностей, педагогічної культури, готовності до педагогічної діяльності, педагогічної творчості.

Педагогічну майстерність науковці тлумачать як найвищий рівень педагогічної діяльності, як комплекс властивостей особистості педагога, що забезпечує високий рівень самоорганізації педагогічної діяльності, розуміють як синтез наукових знань, умінь і навичок методичного мистецтва й особистих якостей педагога. Вони виокремлюють наступні складові педагогічної майстерності: гуманістичну спрямованість діяльності, професійну компетентність, професіоналізм, педагогічні здібності, педагогічну техніку.

Критеріями педагогічної майстерності є гуманність, науковість, педагогічна доцільність, оптимальний характер, результативність, демократичність, творчість.

Аналіз психолого-педагогічної літератури дозволив не лише виокремити компоненти готовності педагога до педагогічної діяльності (когнітивний, практичний, особистісний), а й визначити змістовні характеристики компонентів. Структура готовності педагога до педагогічної діяльності включає у себе психологічну готовність, практичну готовність до виконання комплексу професійних функцій та готовність до подальшого професійного самовдосконалення. Зміст теоретичної готовності вихователя виявляється в узагальненому умінні педагогічно мислити, що передбачає наявність у педагога аналітичних, прогностичних, проєктивних, а також рефлексивних умінь. Зміст практичної готовності вихователя виражається у зовнішніх (предметних) уміннях, тобто в діях, які можна спостерігати. До них належать організаторські і комунікативні уміння.

Професійна компетентність вихователя обумовлює його педагогічну майстерність. На думку А. Макаренка, педагогічна майстерність – це знання особливостей педагогічного процесу, уміння його побудувати і привести у рух. За глибоким переконанням А. Макаренка, оволодіти педагогічною майстерністю може кожен педагог за умови цілеспрямованої роботи над собою. Вона формується на основі практичного досвіду. Проте не кожний досвід стає джерелом професійної майстерності. Таким джерелом є лише педагогічна діяльність, осмислена з точки зору її суті, цілей і технологій; сплав особистісно-ділових якостей і професійної компетентності педагога. Отже, хороший педагог – завжди яскрава особистість, має власну техніку впливу, взаємодії, спілкування, саморегуляції. В кінці висвітлення цього питання ми попросили вихователів самостійно зробити висновок і записати його.

4. Якості та здібності, необхідні вихователю для професійної діяльності.

На початку розгляду питання привернули увагу педагогів до пелюстки квітки-компетентності, на якій перераховані всі якості та здібності вихователя.

Потім звернули увагу вихователів на те, що окремі педагогічні здібності, без яких неможлива педагогічна діяльність, стали провідними якостями педагога. До них належать, наприклад, комунікативність (сукупність істотних, відносно стійких властивостей особистості, що сприяють успішному прийому, розумінню, засвоєнню, використанню й передаванню інформації) і педагогічно спрямоване спілкування (професійне спілкування вчителя з усіма учасниками навчально-виховного процесу, яке спрямоване на створення оптимальних умов для здійснення мети, завдань виховання і навчання).

Низка фахівців притримуються думки, що відсутність яскраво виражених здібностей можна компенсувати розвитком таких важливих професійних якостей, як працелюбство, систематична робота над собою, добросовісне ставлення до своїх обов'язків [3, с. 218].

Педагогічні здібності вважаються важливою вимогою професійної діяльності вихователя, проте не є його вирішальною професійною якістю. Професійно значущі якості особистості педагога – це стійкі загальні та специфічні риси, що забезпечують педагогу повноцінне виконання своїх професійних функцій та обов'язків.

Найважливішими професійними якостями педагога визнані: працелюбство, працездатність, дисциплінованість, уміння визначити мету, вибрати шляхи її досягнення, організованість, наполегливість, систематичне і планомірне підвищення свого професійного рівня, відповідальність прагнення постійно підвищувати якість своєї праці.

О. Кононко серед низки важливих професійних якостей вихователя вказує на такі:

1) повага дошкільника – до дитини потрібно ставитися як до цінності, визнавати за нею право на помилку, бачити її чесноти і досягнення, сприймати такою, якою вона є, вірити в її можливості, визнавати її право мати свою точку зору, таємниці, не принижувати її гідності;

2) розуміння вихованця – орієнтуватися у його слабких і сильних сторонах, відчувати стан, настрій, прогнозувати ймовірну тактику поведінки, виявляти проникливість, чуйність;

3) допомога і підтримка дитини – сприяти повноцінній життєдіяльності дитини, створювати атмосферу безпеки й довіри, спиратися на її сильні сторони, не підкреслювати слабких;

4) уміння домовлятися з вихованцем, укладати з ним угоду – запобігати конфліктам та з найменшими емоційними витратами розв'язувати їх, уникати загострень взаємин, активно слухати дитину, сприяти рівноправним партнерським стосункам;

5) перцептивність – спостережливість, сприйнятливність, уміння відчувати стан іншого та адекватно на нього реагувати;

6) бути самим собою – зберігати свою індивідуальність, своєрідність, виявляти принциповість у ситуаціях тиску, мати своє особистісне та професійне обличчя.

Підсумовуючи почуте, вихователі зазначали, що професіоналізм педагога – це комплекс рис та якостей особистості, які дозволяють йому бути авторитетним, шанованим, мати позитивний професійний імідж та працювати на створення позитивного іміджу колективу ЗДО.

5. Готовність до інноваційної діяльності – важливий складник професійної компетентності вихователя.

Професійна готовність є закономірним результатом спеціальної підготовки, самовизначення, освіти й самоосвіти, виховання й самовиховання. Це – психічний, активно-дієвий стан особистості, складна її якість, система інтегрованих властивостей. Така готовність регулює діяльність, забезпечує її ефективність. Однією з важливих якостей педагога, умов успішності його як професіонала є готовність до інноваційної діяльності.

Як вважає І. Дичківська, готовність до інноваційної педагогічної діяльності – особливий особистісний стан, який передбачає наявність у педагога мотиваційно-ціннісного ставлення до професійної діяльності,

володіння ефективними способами і засобами досягнення педагогічних цілей, здатності до творчості і рефлексії.

Вона є основою активної суспільної і професійно-педагогічної позиції суб'єкта, яка спонукає до інноваційної діяльності та сприяє її продуктивності.

Далі зупинилися на визначенні інноваційної компетентності педагога, компонентах інноваційної компетентності, а також загальному результаті роботи з означеного питання.

Йдеться про те, що під час навчання майбутній вихователь має набути:

- розвинену творчу уяву;
- стійку систему знань, що розкривають суть, структуру і види інноваційної педагогічної діяльності;
- уміння цілеспрямовано генерувати нові нестандартні ідеї з використанням інтелектуальних інструментів і механізмів самореалізації;
- психолого-педагогічні знання про освоєння і впровадження інноваційних процесів у систему освіти;
- спеціальні психолого-педагогічні методи, прийоми і засоби, використання яких дає змогу активно включатися в інноваційну педагогічну діяльність.

Узагальнюючи все вище сказане, ми визначили, що підготовлений до інноваційної професійної діяльності педагог має такі професійні й особистісні якості:

- усвідомлення смислу і цілей освітньої діяльності у контексті актуальних педагогічних проблем сучасної школи;
- осмислену, зрілу педагогічну позицію;
- уміння по-новому формулювати освітні цілі з предмета, певної методики, досягати і оптимально переосмислювати їх під час навчання;
- здатність вибудовувати цілісну освітню програму, яка враховувала б індивідуальний підхід до дітей, освітні стандарти, нові педагогічні орієнтири;

- співвіднесення сучасної йому реальності з вимогами особистісно-орієнтованої освіти, коригування освітнього процесу за критеріями інноваційної діяльності;

- здатність бачити індивідуальні здібності дітей і навчати відповідно до їх особливостей;

- уміння продуктивно, нестандартно організувати навчання й виховання, тобто забезпечити творення дітьми своїх результатів і, використовуючи інноваційні технології, стимулювати їх розвиток;

- володіння технологіями, формами і методами інноваційного навчання, яке передбачає уміння на основі особистого досвіду і мотивів вихованців бути співтворцем мети їх діяльності, зацікавленим і компетентним консультантом і помічником у співвіднесенні мети з результатом, використанні доступних для дітей форм рефлексії та самооцінки;

- здатність бачити, адекватно оцінювати, стимулювати відкриття та форми культурного самовираження вихованців;

- уміння аналізувати зміни в освітній діяльності, розвитку особистісних якостей вихованців;

- здатність до особистісного творчого розвитку, рефлексивної діяльності, усвідомлення значущості, актуальності власних інноваційних пошуків і відкриттів.

Висновок знову попросили вихователів зробити самостійно.

Отже, проведена лекція та взаємодія з вихователями показали, що педагоги мають певні знання про професійну компетентність вихователя. Вони розуміють важливість даного питання особисто для кожного і почали усвідомлювати необхідність її набуття для створення іміджу колективу ЗДО. Протягом лекції намагалися поповнити знання педагогів, систематизувати їх, а також сформулювати розуміння актуальності питання професійної компетентності не тільки для кожного педагога окремо, а і для всього педагогічного колективу, адже професійна компетентність є важливим складником створення іміджу педагогічного колективу в цілому. Підводячи

підсумки лекції з'ясували, що вихователі вперше почули про сформульовані науковцями вимоги до професійної компетентності вихователя, складники інноваційної готовності до діяльності як важливого компонента професійної компетентності вихователя. На думку вихователів, більш зрозумілим був пункт лекції щодо здібностей, які необхідні сучасному вихователю-професіоналу. Також слід відмітити, що активізувала педагогів вправа щодо створення квітки зі знань, умінь, навичок, мотивів необхідних компетентному вихователю. Вважаємо, що лекція допомогла педагогам зрозуміти необхідність професійного удосконалення не тільки для себе, а й для всього педагогічного колективу, побудови його іміджу.

Повний виклад лекції розміщено у додатку Д.1.

У процесі лекцій ми розширювали та конкретизували знання вихователів про імідж колективу ЗДО. Особливу увагу звертали на складники позитивного іміджу та засоби його формування, адже теоретичні знання дадуть змогу педагогам практично їх застосувати у подальшій методичній роботі, а також у практичній діяльності для створення позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Змістом роботи на другому – практичному етапі, було навчити педагогів практично використовувати набуті теоретичні знання щодо корекції іміджу педагогічного колективу закладу, в якому вони працюють.

Для реалізації поставленої мети були проведені такі методичні заходи: ділова гра «Кроки до майстерності», ІКТ-гра «Одягни вихователя: створи імідж педагога», круглий стіл з теми: «Традиції колективу: за та проти», педагогічне ток-шоу «І знову про імідж», семінар-практикум «Психологічний клімат у колективі: засоби формування та корекції» (Додаток Е – Е.4).

Робота розпочалася з проведення ділової гри «Кроки до майстерності»

Мета: покращити імідж колективу ЗДО через підвищення професійної майстерності вихователів.

Завдання:

- формувати у педагогів потребу в усвідомленні своїх сильних та слабких сторін професійної діяльності чи компетентності;
- розвивати потребу пізнавати свої професійні здібності та особистісні риси;
- стимулювати інтерес до творчості, ініціативу, розвиток аналітичних здібностей членів педагогічного колективу.

Обладнання: фліп-чарт, фломастери, мультимедійна установка, роздавальний матеріал.

Хід гри:

На початку гри вихователям повідомили тему та мету проведення ділової гри. Ведуча наголосила на необхідності професійного удосконалення кожного педагога, адже це необхідно, щоб бути конкурентноспроможним, досягати професійних успіхів, реалізувати себе у професії.

Педагоги були об'єднані у групи, з урахуванням стажу та досвіду роботи, а також наявності кваліфікаційної категорії. Це дозволило почути різні думки про професію вихователя, про враження від професії, адже педагоги різних поколінь по-різному бачать себе у ній, перспективи власної педагогічної діяльності.

Ведуча зазначила, що головні нормативно-правові документи МОН України свідчать: «Педагогічні працівники зобов'язані постійно підвищувати професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру» (Закон України «Про освіту»). Вчитися протягом всього життя – вимога часу. І особливі надії тут покладаються на самоосвіту. Здатність до самоосвіти незрівнянно важливіша за своїми результатами та впливом на людину, ніж сама освіта в навчальному закладі. Особистісно-орієнтована самоосвіта педагога забезпечує підвищення педагогічної майстерності, а в результаті – безперервний саморозвиток особистості самого педагога і його вплив на розвиток особистості дитини.

Тому учасникам було запропоновано виконати вправи «Прорекламуй партнера», «Наша мета», «Професійний мікрофон», під час яких вихователі

виявляли вміння згуртовано взаємодіяти, домовлятися, бачити, оцінювати і рекламувати позитивні риси характеру один одного, позитивні якості особистості, що вкрай необхідно для створення та корекції іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Ефективним методом роботи з педагогами була дискусія між групами: чи тотожні поняття «творчий вихователь» і «майстер». Вихователі вибрали якості, які характеризують вихователя-майстра: соціальна відповідальність; почуття гумору; духовна культура; інтелігентність; гуманізм; самокритичність; оптимізм; креативність мислення.

Під час проведення ділової гри «Кроки до майстерності» присутні педагоги виконували завдання, спрямовані на підвищення їхньої педагогічної майстерності, яка є одним з основних складників іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Під час виконання завдань, учасники груп обговорювали проблему, знаходили спільні підходи до вирішення актуальних питань освіти дошкільників. Так, під час роботи в парах, потрібно було прорекламувати партнера по команді таким чином, щоб його взяли на роботу. Учасники груп вчилися знаходити позитивні якості колег, називати, оцінювати і рекламувати їх.

Вправа «Професійний мікрофон» вчила вихователів знаходити у своїй професії позитивне. Різноманіття відповідей (креативна, яскрава враженнями, відповідальна) показує, що педагоги розуміють значення своєї професії, її важливість. А також ця вправа показала, що вихователі розуміють що потрібно постійно вдосконалюватися для досягнення результату своєї діяльності, покращення іміджу всього колективу.

Зацікавленню педагогів у покращенні іміджу колективу ЗДО сприяла вправа, де було потрібно вибрати професійні якості, які характеризують вихователя-майстра. Учасники гри жваво обговорювали необхідність мати такі якості, як почуття гумору, креативність мислення, самокритичність.

Під час рефлексії педагоги зазначили, що розглянуті питання сприяли підвищенню професійного рівня вихователів. Вправи та завдання були змістовними, цікавими, дозволили присутнім отримати нові знання, сприяли мотивації вихователів до подальшого професійного зростання, формування позитивного іміджу колективу педагогів ЗДО.

Розгорнутий конспект ділової гри «Кроки до майстерності» розміщено в додатку Е.

Проведення ІКТ-гри «Одягни вихователя: створи візуальний імідж педагога» дозволила вихователям повправлятися у створенні власного візуального іміджу, який є вагомим компонентом загального зовнішнього іміджу педагогічного колективу.

Мета: поповнити знання педагогів про історію формування зовнішнього вигляду педагога як чинника створення візуального іміджу; за допомогою мультимедійної гри вправляти їх у створенні свого сучасного привабливого, естетично виразного зовнішнього вигляду вихователя.

Завдання:

- вчити педагогів створювати зовнішній образ сучасного вихователя;
- закріплювати вміння вихователів виконувати завдання гри за допомогою мультимедіа;
- продовжувати вчити педагогів доводити власну думку, пояснювати свої дії під час створення зовнішнього образу.

Обладнання: проектор, ноутбук, екран, ІКТ-гра.

Хід гри:

На початку ІКТ-гри ведуча коротко ознайомила вихователів з історією підходів до зовнішнього вигляду педагога, зокрема з тим, що враження про образ педагога складається на основі оцінки його зовнішності оточуючими, адже не даремно говорять «по одягу зустрічають...» Зовнішній вигляд вихователя – це його візитівка.

Далі на мультимедійній презентації увазі вихователів були запропоновані слайди, на яких показаний зовнішній вигляд вихователя у минулі роки.

Уявлення педагогів старшого покоління про імідж був мінімальним. Адже, на їхню думку, зовнішній вигляд педагога має бути стриманим, без яскравий, цікавих деталей. Проте така «стриманість» перетворилась у звичайнісіньку «сірість».

Педагоги минулого не здогадувались, що саме гарно підібраний одяг з аксесуарами та маленькими яскравими деталями, які гармонують один з одним і доповнюють загальний ансамбль, буде допомагати їм почувати себе впевненіше, а разом з цим їх професійна діяльність буде успішнішою.

2. Розпочинаючи роботу з ІКТ-грую, ведуча зазначила, що на відміну від іміджу педагогів минулого, імідж педагогів сучасності кардинально відрізняється. Так, у кожного педагога виробився свій власний стиль одягу, якого вони притримуються. Сучасні педагоги, в переважній більшості, вміють «доглядати» за своїм зовнішнім виглядом, а саме слідкують за модними тенденціями, вміють правильно підібрати одяг, взуття та аксесуари, доглядати за волоссям (вміють робити гарні зачіски), за шкірою рук та обличчя.

Ведуча запропонувала присутнім педагогам за допомогою мультимедіа створити образ зовнішнього вигляду сучасного педагога. А потім розповіла присутнім вихователям правила гри, пояснила як потрібно виконати поставлене завдання за допомогою ноутбука та проектора.

3. Робота педагогів, обговорення, вироблення загальних підходів. Педагоги активно обговорювали предмети одягу, зачіски, використання аксесуарів, які є доцільними для сучасного педагога.

4. Презентація результатів роботи вихователів.

Результатом роботи стало декілька варіантів образу сучасного вихователя, який є активним учасником формування позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Розгорнутий конспект ІКТ-гри «Одягни вихователя: створи імідж педагога» розміщено в додатку Е.1.

Виходячи з результатів анкетування педагогів під час констатувального етапу експерименту, а також на виконання завдань щодо підвищення

професійного рівня педагогів зі створення позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО, був організований «круглий стіл» з теми «Традиції колективу: за та проти». В його проведенні взяли участь як вихователі, так і музичні керівники, вчителі-дефектологи, практичний психолог закладу.

Мета: сприяти усвідомленню вихователями ролі традицій колективу у формуванні іміджу ЗДО.

Завдання:

- формувати позитивне ставлення до традицій закладу, в якому працюють вихователі;

- активізувати діяльність педагогів щодо створення традицій, які допомагають у роботі колективу, сприяють його згуртованості і побудові позитивного іміджу колективу ЗДО.

Матеріал: папір, олівці.

На початку заходу ведуча зазначила, що кожен заклад дошкільної освіти – це унікальна система, в якій співпрацюють педагоги, батьки, діти, відділ управління освіти, громадські організації тощо. Сьогодні ми з'ясуємо що ж робить наш заклад відомим, привабливим, які традиції виокремлюють його серед інших закладів дошкільної освіти міста та сприяють формуванню позитивного іміджу педагогічного колективу

Вихователь-методист розповіла, що наш ЗДО – це колектив високопрофесійних, талановитих та небайдужих людей, які шанують і творять традиції. Традиційні заходи, які щорічно проводяться в закладі дошкільної освіти, направлені на всебічний розвиток здібностей дитини та залучення батьків до активної участі в освітньому процесі. Вони охоплюють багато напрямів: патріотичне виховання, формування у дітей навичок здорового способу життя та особистої безпеки, навичок екологічної поведінки, розвиток творчих здібностей. Вона перерахувала традиційні заходи нашого закладу дошкільної освіти.

Ведуча запропонувала вихователям на аркушах паперу написати традиції своєї групи і розташувати їх на своєрідному «родинному дереві закладу

дошкільної освіти». Аналіз перелічених традицій дозволив зробити висновок про те, наскільки ЗДО багатий на гарні традиції, які роблять наш заклад унікальним та неповторним.

Вихователі пригадували і фіксували на аркушах традиції своїх груп.

У закладі працюють спеціалісти: практичний психолог, музичні керівники, вчителі – дефектологи. В їхній роботі також є традиції.

Практичний психолог розповіла, що протягом навчального року вже стали традиційними Тиждень толерантності, Акція «16 днів проти насильства».

Музичні керівники звернули увагу присутніх на те, що крім свята музики, традиційними є осінні свята, Новорічне свято, свято мам.

У садочку склалася традиція проводити свято для дітей до Дня святого Миколая. Ведуча привернула увагу вихователів до того, що в нашому садку традиційними стали екскурсії колективу закладу до визначних місць нашої Батьківщини, ознайомлення з її історією, пам'ятками, збереженими до сьогодення. Колектив ЗДО відвідав: м. Хотин;

Наприкінці заходу зазначили, що традиції важливі для створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти. ЗДО «Гніздечко» користується значним авторитетом серед батьківської та педагогічної громади й неабиякою любов'ю дітей-вихованців. Значною мірою на це впливає атмосфера, що панує у закладі, адже наші педагоги пам'ятають – всі діти різні, а кожен новий день є неповторним і приносить безцінний життєвий досвід, створює імідж пед. колективу серед закладів дошкільної освіти міста та батьків майбутніх вихованців.

Тон задала вихователь-методист, яка розповіла про традиції, що склалися в колективі за роки його існування. Присутнім було цікаво дізнатися і про традиції, які існують в групах, про які розповіли вихователі та інші спеціалісти садка.

Особливо жваво та зацікавлено пройшло обговорення екскурсій-подорожей всього колективу ЗДО визначними місцями України, відвідування

храмів та музеїв. Така традиція, на думку всіх присутніх, сприяє кращому пізнанню членів колективу, а також тому, що працівники спілкуються, дружать, мають спільні інтереси, разом проводять час.

Наприкінці заходу всі учасники сказали «так» традиціям, оцінили їх вплив на формування позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО, зазначили необхідність їх примноження, висловивши свої пропозиції щодо започаткування нових традицій.

Розгорнутий конспект «круглого столу» з теми «Традиції колективу: за та проти» розміщено в додатку Е.2.

Вирішувати проблеми створення позитивного іміджу колективу допомогло педагогічне ток-шоу «І знову про імідж колективу закладу дошкільної освіти».

Мета: спонукати учасників до діалогу, допомогти їм усвідомити важливість створення та корекції іміджу педагогічного колективу.

Завдання:

- продовжувати вчити педагогів аналізувати ситуацію, яка склалася в закладі стосовно іміджу колективу;

- закріпити знання вихователів про імідж колективу, його складники та засоби формування;

- удосконалювати вміння працювати в колективі.

Обладнання: папір, ручки, мікрофон, таблички з написами «експерти», «учасники», «глядачі».

Хід проведення:

На початку ток-шоу ведуча повідомила тему, мету та правила його проведення.

Вона зазначила, що за час проведення практичного етапу у деяких вихователів з'явилися питання та сумніви з приводу актуальності проблеми іміджу педагогічного колективу. Так, одна вихователька вважає роботу над створенням іміджу педагогічного колективу не потрібною ні їй, ні іншим членам суспільства.

Тому педагоги поділились на групи за своїми переконаннями: одна група підтримала думку виховательки, друга група – протилежну думку (вони вважають формування іміджу колективу закладу важливим). Обидві групи стали головними учасниками ток-шоу. А третя група педагогів не підтримала жодну із сторін, тому вони зайняли місце глядачів.

Керівник закладу та вихователь-методист зайняли місця експертів.

Вислухавши обидві думки, ведуча надала слово експертам.

Експерти відмітили особливу актуальність формування позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО, адже на сучасному етапі розвитку суспільства постає питання конкурентоспроможності кожного закладу дошкільної освіти. За рахунок зменшення народжуваності стають непотрібними заклади дошкільної освіти у такій кількості. Навіть у нашому місті не всі ЗДО в цьому навчальному році набрали дітей на всі вікові групи. Батьки мають можливість обрати заклад. А для цього вони спілкуються з батьками випускників, один з одним, діляться враженнями про перебування своїх старших дітей у садочках. Також згадала випадок, коли батьки дуже просили перевести їх дитину по закінченні першої молодшої групи одразу до середньої групи тому, що «там вихователь дуже гарний».

Тому на часі актуальність створення позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти. І кожен педагог працює на себе, створює репутацію, яка дасть йому можливість у подальшому впевнено дивитися у майбутнє.

Підводячи підсумки ток-шоу, ведуча ще раз наголосила на важливості роботи над своїм іміджем та іміджем колективу ЗДО загалом.

Аналізуючи захід, можна сказати, що ми змогли частково досягти поставленої мети. Всі вихователі дотримувались правил проведення шоу, проте інколи емоції брали гору. Так, наприклад, майже всі вихователі гостро відреагували на думку, що в колективі кожен за себе. Це свідчить про згуртованість колективу та існуючу в ньому взаємодопомогу, а також про те,

що процес формування іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти буде відбуватися цілеспрямовано, планомірно та результативно.

Розгорнутий конспект ток-шоу «І знову про імідж» розміщено в додатку Е.3.

Третім етапом нашої системи роботи було перевірити рівень засвоєння отриманих теоретичних знань та сформованість практичних умінь щодо удосконалення іміджу колективу ЗДО.

Вивчення рівня сформованості знань про імідж колективу ЗДО, його складники, методи формування було проведено у вигляді бліц-інтерв'ю з теми «Імідж колективу: сучасний погляд». Під час його проведення педагоги були об'єднані у дві команди, кожна з яких продумала та задала одна одній запитання щодо понять, пов'язаних з іміджем педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Тема: Імідж колективу: сучасний погляд

Мета: з'ясувати рівень засвоєння вихователями набутих знань про поняття «імідж», «імідж ЗДО», «імідж колективу ЗДО», їх складники та методи формування; стимулювати бажання формувати позитивний імідж педагогічного колективу закладу.

Завдання:

- продовжувати вчити вихователів формулювати запитання точно, лаконічно;
- активізувати знання педагогів про створення, корекцію і розвиток позитивного іміджу ЗДО;
- закріплювати вміння працювати в команді.

Обладнання: мікрофон, запитання для двох команд.

Хід проведення:

На початку бліц-інтерв'ю вихователям повідомили про тему та мету його проведення, пояснили що вони повинні робити. Потім був визначений час для

продумування запитань стосовно іміджу, його складників, іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Перша команда поставила такі запитання:

- Що таке імідж як педагогічне поняття?
- Які якості особистості педагог повинен мати як член педагогічного колективу для створення свого позитивного іміджу?
- З яких компонентів складається імідж педагогічного колективу ЗДО?
- Які науковці займалися вивченням питання щодо створення позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО?
- Хто є суб'єктами формування іміджу ЗДО?

Друга група педагогів поставила такі запитання:

- Яка роль професійної компетентності у формуванні іміджу колективу ЗДО?
- Чи має значення предметне середовище для позитивного іміджу колективу ЗДО?
- Який вплив зовнішнього вигляду педагога на його імідж та імідж всього колективу в цілому?
- Який вплив на позитивний імідж має психологічний клімат у колективі закладу?
- Які чинники зумовлюють необхідність формування позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти ?

Слід відмітити, що з питань видно, що педагоги глибоко занурилися у питання іміджу, розібралися з поняттями, складниками, чинниками, які впливають на формування позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти та сприяють його розвитку. Відповіді опонентів були змістовні, точні. Іноді команда, що ставила запитання уточнювала почуті відповіді колег, намагаючись більш повно розкрити озвучене питання.

Отже, бліц-інтерв'ю виявилось ефективною формою методичної роботи на третьому етапі формувального експерименту, дозволило побачити

результативність проведеної раніше роботи щодо формування знань про поняття, засоби та методи побудови іміджу педагогічного колективу ЗДО.

Розгорнутий конспект бліц-інтерв'ю «Імідж колективу: сучасний погляд» розміщено в додатку Ж.

А «педагогічну майстерню» з теми «Створи моделі педагогічного колективу з позитивним іміджем» використали для визначення рівнів володіння вихователями іміджотвірними вміннями.

Мета: узагальнити знання вихователів про складники позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти, удосконалити уміння його створювати; підвищувати професійну компетентність вихователів; розвивати критичне мислення педагогів.

Завдання:

- систематизувати знання педагогів про складники іміджу колективу ЗДО;
- вчити створювати модель позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти;
- презентувати розроблену модель, обґрунтовувати власну думку;
- удосконалювати вміння працювати в команді.

Обладнання: журнали, газети, папір, фломастери, клей, ножиці.

Хід проведення:

На початку педагогічної майстерні ведуча пояснила, що сьогодні вони будуть створювати моделі позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти, спираючись на ті знання, які вони отримали раніше у ході формувального етапу експерименту. Педагоги були об'єднані у дві команди, кожна з яких створювала модель колективу ЗДО з позитивним іміджем, а потім презентувала її.

Педагогам були запропоновані різноманітні матеріали, які можна використати у процесі роботи.

Ведуча: «Сьогодні ми спробуємо разом з вами створити образ сучасного педагогічного колективу. Пригадайте що ж визначає імідж колективу, які його

складники, засоби та методи створення. І відобразить усі отримані знання у своїх моделях. Під час презентації вам потрібно розповісти що ж структурує модель позитивного іміджу сучасного колективу закладу дошкільної освіти, а також довести свою думку, переконати всіх присутніх у тому, що саме ваша модель має право на життя, дозволить цьому колективу педагогів мати неподільний авторитет у своєму мікрорайоні, завжди набирати дітей та бути успішними на ниві виховання та розвитку дошкільників.

Для цього вам надані різні матеріали: журнали, газети, папір, фломастери, клей, ножиці.

На виконання роботи вам, шановні «іміджмейкери» – це люди, які займаються створенням іміджевого образу, дається 25 хвилин. По закінченні означеного часу вам протягом 7-10 хвилин потрібно презентувати створені моделі, обґрунтувати свої думки. Отже, час пішов».

Вихователі працювали у групах, обговорювали, творчо використовували надані їм матеріали, продумували логіку презентації моделі. Під час практичної роботи педагоги відтворили усі складники іміджу педагогічного колективу, згадали засоби, які можна використати для його створення, умови та чинники, які впливають на цей процес.

Цікаво та змістовно пройшла презентація моделей. Вихователі-спікери були емоційними, обґрунтовували свої думки. Вони креативно підійшли до виконання завдання.

З виступів педагогів було видно, що вони мають знання про імідж колективу, а також про його складники, принципи, засоби його формування.

Наприкінці ведуча запропонувала приготувати «салат вражень». Для цього потрібно було кожному педагогу написати на аркушах паперу свої враження від роботи у майстерні та покласти їх до «салатника». Цей інтерактивний прийом дозволив кожному педагогу поділитися враженнями про проведений захід, а ведучій впевнитися в тому, що вихователі мають знання та позитивно вмотивовані на створення позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

Розгорнутий конспект педагогічної майстерні з теми «Створи моделі педагогічного колективу з позитивним іміджем» розміщено в додатку Ж.1.

Усі розроблені нами заходи з покращення іміджу ЗДО, проводилися з вихователями, згідно з перспективним планом роботи, під час денного сну дітей. Розробляючи вищезазначені форми роботи з педагогами, ми спиралися на результати констатувального етапу експерименту. Загалом заходи проходили цікаво, свідченням чого були змістовні відповіді вихователів, їх активність, інтерес, гарний настрій.

Підбиваючи підсумки формувального етапу експериментального дослідження, ми можемо зробити висновок, що під час реалізації розробленої нами системи роботи вихователі набули нових знань та умінь щодо корекції іміджу педагогічного колективу.

Усі вихователі позитивно ставилися до запропонованих методичних заходів, охоче брали участь у всіх формах роботи, виконували різні завдання, які ми їм пропонували, виявляли творчість.

Варто зазначити, що найбільш ефективними, цікавими та цінними для вихователів були такі форми роботи як: ділова гра, блиц-інтерв'ю, ІКТ-гра, ток-шоу.

Під час їх проведення вихователі з легкістю та задоволенням узагальнювали, конкретизували, систематизували і закріплювали набуті знання про позитивний імідж педагогічного колективу ЗДО.

Відмітимо також неабияку цінність наочності, яку ми використовували під час реалізації нашої системи роботи, як засіб стимулювання пізнавальної і творчої активності педагогів. Застосовані нами мультимедійні презентації, ІКТ-гра, мікрофон, інтерактивні вправи спонукали їх до колективної взаємодії, вільної самореалізації у пізнанні секретів педагогічної іміджології.

2.3. Результати апробації педагогічних умов формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти

Перевірка ефективності запропонованих педагогічних умов створення іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти вимагала проведення контрольної діагностики. Метою контрольного зрізу визначено перевірку ефективності педагогічних умов, реалізованих на формувальному етапі.

Для реалізації мети контрольної діагностики визначено такі завдання:

- виявити стан сформованості іміджу педагогічного колективу за допомогою методик, розроблених на констатувальному етапі експерименту;
- здійснити порівняльний аналіз рівнів сформованості іміджу педагогічного колективу респондентів контрольної та експериментальної груп на констатувальному та контрольному етапах дослідження.

Для цього ми здійснили повторний зріз. Методика обстеження педагогів закладів дошкільної освіти передбачала аналіз документації й аналітичних довідок, анкетування вихователів, спостереження за діяльністю вихователів.

Зупинимося на аналізі найбільш показових питань анкет. Він дозволяє констатувати наступне.

На запитання, пов'язані з іміджем та його видами, структурними компонентами респонденти експериментальної групи дали більш точні та наукові відповіді: «Імідж – це цілеспрямовано сформований образ, покликаний чинити емоційно-психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами», «Основними складниками іміджу педагогічного колективу ЗДО є: імідж керівника, імідж колективу, середовищний імідж, імідж освітніх послуг», «Імідж закладу дошкільної освіти – це образ дошкільної установи, який має цілеспрямовано задані характеристики і покликаний чинити психологічний вплив певної спрямованості на конкретні групи соціуму».

Змінили свою думку педагоги експериментальної групи щодо питання «хто повинен займатися створенням іміджу колективу». Більшість вихователів на даному етапі вважають, що цим займатись має весь колектив та керівник закладу.

Відповіді контрольної групи значно не змінилися.

Загалом аналіз анкет вихователів засвідчив, що педагоги експериментальної групи значно покращили свої знання про імідж, педагогічний імідж, імідж закладу дошкільної освіти і колективу, порівняно зі знаннями респондентів контрольної групи.

Для того, щоб виявити як змінилась значущість мотивів діяльності для себе, колективу та адміністрації ми провели повторне анкетування.

Аналіз ранжування дає підстави стверджувати наступне. Значно змінився рівень значущості мотивів діяльності в експериментальній групі для колективу. Збільшилась кількість педагогів, для яких стало важливим добре ставлення, професійне взаєморозуміння колег (з 65% до 80%). Натомість у контрольній групі цей показник залишився незмінним.

Одним із низьких показників значущих мотивів діяльності в експериментальній групі було бажання проявити творчість у роботі – 35%. Після проведеної нами роботи цей показник зріс на 10% і став 45%.

Вивчення результатів анкетування вихователів контрольної групи дає підстави стверджувати, що рівень значущості мотивів їх діяльності майже не змінився.

Протягом формувального етапу експерименту ми працювали над гармонізацією соціально-психологічного клімату в колективі закладу дошкільної освіти експериментальної групи. Проведені заходи сприяли позитивним змінам соціально-психологічного клімату в колективі. Наведемо приклади показових відповідей на запитання анкети.

На запитання «Чи задоволені своїми взаємовідносинами з колегами (партнерські, дружні, конкурентні, паритетні стосунки)» в експериментальній

групі 12 педагогів (60%) відповіли, що повністю задоволені; 8 вихователів (40%) – «швидше задоволені, аніж ні».

У контрольній групі 11 вихователів (55%) «повністю задоволені»; 9 педагогів (45%) – «швидше задоволені, аніж ні».

На запитання «Чи задоволені Ви готовністю колег Вам безоплатно, безкорисно допомогти в роботі?» вихователі експериментальної групи відповіли так: 60% педагогів «повністю задоволені» – а це на 20% більше ніж було на констатувальному етапі, 35% – «швидше задоволені, аніж ні», 5% вихователів було все ще важко сказати так чи ні.

У контрольній групі показники не змінились взагалі: 65% педагогів «повністю задоволені», 30% – «швидше задоволені, аніж ні», а 5% респондентів відповіли, що їм важко сказати так чи ні.

Наступним компонентом іміджу колективу ЗДО, який ми досліджували, був зовнішній вигляд вихователів. Після проведення самооцінки вихователів та оцінки педагогів батьками вихованців ми з'ясували, що є певні проблеми зі створенням зовнішнього образу педагогів як експериментальної, так і контрольної групи. З метою покращення умінь вихователів щодо створення зовнішнього вигляду педагогів колективу закладу дошкільної освіти була проведена певна освітня робота, яка дала свої результати. Педагоги експериментальної групи стали більше уваги приділяти своїм зачіскам, доцільному використанню аксесуарів та прикрас. Ставлення до створення свого зовнішнього образу як одного зі складників іміджу педагогічного колективу контрольної групи не змінилося.

Аналіз оформлення групових кімнат, ведення документації вихователями дозволяє констатувати наступне. Після проведеної нами роботи більшість вихователів експериментальної групи поповнили розвивальне середовище своїх групових приміщень сучасними осередками: «Добрий ранок, я прийшов», куточок усамітнення у вигляді дерева, у роздягальнях з'явилися наклеєні на підлозі сліди, геометричні фігури, спрямовані на розвиток дітей. Також у холах закладу обладнані сенсорні куточки у вигляді кубів, повітряних

кульок. Сучасним освітнім обладнанням коридорів закладу стали сітки з дитячими роботами, або виставками художніх робіт відомих художників (за К. Крутій технологія «стіни, що говорять»).

Як свідчить повторний аналіз документації, вона тепер ведеться більш грамотно, акуратно, без виправлень у експериментальній групі. У документації контрольної групи («Журнал обліку відвідування дітьми групи») є виправлення, що неприпустимо.

Узагальнивши результати контрольного дослідження за кожним критерієм – потребова-мотиваційним, пошуково-гностичним, операційно-рефлексивним – ми відобразили дані у вигляді таблиць 2.13-2.16 та на гістограмах 2.4-2.7.

Таблиця 2.13

**Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО
в контрольній та експериментальній групах
за потребова-мотиваційним критерієм (у %)**

Групи	Рівні					
	Високий		Середній		Низький	
	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки
Експериментальна	10	50	8	40	2	10
Контрольна	2	10	12	60	6	30

Ці результати ми відобразили у гістограмі на рисунку 2.4.

Результати сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти за потребова-мотиваційним критерієм засвідчують, що вихователі експериментальної групи, отримавши знання про імідж колективу, його складники та засоби створення, розвитку й корекції покращили свої результати щодо наявної у них мотивації цілеспрямованої діяльності з формування іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

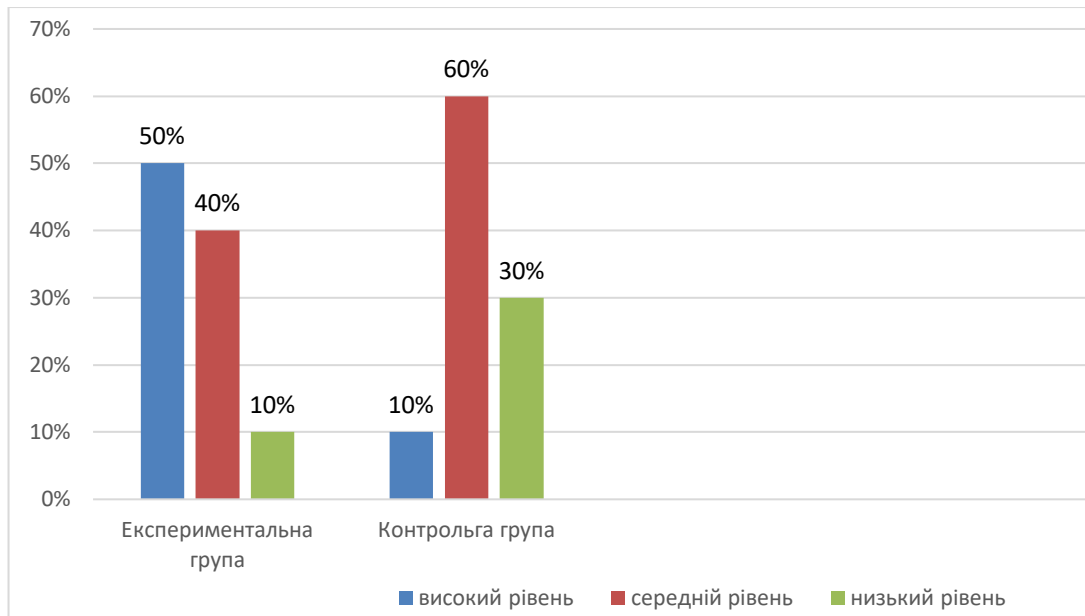


Рисунок 2.4. Рівень сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО у контрольній та експериментальній групах за потребо-мотиваційним критерієм (у%)

З 5% до 50% зросла кількість вихователів експериментальної групи з високим рівнем потребо-мотиваційного критерію сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти. А кількість вихователів з низьким рівнем значно знизилася – з 30% до 10%. Збільшилася кількість педагогів, які зрозуміли значення таких мотивів діяльності як творчість у власній діяльності, її значення для формування іміджу педагогічного колективу ЗДО.

У контрольній групі показники потребо-мотиваційного критерію сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти залишилися без змін.

В експериментальній групі значно збільшилась кількість педагогів з високим рівнем сформованості пошуково-гностичного критерію – з 35% до 65%. Кількість педагогів з низьким рівнем означеного критерію знизилася у 5 разів – з 25% до 5%. У контрольній групі показники пошуково-гностичного критерію сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти залишилися без змін.

Педагоги експериментальної групи під час проведених освітніх заходів поповнили свої знання з педагогічної (дошкільної) іміджології та вдосконалили іміджотвірні вміння, зокрема вміння формування та корекції іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти. У контрольній групі показники пошуково-гностичного критерію сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти залишилися без змін. Це засвідчує таблиця 2.14 і гістограма на рисунку 2.5.

Таблиця 2.14

**Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО
у контрольній та експериментальній групах
за пошуково-гностичним критерієм**

Групи	Рівні					
	Високий		Середній		Низький	
	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки
Експериментальна	13	65	6	30	1	5
Контрольна	8	40	8	40	4	20

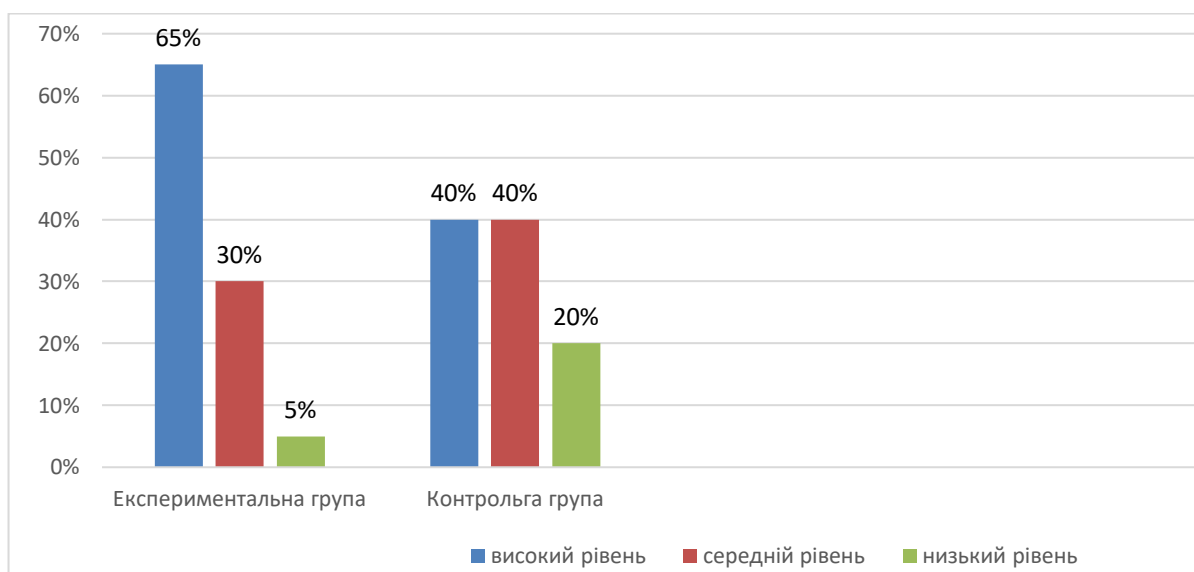


Рисунок 2.5. Рівень сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО у контрольній та експериментальній групах за пошуково-гностичним критерієм (у%)

За операційно-рефлексивним критерієм теж спостерігається збільшення кількості педагогів експериментальної групи з високим рівнем – з 30% до 75%. Кількість педагогів з низьким рівнем знизилася з 35% до 5%.

У контрольній групі показники операційно-рефлексивного критерію сформованості іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти залишилися практично без змін. Ці результати ми відобразили в таблиці 2.15 і гістограмі на рисунку 2.6.

Таблиця 2.15

**Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО
у контрольній та експериментальній групах
за операційно-рефлексивним критерієм**

Групи	Рівні					
	Високий		Середній		Низький	
	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки	К-ть осіб	відсотки
Експериментальна	15	75	4	20	1	5
Контрольна	7	35	6	30	7	35

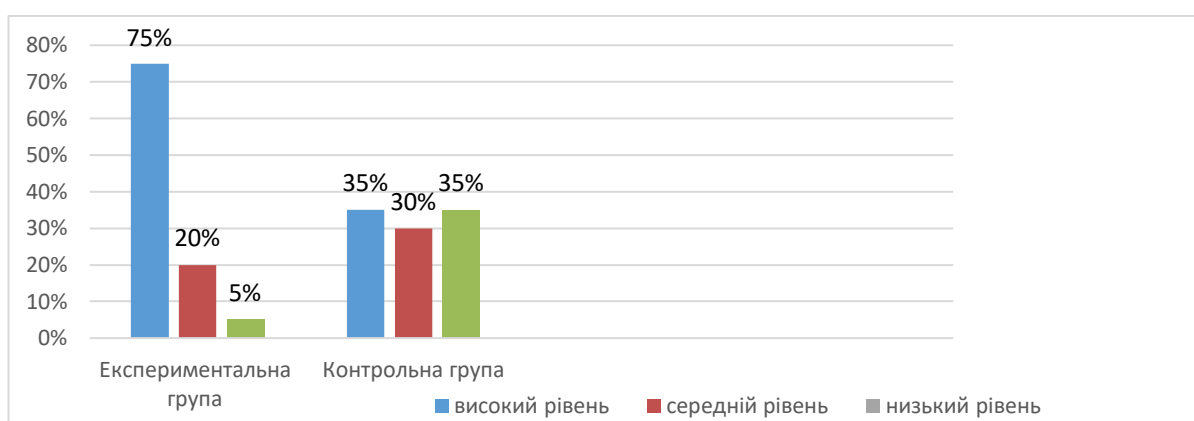


Рисунок 2.6. Рівень сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО у контрольній та експериментальній групах за операційно-рефлексивним критерієм (у%)

Педагоги експериментальної групи започаткували нові освітні традиції, такі як, «ранкове коло», виготовлення поробок власними руками для воїнів-атовців. Такі заходи висвітлюються на сторінках соціальної мережі Фейсбук та на сайті закладу дошкільної освіти, що дозволяє покращити імідж всього педагогічного колективу закладу дошкільної освіти. Також спостереження за роботою педагогів показало, що вони стали більш толерантно спілкуватися з батьками. У мовленні вони намагаються уникати помилок, робити мовлення красивішим, лаконічним, зрозумілим для батьків вихованців. Що також сприяє формуванню позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти в цілому.

Загальний рівень сформованості іміджу педагогічного колективу за всіма критеріями (потребово-мотиваційним, пошуково-гностичним та операційно-рефлексивним) відображено у таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

**Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДОу
контрольній та експериментальній групах за критеріями на
контрольному етапі експерименту (у %)**

Критерії	Групи					
	експериментальна			контрольна		
	Рівні					
	В	С	Н	В	С	Н
потребово-мотиваційний	50	40	10	10	60	30
пошуково-гностичний	65	30	5	40	40	20
операційно-рефлексивний	75	20	5	35	30	35

Аналіз одержаних після контрольного зрізу результатів свідчить про те, що показники критеріїв, які визначали рівень сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО в експериментальній групі зазнали більших змін у порівнянні з показниками контрольної групи.

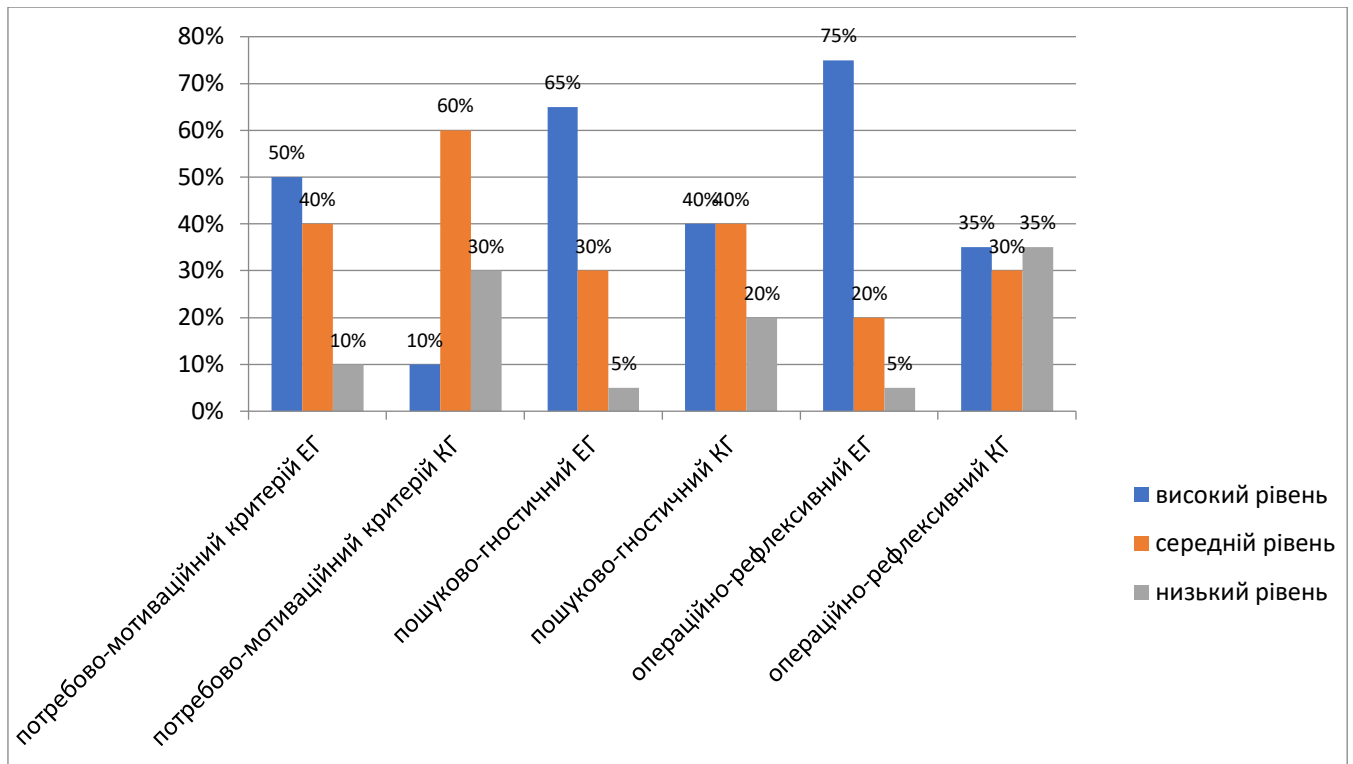


Рисунок 2.7. Рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО у контрольній та експериментальній групах за критеріями на контрольному етапі експерименту (у %)

Узагальнені результати, що розміщено у таблиці 2.16. й висвітлено на рисунку 2.7. свідчать про те, що проведена методична робота з педагогами експериментальної групи дала позитивний результат у порівнянні з результатом респондентів контрольної групи.

Найбільші зміни у рівнях відбулися за операційно-рефлексивним критерієм. Вважаємо, що це сталося завдяки тому, що члени педагогічного колективу стали свідоміше й відповідальніше ставитися до створення іміджу власного колективу ЗДО, зрозуміли його суть, необхідність цілеспрямованої побудови, засвоїли його складники й засоби створення, розвитку й корекції. Показники сформованості іміджу колективу в контрольній групі залишилися на тому ж рівні.

Таким чином дані контрольного експерименту підтвердили гіпотезу нашого дослідження, у якій висловлено припущення про те, що створення

позитивного іміджу колективу дошкільного закладу дошкільної освіти буде ефективним, якщо реалізувати комплекс педагогічних умов:

- забезпечення кожного вихователя знаннями про оцінку наявного образу педагогічного колективу, який склався у свідомості цільової аудиторії;

- формування мотивації членів педагогічного колективу до цілеспрямованого створення його позитивного образу в свідомості цільової аудиторії;

- розробки й апробації системи роботи, побудованої на інтерактивних технологіях, з педагогічним колективом ЗДО щодо підвищення рівня іміджотвірних знань і вмінь його членів;

- здійснення систематичного моніторингу і коректування іміджу колективу.

Рекомендації вихователям щодо формування, розвитку і корекції іміджу педагогічного колективу

Виходячи з результатів нашого дослідження, ми даємо практичні рекомендації щодо формування іміджу педагогічного колективу ЗДО.

1. Розпочати роботу щодо формування іміджу педагогічного колективу ми рекомендуємо з моніторингового дослідження рівня теоретичних знань педагогів про імідж, його види, складники, а також умінь його створювати. З цією метою доцільно використати такі методи: анкетування, самооцінку, аналіз документації вихователів та предметного середовища всіх вікових груп ЗДО.

2. З метою покращення іміджу педагогічного колективу, доцільно методичну роботу проводити в три етапи. На 1-му етапі потрібно розширити, поглибити та систематизувати наявні у педагогів знання про імідж педагогічного колективу ЗДО. На 2-му етапі роботу слід спрямувати на формування умінь та навичок створення, розвиток і корекцію іміджу педагогічного колективу, яка включатиме інтерактивні методи навчання, з урахуванням особливостей та потреб членів педагогічного колективу закладу. На 3-му етапі потрібно створити умови для узагальнення знань умінь та навичок педагогів щодо формування, розвитку і корекції іміджу педагогічного колективу ЗДО.

3. Найбільший ефект дає поєднання лекції-візуалізацій, проблемних лекцій та інтерактивних технологій, адже саме ці форми максимально активізують взаємонавчання педагогів.

4. З метою розширення, поглиблення та систематизації знань педагогів про імідж колективу ЗДО, його компоненти доцільно провести лекції з таких тем: «Імідж колективу ЗДО. Його компоненти і засоби створення». «Засоби удосконалення професійної компетентності педагога» «Формування позитивного психологічного мікроклімату педагогічного колективу», «Культура педагога та традиції як важливі складники іміджу колективу ЗДО». Лекції доцільно супроводжувати мультимедійними презентаціями.

5. Для узагальнення знань педагогів, отриманих під час лекцій, та надання можливості для застосування знань шляхом виконання практичних завдань, варто провести ділову гру «Кроки до майстерності», ІКТ-гру «Одягни вихователя: створи імідж педагога», круглий стіл з теми: «Традиції колективу: за та проти», педагогічне ток-шоу «І знову про імідж», семінар-практикум з теми «Психологічний клімат у колективі: засоби формування та корекції». Вправи та завдання повинні відображати специфіку формування іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти і бути зорієнтовані на наявний рівень сформованості складників іміджу ЗДО та можливості педагогічного колективу.

6. Підсумком проведеної роботи може бути бліц-інтерв'ю з теми «Імідж колективу: сучасний погляд» та педагогічна майстерня «Створюємо модель педагогічного колективу з позитивним іміджем», які засвідчать наявність знань у педагогів достатнього рівня умінь і навичок формування, розвитку і корекції іміджу педагогічного колективу ЗДО.

7. Освітню роботу краще проводити під час денного сну дітей. Заплановані форми методичної роботи бажано проводити систематично, один раз на місяць.

8. Під час підготовки та проведення методичних заходів особливу увагу слід звертати на результати моніторингу знань та вмінь педагогічного колективу щодо наявності знань про імідж педагогічного колективу, його складники та види, а також засоби формування.

9. Під час планування роботи, слід враховувати, що у колективі працюють педагоги з різною освітою, педагогічним стажем роботи, різного віку, тому і форми та методи роботи повинні бути використані різноманітні, що зорієнтовані на таку неоднорідну за складом аудиторію.

10. Педагоги можуть відмічати зміни, які відбулися в їхніх іміджотвірних знаннях і вміннях у щоденнику з самоосвіти.

ВИСНОВКИ

У дослідженні теоретично узагальнено результати наукових досліджень з проблеми формування позитивного іміджу педагогічного колективу, що виявляється у науковому обґрунтуванні та експериментальній перевірці ефективності педагогічних умов створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

1. Аналіз сучасних науково-педагогічних досліджень дозволив визначити, що інтерес до наукових здобутків у педагогічній іміджології різко зріс, однак цілісної концепції щодо формування іміджу педагогічного колективу поки не створено. Формування позитивного іміджу педагогічного колективу проблема дуже актуальна і потребує вирішення.

2. На основі аналізу складників позитивного іміджу колективу освітньої установи ми виділяємо такі компоненти позитивного іміджу колективу ЗДО: професійна компетентність вихователя, соціально-психологічний клімат в педагогічному колективі, культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування вихователя, зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователя.

3. Аналіз наукової літератури з проблеми іміджу, педагогічного іміджу та іміджу освітнього закладу дозволив нам виділити такі критерії сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО з відповідними показниками: потребово-мотиваційний, пошуково-гностичний, операційно-рефлексивний.

4. Методика обстеження педагогів закладів дошкільної освіти передбачала аналіз документації й аналітичних довідок, анкетування вихователів, анкетування батьків, спостереження за діяльністю вихователів, розв'язування ними педагогічних ситуацій, аналіз зовнішнього вигляду і предметного іміджу вихователів, математичну обробку отриманих результатів.

5. Відповідно до вищезазначених критеріїв і показників ми виділили високий, середній, низький рівні сформованості іміджу педагогічного колективу ЗДО.

6. За даними констатувального зрізу високий рівень сформованості іміджу педагогічного колективу за всіма критеріями був таким: високий рівень за потребово-мотиваційним критерієм засвідчили 5% вихователів експериментальної групи та 10% вихователів контрольної групи, середній рівень – 55% вихователів експериментальної групи та 60% педагогів контрольної групи, а низький рівень показали 40% вихователів експериментальної групи та 30% педагогів контрольної групи. За пошуково-гностичним критерієм ми отримали такі результати: 35% педагогів експериментальної групи та 40% – контрольної групи показали високий рівень, по 40% вихователів обох груп мали середній рівень за вказаним критерієм, а 25% педагогів експериментальної групи та 20% педагогів контрольної групи – низький рівень. Щодо сформованості показників операційно-рефлексивного критерію, то ми отримали такі дані: високий рівень засвідчили 30% педагогів експериментальної групи та 35% педагогів контрольної групи, 40% вихователів експериментальної групи та 30% вихователів контрольної групи показали середній рівень, а низький рівень – 30% педагогів експериментальної групи та 35% респондентів контрольної групи.

7. Система роботи з покращення іміджу педагогічного колективу була реалізована в три етапи. Перший етап – теоретичний, другий – практичний, а третій етап – підсумковий. На кожному з означених етапів було визначено мету, завдання, форми й методи роботи з педагогічним колективом щодо підвищення рівня сформованості його іміджу. На першому етапі ефективними були лекції з використанням мультимедійних презентацій. Позитивно результативними формами на другому етапі виявилися ділова гра, ІКТ-гра, круглий стіл, ток-шоу. Педагогічна майстерня та бліц-інтерв'ю – це основні форми роботи, які ми проводили на третьому етапі.

8. Ефективність запропонованої системи роботи визначалася шляхом проведення контрольного зрізу. За його даними високий рівень сформованості іміджу педагогічного колективу за всіма критеріями такий: високий рівень за потребо-мотиваційним критерієм виявили у 50% вихователів експериментальної групи та у 10% педагогів контрольної групи, середній рівень – у 40% вихователів експериментальної групи та у 60% респондентів контрольної групи, а низький рівень показали 10% вихователів експериментальної групи та 30% педагогів контрольної групи. За пошуково-гностичним критерієм ми отримали такі результати: 65% експериментальної групи та 40% контрольної групи засвідчили високий рівень, 30% педагогів експериментальної групи та 40% вихователів контрольної групи продемонстрували середній рівень за даним критерієм, а 5% педагогів експериментальної групи та 20% педагогів контрольної групи – низький рівень. Щодо сформованості показників операційно-рефлексивного критерію, то ми отримала такі дані: високий рівень у 75% педагогів експериментальної групи та у 35% педагогів контрольної групи, 20% вихователів експериментальної групи та 30% вихователів контрольної групи показали середній рівень, низький рівень продемонстрували 5% педагогів експериментальної групи та 35% респондентів контрольної групи.

9. Дані діагностики дозволяють стверджувати, що проведена нами система роботи, яка ґрунтувалася на низці педагогічних умов виявилася ефективною, а гіпотеза підтвердилася.

Проблема створення позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО не вичерпується результатами виконаної роботи. Подальшого дослідження потребують такі питання: імідж керівника закладу дошкільної освіти, чинники створення іміджу сучасного ЗДО, підготовка директорів до створення іміджу ЗДО.

Список використаних джерел

1. Айви А. Лицом к лицу: Практическое пособие для освоения приемов и навыков делового общения. М.: Экономика, 1987. 96 с.
2. Анохина Т., Крылова Н. Педагогическая поддержка – иная культура воспитания / Народное образование. 1997. №3. 113с.
3. Баркоро Кабреро Х. Связи с общественностью в мире финансов: Ключ к успеху. М.: Дело, 1996. 78 с.
4. Бабич Н. Основи культури мовлення. Львів : Світ, 1990. 232 с.
5. Багдикян Б. Монополия средств информации. М., 1987. 322 с.
6. Балл Г.О. Категорія «культура особистості» в аналізі гуманізації загальної та професійної освіти /Педагогіка і психологія професійної освіти: результати досліджень і перспективи: (Збірник наукових праць) / За ред. І.А. Зазюна і Н.Г. Ничкало. К., 2003. 232 с.
7. Балл Г.О. Сучасний гуманізм і освіта: Соціально-філософські та психолого-педагогічні аспекти. Рівне, 2003. 128с.
8. Батраченко І. Г. Психологія розвитку антиципації людини: монографія Д. : Вид-во ДНУ ім. О. Гончара, 1996. 204 с.
9. Безлюдна В. Психологічний клімат педагогічного колективу як детермінанта соціально-психологічної компетентності учнів // Нова пед. думка. 2006. № 1. С. 10 -12.
10. Библер В.С. Цивилизация и культура: Философские размышления в канун XXI века. Москва, 1993. 24 с.
11. Блэк Сэм Введение в паблик рилейшенз, Р.-н.-Д., «Феникс», 1998. 317 с.
12. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: МДУ, 1982. 200с.
13. Болсун С.А. Професійний імідж керівника навчального закладу // Управління школою. № 7–9 (37–381), березень. 2013. С.51-55
14. Боровко М. Нетрадиційні підходи: соціально-психологічний клімат у шкільному колективі // Світло. № 2. 2003. С. 89-91

15. Векслер А., Тульчинский Г. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. Нижний Новгород: PR - эксперт, 2002. 330 с.
16. Венедиктова В.И. О деловой этике и эстетике. М.: Институт деловой новой экономики, 1994. 120 с.
17. Веснин В.Р. Менеджмент для предпринимателей. М.: Антиква, 1993. 144 с. ISBN 5-86-267-001. URL: <http://znanium.com/catalog/product/347648>
18. Винославська О.В., Малигіна М.П. Людські стосунки : навч. посіб. 2-ге вид. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 142 с.
19. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Гардарики, 1998. 296 с.
20. Волинець А.Г. Діалог педагогічних культур і перспективи освіти/ Психологічні аспекти гуманізації освіти: Книга для учителя К., Рівне, 1996. 120 с.
21. Головнин В. Азбука деловой этики //Эхо планеты. 1991. №46-47. 244 с.
22. Гура О.І., Гура Т.Є. Психологія управління соціальною організацією : навчальний посібник / Запоріжжя: КПУ, 2013. 106 с.
23. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание управления и оценка эффективности. Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-контакт»; ИНФРА. М, 2003. 368 с.
24. Доманова Ольга. Іміджеві складові сучасного дошкільного навчального закладу нового типу // Вісник Інституту розвитку дитини : зб. наук. пр. / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ : Вид-во Нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова, 2012. Сер.: Філософія. Педагогіка. Психологія, Вип. 20. С. 73-77.
25. Єрмакова З.І. Місце комунікативного потенціалу індивіда у розвитку моральних норм і відношень між людьми/ Університет менеджменту освіти, Інститут післядипломної освіти інженерно-педагогічних працівників, Дніпропетровськ, 2012. С. 24.

26. Загородня Л. Підготовка вихователів до створення середовищного іміджу дошкільного навчального закладу // Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія. 2013. Вип. 29. С. 55-60.
27. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера pr СПб: Изд-во Буковского, 1995. 176 с.
28. Зимняя И. А. Педагогическая психология: Учебник для вузов/ И.А. Зимняя. М.: Логос, 2000. 366 с.
29. Зуєвська І. Критерії ефективності позитивного іміджу школи Директор школи. №2. 2006. 386 с.
30. Калюжний А. Технология построения имиджа учителя // Педагогическая техника. №3. 2005. С. 103-108.
31. Карамушка Л.М. Принцип гуманізації управління, як один з провідних принципів освітнього менеджменту// Освіта управління. № 4. 2002. 60 с.
32. Карамушка Л.М. Психологія управління закладами середньої освіти К., 2000. 332 с.
33. Клуниченко Н. М. Некоторые социальные и социально-психологические факторы труда и руководства. Барнаул: изд. Алт. ун-та, 1988. 110 с.
34. Коломінський Н.Л. Психологія менеджменту в освіті (соціально-психологічний аспект). К.: МАУП, 2000. 286 с.
35. Кондратець І. Самоменеджмент – ключ до успіху // Дошкільне виховання. № 11. 2016. С. 23-25.
36. Копиленко О.Л. Влада інформації. К., 1991. 108 с.
37. Корніяка О. Норми розвитку комунікативної культури // Директор школи, ліцею, гімназії : Науково-практичний журнал. № 3. 2005. С. 35–39.
38. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. М.: Ростинтэр, 1996. 704 с.
39. Крутій К. Формування позитивного іміджу навчального закладу // Практика управління дошкільним закладом. № 2. 2011. С. 4-10.
40. Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена: Практическое пособие. М., 1996. 511 с.
41. Кулик И. И и др. Прямая реклама и система Public Relations как элементы маркетинга, Мн., БелППК, 1998. 135 с.

42. Марєєва Т.В. Підготовка майбутніх вихователів дошкільних навчальних закладів до створення позитивного професійного іміджу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.04 / Глухівський нац. пед. ун-т. ім. О. Довженка. Глухів, 2017. 26 с.
43. Молочко М. В. Формування соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі дошкільного закладу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.07 / Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. Київ, 2004. 20 с.
44. Носков В.И. Студент в оздоровительно-воспитательном комплексе вуза: Основы психологического обеспечения гуманистически ориентированной профессиональной подготовки студентов. Донецк, 2001. 160 с.
45. Обозов Н.Н., Щекин Г.В. Психология работы с людьми. К. 1992. 137 с.
46. Олейник И., Лапшов А. Плюс/минус репутация. М.: Новости, 2003. 160 с.
47. Погрібняк Н. Створення іміджу сучасного дошкільного закладу // Дошкільне виховання. № 11. 2004. С. 10-11.
48. Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. 1997. 136 с.
49. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. 2-е изд., испр. и доп. К.: ИСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1998. 256 с.
50. Радишевский Д. Том Кленси – литературный Пентагон // Моск, новости. 1995. №1. С. 21.
51. Рожков И.Я. Международное рекламное дело. М. 1994. 176 с.
52. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. Серия «Современные консалтинговые технологии». ИМИДЖ – контакт, 2002. 493 с.
53. Сенько Ю. В, Педагогический процесс как гуманитарный феномен/ Педагогика. 2002. №1. С. 17.
54. Синяева И.М. Паблик рилейшен в коммерческой деятельности, М. : «Юнити», 1998. 287 с.

55. Сиссорс Дж., Бэрон Р. Рекламное медиапланирование. СПб.: Питер, 2004. 416 с.
56. Слабачников В.И. Проблемы становления и развития инновационного образования/Инновация в образовании. 2003. №2. С. 64.
57. Современный словарь по педагогике / Сост. Е. С. Рапацевич. Л. : Современное слово. 2001. 928 с.
58. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / під ред. В.І. Воловича; Соціологічна асоціація України. Київ: Укр. Центр духовної культури, 1998. 736 с.
59. Сушко С. Сучасна модель управління гімназією // Директор школи, ліцею, гімназії. № 3. 2003. С. 85-100.
60. Топоркова М.В. Педагогіка і психологія вищої школи. Ростов н/Д: Фенікс, 2006. 512 с.
61. Тульчинский Г. PR фирмы: технология и эффективность. М.: Алтейя, 2002. 288 с.
62. Фаер С.А. Приемы стратегии и практики предвыборной борьбы. PR-секреты общественных отношений. «Ловушки» в конкурентной борьбе. СПб.: Стольный град, 1998 — 136 с.
63. Феофанов О.А. США: реклама и общество, М.: Мысль, 1974. 266 с.
64. Феофанов О.А. Реклама и общество // Вопр. Философии. 1980. 336 с.
65. Философский энциклопедический словарь М. : Советская энциклопедия, 1989. 814 с.
66. Честар Дж. Деловой этикет. Паблик рилейшнз для всех и каждого, М., Изд-торг «Гранд», агентство «Фаир», 1998. 333 с.
67. Чумиков А., Бочаров М. Связи с общественностью (теория и практика). М.: Дело, 2003. 209 с.
68. Чусова Т. В. Створення сприятливого соціально- психологічного клімату у педагогічному колективі.
URL:http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/stud_almanah/64.pdf
(дата звернення 10.10.2017).

69. Шепель В.М. Управленческая антропология: Человековедческая компетентность менеджера. М. : Народное образование, 2000. 544 с.
70. Щербан Т. Д. Компетентність – якісна характеристика спілкування // Проблеми загальної та педагогічної психології. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка, АПН України / За ред. С. Д. Максименко. К.: Гнозис, 2002. 332 с.
71. Jefkins F. Relations. L., 1992. 41 p.
72. Комунікативність учителя. URL:
<http://studentam.net.ua/content/view/3428/97/> (дата звернення 25.10.2017)

ДОДАТОК А

Список респондентів експериментальної групи (А)	Список респондентів контрольної групи (Б)
1.	1.

ДОДАТОК Б

Критерії виявлення сформованості іміджу педагогічного колективу

критерій	показники
Потребово-мотиваційний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інтерес до інформації про імідж педагогічного колективу ЗДО, його структуру, способи побудови і корекції. 2. Потреба у створенні позитивного іміджу колективу ЗДО. 3. Ціннісна орієнтація на створення позитивного іміджу колективу ЗДО відповідно до наявного ідеального образу. 4. Мотивація до побудови позитивного іміджу колективу ЗДО.
Пошуково-гностичний,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розуміння сутності поняття «позитивний імідж педагогічного колективу ЗДО» . 2. Знання про компоненти позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО і їх сутність.

	3. Знання про способи створення, розвитку і трансляції позитивного іміджу педагогічного колективу цільовій аудиторії.
Операційно-рефлексивний	<p>1. Уміння і навички побудови і розвитку позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО.</p> <p>2. Уміння презентації власного позитивного іміджу педагогічного колективу батькам вихованців і колегам.</p> <p>3. Уміння оцінити позитивний імідж педагогічного колективу ЗДО.</p> <p>4. Уміння розробляти план коректування іміджу педагогічного колективу ЗДО.</p>

ДОДАТОК В

Анкета №1

Шановні вихователі, будь-ласка, дайте відповіді на питання анкети.

1. Ваш вік і стаж роботи.
2. Що таке імідж?
3. Які види іміджу Ви знаєте?
4. Що таке імідж закладу дошкільної освіти?
5. Назвіть структурні компоненти іміджу закладу дошкільної освіти?
6. Що таке імідж колективу закладу дошкільної освіти?
7. Назвіть складники іміджу колективу закладу дошкільної освіти?
8. Чи пов'язані імідж колективу з іміджем вихователя ЗДО? Якщо так, то яким чином?
9. Які чинники впливають на формування іміджу колективу?

10. Імідж колективу вашого закладу дошкільної освіти створюється стихійно чи цілеспрямовано?
11. Які засоби створення іміджу педагогічного колективу Ви знаєте?
12. Чого Вам бракує для грамотного створення іміджу колективу закладу дошкільної освіти?
13. Як Ви вважаєте, хто повинен займатися створенням іміджу колективу закладу дошкільної освіти?
14. Чи потрібно формувати готовність до створення іміджу колективу закладу дошкільної освіти ще на етапі професійної підготовки студентів?
15. Що б ви хотіли дізнатись про імідж колективу закладу дошкільної освіти і через які форми та засоби?

ДОДАТОК В.1

Аналіз мотивації щодо створення позитивного іміджу колективу ЗДО

Для дослідження мотивації щодо створення позитивного іміджу колективу ЗДО нами було використано «Опитувальник мотиваційних джерел», розроблений Д. Барбуто та Р. Сколком. Відповідно до методики автори виділяють п'ять видів мотивації, а саме:

- внутрішня мотивація: спрямованість на процес;
- зовнішня мотивація: матеріальна винагорода;
- зовнішня мотивація: схвалення інших;
- внутрішня мотивація: самовдосконалення, самореалізація;
- інтегративна мотивація: погодженість цілей працівника із цілями колективу.

Оцініть, будь ласка, мотиви щодо створення позитивного іміджу колективу, які на Вашу думку є у вашому колективі, балами від 1 до 3, де 3 бали – важливий мотив, на який орієнтується весь колектив, 2 – мотив, важливий для частини колективу, а 1 бал – не важливий для вашого колективу мотив щодо створення позитивного іміджу колективу.

Бланк опитувальника

Мотиви створення позитивного іміджу.	Провідні в вашому колективі
внутрішня мотивація: спрямованість на процес	
зовнішня мотивація: матеріальна винагорода	
зовнішня мотивація: схвалення інших;	
внутрішня мотивація: самовдосконалення, самореалізація;	
інтегративна мотивація: погодженість цілей працівника із цілями колективу.	

ДОДАТОК В.2

Шановний колего! Просимо Вас узяти участь у дослідженні проблеми педагогічних умов створення іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти. Дякуємо за співпрацю!

У кожному запитанні виберіть один варіант відповіді і обведіть його кружечком.

1. Як часто Ви цікавитеся питаннями створення іміджу закладу дошкільної освіти і його колективу зокрема?

- А) часто;
- Б) не дуже часто;
- В) рідко;
- Г) не цікавлюсь взагалі.

2. У чому виявляється Ваш інтерес до питань створення іміджу закладу дошкільної освіти і його колективу зокрема?

А) систематично і цілеспрямовано цікавлюся інформацією про імідж ЗДО і його складники, яку знаходжу в різних джерелах;

Б) цікавлюся інформацією про імідж ЗДО і його складники періодично під час семінарів, педрад, конференцій, в яких беру участь;

В) цікавлюся інформацією про імідж ЗДО і його складники лише на курсах підвищення кваліфікації;

Г) інформація про імідж ЗДО і засоби його створення не є предметом моєї самоосвіти та не видається мені цікавою.

3. Чи відчуваєте Ви потребу в пошуку й освоєнні інформації про створення іміджу закладу дошкільної освіти і його колективу зокрема?

А) постійно відчуваю;

Б) відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді;

В) відчуваю, коли цього вимагає директор;

Г) не відчуваю.

4. Чи відчуваєте Ви потребу в постійному вдосконаленні знань про створення іміджу колективу закладу дошкільної освіти ?

А) постійно відчуваю;

Б) відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді чи під час атестації;

В) відчуваю, коли цього вимагає директор;

Г) не відчуваю.

5. Чи відчуваєте Ви потребу в удосконаленні вмій створювати імідж колективу закладу дошкільної освіти ?

А) постійно відчуваю;

Б) відчуваю, коли необхідно підготуватися до виступу на семінарі, батьківських зборах, педраді чи під час атестації;

В) відчуваю, коли цього вимагає директор;

Г) не відчуваю.

6. На що спрямовані Ваші ціннісні орієнтації як вихователя, зацікавленого у цілеспрямованому створенні іміджу колективу ЗДО?

А) на повноцінний, всебічний, індивідуально зорієнтований розвиток особистості дошкільника, формування його життєвої компетентності в освітньому процесі ЗДО і задоволення батьків результатами цього процесу;

Б) на постійний розвиток професіоналізму педагогічного колективу ЗДО;

В) на престиж і позитивний імідж закладу, в якому я працюю;

Г) на завоювання авторитету директора ЗДО.

ДОДАТОК В.3

Шановні батьки! Просимо оцінити сформованість компонентів іміджу колективу ЗДО, який відвідує Ваша дитина, поставивши позначку + у певній колонці навпроти складника. Дякуємо за співпрацю!

№ п/п	Назва складника іміджу колективу ЗДО	Види відповідей відмічати знаком +				
		5 б	4б	3б	2б	0
1.	Професійна компетентність вихователів					
2.	Соціально-психологічний клімат в педагогічному колективі					
3.	Культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування вихователів					
4.	Зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователів					

ДОДАТОК В.4

Шановні колеги! Просимо оцінити сформованість компонентів іміджу колективу ЗДО, в якому ви працюєте, поставивши позначку + у певній колонці навпроти складника. Дякуємо за співпрацю!

№ п/п	Назва складника іміджу колективу ЗДО	Види відповідей відмічати знаком +				
		5 б	4б	3б	2б	0
1.	Професійна компетентність вихователів					
2.	Соціально-психологічний клімат в педагогічному колективі					
3.	Культура колективу – історія і традиції, мовлення і спілкування вихователів					
4.	Зовнішній вигляд і просторово-предметне оточення вихователів					

ДОДАТОК В.5

Шановні колеги, просимо Вас оцінити психологічний клімат у Вашому педагогічному колективі, поставивши позначку + у певній колонці навпроти запитання. Дякуємо за співпрацю!

№	Запитання	Повністю задоволені	Швидше задоволені ніж ні	Важко сказати так чи ні	Швидше не задоволені	Абсолютно не задоволені
1.	Чи задоволені Ви чи адміністрація Вашою роботою в ЗДО?					
2.	Чи задоволені Ви Вашими взаємовідносинами з колегами (дружба, товаришування)?					
3.	Чи турбується адміністрація ЗДО про задоволення Ваших потреб?					
4.	Чи задоволені Ви настроєм в колективі (його життєрадісністю, оптимізмом)?					
5.	Чи задоволені Ви готовністю колег безоплатно, безкорисливо допомогти в роботі?					
6.	Чи задоволені Ви культурою і інтелектуальною атмосферою в колективі?					

7.	Чи задоволені Ви тим, в якій мірі адміністрація дошкільної установи прислухається до Ваших зауважень і пропозицій, що стосуються роботи в ЗДО?					
8.	Чи задоволені Ви культурно масовими заходами, які проводяться в ЗДО?					
9.	Чи задоволені Ви тим, наскільки доброзичливо та об'єктивно оцінюється Ваша робота?					
10.	Чи задоволені Ви організованістю і порядком роботи в ЗДО?					
11.	Чи задоволені Ви творчою атмосферою в колективі?					
12.	Чи задоволені Ви Вашими стосунками з керівниками					
13.	Чи задоволені Ви узгодженістю та єдністю зусиль педагогів ЗДО?					

14.	Чи задоволені Ви тим, наскільки раціонально використовуються Ваші сили і час на роботі?					
15.	Чи задоволені Ви навчально-матеріальною базою ЗДО та умовами Вашої роботи ?					
16.	Чи задоволені Ви відсутністю показухи і формалізму в роботі?					

ДОДАТОК Г

Перспективний план роботи з вихователями

етап роботи	День і час проведення	Форма організації роботи з вихователями її тема та мета
теоретичний етап	Вівторок II половина дня	Лекція. «Імідж колективу ЗДО. Його компоненти»
	Середа II половина дня	Лекція. «Засоби удосконалення професійної компетентності педагога»
	Середа II половина дня	Лекція. «Формування позитивного психологічного мікроклімату педагогічного колективу»
	Середа II половина дня	Лекція. «Культура педагога та традиції як важливі складники іміджу колективу ЗДО»
практичний етап	П'ятниця II половина дня	Ділова гра «Кроки до майстерності»
	Понеділок II половина дня	ІКТ-гра «Одягни вихователя: створи імідж педагога»
	П'ятниця I половина дня	Семінар на тему «Соціально-психологічний клімат: методи його покращення»
	Середа II половина дня	Круглий стіл. Тема: «Традиції колективу: за та проти»
	Вівторок II половина дня	Педагогічне ток-шоу «І знову про імідж»
підсумковий етап	Середа II половина дня	Бліц-інтерв'ю «Імідж колективу: сучасний погляд»
	Понеділок II половина дня	Педагогічна майстерня: намалюй портрет педагогічного колективу ЗДО

ДОДАТОК Д

Лекція «Імідж колективу ЗДО. Його компоненти і засоби створення».

План

1. Сутність поняття «імідж», «імідж ЗДО», «імідж колективу ЗДО».
2. Характеристика компонентів іміджу колективу ЗДО.
3. Засоби створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

Література:

1. Зуєвська І. Критерії ефективності позитивного іміджу школи / І. Зуєвська // Директор школи. №2. 2006. 386 с.
2. Калюжний А. Технологія построения имиджа учителя // Педагогическая техника. №3. 2005.103-108с.
3. Крутій К. Формування позитивного іміджу навчального закладу / Катерина Крутій // Практика управління дошкільним закладом. № 2. 2011. 4-10с.
4. Психологія управління соціальною організацією : навчальний посібник / О.І. Гура, Т.Є. Гура. Запоріжжя: КПУ, 2013. 106с.
5. Современный словарь по педагогике / Сост. Е. С. Рапацевич. Л.: Современное слово. 2001. 928с.
6. Тульчинский Г. PR фирмы: технология и эффективность. – М.: Алтейя, 2002. 288с

1. Кінець ХХ початок ХХІ століття ознаменувався чималим інтересом до іміджу професіонала, організації, товару, фірми, освітнього закладу, педагога. Вивчення сутнісних ознак феномена імідж, технологій його формування, структури і способів функціонування в суспільстві сприяє виявленню загальних принципів його становлення, закономірностей коректування й умов розвитку.

Поняття «імідж» було запропоноване американським економістом К. Болдингом у 1961 році, але термін вперше з'явився у 1806 році в словнику Ноя Вебстера. В Україні поняття «імідж» широко увійшло в практику в 90-і рр. ХХ ст., оскільки з'явився попит на професійне формування іміджу артистів, спортсменів, політиків.

Сучасні словники тлумачать «імідж» як цілеспрямовано сформований образ, покликаний чинити емоційно-психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами

Сучасні умови українського суспільства актуалізують розробку поняття «імідж» в різних аспектах, а саме у політологічній площині (В. Бебик, С. Денисюк, О. Холод); сфері державного управління (Т. Хомуленко, Ю. Падафет, О. Скориніна); теорії та історії культури, філософії культури, філософської антропології, історії філософії, етики та естетики, філософії світи (В. Андрущенко, Т. Андрущенко, В. Бех, Є. Бистрицький, Є. Більченко, В. Бондаренко, В. Вашкевич, І. Дробот, Ю. Калиновський, В. Кремень, М. Култаєва, С. Куцепал, Г. Меднікова, Л. Панченко, М. Розумний, В. Ярошовець та ін.); соціальні та філософські аспекти корпоративної культури досліджували: В. Воронкова, М. Каган, М. Ронзіна, В. Щербина та ін; наукові розвідки в галузі педагогіки, психології, соціології, публік рилейшинз (Є. Богданов, В. Зазикін, О. Ковальова, А. Митко, І. Пантелейчук, Є. Позднишев, Г. Почепцов, О. Перелигіна, О. Петрова, М. Піскунов, В. Шепель, О. Проскура та ін.); імідж закладу дошкільної освіти (Т. Бусигіна, Т. Живаєва, Л. Загородня, К. Крутій, Н. Копилова, Т. Марєєва, З. Перебатова, Н. Погрібняк та інші).

Сьогодні вимогою часу є створення кожною освітньою установою позитивного іміджу. Імідж закладу дошкільної освіти неоднозначне поняття в сучасній іміджології.

Імідж сучасного закладу дошкільної освіти – це емоційно забарвлений образ дошкільної установи, часто свідомо сформований, який має

цілеспрямовано задані характеристики і покликаний чинити психологічний вплив певної спрямованості на конкретні групи соціуму.

Дослідники виокремлюють різні складники іміджу ЗДО, проте основними є: імідж керівника, імідж колективу, середовищний імідж, імідж освітніх послуг. Чільне місце серед компонентів іміджу ЗДО займає імідж педагогічного колективу.

Будь-яка іміджева система – фірма, організація, заклад освіти має свою структуру. За М. Піскуновим структура іміджу організації має вісім компонентів: 1. Імідж товару або послуги. 2. Імідж споживачів товару. 3. Внутрішній імідж організації. 4. Імідж засновника і/або основних керівників організації. 5. Імідж персоналу. 6. Візуальний імідж організації. 7. Соціальний імідж організації. 8. Бізнес-імідж організації .

Більш детально зупинимося на понятті «імідж педагогічного колективу».

Імідж персоналу – збірний узагальнений образ колективу, що розкриває найбільш характерні для нього риси.

Імідж педагогічного колективу ЗДО, є складноструктурованим і динамічним утворенням, що складається із професійної компетентності педагогів, культури мовлення і спілкування, соціально-психологічного клімату, зовнішнього вигляду педагогів і покликане створювати у свідомості цільової аудиторії позитивний образ освітньої установи.

2. М. Піскунов вважає, що для іміджу педагогічного колективу характерні такі риси: 1) професійна компетентність: мобільність, акуратність у виконанні посадових обов'язків, точність виконання роботи, поінформованість, висококваліфікована професійна підготовка; 2) культура: комунікабельність, культура мовлення і спілкування, соціально-психологічні характеристики вихователів; 3) соціально-демографічні й фізичні дані: вік, стать, освіта, зовнішній вигляд.

Професійну компетентність вихователя ЗДО, як зазначає Ганна Беленька, характеризують його здатність виконувати професійні завдання на основі

фахових знань і умінь, що інтегруються з розвитком особистісних професійно значущих якостей, серед яких провідними є любов до дітей, вимогливість, емпатія та комунікативність.

Професійна компетентність вихователя – якість дії педагога, що залежать від кваліфікації, загальноприйнятих цінностей моралі та етики, життєвого досвіду і забезпечує: 1) ефективність розв'язання професійно-педагогічних проблем і типових професійних завдань, які виникають у реальних ситуаціях педагогічної чи науково-педагогічної діяльності, володіння освітніми технологіями, технологіями педагогічної діагностики (опитування, індивідуальні та групові інтерв'ю) та психолого-педагогічної корекції; 2) постійне вдосконалення та впровадження в практику ідей сучасної педагогіки, методів навчання та викладання навчальних дисциплін і предметів; 3) використання наукової літератури та інших джерел інформації для створення сучасних форм навчання, упровадження оціночно-ціннісної рефлексії.

Основними компонентами професійної компетентності вихователя є: комунікативна, мовленнєва, мовна, математична, екологічна, фізкультурно-оздоровча, музично-естетична, художньо-естетична, англійська, правова, інформаційна, технологічна, ІКТ-компетентність.

«Культура мовлення – це сукупність і система комунікативних якостей мовлення; володіння літературними нормами на всіх мовних рівнях, в усній та письмовій формі мовлення, вміння користуватися мовностилістичними засобами і прийомами з урахуванням умов і цілей комунікації».

Культура мовлення є обов'язковим елементом загальної культури людини і її професійного іміджу.

Основними комунікативними ознаками культури мовлення педагога є володіння комунікативними якостями мовлення – правильністю, точністю, виразністю, ясністю, стислістю, доцільністю, пестливістю. Чітке визначення цих мовленнєвих якостей подано у Галини Сагач.

Комунікативна компетентність – здатність педагога застосувати у конкретному спілкуванні знання мови, способи взаємодії з навколишніми й

віддаленими людьми та подіями, навички роботи у групі, володіння різними соціальними ролями.

Комунікативність вихователя формується під впливом багатьох чинників, серед яких переважають професійно-особистісні. Вона утворюється внаслідок трансформації професійно важливих знань, вимог і вмінь в особистісно значущі для вихователя та виявляється у більш ефективній педагогічній діяльності.

Важливим компонентом іміджу колективу, емоційним показником взаємовідносин його членів є соціально-психологічний клімат.

Соціально-психологічний клімат – це емоційно забарвлене спілкування і взаємодія людей, які впливають на їхню спільну діяльність; настрої колективу, в якому відображаються особисті та професійні взаємини членів групи.

Педагогічний колектив ЗДО має певні особливості, адже його члени вступають у міжособистісні взаємини в різних площинах: «вихователь – діти», «вихователь – батьки», «вихователь – вихователь», «вихователь – адміністрація», «адміністрація – батьки». І в кожній з них педагог має проявляти комунікативні вміння й навички, демократичний стиль спілкування, толерантність, тактовність, терпіння. Від рівня їх сформованості залежить ефективність освітнього процесу, комфортність роботи кожного педагога. Провідна роль у забезпеченні сприятливого психологічного клімату належить керівнику закладу, методисту та неформальним лідерам. Однак кожен працівник, бажає він того чи ні, впливає на атмосферу в колективі.

Постійний моніторинг соціально-психологічного клімату в колективі дає можливість успішно розвиватися кожному членові і долати труднощі на шляху гармонізації відносин у колективі.

Розрізняють три основних види соціально-психологічного клімату за змістом та спрямуванням: з позитивною, негативною та нейтральною спрямованістю.

Клімат з позитивною спрямованістю називають сприятливим, або здоровим. Він здатний підвищувати працездатність, увагу, стимулювати

інтелектуальні здібності, підтримувати оптимальний тонус психіки, не підривати психологічне здоров'я.

Несприятливий психологічний клімат у колективі характеризують: нездорова атмосфера, напруженість у людських стосунках, зниження продуктивності спільної діяльності тощо.

Нейтральний психологічний клімат характеризують нестійкістю суб'єктивних та об'єктивних ознак: у будь-який момент він може змінюватись у той чи інший бік.

Як основні фактори, що визначають соціально-психологічний клімат у колективі, Т. Гура, Є. Гура виділяють такі: 1) глобальне макросередовище; 2) локальне макросередовище; 3) фізичний мікроклімат, санітарно-гігієнічні умови праці; 4) характер діяльності; 5) організація спільної праці; 6) психологічна сумісність членів колективу як здатність до спільної діяльності, в основі якої лежить оптимальне поєднання в колективі особистісних якостей його учасників; 7) характер комунікативної організації, комунікативна компетентність членів колективу; 8) стиль керівництва.

Лише в умовах сприятливого психологічного клімату всі члени колективу почуваються впевнено, спокійно, поведінка стає стабільною, врівноваженою, підвищується ефективність діяльності, розвиваються і проявляються кращі особистісні якості людей.

Ще одним вагомим складником іміджу колективу ЗДО є зовнішній вигляд його членів. За даними відомого вітчизняного фахівця В.М. Панфьорова, 85% людей будують своє перше враження на основі оцінки зовнішності. Отже, зовнішній вигляд є ніби візитною карткою людини, а для вихователя він – важливий складник його культури, вихованості та іміджу професіонала. Це джерело найрізноманітнішої інформації про рівень інтелектуального, морально-етичного, естетичного розвитку та інших особистісних особливостей, наочний прояв ставлення до себе й інших. Зовнішність – це і засіб самоствердження в певному мікросередовищі.

Важливими виразниками зовнішності людини є постава, одяг, взуття, прикраси, макіяж, парфуми.

У зовнішності вихователя велику роль відіграє доглянутість, адекватність, помірність, загальна гігієна, стиль і стан одягу, взуття, зачіска, уміння користуватися косметикою та добирати прикраси і дрібні деталі костюму.

Головне у створенні привабливої, естетично виразної зовнішності вихователя – знайти свій мікростиль, який би підкреслював його індивідуальність, якомога повніше виражав внутрішній зміст, допомагав ефективно вирішувати освітні завдання.

Отже, імідж педагогічного колективу, як вагомий складник іміджу ЗДО, є складноструктурованим утворенням. Його основні компоненти – професійна компетентність педагогів, культура мовлення і спілкування, соціально-психологічний клімат, зовнішній вигляд педагогів.

3. Формування іміджу колективу освітньої установи може йти двома шляхами: стихійно (спонтанно) або цілеспрямовано. У першому випадку це природний процес, що проходить без зовнішнього тиску, одним із результатів якого є становлення людини як індивідуальності. Другий шлях передбачає активне формування.

Процес штучного формування іміджу пов'язаний із проведенням спеціальних заходів і процедур індивідуальної та організаційної роботи і вимагає ретельного аналізу внутрішніх умов життєдіяльності організації.

У практиці іміджбилдінгу використовують багато засобів. Найбільш прийнятними, доступними і поширеними у створенні іміджу ЗДО є: SWOT-аналіз, SMART-аналіз, PEST-аналіз, Publik Relations, пабліситі,реклама, створення бренду ЗДО і керівника тощо. Зупинимось на характеристиці деяких засобів.

Для того щоб чітко сформулювати мету створення і коректування позитивного іміджу дошкільного закладу, ураховуючи внутрішні і зовнішні чинники доцільно використати SWOT-аналіз. SWOT – це аббревіатурне

скорочення виразу, яке в перекладі з англійської мови означає: S – strength – сила (сильні сторони), W – weakness – слабкість (слабкі сторони), O – opportunities – можливості, T – threats – труднощі, загрози.

Цей акронім було введено в 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професором D. Andrews. Спочатку SWOT-аналіз було засновано на озвучуванні та структуризації знань про поточну ситуацію і тенденції. Оскільки SWOT-аналіз у загальному вигляді не містить економічних категорій, його можна застосовувати до будь-яких організацій, окремих людей і країн для побудови стратегій у найрізноманітніших галузях діяльності.

Як стверджує К. Крутій, SWOT-аналіз є необхідним елементом маркетингових досліджень, обов'язковим попереднім етапом при складанні будь-якого рівня стратегічних і маркетингових планів. Дані, одержані в результаті ситуативного аналізу, слугують своєрідною основою для розробки стратегічних цілей і завдань закладу в тому числі й тих, що стосуються побудови позитивного іміджу.

Так, за даними SWOT-аналізу можна оцінити, чи володіє заклад внутрішніми силами і ресурсами, щоб реалізувати наявні можливості і протистояти загрозам та які внутрішні недоліки вимагають швидкого усунення.

Головне під час проведення SWOT-аналізу вміння мислити, подивитися на свій заклад, завдання, що постають, і проблеми «поглядом із боку». У якісному SWOT-аналізі передовсім має бути зацікавлений директор ЗДО. І якщо він здатний відійти від суб'єктивних оцінок, уважно проаналізувати параметри SWOT, оцінити їх об'єктивно з позицій батьків вихованців, конкуруючих ЗДО, то зможе успішно провести SWOT-аналіз і правильно використати його результати задля корекції іміджу дошкільної установи.

Як правило, SWOT-аналіз проводить робоча група. При цьому вона просувається такими етапами стратегічного планування:

1-й – провести реальний соціально-економічний аналіз;

2-й – сформулювати цілі й завдання розвитку закладу, зокрема коректування іміджу установи;

3-й – спроектувати майбутнє ЗДО, передбачити ефективність окремих проектів, їхню привабливість відповідно до запитів аудиторії і можливостей закладу (матеріальна спроможність, рівень майстерності колективу).

Мета SWOT-аналізу – виявити і визначити шляхи розвитку сильних сторін, визначити спроможність успішного використання існуючих і створення нових можливостей, урахувати наявні слабкі місця, щоб зменшити їх вплив на розвиток іміджу установи, і нейтралізувати загрози.

Сильні сторони. До них відносять види і напрями найуспішнішого й найперспективнішого розвитку ЗДО, а також умови його діяльності на ринку освітніх послуг. Наприклад: конкурентоспроможність якості послуг, кваліфікація педагогів, наявність і вплив на можливості розвитку ЗДО наукових закладів, маркетингова інформація/розвідка, професійні навички педагогів, заробітна плата, премії, навчання і розвиток персоналу, мотивація педагогів, умови праці людей, стабільність кадрів, команда односторонців, використання інновацій, інформаційних технологій, тривале перебування на ринку освітніх послуг, сильна транспортна прив'язка, близькість до районного методичного кабінету тощо.

Слабкі сторони. До них відносять аналіз платоспроможності населення, складнощі банківських процедур, відсутність маркетингової інформації, власного Інтернет-сайту, низькі професійні навички педагогів, рівень заробітної плати та премії, рівень навчання і розвитку персоналу, низька мотивація педагогів, умови праці людей, плинність кадрів, відсутність команди односторонців, старіння колективу, невикористання інновацій, недовге перебування на ринку освітніх послуг, непоширення досвіду через публікації у фахових виданнях, сезонність роботи, екологічні проблеми (несприятлива екологічна обстановка), слабкі навички управління, слабка прагнення до навчання, невикористання нових технологій (неготовність педколективу до

використання ІКТ), обмежений доступ до методичного ресурсу району, міста тощо.

Можливості – це сприятливі зовнішні умови. Наприклад: можливі в перспективі фінансові зміни, нові умови роботи, макроекономічні/ політичні події, що розширюють освітній ринок, розумна податкова політика, нові можливості на ринку освітніх послуг (вільний доступ до вибору форм роботи з дітьми), фандрейзингова діяльність, уведення державного стандарту в дошкільній освіті, можливість реклами та іміджевої діяльності, створення єдиного інформаційного середовища.

Фандрейзинг – («fund» – кошти, фінансування, «raise» – знаходження, збір) – залучення коштів. Термін багатозначний.

Фандрейзинг – 1) пошук спонсорських коштів для здійснення соціально значущих проектів, програм і акцій або підтримка соціально значущих інститутів. 2) добровільна мобілізація внутрішніх і залучення зовнішніх ресурсів (людей, устаткування, інформації, часу, грошей тощо) для безкорисливого здійснення суспільно важливої діяльності. 3) наука про успішне переконання інших у тому, що діяльність організації заслуговує уваги і підтримки.

Загрози – несприятливі зовнішні тенденції. Наприклад: негативні тенденції в демографічній ситуації, зменшення фінансування, можливі втрати ринку збуту освітньої продукції, нестабільність банківської системи та інші загрози, які можуть негативно вплинути на розвиток ринку освітніх послуг, законодавчі/політичні сили, дії влади у вигляді невиконання освітньої політики, а також вимоги законодавчого і регулюючого характеру, яким мають підкорятися дошкільні навчальні заклади, суспільні сили, тиск батьків на контролюючі організації, коли діяльність ДНЗ сприймається як неприпустима; негативний вплив засобів масової інформації (дискредитація педагогів, дезорієнтація батьків), зниження рівня престижності професії, відсутність системи менеджменту якості дошкільної освіти; вплив загального стану

економіки, під дією якого формуються попит на освітні послуги і манери батьків витратити гроші; природа і масштаб конкурентної загрози тощо.

PublikRelations – це зв'язок із громадськістю, технології створення і в провадження у соціально-економічні системи конкурентоспроможного образу певного об'єкта (послуги, товару, фірми, бренда, особистості) з метою закріплення цього образу на ринку як необхідного і одного з найкращих.

Часто поняття іміджмейкінг ототожнюють з поняттям PublikRelations.

Виокремлюють два види піару: внутрішній і зовнішній.

Внутрішній PR можна назвати корпоративним. Основне завдання внутрішнього PR – створення сприятливих і довірливих відносин між керівником та працівниками освітнього закладу. У ньому велике значення має корпоративна культура. Власне внутрішній PR – це насамперед управління взаємозв'язками всередині освітнього закладу.

Внутрішній PR має такі складники:

- ефективність системи взаємодії між підрозділами освітнього закладу;
- мотивація до трудової діяльності;
- демонстрація того, що працівники – головний потенціал освітнього закладу.

Зовнішній PR – робота із зовнішнім простором освітнього закладу: з партнерами, інвесторами, батьками тощо.

Між внутрішнім і зовнішнім PR існує взаємозалежність. Для досягнення успіху у створенні позитивного іміджу закладу дошкільної освіти треба спрямувати діяльність так, щоб внутрішній і зовнішній PR доповнювали один одного.

Прикладом піару є батьківські збори, робота з мешканцями мікрорайону, зі спонсорами, благодійниками. PR в освіті – це спроба задовольнити інтерес до закладу дошкільної освіти і його освітніх послуг шляхом передачі наявної інформації через різні канали, в основному, на безкоштовній основі.

Пабліситі. Можна розглядати як певні дії, спрямовані на привернення уваги громадськості шляхом безоплатного висвітлення інформації про заклад

дошкільної освіти за допомогою засобів масової інформації. Для цього розсилаються прес-релізи, що містять цікаву для цільової аудиторії інформацію, на значущі заходи запрошуються телевізійники, журналісти.

Для висвітлення в ЗМІ можна розповісти про:

- нові освітні програми, що реалізуються освітнім закладом;
- унікальні умови, які вдалося створити в ЗДО;
- історичне місце або будівлю, яка має архітектурну цінність, якщо ЗДО розміщено саме тут;

- педагогів-професіоналів;
- передовий педагогічний досвід;
- факти з історії навчального закладу;
- додаткові освітні послуги;
- успіхи дітей у конкурсах і фестивалях.

Інформацію для ЗМІ слід підтверджувати наочно – фото, відеозаписи.

Для ефективного ведення публіситі необхідно:

- визначити потенційний ринок збуту освітніх послуг;
- географічні межі ринку, що дасть змогу встановити ті рівні засобів масової інформації, які можна залучати до співпраці.

Проводити публіситі доречно у дні свят. Налагодити контакти із засобами масової інформації – це одне із завдань керівництва закладу. Контакт із ЗМІ потребує від керівників:

- спілкування із журналістами;
- написання статей, прес-релізів;
- участь в інтерв'ю;
- запрошення представників ЗМІ на презентації, семінари тощо.

Одним із засобів публіситі є створення веб-сайту освітнього закладу, на якому висвітлювати діяльність освітньої установи.

Реклама – це сукупність цілеспрямованих інформаційних контактів із зовнішнім світом, спрямованих на створення та підтримку іміджу..

В основі будь-якого рекламного тексту лежить акт специфічної

комунікації, що є передачею «рекламного повідомлення» від адресата до реципієнта за допомогою систематизованих мовних і немовних засобів. Зміст рекламного повідомлення визначається особливою установкою, яка полягає у зміні чи формуванні у реципієнта думки з тим, щоб він прийняв рішення про купівлю рекламованого продукту, а потім відповідно діяв. Кінцевою метою реклами є управління діяльністю людей, а передача повідомлення – лише окремий засіб її досягнення. Реклама відрізняється від публіситі. Публіситі – це здебільшого безкоштовний і стихійний вид послуг, тоді як реклама потребує попереднього платного замовлення, розміщення, просування.

Бренд освітнього закладу та його керівника. У результаті всіх заходів з PR, публіситі, реклами формується бренд освітнього закладу.

Бренд – комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, організацію, зокрема освітній заклад, про особистість. Це відтворення в уяві споживача усієї сприйнятої ним інформації про певний об'єкт.

Брендинг – створення певного бренда, потребує постійної інформаційної та іміджевої підтримки.

Для того, щоб створити бренд ЗДО, керівники мають проводити опитування батьків, цікавитися громадською думкою у цілому, проводити спеціальні заходи для просування своїх освітніх послуг. Створення бренда базується на сприйнятті освітнього закладу громадськістю, адже саме вона робить висновок щодо діяльності установи. І якщо ця діяльність задовольняє споживачів, то створений бренд ЗДО чіткіше закарбовується у свідомості і набуває рис, що вирізняють його з-поміж інших і, у свою чергу, сприяють його популярності. Якщо громадськість розуміє важливість діяльності освітнього закладу, то бренд набуває такої характеристики як значущість.

Сильний бренд завжди послідовний. Послідовність – це здатність регулярно робити щось відмінне від інших, значуще. Це – надійність у межах взаємин між людьми.

Під час створення позитивного іміджу ЗДО можна використовувати

атрибути, які дадуть змогу ознайомити громадськість з особливостями діяльності освітнього закладу, зокрема: логотип установи, прапор, бейджі, корпоративний колір, візитні картки, власна газета, літопис.

Виставка як вид PR – діяльності. Виставки є інтегрованими комунікаціями, які дають змогу досягти маркетингової мети. Такі комунікації здійснюються за двом напрямками: 1) зв'язок із громадськістю; 2) рекламування освітніх послуг.

Особливості виставки:

- саме тут збираються представники освітнього простору;
- учасники виставки мають змогу: зібрати потрібну інформацію; довідатися із перших рук про настрій і побажання споживачів освітніх послуг; отримати відомості по конкурентів, а також про загальну ситуацію і тенденції розвитку на ринку дошкільної освіти;
- дошкільний заклад має шанс заявити про себе, продемонструвати свої можливості, зміцнити довіру споживачів і партнерів.

Основними етапами організації виставкового проекту є:

- визначення першорядної мети участі у виставці, з'ясування конкретних завдань, які необхідно розв'язати з огляду на неї;
- визначення цільової аудиторії;
- вибір рівня виставки – обласна, всеукраїнська, міжнародна;
- уточнення необхідного і наявного бюджету;
- формування виставкової команди;
- добір і тренінг стендистів;
- підготовка і виготовлення стенда;
- підготовка і виготовлення рекламних та інших роздаткових матеріалів;
- розроблення і підготовка системи зворотного зв'язку – анкет, опитувальних листів, інтерв'ю, тощо.;
- планування роботи поза стендом – прес-конференції, брифінги, агітаційні заходи, презентації, тощо;
- планування роботи фахівців на стенді;

- підбиття підсумків, аналіз зібраних даних, планування подальших дій з урахуванням результатів виставкової діяльності.

Основними методами формування іміджу ЗДО є: ефективні піар-заходи (дні відкритих дверей, презентації і виставки освітніх послуг, публікації в ЗМІ і т. д.); благоустрій будівлі та території ДНЗ, підвищення педагогічної культури педколективу і всього персоналу. Таким чином, можна виділити основні етапи формування іміджу сучасного дошкільного навчального закладу нового типу. Таке формування починається з аналізу зовнішнього середовища; виділення цільової групи, до якої буде звернений імідж закладу. Другим етапом аналізуються зовнішні ресурси; визначаються завдання та їх класифікація (змістові, організаційно-результативні тощо). Потім враховується мотивація учасників проекту. На наступному етапі виявляється співвідношення між складовими іміджу (науковий, освітній, суспільний) та визначаються принципи формування іміджу. Розробка технології формування кожної складової іміджу та аналіз відповідності отриманого іміджу очікуваному результату є завершальними етапами формування іміджу сучасного закладу дошкільної освіти.

Отже, для формування позитивного іміджу ЗДО колектив і його директор повинні:

- сформулювати: чітко визначені пріоритети; філософію освітнього закладу, своє бачення майбутнього – візію і місію;

- сформувати унікальні системи: цінностей, звичаїв, традицій, стилів поведінки; якісних освітніх послуг; освітньої роботи, що розвиває творчі здібності дітей, вдосконалює їхні психічні функції, формує здоровий спосіб життя; взаємозв'язку із закладами охорони здоров'я, додаткової освіти, різними соціальними інститутами; цільової подачі інформації споживачам про свій потенціал, успіхи і майбутні освітні послуги, неодмінною складовою якої мають стати яскраві, впізнавані оновлювані інформаційні матеріали, призначені для зовнішнього представлення.

Для створення позитивного іміджу педагогічного колективу закладу

дошкільної освіти необхідно використовувати ефективні засоби та методи, що дозволить активізувати діяльність вихователів, поповнити та систематизувати знання, формувати вміння практично розвивати та коректувати імідж педагогічного колективу ЗДО.

У створенні, розвитку й корекції іміджу закладу, й педагогічного колективу зокрема, чільне місце займають методи вдосконалення іміджотвірної компетентності вихователів. Представимо характеристику деяких сучасних методів.

Самоосвіта педагога – це самостійна пізнавальна діяльність педагога, спрямована на оновлення і вдосконалення наявних загальнокультурних та професійних знань з метою досягнення бажаного рівня професійної компетентності.

Завдяки самоосвіті вихователь реалізовує власні пізнавальні інтереси, задовольняє пізнавальні потреби, розвиває інтелектуальні здібності.

Самоосвітні запити формуються в процесі безпосереднього зіткнення з педагогічними проблемами й поділяються, залежно від характеру, на освітні (стосовно змісту окремих розділів і тем навчальних дисциплін), методичні (щодо методики викладання фахових дисциплін), психолого-педагогічні (щодо психологічних і загально-педагогічних закономірностей і особливостей) та особисті (стосовно специфічних освітніх інтересів кожного окремого педагога). Важливою є збалансованість професійно-педагогічної самоосвіти за усіма названими напрямками.

Професійно-педагогічний самоменеджмент (самоорганізація, самоуправління) – це специфічна активність педагога, що ґрунтується на технологіях ефективного використання часу та цілеспрямованої регуляції поведінки і дій, спрямована на організацію власної діяльності в різних сферах життєдіяльності і розвитку. Він виступає важливим механізмом самовдосконалення, який забезпечує ефективну організацію усіх форм і етапів роботи вихователя над собою.

Процес самоменеджменту в аспекті послідовності виконання конкретних функцій охоплює шість фаз (Л. Зайверт):

- постановка мети – аналіз і формування особистих цілей;
- планування – розробка планів і альтернативних варіантів своєї діяльності;
- прийняття рішень щодо конкретних справ;
- організація та реалізація – складання розпорядку дня й організація особистого трудового процесу з метою реалізації поставлених завдань;
- контроль – самоконтроль і контроль підсумків (у разі потреби – коригування цілей);
- інформація і комунікації – фаза, властива певною мірою всім функціям, так як і комунікація, і обмін інформацією необхідні на всіх фазах самоменеджменту.

Інакше кажучи, самоменеджмент – комплекс управлінських компетенцій, необхідних для професійного зростання вихователя: 1) самопізнання; 2) цілепокладання; 3) керування часом; 4) планування; 5) саморегуляція; 6) самонавчання; 7) уміння інтегрувати; 8) проектування; 9) уміння рефлексувати; 10) емпатія; 11) мобільність; 12) самопрезентація; 13) професійний особистісний ріст; 14) стійка мотивація до пізнання.

Основна мета самоменеджменту полягає в тому, щоб максимально використовувати власні можливості, свідомо керувати перебігом свого життя (самовизначатися) і переборювати зовнішні обставини, як на роботі, так і в особистому житті.

Серед сучасних форм підвищення професійної компетентності вихователів вирізняються: коучинг, нетворкінг, тайм-менеджмент, кайрос-менеджмент, ігри-симуляції, педагогічний плейбек-театр, педагогічний міст, школа педагогічної майстерності, конкурси педагогічної майстерності).

Дослівний переклад слова «коучинг» – «тренерство». Коуч – це тренер, здатний зробити з людини чемпіона, тобто мова йде про виховання переможців. Коуч-менеджмент – це особлива філософія життя, що має свою

систему цінностей, коли першорядним є бачення людини з її цінностями, прагненнями, особистими цілями. Методологія коучинга виходить з того, що людина від природи безмежно талановита та володіє великим потенціалом, який не реалізується нею в повній мірі. Коучинг, як стиль менеджменту, спрямований на досягнення організаційних цілей з одночасним забезпеченням максимально можливого розвитку персоналу за обраним напрямом. На особливу увагу заслуговує потенціал коучинга стосовно формування та підсилення мотивації до професійного та духовного зростання, самоусвідомлення та самоорганізації що важливо для виховання конкурентноспроможних фахівців – майбутніх управлінців різних щаблів освіти.

Цілі коучингу в освіті:

- розкриття внутрішнього потенціалу особистості педагога;
- розвиток особистості через делегування відповідальності;
- досягнення високого рівня відповідальності та її усвідомлення у всіх учасників коучингу.

Для досягнення поставлених цілей вирішуються наступні завдання:

- здійснюється діагностика і моніторинг освітнього процесу в ЗДО, що дозволяє враховувати і прогнозувати зміни, які відбуваються в результаті застосування інноваційних програм і технологій;
- створюються умови, спрямовані на ефективну організацію процесу пошуку студентом шляхів досягнення важливих для нього цілей і вибору оптимального темпу просування;
- освоюються інноваційні методики і технології;
- визначаються ключові моменти коучингу.

Методи коучингу:

Метод конкретних ситуацій. Він заснований на ствердженні, що шлях до вдосконалення власних знань можливо прокласти лише через розгляд, вивчення та обговорення конкретних проблемних ситуацій;

Метод емоційного стимулювання. В основі цього методу навчання лежить принцип формування пізнавального інтересу шляхом створення позитивних емоцій до запропонованого виду діяльності, підвищення зацікавленості та мотивації до навчального процесу;

Метод створення ситуації пізнавальної дискусії є дієвим методом активізації навчання, адже в дискусії народжується істина, а пошук істини завжди викликає посилену зацікавленість темою;

«Мозаїка» – метод розподілу обов'язків у педагогічному колективі, коли розподіл здійснюють самі його члени. Такий вид діяльності змушує вихователів самостійно, без допомоги коуча розподіляти обов'язки в колективі та нести за даний розподіл відповідальність;

Метод проектів є методом, що виводить діяльність вихователів студентів на новий професійний рівень.

Нетворкінг – це соціальна професійна діяльність спрямована на те, щоб з допомогою кола друзів і знайомих максимально швидко й ефективно розв'язувати складні життєві та професійні завдання. При цьому сутністю нетворкінгу є вибудовування з людьми довірчих довготривалих відносин, заснованих на взаємодопомозі.

Нетворкінг може бути позитивним і негативним. Позитивний нетворкінг передбачає вміння встановлювати і підтримувати зв'язки на основі спільних інтересів, взаємної користі і взаємодопомоги. В основі негативного нетворкінгу лежить прагматичний підхід до людських стосунків, вибудовування їх за принципом «ти – мені, я – тобі».

Тайм-менеджмент – мистецтво управління часом. Його складники: 1) цілепокладання; 2) поетапне досягнення мети; 3) планування часу; 4) розстановка пріоритетів; 5) делегування; 6) контроль; 7) самоаналіз.

Кайрос-менеджмент – це технологія управління спрямована на розвиток у людини або колективу здатності вбачати користь у будь-якому вмінні, хобі іншої людини, збігу обставин та застосовувати її.

Форми застосування кайрос-менеджменту в ЗДО: 1) створення стінгазети ефективності; 2) виявлення й використання хобі працівників.

Ігрове навчання – це форма навчального процесу в умовних ситуаціях, спрямована на відтворення і засвоєння суспільного досвіду в усіх його проявах: знаннях, навичках, уміннях, емоційно-оцінній діяльності.

Ділові ігри спрямовані на зняття певних практичних проблем, формування навичок виконання конкретних прийомів діяльності.

Види ділових ігор:

Операційні ігри – допомагають відпрацювати виконання конкретних специфічних операцій, у них моделюються конкретні ситуації освітнього процесу.

Імітаційні ігри – спрямовані на моделювання конкретних подій, що відбулися у реальності. Ці ігри допомагають знайти ефективніший спосіб розв'язання конфліктів, проблем, які виникають час від часу у їхній педагогічній діяльності.

Симуляції або імітаційні ігри. Імітаціями (імітаційними іграми) називають процедури з виконанням певних простих відомих дій, які відтворюють, імітують будь-які явища навколишньої дійсності. Учасники імітації реагують на конкретну ситуацію в межах заданої програми, чітко виконуючи інструкцію, наприклад, виконуючи дослід. Як правило, ведучий надає під час імітації чіткі поопераційні інструкції. Учасники гри можуть виконувати дії індивідуально або в групах. На закінчення певного виду діяльності всі учасники отримують подібні результати, але вони можуть розрізнитися залежно від індивідуальних особливостей педагога, складу групи, використаних ресурсів тощо. Дуже важливою процедурою імітації є обговорення отриманих результатів діяльності та усвідомлення учасниками причинно-наслідкових зв'язків, які можна простежити, аналізуючи результати імітації в різних її учасників.

Імітаційні ігри розвивають уяву та навички критичного мислення, сприяють застосуванню на практиці вміння вирішувати проблеми професійної

діяльності.

Рольові ігри – дають змогу відпрацювати тактику поведження, дії конкретної особи в уявлюваній ситуації. Для проведення цих ігор розробляють модель – п'єсу ситуації. Між педагогами розподіляються ролі.

Конкурсні, або навчально-ділові ігри – призначені для перевірки теоретичних знань педагогів з даної теми, відпрацювання навичок їх практичного застосування.

Педагогічний плейбек-театр – форма ситуаційного навчання за якої кожен присутній може розповісти свою історію з професійного життя і побачити як учасники відобразять її в імпровізованому творчому перформансі (виставі).

Педагогічний міст – колективна форма методичної роботи, яку використовують для взаємоознайомлення та обміну найкращим досвідом, поширення інноваційних освітніх технологій, які використовують у своїй роботі два або кілька педагогічних колективів.

Школа педагогічної майстерності – форма покликана створити умови для самореалізації кожного вихователя і сприяння його професійному зростанню.

Конкурс педагогічної майстерності покликаний виявити рівень професійної компетентності, власний особистісний і педагогічний потенціал вихователя.

Серед інтерактивних форм підвищення професійної компетентності вихователів вирізняються: проблемний стіл, методичний ринг, педагогічні турніри, диспути, дискусії, мозковий штурм, круглий стіл, педагогічний аукціон.

Проблемний стіл сприяє розвитку у вихователів прагнення до самоосвіти, розширення й поглиблення знань. Для його проведення заздалегідь готуються питання для обговорення, список рекомендованої літератури, комплектуються творчі мікрогрупи, створюється прес-центр, який після закінчення підбиває підсумки, пропонує рекомендації й випускає методичний бюллетень.

Методичний ринг, або інші варіанти цієї форми роботи («Брейн-ринг», «Що? Де? Коли?», «Щасливий випадок», «Слабкий ланцюжок», тощо). організуються за традиційним сценарієм. Щоб зняти психологічну напругу, попередньо добираються ігрові завдання з різноплановим навантаженням.

Педагогічні турніри потребують попередньої підготовки. Завчасно обираються ведучий та журі. Вихователям повідомляють домашнє завдання. Потім у групах педагоги обирають капітанів та опрацьовують літературу з теми турніру, обмірковують виконання домашнього завдання. Окрім того, передбачають запитання, ситуації, завдання, невідомі команді, які треба буде розв'язати під час турніру (на відміну від КВК, що проводяться за одним сценарієм).

Диспути – усний науковий спір, обговорення якогось питання публічно, перед аудиторією. Як інтерактивну форму роботи використовують, як правило, на педагогічних годинах, де вихователі можуть висловлювати власні, часто суперечливі, ідеї, думки, точки зору.

Дискусія – колективне обговорення якогось складного питання, яке практикується під час проведення педрад та у роботі з батьками. Заздалегідь підбирається література для опрацювання, відповідно до теми, ознайомлюються з нею учасники. Наприкінці дискусії формулюється єдине колективне розв'язання проблеми або рекомендації.

Мозковий штурм сприяє розвитку творчого мислення і в цілому підвищує рівень педагогічної майстерності. Це швидкий, рішучий наступ у грі, мета якого – групове розв'язання проблеми. Цю форму використовують під час обговорення складних проблем. Першочерговим завданням групи є процес пошуку нових альтернативних варіантів розв'язання проблемної ситуації саме у формі мозкового штурму є найбільш ефективним.

«Круглий стіл» визначається практиками, як одна з ефективних інтерактивних форм, так як до роботи залучаються різні фахівці. Слухачам заздалегідь пропонуються теми повідомлень, що їх коментуватимуть запрошені фахівці; ініціюється активна участь педагогів в обговоренні

проблеми. На зустрічі за «круглим столом» виносяться теми, які хвилюють слухачів, які слід розглянути ґрунтовніше. Результативною ця форма роботи є і для проведення батьківських зборів.

Педагогічний аукціон спрямовується на активний обмін новими ідеями, думками, педагогічними знахідками; їх захист або пропаганду. На аукціоні презентують ідею чи проблему, що найбільше хвилює педагогів і щодо вирішення якої існує багато різних думок.

Аналіз вище наведених досліджень з проблеми створення іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти дозволив нам зазначити, що у практиці іміджбилдінгу можна виділити багато засобів. Найбільш прийнятними, доступними і поширеними у створенні іміджу ЗДО і педагогічного колективу зокрема, є: SWOT-аналіз, SMART-аналіз, PEST-аналіз, Public Relations, публіситі, реклама, створення бренду ЗДО і керівника тощо. Для створення позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО використовують широкий спектр інтерактивних технологій. Серед сучасних форм підвищення професійної компетентності вихователів ми вирізнили коучинг, нетворкінг, тайм-менеджмент, кайрос-менеджмент, ігри-симуляції, педагогічний плейбек-театр, педагогічний міст, школа педагогічної майстерності, конкурси педагогічної майстерності, бліц-інтерв'ю, круглий стіл тощо.

ДОДАТОК Д.1**Лекція «Засоби удосконалення професійної компетентності педагога дошкільного закладу»**

План:

1. Актуальність підвищення професійної компетентності педагогів закладів дошкільної освіти.
2. Поняття та основні складові професійної компетентності педагогів ЗДО.
3. Вимоги до професійної діяльності вихователя.
4. Якості та здібності, необхідні вихователю.
5. Готовність до інноваційної діяльності-важлива складова професійної компетентності вихователя.

Література:

1. Зайченко І. В. Педагогіка : навч. посібник / І. В. Зайченко – К.: Освіта України, 2008. – 528 с.
2. Загородня Л.П. Педагогічна майстерність вихователя дошкільного закладу: навч. посіб. / Л.П. Загородня, С. А. Тітаренко. – 2-ге вид. – Суми: Університетська книга, 2010. – 319с.
3. Гуренко О.І. Формування етнокультурної компетентності майбутніх педагогів в умовах поліетнічного середовища: Навчальний посібник. – Донецьк: ТОВ "Юго-Восток, ЛТД", 2007. – С. 52 -167 с.
- 4.Макаренко А.С. Деякі висновки з мого педагогічного досвіду // Твори: В 7 т. –К., 1954.
5. Мурована Н.Н. Компетентність педагога як важлива умова його професійної діяльності: монографія/ Н.Н. Мурована. – Севастополь: Рибзст, 2006. – 24 с.. 6. Методична робота в ДНЗ / Упоряд. Л. А. Швайка. – Харків: Основа, 2007. - 288 с.
7. Основи педагогічної творчості та майстерності / за заг. ред. Н. В. Гузій.– К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2008. – 168 с.

8. Піроженко Т.О. Особистість дошкільника: перспективи розвитку: Навч. - метод. посібник/Тернопіль: Мандрівець, 2010.-136с.

1. Особливості розвитку професійної діяльності є надзвичайно актуальною проблемою, оскільки жодна інша професія не ставить таких вимог до людини, як професія педагога, вихователя. Вихователь дошкільного навчального закладу є головною постаттю. Саме від його професійності залежить інтелектуальне, духовне, соціальне, емоційне становлення особистості дітей дошкільного віку. Безперечно, ефективність роботи освітніх навчальних закладів залежить не лише від програм навчання і виховання, а й від особистості педагога, його взаємин із дітьми та професіоналізму. Кожен талановитий висококваліфікований, вдумливий педагог поєднує у своїй практиці загальнотеоретичні досягнення педагогіки, власний досвід, особистісні переваги та особливості дітей, з якими він працює. Жодна найдосконаліша теорія не може дати вичерпної відповіді, яким бути педагогу, але вона є основою, на яку повинен опиратися навіть найобдарованіший із них.

Сучасні діти дошкільного віку живуть у динамічному середовищі, яке постійно розвивається. Їхніми характерними рисами стають – висока емоційна чутливість, розумова активність і обізнаність у більшості доступних сфер оточуючої дійсності; неврівноваженість нервової системи; незадовільний стан здоров'я, відмінності у ціннісних орієнтаціях. Тому сьогодні вкрай необхідно привести у відповідність до нових стандартів розвитку дитини професійну діяльність працюючих вихователів дошкільних навчальних закладів, сформувати їхню готовність до реалізації завдань креативного, творчого розвитку сучасного дошкільника. За свідченням сучасних психологів (І. Бех, О. Л. Кононко, С. О. Ладивір, Т. О. Піроженко та ін.) відбулися суттєві зміни у особистості нинішньої дитини-дошкільника. Сучасні діти не схожі на дітей середини ХХ століття: розширився діапазон відмінностей дітей у мисленні, мовленні, процесах запам'ятовування і переробки інформації. Все це вимагає від вихователів-практиків вміння знаходити нові шляхи щодо стимулювання

розвитку дошкільників, індивідуалізації та диференціації навчально-виховного процесу, тобто бути професійно компетентними.

2. Поняття «компетентність» характеризується такими якостями як знаючий, обізнаний, авторитетний у певній галузі. Професійна компетентність у психолого–педагогічній літературі розглядається як професійна підготовленість і здатність спеціаліста до виконання завдань і обов'язків професійної діяльності. До її структури входять знання, уміння та навички професійної діяльності.

Основними складовими професійної педагогічної компетентності є: 1) система психологічних, загальнодидактичних та спеціальних фахових знань; 2) система фахових умінь; 3) професійні здібності та професійно значущі риси особистості. Умовами успішного формування професійної компетентності є: формування світогляду та спрямованості особистості, на основі яких відбувається засвоєння знань і умінь; розвиток професійних здібностей та професійно значущих рис особистості в контексті набуття педагогічного досвіду. Професійна компетентність вихователя – це необхідна умова підвищення якості педагогічного процесу. На основі аналізу різних визначень даного поняття за умов особливостей діяльності вихователя можна синтезувати наступний варіант: професійна компетентність вихователя ДНЗ – це здібність до ефективного виконання професійної діяльності, визначуваній вимогами посади, що базується на фундаментальній науковій освіті і емоційно-ціннісному відношенні до педагогічної діяльності. Вона передбачає володіння професійно значимими установками і особовими якостями, теоретичними знаннями, професійними уміннями і навиками.

Професійна компетентність вихователя дошкільного закладу – це сукупність діяльнісно-рольових і особистісних характеристик педагога, що дозволяють йому на високому рівні формувати у дошкільника основи життєвої позиції як системи ціннісних відносин до природи, рукотворного світу (культури), до людей і самого себе. Важливе місце відводиться формуванню у

дошкільника самотворення, розуміння дитячого «Я», виховання у дитини позитивного ціннісного ставлення до себе.

Професійна компетентність вихователя дошкільного закладу включає такі вміння:

- створювати атмосферу життєдіяльності в дошкільному закладі, наближену до сімейної (особистісне спілкування);
- забезпечувати різні форми активності дитини (фізична, емоційно-ціннісна, соціально-моральна, пізнавальна, мовленнєва, художня, креативна);
- використовувати оптимальні для дошкільного віку моделі основних видів діяльності (спілкування, сюжетно-рольова гра, предметно-практична, дослідна та навчальна діяльність).

Професійна компетентність вихователя тісно пов'язана з рівнем розвитку у нього загальних педагогічних здібностей:

- *організаторських* – здатність - організувати і регулювати поведінку дітей, стимулювати їх активність у різних видах діяльності;
- *сугестивних* – здатність до словесного і емоційно-вольового впливу на дитину;
- *комунікативних* – готовність легко вступати в контакт, викликати позитивні емоції у співрозмовника і отримувати задоволення від спілкування;
- *перцептивних* – здатність сприймати і розуміти іншого, педагогічна інтуїція;
- *емоційної стійкості* – володіння собою, самоконтроль, саморегуляція;
- *оптимістичного прогнозування* – використання у виховному процесі позитивних якостей вихованця;
- *креативних* – здатність до творчості, педагогічна мобільність, готовність швидко вирішувати проблемні ситуації.

3. Вимоги до професійної діяльності вихователя – це імперативна система професійних якостей, які визначають успішність педагогічної діяльності. Вчені пропонують різні конструкції вимог до професійної діяльності педагогів: педагогічної (професійної) майстерності, педагогічного

професіоналізму, педагогічних здібностей, педагогічної культури, готовності до педагогічної діяльності, педагогічної творчості.

Педагогічну майстерність науковці тлумачать як найвищий рівень педагогічної діяльності, як комплекс властивостей особистості педагога, що забезпечує високий рівень самоорганізації педагогічної діяльності, розуміють як синтез наукових знань, умінь і навичок методичного мистецтва й особистих якостей педагога. Вони виокремлюють наступні складові педагогічної майстерності: гуманістичну спрямованість діяльності, професійну компетентність, професіоналізм, педагогічні здібності, педагогічну техніку. Критеріями педагогічної майстерності є гуманність, науковість, педагогічна доцільність, оптимальний характер, результативність, демократичність, творчість.

Отже, педагогічний професіоналізм педагога – це сукупність психофізіологічних, психічних та особистісних змін, що відбуваються в людині у процесі оволодіння знаннями та довготривалої діяльності і забезпечують якісно новий, вищий рівень вирішення складних професійних завдань.

Дослідники визначають педагогічну культуру як професійну культуру, гармонію педагогічного мислення та творчої діяльності, що сприяють якісній організації навчального процесу. Її складовими є мислення, почуття, спілкування, поведінка, зовнішній вигляд, моральна зрілість та ін.

Для педагогічної культури характерними є інтелект, гуманізм, широкий кругозір, інтелігентність, толерантність, здатність до творчості. Педагогічна культура дозволяє педагогу піднятися до вершин професійної майстерності.

Вершиною педагогічної культури педагога є постійна спрямованість до педагогічного, методичного, морального та духовного самовдосконалення. До складових педагогічної культури педагога відносять: ерудицію(загальну та наукову), культуру спілкування, культуру мовлення, педагогічну етику, духовне багатство, прагнення до самовдосконалення.

Аналіз психолого-педагогічної літератури дозволив не лише виокремити компоненти готовності педагога до педагогічної діяльності (когнітивний, практичний, особистісний), а й визначити змістовні характеристики компонентів. Структура готовності педагога до педагогічної діяльності включає у себе психологічну готовність, практичну готовність до виконання комплексу професійних функцій та готовність до подальшого професійного самовдосконалення. Зміст теоретичної готовності вихователя виявляється в узагальненому умінні педагогічно мислити, що передбачає наявність у педагога аналітичних, прогностичних, проєктивних, а також рефлексивних умінь. Зміст практичної готовності вихователя виражається у зовнішніх (предметних) уміннях, тобто в діях, які можна спостерігати. До них належать організаторські і комунікативні уміння.

Професійна компетентність вихователя обумовлює його педагогічну майстерність. На думку А.С. Макаренка, педагогічна майстерність – це знання особливостей педагогічного процесу, уміння його побудувати і привести у рух. За глибоким переконанням А. С. Макаренка, оволодіти педагогічною майстерністю може кожен педагог за умови цілеспрямованої роботи над собою. Вона формується на основі практичного досвіду. Проте не кожний досвід стає джерелом професійної майстерності. Таким джерелом є лише педагогічна діяльність, осмислена з точки зору її суті, цілей і технологій; сплав особистісно-ділових якостей і професійної компетентності педагога. Отже, хороший педагог – завжди яскрава особистість, має власну техніку впливу, взаємодії, спілкування, саморегуляції.

4. Педагогічну техніку визначають як систему вмінь педагога, що дає змогу використовувати культуру і техніку мовлення, власний психофізичний апарат для досягнення ефективних педагогічних результатів, уміння емоційної саморегуляції, спілкування.

Окремі педагогічні здібності, без яких неможлива педагогічна діяльність, стали провідними якостями педагога. До них належать, наприклад, комунікативність (сукупність істотних, відносно стійких властивостей

особистості, що сприяють успішному прийому, розумінню, засвоєнню, використанню й передаванню інформації) і педагогічно спрямоване спілкування (професійне спілкування вчителя з усіма учасниками навчально-виховного процесу, яке спрямоване на створення оптимальних умов для здійснення мети, завдань виховання і навчання.).

Ряд спеціалістів притримуються думки, що відсутність яскраво виражених здібностей можна компенсувати розвитком таких важливих професійних якостей, як працелюбство, систематична робота над собою, добросовісне ставлення до своїх обов'язків.

Педагогічні здібності вважаються важливою вимогою професійної діяльності вихователя, проте не є його вирішальною професійною якістю. Професійно значущі якості особистості педагога – це стійкі загальні та специфічні риси, що забезпечують педагогу повноцінне виконання своїх професійних функцій та обов'язків.

Найважливішими професійними якостями педагога визнані: працелюбство, працездатність, дисциплінованість, уміння визначити мету, вибрати шляхи її досягнення, організованість, наполегливість, систематичне і планомірне підвищення свого професійного рівня, відповідальність прагнення постійно підвищувати якість своєї праці.

Єдність і взаємодія сукупності знань, умінь, виховання в собі позитивних особистісних якостей є передумовою ефективної реалізації, серед яких виокремлюють: 1) діагностико-прогностичну; 2) плануючу; 3) оздоровчо-профілактичну; 4) комунікативну; 5) навчально-розвиваючу; 6) виховну; 7) організаційно-педагогічну; 8) самовдосконалення; 9) контролюючу; 10) просвітницьку.

Окрім означених вимог звернемо увагу на соціальну компетентність вихователя дошкільного закладу. Так, О. Кононко вказує на такі риси, що засвідчують цю сформованість:

1) повага дошкільника – до дитини потрібно ставитися як до цінності, визнавати за нею право на помилку, бачити її чесноти і досягнення, сприймати

такою, якою вона є, вірити в її можливості, визнавати її право мати свою точку зору, таємниці, не принижувати її гідності;

2) розуміння вихованця – орієнтуватися у його слабких і сильних сторонах, відчувати стан, настрій, прогнозувати ймовірну тактику поведінки, виявляти проникливість, чуйність;

3) допомога і підтримка дитини – сприяти повноцінній життєдіяльності дитини, створювати атмосферу безпеки й довіри, спиратися на її сильні сторони, не підкреслювати слабких;

4) уміння домовлятися з вихованцем, укладати з ним угоду – запобігати конфліктам та з найменшими емоційними витратами розв'язувати їх, уникати загострень взаємин, активно слухати дитину, сприяти рівноправним партнерським стосункам;

5) перцептивність – спостережливість, сприйнятливність, уміння відчувати стан іншого та адекватно на нього реагувати;

6) бути самим собою – зберігати свою індивідуальність, своєрідність, виявляти принциповість у ситуаціях тиску, мати своє особистісне та професійне обличчя.

5. Готовність до інноваційної педагогічної діяльності – особливий особистісний стан, який передбачає наявність у педагога мотиваційно-ціннісного ставлення до професійної діяльності, володіння ефективними способами і засобами досягнення педагогічних цілей, здатності до творчості і рефлексії. Вона є основою активної суспільної і професійно-педагогічної позиції суб'єкта, яка спонукає до інноваційної діяльності та сприяє її продуктивності. Багато проблем, що постають перед педагогами, які працюють в інноваційному режимі, пов'язані і з низькою інноваційною компетентністю.

Інноваційна компетентність педагога – система мотивів, знань, умінь, навичок, особистісних якостей педагога, що забезпечує ефективність використання нових педагогічних технологій у роботі з дітьми. Компонентами інноваційної компетентності педагога є поінформованість про інноваційні

педагогічні технології, належне володіння їх змістом і методикою, висока культура використання інновацій у навчально-виховній роботі, особиста переконаність у необхідності застосування інноваційних педагогічних технологій.

Готовність до інноваційної діяльності є внутрішньою силою, що формує інноваційну позицію педагога. За структурою це складне інтегративне утворення, яке охоплює різноманітні якості, властивості, знання, навички особистості. Як один із важливих компонентів професійної готовності, вона є передумовою ефективної діяльності педагога, максимальної реалізації його можливостей, розкриття творчого потенціалу. Джерела готовності до інноваційної діяльності сягають проблематики особистісного розвитку, професійної спрямованості, професійної освіти, виховання й самовиховання, професійного самовизначення педагога.

Професійна діяльність вихователя має свою специфіку, а отже, і свою власну структуру. До складу структури педагогічної діяльності, за А. І. Щербаковим, входять наступні компоненти:

- інформаційний – базується на глибокому і вільному володінні навчальним матеріалом, методами і прийомами його викладання та ін.;
- розвиваючий – відображає єдність навчання, виховання і розвитку, забезпечує управління основними компонентами діяльності вихованця (мислительний, емоційний, вольовий компоненти);
- орієнтаційний – формує у дітей ідеї та ідеали, мотиви поведінки і соціальні дії;
- мобілізаційний – активізує знання і життєвий досвід з метою формування у них пізнавальної самостійності;
- дослідницький – вихователь повинен бути творцем, дослідником;
- конструктивний – у своїй професійній діяльності вихователю доводиться обирати і компоувати навчальний матеріал відповідно до вікових особливостей і можливостей вихованців; планувати і будувати педагогічний процес, структуру власних дій і дій дітей;

- організаторський – включення вихованців до різного виду діяльності, організації дітей;

- комунікативний – співпраця і спілкування з іншими людьми (вихованцями, батьками, іншими педагогами).

Названі компоненти є основою професійної діяльності педагога, а тому повинні використовуватися ним у комплексі.

Також звертаємо увагу на те, що для успішної педагогічної діяльності вихователь повинен оволодіти знаннями з дошкільної педагогіки, дитячої психології, вікової фізіології, дошкільної педіатрії та гігієни, індивідуальними психологічними характеристиками, правилами охорони життя і зміцнення здоров'я дітей. Особливого значення у роботі вихователя набуває психологічна освіта. Знання індивідуальних особливостей дітей, розуміння психолого-педагогічних закономірностей становлення особистості дитини та дитячого колективу допоможуть якнайкраще реалізувати основне педагогічне завдання – створення сприятливих умов для особистісного становлення своїх вихованців, забезпечення збалансованого розвитку кожної дитини, узгодження в її житті основних тенденцій до самореалізації, саморозвитку та самобереження, формування її життєвої компетенції.

Окремо зупинимося на питанні педагогічного такту як особливому вмінні вихователя будувати свої відносини з вихованцями.

Такт – це концентрований вираз розуму, почуттів і загальної культури вихователя. У свою чергу педагогічний такт – це дотримання почуття міри у відносинах з вихованцями, розуміння вихованців, вибір оптимальних засобів впливу на них у конкретній ситуації.

Основними ознаками педагогічного такту є: людяність без зарозумілості; вимогливість без брутальності та причепливості; педагогічний вплив без приниження особистої гідності вихованця, наказів, навіювань, попереджень; уміння давати розпорядження, вказівки та прохання без зухвалості та зарозумілості; вміння слухати співрозмовника, не виявляючи байдужості; урівноваженість, самовладання і діловий тон спілкування без дратівливості та

сухості; простота в спілкуванні без фамільярності, панібратства, та показухи; принциповість і наполегливість без упертості; уважність, чутливість і емпатійність без їх підкреслення; гумор без посміху; скромність без удаваності.

Таким чином, варто зауважити, що праця педагога – одна з найважливіших та найскладніших. Тому вихователь повинен не лише набувати професійних знань, а й виховувати власний характер, інтелектуально й емоційно розвиватися.

Фахівцям, які працюють у сфері дошкільної освіти, насамперед необхідно працювати над розвитком своїх педагогічних здібностей, що є підґрунтям їх професійної майстерності.

Педагогічна діяльність буде ефективною і продуктивною лише у тому випадку, якщо у педагога є бажання стати хорошим вихователем, прагнення до професійної самоосвіти і самовиховання, високий рівень самоконтролю, емоційна врівноваженість, комунікабельність, готовність до співробітництва, впевненість у собі, усвідомлення відповідальності за життя, здоров'я та розвиток дітей.

ДОДАТОК Д.2**Лекція «Культура педагога та традиції як важливі складники
іміджу колективу ЗДО»****План:**

1. Культура педагога як чинник забезпечення високого рівня професіоналізму та формування іміджу.
2. Вправа
3. Традиції у закладі дошкільної освіти: теоретичні засади та практичне застосування для створення іміджу ЗДО.
4. Презентація традицій, започаткованих у закладах дошкільної освіти.

Література:

1. Загальні вимоги до змісту та оформлення навчальних посібників та навчально-методичної літератури: методичні рекомендації для викладачів на основі чинних нормативних документів / [уклад. Л. О. Котлова]. – Житомир, 2014. – 56 с.
2. Викладач вищого навчального закладу: культура, діяльність, професіоналізм / За ред. В. М. Гриньової. – Харків: ХНПУ імені Г.С. Сковороди, 2010. – 150 с.
3. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник / Семен Устимович Гончаренко. – К.: Либідь, 1997. – 376 с.
4. Гриньова В. М. Про співвідношення понять "професіоналізм", "професійна культура", "професійна компетентність", "професійна підготовка" / В. М. Гриньова // Педагогіка та психологія. – 2014. – Вип. 45. – С. 75-84.
5. Гузій Н. В. Педагогічний професіоналізм: історико-методологічні та теоретичні аспекти: Монографія. – К.: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2004. – 243 с.
6. Закон України "Про вищу освіту" [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

Кононко О. Сучасний дитсадок: який він? / О. Кононко // Дошкільне виховання. — 2006. — № 7. — С. 3-6.

7. Організаційно-педагогічні аспекти діяльності нових типів дошкільних закладів : Методичні рекомендації / Укл. О. Я. Лобас, Г. П. Лаврентьєва, А. П. Бурова. — К. : ІЗМН, 1997.

8. Погрібняк Н. Створення іміджу сучасного дошкільного закладу / Н. 9.

9. Погрібняк // Дошк. виховання. — 2004. — № 11. — С. 10-11.

Почепцов Г. Г. Типы имиджей / Г. Г. Почепцов // АЗрRDigest. — 1996. — № 5. — С. 19.

10. Шепель В. М. Имиджология. Как нравиться людям / В. М. Шепель. М. : Народное образование, 2002. — 576 с.

1. Необхідною основою забезпечення високого рівня професіоналізму у професійній діяльності вважається культура педагога, що містить ґрунтовні знання, вміння, здібності та досвід за умов достатньо високого рівня сформованості професійної культури. Її відсутність або недостатня сформованість під час здійснення педагогічної діяльності призведе до негативних наслідків виконання професійних функцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми. У науково-педагогічній літературі накопичено значний досвід дослідження особливостей формування професійної та педагогічної культури. Це насамперед праці Є. Бондаревської, О. Гармаша, В. Гриньової, І. Зязюна, І. Ісаєва, В. Сластьоніна та ін.

Проблему вдосконалення змісту підготовки фахівців дошкільної освіти в умовах неперервної освіти, зокрема різних аспектів фахового становлення майбутнього вихователя, досліджували Л. Артемова, Г. Беленька, А. Богущ, Н. Гавриш, Н. Денисенко, Л. Завгородня, Є. Карпова, Н. Лисенко, М. Машовець, Т. Поніманська, Г. Сухорукова та інші. Загальні основи розвитку професійно-педагогічної діяльності вихователя дошкільного навчального закладу розглядали А. Богущ, О. Богініч, І. Дичківська, Т. Книш, О. Кононко, К.

Крутій, Е. Панько, Т. Танько та інші. Проте, незважаючи на достатню кількість досліджень, актуальною залишається проблема вдосконалення професійної підготовки майбутнього педагога-вихователя на основі культурологічного підходу, що передбачає спрямованість її на таке:

- підвищення рівня професійної та педагогічної культури майбутнього вихователя ДНЗ;
- формування високого ступеня розвиненості особистісних якостей; – володіння професійною та етичною відповідальністю;
- вияв особистісної професійної неповторності й унікальності; – напрацювання власного стилю діяльності;
- визначення типових помилок педагогічної поведінки, пов'язаних із порушенням норм педагогічної моралі;
- уміння творчо проявляти себе у межах професії, втілювати у професійній діяльності власні екзистенційні цінності, власну професійно-педагогічну культуру.

Проаналізовані законодавчо-правові документи, наукові праці, що стосуються сучасної системи підготовки вихователів дошкільних навчальних закладів засвідчили, що поза ретельною увагою дослідників перебуває формування професійної культури майбутніх фахівців дошкільної освіти. Крім того, варто наголосити, що стан дошкільної освіти та вимоги суспільства спричинили низку суперечностей між:

- об'єктивною потребою дошкільних навчальних закладів у висококваліфікованих фахівцях і недостатнім рівнем сформованості професійної культури майбутнього вихователя дошкільного навчального закладу;
- необхідністю використання сучасного навчально-методичного забезпечення у процесі фахової підготовки майбутніх вихователів дошкільних навчальних закладів і недостатньою розробленістю ефективних педагогічних умов формування їхньої професійної культури.

Включаючи змістову галузь професіоналізму, професійна культура відбиває й сам процес набуття професіоналізму. Культурний компонент визначає рівень розвитку самого суб'єкта діяльності, його індивідуально-ділові якості. У своїй єдності поняття "культура" й "професіоналізм" відбивають багатоаспектність і динамічність професійної культури як соціального феномена. Важливо, що професійна культура включає сукупність спеціальних теоретичних знань та практичних умінь, пов'язаних з конкретним видом праці та розглядається як механізм, що регламентує і регулює поведінку та діяльність людини, а сама людина є її носієм. Саме вона, за спостереженням науковців, визначатиме весь спектр практичної та духовної активності людини, її можливості взаємодії з навколишнім світом і собою.

2. Вправа "Синквейн". Мета: тренувати здатність узагальнювати інформацію, висловлювати її декількома словами. Зараз ми з вами будемо складати нестандартний вірш – синквейн зі словом «культура» .

Синквейни – швидкий і потужний інструмент для аналізу, синтезу й узагальнення інформації. Хочу пригадати вам правило його складання:

1 ряд містить слово-іменник, що позначає тему вірша;

2 ряд - два прикметники, що описують тему; 3 ряд - три дієслова, що позначають дії, пов'язані темою;

4 ряд - речення з чотирьох слів, у якому висловлено ставлення до теми;

5 ряд - це слово-резюме, яке позначає нову інтерпретацію теми.

3. Людина – духовне творіння, вона прагне не тільки до фізичного розвитку, але й до духовного становлення. З'єднати в собі особисте й народне, земне й небесне, тілесне й духовне – це природна потреба людини, покликаної в цей світ.

Культура – це насамперед система цінностей, яка закріплена в традиціях. Вона необхідна для задоволення й пошуку життєвих цілей, змісту, ідеалів, вищих цінностей.

Як показує професійна практика, більша частка проблем у гармонійному розвитку дітей має духовно-моральні форми. Це відбувається насамперед

через втрату педагогічних традицій соціуму. Сьогодні найважливіше завдання полягає у використанні й розвитку традицій, як зброї для захисту родини й дитинства.

Традиції стали нормами нашого життя, тому що в їхню основу покладена любов до ближнього. Колективи закладів дошкільної освіти багаті на традиції.

Вам було домашнє завдання з'ясувати які ж традиції існують у ЗДО та розповісти про них, обговорити чи ефективні вони для формування іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти.

4. Презентація традицій, започаткованих у закладах дошкільної освіти.

(екран настрою, карта досягнень вихованців, свято «День народження групи», портфоліо вихованців, свято «Осінній ярмарок», фестиваль дитячої творчості, висадка дерев на територію закладу тощо)

ДОДАТОК Д.3

Лекція для педагогів
«Формування позитивного психологічного мікроклімату
педагогічного колективу»

План:

1. Поняття про позитивний клімат у колективі ЗДО.
2. Основні фактори та методи створення позитивного мікроклімату у колективі закладу дошкільної освіти.
3. Рекомендації працівникам психологічної служби та адміністрації щодо покращення мікроклімату у колективі ЗДО.

Література:

1. Анцупов А.Я., Малышев А.А. Введение в конфликтологию. Как предупреждать и разрешать межличностные конфликты: Учеб. Пособие. – К.: МАУП, 1996. - 104 с.
2. Воднік В. Структура соціально-психологічного клімату колективу, шляхи його регуляції та формування // Бюлетень.—№ 5.—С. 36-70.
3. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации: Пер. С англ. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 256 с.
4. Молочко М.В. Формування сприятливого соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі дошкільного закладу //Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики: Збірник наукових праць / Ред. кол. Гузій (відп. ред.) та ін. – К.: НПУ, 2001. – Вип.6. – С.246-252.
5. Молочко М.В. Управління процесом формування соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі дошкільного закладу //Наукові записки: Збірник статей НПУ імені М.П.Драгоманова /Укл. П.В.Дмитренко, Л.Л.Макаренко. – К.: НПУ, 2001. – Випуск 44. - С.117-123.
6. Молочко М.В. Створення сприятливого соціально-психологічного клімату як передумови ефективної діяльності педагогічного колективу дошкільного

закладу // Наукові записки. Серія: Педагогіка і психологія. – Випуск 6. – Вінниця: РВВ ДП “Державна картографічна фабрика”, 2002. – С.36-40.

7. Молочко М.В. Формування соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі //Рідна школа. – 2004. - №4. – С.52-53.

8. Пірен М.І. Деонтологія конфліктів та управління. Навчально-практичний посібник. – К.: УАДУ, 2001. - 377 с.

9. Скотт Д.Г. Конфликты. Пути их преодоления. – К., 1991.

10. Словник-довідник термінів з конфліктології / За ред. М.І.Пірен. – Київ-Чернівці.: Чернівецький державний університет ім. Ю.Федьковича, 1995. - 318 с.

1. Поняття про позитивний клімат у колективі ЗДО.

Соціально-психологічний клімат - це якісний бік міжособистісних стосунків, що виявляється у сукупності психологічних умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній діяльності колективу та всебічному розвитку особистості в групі.

Одним із перших розкрив зміст психологічного клімату В.М. Шепель. Психологічний клімат, на його думку, – це емоційне забарвлення психологічних зв'язків членів колективу, що виникає на основі їх симпатії, збігів характерів, інтересів, схильностей. Він вважав, що клімат стосунків між людьми в організації складається з трьох складових. Перший складник – це соціальний клімат, який визначається усвідомленням спільних цілей і завдань організації. Другий складник – моральний клімат, який визначається прийнятими моральними цінностями організації. Третій складник – це психологічний клімат, тобто ті неофіційні відносини, які складаються між працівниками. У цілому, цей феномен прийнято називати соціально-психологічним кліматом колективу організації.

Залежно від особливостей вияву соціально-психологічний клімат виконує в колективі відповідні функції: консолідує (полягає у згуртуванні колективу, об'єднанні зусиль для вирішення навчально-виховних завдань);

стимулюючу (виявляється в реалізації «емоційних потенціалів колективу» (А. Лутошкін), його життєвої енергії); стабілізуючу (забезпечує стійкість внутрішньоколективних відносин, створює необхідні передумови для успішної адаптації нових членів колективу); регулюючу (виявляється в утвердженні норм взаємин, прогресивно-етичного оцінювання поведінки членів колективу).

2. Основні фактори та методи створення позитивного мікроклімату у колективі закладу дошкільної освіти.

Педагогічний колектив формує й виховує, передає молоді знання й досвід, накопичений людством. Цим визначаються особливості його функціонування, моральних відносин, громадської відповідальності, єдності, колективності та гуманістичної спрямованості. Колектив учителів складається з людей, які відрізняються віком і досвідом, смаками й інтересами, фахом і педагогічними поглядами, моральним рівнем й інтелектом. Тут зустрічаються сімейні й одинокі, люди з різними типами нервової системи, характерами і темпераментами, з різним рівнем морального розвитку.

Основними факторами, що впливають на формування соціально-психологічного клімату в школі є:

- взаємини з колегами по роботі і адміністрацією
- рівень конфліктності відносин
- професійна підготовка персоналу
- зміст праці та ступінь задоволення нею
- умови праці і побуту та задоволеність ними
- ступінь задоволення характером міжособистісних стосунків педагогів з

дітьми

- особистість керівника, стиль керівництва та задоволеність ними

Стратегія покращення психологічного мікроклімату

Сприятливий психологічний клімат – це підсумок систематичної роботи керівників, психологів і всіх співробітників установи.

При порушенні позитивної атмосфери в колективі, спершу, визначається основне коло проблем колективу: характеристики і фактори сприятливого і несприятливого психологічного мікроклімату, формування і вдосконалення якого вимагає від психологів та адміністрації у закладах освіти розуміння емоційного стану людей, настроїв, відносин один з одним. Дуже важливим моментом в будь-якому колективі є наявність довіри. Адже, довіра – це потужна універсальна сила, що впливає практично на все, що відбувається всередині установи і у відносинах між іншими закладами і одночасно є структурною та культурною характеристикою кожного окремого закладу.

Для вивчення взаємовідносин в групі широко використовують методи соціометрії та референтометрії. За допомогою методів соціометрії визначаються популярність-непопулярність членів колективу, їх соціометричний статус, а також виявляються існуючі мікрогрупи. При соціометричному підході до групи основним чинником вибору в системі міжособистісних відносин є симпатія-антипатія.

На відміну від соціометрії в референтометрії підставою вибору є ціннісний фактор. У кожної людини є своя референтна група, з вимогами якої вона рахується і на думку якої орієнтується. В порівнянні з соціометричним методом референтне дослідження дає змогу більш глибоко вивчити мікроклімат колективу. Референтометрія дозволяє визначити основні цінності, які прийняті в даному колективі та які регулюють внутрішньогрупову активність. При побудові програми покращення психологічного клімату з педагогами, необхідно врахувати не тільки спрямованість людини (її установок, відносин, інтересів і т.д.) і індивідуально-психологічні особливості (темперамент, індивідуальний стиль діяльності та поведінки), але і фактори спрацьованості та сумісності їх у колективі.

Спрацьованість і ефективність роботи виробничих та управлінських груп залежать від психофізіологічної сумісності учасників груп, наявності паритетних тактик, спільності установок та інтересів, відсутності егоцентричної спрямованості тощо. Тому основним завданням адміністрації

закладу освіти є оптимальна розстановка працівників у структурах трудового колективу і його первинних ланок.

Особливість психологічної сумісності полягає в тому, що контакт між працівниками опосередкований їхніми діями і вчинками, думками й оцінками. Ефективним можна вважати таке співіснування, яке задовольняє його учасників і зберігає певний рівень їхніх відносин. Несумісність же працівників породжує ворожість, антипатію, призводить до конфліктів, що негативно позначається на результатах спільної діяльності. Але, варто розмежовувати явища сумісності та спрацьованості. Ефект сумісності частіше виникає в особистих відносинах, а ефект спрацьованості зазвичай є результатом формальних, ділових відносин, пов'язаних з виробничою діяльністю. Основа спрацьованості - успішність і результативність саме спільної діяльності, що передбачає узгодженість в роботі між її учасниками.

Також, при реалізації розробленої програми покращення мікроклімату в закладах освіти, як і в будь-якій організації варто враховувати існування двох систем управління (формальну і неформальну) відповідно їх безпосередній вплив на взаємовідносини між членами колективу. Елементи формальної системи добре відомі кожному керівникові: планування, організація, мотивація та контроль. Однак, паралельно з цим стихійно складається інша система, яка виконує ті ж функції, але вже не з організаційної, а з соціальної, міжособистісної сторони. У той час як керівник мотивує співробітника зарплатою, колектив мотивує його спілкуванням, захистом, визнанням його як особистості. Колектив контролює, як би хто-небудь не вийшов за рамки негласно встановлених правил. Тому, кожен працівник, потрапивши в організацію, опиняється між двох вогнів: формальними вимогами керівництва і неформальними вимогами людей, які його оточують. Причому останні чинять на нього набагато більший, сильніший вплив. Чинником, який сприятиме стабілізації взаємин у сучасному педагогічному колективі та виступить буферною зоною між двома формами управління - це вміле керівництво. В більшій мірі, формування сприятливого психологічного

мікроклімату залежить від вміння адміністрації знаходити з підлеглими спільну мову, а саме: цікавитися їхніми проблемами, делегувати повноваження, згуртовувати навколо себе, справедливо оцінювати результати праці, використовуючи розум і досвід, створювати особливу атмосферу задоволення педагогічною працею, яка сприяє розвитку творчості, педагогічної майстерності вчителя. Отже, на початку складання програми формування покращення сприятливого психологічного мікроклімату практичному психологу важливо вивчити стиль керівництва адміністрації закладу та наслідки даного впливу. В результаті, поінформувати директора щодо методів, засобів вивчення і розуміння інших людей, установок, бар'єрів, породжених соціальними стереотипами.

Задоволеність міжособистісними стосунками в масштабі всього колективу також залежить від добрих стосунків керівника із заступником. Добре, якщо між ними не йде конфронтація, а її не буде, коли керівник та його заступник діють в одному соціально-психологічному напрямку, коли є сумісність між ними. Психологічні дослідження доводять, що оптимальним варіантом сумісності є збігання демократичних стилів директора школи та його заступника, а найгіршим - збігання жорстких стилів керівництва.

Таким чином, якщо керівник візьме під контроль соціальну підсистему, навчиться керувати конфліктами, міжособистісними відносинами в групі і між групами, стане неформальним лідером організації - він зможе контролювати все.

Показники позитивної (здорової) соціально-психологічної атмосфери в педагогічному колективі:

1. Згуртованість та організованість. Педагогічний колектив залежно від кількості учнів може налічувати від 10 до 150 педагогів і більше. Керівництво, особливо у великій школі (2500-3000 учнів), є досить складною справою. Адже успіх діяльності кожної школи забезпечує цілеспрямований колектив односторонців, в якому цінують індивідуальність, творчі здібності, характер, інтереси й уподобання кожної особистості. Згуртувати педагогічний колектив

не означає «вишикувати всіх за ранжиром», заборонити особисті думки і погляди, виконувати все за командою. Навпаки, у ньому повинно максимально реалізуватися творче начало кожного, але вся різноплановість має узгоджуватися з певною методичною концепцією. У колективі слід чітко сформулювати перелік того, що оцінюється словом «так», а також те, чому потрібно сказати «ні».

2. Єдність офіційної і неофіційної сфер спілкування. Чим вищий ступінь такої єдності, тим ефективніше соціально-психологічна атмосфера в колективі впливає на досягнення педагогічних цілей.

3. Мажорний життєстверджуючий настрій у колективі, який залежить від самопочуття, сімейної злагоди, результатів роботи, а також від зовнішніх умов (пригнічений колега, необережне слово, недоречна посмішка). Чіткі орієнтири в діяльності школи, кожного вчителя теж стабілізують самопочуття, налаштовують на діловий лад, захищають від емоційного перепаду. Завдяки справедливим універсальним вимогам керівництва настрої стає позитивним фактором працездатності, ініціативності, добрих стосунків між людьми.

4. Атмосфера колективної турботи в педагогічному колективі, взаємоповаги і підтримки, узгодженої взаємодії. Справжні товариські ділові взаємовідносини залежать від співвідношення особистих і колективних інтересів. Безперечно, спільна професійна діяльність формує певну спільність професійних інтересів. Проте, у професійній діяльності інтереси деякою мірою можуть варіюватися. Тому зближення їх інтересів є вирішальним для формування в педагогічному колективі здорової соціально-психологічної атмосфери. На її створення впливають громадська думка, смаки, традиції тощо.

Одним із напрямків реформування освіти, передбачених законами України “Про освіту” та “Про загальну середню освіту” і національною програмою “Освіта. Україна XXI століття” є створення умов для професійної діяльності педагогічних працівників, забезпечення їх високого статусу в суспільстві, що вимагає сьогодні від адміністрації навчального закладу

спрямування всіх зусиль на реалізацію соціально-психологічних функцій управління, які спрямовані на створення сприятливого соціально-психологічного мікроклімату, формування необхідного для продуктивної роботи педагогічного колективу, колективу однодумців, які пліч-о-пліч розв'язують складну проблему - формування особистості. Важливим аспектом педагогічної управлінської діяльності слід вважати те, що складовими її елементами є як предмети, так і люди, взаємини між якими мають певні ознаки. У першу чергу їхньою характеристикою є рефлексивність (діяння самопізнання, універсальний засіб аналізу свідомості) та афективність (крайній ступінь хвилювань, переживань, що характеризується бурхливим короткочасним збудженням). Рефлексивність наявна в кожного члена спільної діяльності, тобто це здатність працівника усвідомлювати свої дії та вчинки інших людей, так звані рефлексивні взаємини забезпечують взаєморозуміння в колективі, мають змогу з плином часу знайти компроміс в разі виникнення конфліктних ситуацій.

Соціально-психологічний клімат у школі впливає на рівень сформованості особистості учня, а отже є індикатором успішності.

До основних суб'єктивних ознак сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі у школі належать: можливість для членів колективу вільно висловлювати власні думки під час обговорення питань; відсутність тиску керівника на підлеглих і визнання за ними права приймати відповідальні для колективу рішення; достатня інформованість для членів колективу про його завдання та стан справ під час їхнього виконання; задоволеність належністю до колективу; прийняття на себе відповідальності за стан справ у колективі кожним його членом.

На психологічному кліматі колективу в установі освіти позначаються також взаємини співробітників з тими, на кого вони самі впливають за характером своїх професійних обов'язків. Задоволеність педагогів стосунками з учнями набуває зараз великого значення в зв'язку з демократизацією та гуманізацією навчально-виховного процесу. А для педагога завжди мало

значення, як саме ставляться до нього діти. Постійні взаємини педагога з дітьми - одна з найважливіших умов у роботі, вони є могутнім пульсом до вдосконалення майстерності, творчості. А позитивні стосунки з учнями можуть бути компенсуючим фактором, який допомагає педагогу пережити такі негативні обставини, як складні взаємини з колегами та керівником школи, недостатня оплата, віддаленість школи від дому. Тому, для педагога важливо знати, що при наявності негативного емоційного стану можна звернутися по допомогу до працівника психологічної служби.

Таким чином, серед різноманітних факторів, що впливають на працездатність людини, найбільший емоційний вплив (позитивний чи негативний) здатні спричиняти міжособистісні стосунки в колективі.

3. Рекомендації працівникам психологічної служби щодо покращення мікроклімату у колективі ЗДО.

Рекомендації працівникам психологічної служби щодо покращення психологічного мікроклімату:

- Проводити систематично соціометричне чи референтометричне дослідження для аналізу стану мікроклімату колективу з метою виявлення «вогнища» проблеми.
- Проводити діагностику синдрому емоційного вигорання та поінформувати вчителів щодо прийомів уникнення професійного виснаження.
- Вивчення стилю керівництва адміністрації з метою об'єктивної оцінки стану взаємодії учасників навчально-виховного процесу.
- Надавати систематично психологічну допомогу вчителям щодо саморегуляції психічних процесів шляхом аутогенного тренування, індивідуальної та групової психокорекції.
- Проводити тренінгові заняття формату «батьки-учні-вчителі», «батьки-діти», «вчителі-учні» для згуртованості загальношкільного колективу, налагодження дружніх стосунків.
- Організувати цикл тренінгових занять з розвитку психологічної культури педагогів.

- На початку навчального року проводити заняття адаптації з метою прискорення темпу включеності педагогів та учнів в навчально-виховний процес

- Організувати супровід вчителів в міжтестастаційний період.

- Виявити співробітників, які впливають на негативний мікроклімат та окремо працювати психологу з ними над розвитком: моральної спрямованості діяльності; організаційної єдності; психологічної єдності (інтелектуальна, емоційна і волева); здатності до самоуправління; групової готовності та міжгрупової єдності.

- Розробити пам'ятки батькам, педагогам щодо спілкування з дітьми, які мають емоційні труднощі.

Рекомендації директорам навчальних закладів, адміністрації школи щодо покращення психологічного мікроклімату:

- Удосконалити добір, розташування, виховання кадрів, тобто «комплектувати» колектив з урахуванням соціально-психологічної, психологічної сумісності людей.

- Поставити перед колективом цікаву, корисну для суспільства та членів педагогічного колективу мету, досягнення якої потребує напруженої творчої праці.

- Удосконалити матеріальну базу установи та умови праці членів колективу.

- Доручити організацію спільних заходів та спільного дозвілля членам педагогічного колективу.

- Організувати проведення інтегрованих та бінарних уроків, що сприятиме підвищенню ефективності взаємодії між членами педагогічного колективу.

- Знаходити з підлеглими спільну мову, цікавитися їхніми проблемами.

- Делегувати повноваження.

- Організувати спільну професійну взаємодію керівника із заступниками.
- Керуватися справедливим універсальним вимогам до учасників навчально-виховного процесу.
- Достатньо інформувати членів колективу про його завдання та стан справ під час їхнього виконання.

При діагностиці психологічного клімату, соціометричної структури групи, емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні в учнівському та педагогічних колективах рекомендуємо користуватися методичним посібником для практичних психологів і соціальних педагогів /за редакцію Д.Д. Романовської, С.І.Собкової.- Чернівці, 2009. – 232 с. та збірником «Психологу для роботи: діагностичні методики», Укладачі: Лимак М.М., Петрище В.Ю.

У кожному трудовому колективі можна знайти складну структуру, що включає посадові й особисті відносини. Але, серед різноманітних факторів, що впливають на психологічний мікроклімат, найбільший емоційний вплив (позитивний чи негативний) здатні спричиняти міжособистісні стосунки в колективі. Особливість педагогічної праці полягає в тому, що індивідуальні знання, зусилля й досвід дають ефективний результат лише за умови їх узгодження з діями всього педагогічного колективу, підтримки керівними органами, спрямування на досягнення єдиної мети. Колектив з високим рівнем моральної та педагогічної культури (особистої та колективної) працює злагоджено, досягаючи високих результатів.

Ділова гра «Кроки до майстерності»

Мета: покращити імідж колективу ЗДО через підвищення професійної майстерності вихователів.

Завдання:

- формувати у педагогів потребу усвідомлювати свої сильні та
- слабкі сторони;
- розвивати потребу пізнавати свої здібності та особистісні риси;
- стимулювати інтерес до творчості, ініціативу, розвиток
- аналітичних здібностей членів пед. колективу.

Обладнання: фліп-чарт, фломастери, мультимедійна установка, роздавальний матеріал.

Хід гри:

Ведуча: Головні нормативно-правові документи МОН України свідчать: «Педагогічні працівники зобов'язані постійно підвищувати професійний рівень, пед. майстерність, загальну культуру» (Закон України «Про освіту»).

Вчитися протягом всього життя - вимога часу. І особливі надії тут покладаються на самоосвіту. Здатність до самоосвіти незрівнянно важливіша за своїми результатами та впливом на людину, ніж сама освіта в навчальному закладі. Особистісно орієнтована самоосвіта педагога забезпечує підвищення пед. майстерності, а в результаті – безперервний саморозвиток особистості самого педагога і його вплив на розвиток особистості дитини.

Для проведення гри пропоную об'єднатися в групи:

- I група – «Школа вищої майстерності» (вища категорія).
- II група – «Школа вдосконалення» (I – II категорії).
- III група – «Школа становлення» (молоді спеціалісти).

Уявіть собі гарне заняття: усміхнений вихователь, чудові діти, співпраця, сучасні методи і прийоми.

Провести таке заняття непросто, зможе лише майстер своєї справи. Але не всі ми такі майстри, йде процес навчання. Тому я пропоную виконати такі вправи.

1. Робота в парах «Прорекламуй партнера». Охарактеризувати професійні якості своїх колег. Складіть рекомендації для прийому на роботу.

2. «Наша мета»: Сформулюйте мету діяльності своєї групи, пед. кредо вихователя.

3. «Професійний мікрофон»: тримаючи мікрофон, розповісти про враження від професії вихователя.

4. Дискусія між групами: чи тотожні поняття «творчий вихователь» і «майстер». До анаграми слова «майстер» підібрати дієслова, іменники, прикметники.

5. Скласти список основних понять, які складають професійні якості вихователя (з урахуванням складників іміджу колективу ЗДО).

6. З переліку якостей вибрати ті, які характеризують вихователя – майстра:

Якості:

- соціальна відповідальність;
- неадекватність;
- невірноваженість;
- почуття гумору;
- авторитаризм;
- духовна культура;
- інтелігентність;
- зверхність;
- гуманізм;
- песимізм;
- критичність;
- самокритичність;

- оптимізм;
- креативність мислення.

Рефлексія

Вихователі дають відповіді на аркушах на такі питання:

1. Як, на ваш погляд, було висвітлено питання, запропоновані до обговорення:

- а) глибоко і всебічно;
- б) частково;
- в) поверхово.

2. Що дала вам ділова гра:

- а) збагатила цінним досвідом;
- б) поглибила знання;
- в) викликала творче натхнення;
- г) принесла розчарування.

Від вихователя, його професійної компетентності, стилю пед. спілкування, значною мірою залежить розвиток пізнавальних процесів вихованців.

Компетентний, творчий, креативний вихователь – той, хто володіє необхідною сумою знань, умінь, навичок, які виражають сформованість пед. діяльності, пед. спілкування й особистості вихователя як носія визначальних цінностей, як професіонала, який є одним з основних складників іміджу колективу закладу дошкільної освіти.

ДОДАТОК Е.1

Опис мультимедійної гри

«Одягни вихователя: створи імідж педагога»

Мета: ознайомити педагогів з історією формування зовнішнього вигляду педагога як чинника іміджу; за допомогою мультимедійної гри вправляти у створенні сучасного зовнішнього вигляду вихователя.

Обладнання: проектор, ноутбук, екран, ІКТ-гра.

Хід гри:

Ведуча: 1. Образ педагога розпочинається з його зовнішнього вигляду, адже перше враження про людину як то кажуть «по одязі».

Говорячи про зовнішній вигляд педагога минулого в уяві постає образ жінки одягненої в довгу, клітчасту спідницю, чорний светр або кардиган, без макіяжу, із гладко зачесаним волоссям зібраним у гульку. Уявлення педагогів старшого покоління про імідж був мінімальним. Адже, на їх думку зовнішній вигляд педагога має бути стриманим, без яскравий, цікавих деталей, але така «стриманість» перетворилась у звичайнісіньку «сірість».

Педагоги минулого не здогадувались, що саме гарно підібраний одяг з правильно підібраними аксесуарами та маленькими яскравими деталями буде допомагати їм почувати себе впевненіше, а разом з цим їх професійна діяльність буде успішнішою.

2. На відміну від іміджу педагогів минулого, імідж педагогів сучасності кардинально відрізняється. Так, у кожного педагога виробився свій, власний стиль одягу, якого вони притримуються. Педагоги сучасності вміють «доглядати» за своїм зовнішнім виглядом, а саме слідкують за модними тенденціями, вміють правильно підібрати одяг, взуття та аксесуари, доглядають за волоссям (вміють робити гарні зачіски), слідкують за шкірою рук та обличчя.

ДОДАТОК Е.2**Круглий стіл «Традиції колективу: за та проти»**

Мета: з'ясувати користь та можливості традицій у колективі для покращення іміджу пед. колективу ЗДО.

Завдання: формувати позитивне ставлення до закладу, в якому працюють вихователі; активізувати пізнавальну діяльність педагогів щодо створення традицій, які допомагають у роботі колективу, сприяють його згуртованості.

Хід засідання «круглого столу»

Ведуча: Кожен заклад дошкільної освіти – це унікальна система, в якій співпрацюють педагоги, батьки, діти, управління освіти, громадські організації тощо.

Що ми зазвичай називаємо країною? Повну територію з кордонами й населенням, що історично і культурно є єдиним цілим, а також символікою. За цими ознаками дитячий садок – це також країна. Адже у кожного закладу дошкільної освіти є своя територія, назва, гімн, статут. А ще народ – діти, батьки, педагоги – і система правління. Усе, як у справжній країні, але водночас і по-особливому.

Ось сьогодні ми зібралися, щоб з'ясувати що ж робить наш заклад відомим, привабливим. Які його традиції сприяють формуванню позитивного іміджу пед. колективу серед інших закладів дошкільної освіти міста.

Слово вихователю-методисту.

Вихователь-методист: Наш ЗДО – це колектив високопрофесійних, талановитих та небайдужих людей та, звичайно, наші традиції. Традиційні заходи, які щорічно проводяться в закладі дошкільної освіти, направлені на всебічний розвиток здібностей дитини та залучення батьків до активної участі в навчально-виховному процесі.

Традиційні заходи включають в себе багато напрямків: патріотичне виховання, формування у дітей навичок здорового способу життя та особистої безпеки, навичок екологічної поведінки, розвиток творчих здібностей.

Ось які заходи проходять у нашому закладі традиційно:

- 1 вересня дітей щорічно зустрічає казковий персонаж який загадує загадки, грає з дітьми у рухливі або інтелектуальні ігри, тобто мотивує та зацікавлює дітей до відвідування закладу. Батьки також мають можливість відгадати загадку, отримати приз. Це сприяє створенню невимушеної обстановки спілкування, дає можливість батькам побачити, що педагоги налаштовані до взаємодії з дітьми, а сам заклад готовий розпочати новий навчальний рік.

Ще однією традицією є те, що старші дошкільники 1 вересня йдуть на Перший дзвоник до ЗШО №5, де беруть участь в урочистостях, ознайомлюються з умовами перебування першокласників, вчителями.

Цікавою традицією є проведення Дня музики. Це свято стало традиційним для старших дошкільнят. На святі лунають різні жанри музики, діти танцюють, слухають музику, співають, грають в ігри... і всюди лунає музика.

Цей захід вирішує як і освітні завдання, так і створює певний емоційний настрій, дозволяє залучити дітей до мистецтва, а загалом сприяє створенню позитивного іміджу закладу освіти, адже в інших закладах таке свято не проводиться.

Можна перерахувати ще такі традиційні заходи, як свято до ювілейних дат закладу дошкільної освіти. Так наш садок святкує не тільки річницю свого створення, а і круглі дати відкриття в ньому спеціальних груп для дітей з порушеннями зору.

Також напередодні Дня захисника України та Дня перемоги старші дошкільники вшановують пам'ять полеглих воїнів покладанням квітів до пам'ятника воїнам-визволителям.

Ведуча: пропоную вихователям на аркушах паперу написати традиції своєї групи, а потім ми їх розмістимо на своєрідному «родинному дереві закладу дошкільної освіти» і подивимось чи багаті ми традиціями, які роблять наш заклад унікальним та неповторним.

Вихователі називають традиції своїх груп:

- проведення батьківських зборів з проведенням занять;
- оформлення виставок дитячих робіт;
- екскурсії до визначних місць нашого міста;
- проведення занять гуртків, розвиток творчих здібностей дошкільнят;
- спортивний флешмоб навесні;
- свято «Мама, тато, я – дружна (або спортивна, або креативна) сім'я».

Ведуча: ось скільки традицій в освітньому процесі закладу дошкільно освіти.

В закладі працюють спеціалісти: практичний психолог, музичні керівники, вчителі – дефектологи. В їхній роботі також є традиції.

Практичний психолог: протягом навчального року вже стали традиційними Тиждень толерантності, Акція «16 днів проти насильства».

Музичні керівники: крім свята музики, традиційними є осінні свята, Новорічне свято, свято мам.

У садочку склалася традиція проводити свято до дня св. Миколая. Діти вивчають вірші, розповідають їх, отримують солодощі від «св. Миколая».

Ведуча: хочу сказати, що для того, щоб об'єднати такий великий колектив, потрібні не лише методичні заходи. Так в нашому садку традиційними стали екскурсії колективу закладу до визначних місць нашої Батьківщини, ознайомлення з її історією, пам'ятками, збереженими до сьогодення. Колектив ЗДО відвідав: м. Батурин; Молчанський жіночий монастир та Софроневський чоловічий монастир (м. Путивль); Глинську пустинь; Тростянецький дендропарк; Національну садибу Скоропадського (Качанівка); Сорочинську ярмарку; музей Довженка

(Сосниця); Мезенський краєзнавчий музей; м. Київ (Національний ботанічний сад та Океанарій); м. Чернігів.

Ведуча: Отже, традиції важливі для створення позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти. ЗДО «Казка» користується значним авторитетом серед батьківської та пед. громади й неабиякою Любов'ю дітей-вихованців. Значною мірою на це впливає атмосфера, що панує у закладі, адже наші педагоги пам'ятають – всі діти різні, а кожен новий день є неповторним і приносить безцінний життєвий досвід, створює імідж пед. колективу серед закладів дошкільної освіти міста та батьків майбутніх вихованців.

ДОДАТОК Е.3

Педагогічне ток-шоу «І знову про імідж»

Мета: спонукати учасників до діалогу, допомогти їм усвідомити важливість створення та корекції іміджу педагогічного колективу

Правила гри:

- Усі учасники мають рівні права;
- Кожен учасник має право висловити свою думку;
- Думка кожного має бути почута, врахована та прийнята.

Учасники ділової гри: всі педагогічні працівники.

За час проведення практичного етапу у деяких вихователів з'явилися питання та протиріччя на тему актуальності іміджу педагогічного колективу. Так, одна вихователька вважає роботу над створенням іміджу педагогічного колективу не потрібною не їй, не іншим членам суспільства.

Тому педагоги поділились на групи за своїми переконаннями: одна група підтримала думку виховательки, друга група – має протилежну думку (вона вважають формування іміджу колективу важливим). Ці обидві групи стали героями ток-шоу. А третя група педагогів не підтримала жодну з сторін, тому вони зайняли місце глядачів.

Керівник закладу та вихователь-методист зайняли місця експертів.

Загальний сценарій:

- ведучий роз'яснює мету, загальний сценарій та правила ток-шоу;
- міжгрупова дискусія, керована ведучим;
- підсумок гри за допомогою експертів.

Хід гри:

Ведучий: Добрий день, шановні учасники й гості нашого ток-шоу «І знову про імідж». Дякую, що ви всі сьогодні прийшли. Тема, яку ми сьогодні обговорюватимемо, «Актуальність створення позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО».

Сьогодні на нашій зустрічі ми будемо дотримуватися правил:

- хто хоче висловлюватися на підтримку гостя, або спростувати його думку, піднімає руку;
- виступ до однієї хвилини;
- глядачі мають право поставити запитання.

Слово надається вихователю Булітко Ларисі Володимирівні.

Вихователь висловила свою думку щодо актуальності створення іміджу педагогічного колективу. Вона не розуміє «кому і навіщо це потрібно». Вважає також, що звичка комусь подобатись – це минуле століття. Важливим назвала професійні знання та уміння педагога.

Наступними виступили педагоги які підтримали таку думку. Вони вважають, що сучасний колектив має складатися з «автономних» людей. Що в наш час вже не актуальний вислів «один за всіх і всі за одного». На даний час, в теперішньому суспільстві кожен має переживати тільки за себе.

Деяких глядачів така позиція дуже обурила. Для них колектив – це друга сім'я. Деякі вихователі-глядачі висловили таку думку: в нашій країні та з нашими законами важливим є підтримка з боку колег.

Тема ток-шоу трохи відхилилася, то ведуча повернула її в потрібне русло, запросивши висловити свою думку вихователів, які вважають формування іміджу колективу важливим.

Вихователі вважають, що необхідність формування іміджу колективу визначається такими причинами: по-перше, складна демографічна ситуація посилює конкуренцію серед закладів у боротьбі за набір дітей. Вона навела приклад, що були випадки коли до нашого садочка їздили з різних частин міста. Це було не зовсім зручно, проте причиною був саме позитивний імідж колективу та ЗДО взагалі.

По-друге, маючи сформований позитивний імідж, колектив стає більш привабливим для педагогів, тому що є здатним більшою мірою забезпечити стабільність, задоволеність працею і професійний розвиток.

Також стійкий позитивний імідж дає ефект надбання певної сили в тому сенсі, що є запорукою довіри до всього що, відбувається в стінах конкретного закладу та у конкретному колективі.

Вислухавши обидві думки, ведуча надала слово експертам.

Експерти зазначили актуальність формування позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО, адже на сучасному етапі розвитку суспільства постає питання конкурентоспроможності кожного закладу дошкільної освіти.

За рахунок зменшення народжуваності стають непотрібними заклади дошкільної освіти у такій кількості.

Навіть у нашому місті не всі ЗДО в цьому навчальному році набрали дітей на всі вікові групи. Батьки мають можливість обрати заклад. А для цього вони спілкуються з батьками випускників, один з одним, діляться враженнями про перебування своїх старших дітей у садочках. Також згадала випадок, коли батьки дуже просили перевести їх дитину по закінченню 1ої молодшої групи одразу до середньої. Тому що «там вихователь дуже гарний».

Тому на часі актуальність створення позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти. І кожен педагог працює на себе, створює репутацію, яка дасть йому можливість у подальшому впевнено дивитися у майбутнє.

Вихователь Булітко Л.В. уважно слухала думки всіх членів колективу, проте важко сказати, що вона змінила свою позицію. Але вихователі, які підтримували її, все ж таки змінили свою думку.

Для того, щоб хоч якось змотивувати вихователя керівник закладу зауважила, якщо імідж колективу та конкретного вихователя буде на межі 0, то до неї не прийдуть діти, отже вона залишиться без роботи.

Таку заяву керівника вихователь прокоментувала таким чином: «Тобто перший, кому потрібний позитивний імідж це я сама. Він потрібен мені, для того, щоб бути затребуваною та не безробітною».

Підводячи підсумки ток-шоу ведуча ще раз наголосила про важливість роботи над своїм іміджем, іміджем колективу та ЗДО загалом.

Аналізуючи захід, можна сказати, що ми змогли частково досягти поставленої мети. Всі вихователі дотримувались правил проведення шоу, проте інколи емоції брали гору. Так, наприклад, майже всі вихователі гостро відреагували на думку, що в колективі всі мають піклуватися лише про себе. Це свідчить про згуртованість колективу та існуючу в ньому взаємодопомогу.

ДОДАТОК Е.4**Семінар на тему «Соціально-психологічний клімат: методи його покращення»**

Мета: згуртування педагогічного колективу, розвиток комунікативних навичок, емоційної стійкості, впевненості в собі, доброзичливого ставлення один до одного, вміння розуміти один одного; виховання мотивації педагогів до самовдосконалення, рефлексії, оволодіння механізмами комунікативної компетентності.

Завдання семінару:

- формування сприятливого психологічного клімату;
- знаходження подібностей в учасників групи для поліпшення взаємодії між ними;
- розвиток вміння працювати в команді;
- згуртування групи;
- усвідомлення кожним учасником своєї ролі, функції у групі;
- підвищити комунікативні навички педагогів;
- підвищити настрій на успіх, щастя, добро і успіх.

Необхідні матеріали:

- аркуші формату А 4 за кількістю учасників, кольоровий папір, кольорові олівці, ножиці;
- предметні картки;
- серветки;
- спокійна музика для релаксації
- тарілочки з водою;
- кубики.

Шановні колеги! Сьогодні ми поговоримо з Вами про психологічний клімат колективу, а так само про важливість згуртованості колективу.

Психологічний клімат - це міжособистісні відносини, типові для трудового колективу, які визначають його основний настрій.

В одному кліматі рослина може розквітнути, в іншому - зачахнути. Те ж саме можна сказати і про психологічний клімат: в одних умовах люди відчують себе некомфортно, прагнуть покинути колектив, проводять в ньому менше часу, їх особистісний ріст сповільнюється, в інших - колектив функціонує оптимально і його члени отримують можливість максимально повно реалізувати свій потенціал.

Будівництво психологічного клімату, згуртованості колективу - це найважливіша справа не тільки адміністрації, але і кожного члена колективу.

Клімат називають сприятливим, якщо в колективі панує атмосфера доброзичливості, турботи про кожного, довіри і вимогливості. Якщо члени колективу готові до роботи, виявляють творчість і досягають високої якості, працюючи без контролю і несучи відповідальність за справу. Якщо в колективі кожен захищений, відчуває причетність до всього, що відбувається і активно вступає в спілкування.

1. Вправа «Привітання»

- Для того, щоб привітатися, пропоную рухами відповісти на мої запитання. Я запитую, ви відповідаєте.

Здрастуйте, колеги, вихователі, друзі.

З гарним настроєм хто прийшов – махніть,

Хто чує мене, головою кивніть.

Хто бачить мене, прошу оком моргнути,

Хто любить дітей, ті підведіться трохи.

Хто найвеселіший -- ви всім усміхніться,

Хто ввічливий – сусідові злегка вклоніться.

Почитати кому охота, любить хто свою роботу?

Похитайте головою вправо-вліво, раз, іще раз.

Хто в колективі працювати любить,

Хто вміє дружити?

Поплеціть, вас я побачить хочу,

Всього, що я знаю, і вас навчу.

2. Вправа «Картки»

Ціль: розподіл учасників на команди.

Обладнання: предметні картки.

Хід: Предметні картки (квіти, фрукти, рослини) за кількістю учасників. До заняття необхідно підготувати жетончики. Перед початком занять перемішати жетончики і роздати по одному кожному учаснику. Коли необхідно буде розділити групу, потрібно просто повідомити учасникам, що один вид карток (квіти) – це перша команда, а фрукти-друга, рослини - третя.

3. Вправа «Візьми серветок»

Мета: виявлення уявлень про себе.

Обладнання: упаковка серветок.

Хід. Тренер по колу передає пачку паперових серветок зі словами: «На випадок, якщо знадобиться, візьміть будь-ласка собі трохи серветок». Після того як всі учасники взяли серветки, тренер просить кожного учасника повідомити про себе скільки фактів, скільки серветок він взяв.

4. Вправа-колаж «Дерево»

Мета: згуртувати колектив і ближче дізнатися кожного учасника групи.

Обладнання: ватман з малюнком дерева, клей, кольоровий папір, кольорові олівці, ножиці.

Хід вправи. Учасникам пропонується розглянути стовбур дерева, подивіться «дерево як і будь-яка організація зовсім порожне без людей і колективу, що його створюють, прикрасою будь якої установи є особистості, що там працюють, і не просто особистості а колектив». Будь-ласка прикрасьте наше дерево, зробіть малюнок (листочок, квітку) як ви себе бачите і відчуваєте в даній групі. Вибравши картинку, кожен має і приклеює їх на ватмані так, як відчуває своє розташування в групі Після виконаної роботи кожен учасник (за бажанням) доповнює свої зображення з допомогою і олівців.

Питання для обговорення:

- 1) Чому ви вибрали ту чи іншу картинку?
- 2) чи Відповідає розташування ваших зображень так, як вам хотілося б?

3) чи Відчуваєте ви себе так в групі?

4) чи Були складнощі при виконанні вправи?

Висновок: подивіться на наше дерево, який у нас вийшов колектив, згуртований чи ні, ви задоволені своїм місцем в ньому?

4. Інформаційне повідомлення

Згуртованість колективу - це поняття, що розкриває особливості міжособистісних відносин в колективі, єдність ціннісних орієнтацій, єдність цілей і мотивів діяльності в межах спільної діяльності. Дружні контакти під час роботи і після її, співпрацю і взаємодопомогу формують хороший соціально-психологічний клімат.

Фактор, що впливає на соціально-психологічний клімат колективу, обумовлений індивідуальними та психологічними особливостями кожного з її членів. Крізь призму особистісних особливостей людини переломлюються всі впливи на неї як виробничого і невиробничого характеру. Тому для формування того або і соціально-психологічного клімату колективу мають значення не стільки психологічні якості членів, скільки ефект їх поєднання.

Загальна ціль: досягти хороших міжособистісних відносин (специфіки формальних і неформальних організаційних зв'язків в колективі і співвідношення між ними), демократичного рівня в колективі, оптимального рівня психологічної сумісності колективу.

Створити такі умови для процвітання того або іншого підприємства, фірми, установи, необхідно, щоб люди, службовці в цій установі відчували себе "командою". Однією з ознак команди є згуртованість, взаємовиручка, підтримка і одночасно вимогливість до себе і інших. Одним з найважливіших показників, що колектив це "команда" – є хороший соціально-психологічний клімат, тобто такий стан в колективі, коли кожному його члену надаються оптимальні умови для реалізації його здібностей і схильностей.

5. Вправа «Будинок»

Мета: виявити розуміння учасниками поняття «колектив», обмін досвідом.

Обладнання: малюнок «Будинок»

Завдання: Кожній групі дається завдання побудувати «Будинок» і заселити його за поданим зразком (Додаток 1):

- * фундамент – написати своє поняття, що таке колектив;
- * основна частина, цеглинки – форми і методи роботи, щодо згуртування колективу;
- * вікно - фактори, що руйнують згуртованість колективу;
- * двері відчинені – фактори, що допомагають покращити психологічний клімат в колективі;
- * сонечко – риси педагога, що допомагають працювати в колективі;
- * хмарки – поміркувати, що заважає працювати в колективі;
- * дах – навести приклади творчості в роботі.

Після закінчення обговорення будинків.

Висновок. Співпраця – це головна умова існування колективу, тільки взаємодіючи і підтримуючи один одного, ми можемо досягти успіхів в діяльності, а як зробити щоб бути не просто членом, а учасником команди ви бачите.

Давайте перевіримо як на практиці ми вміємо співпрацювати всі разом.

6. Вправа «Квадрат».

Мета: відчутти кожного учасника групи.

Хід вправи. Побудуйте весь колектив у коло, і нехай учасники закриють очі. Тепер, не розплющуючи очей потрібно перебудуватися в квадрат. Зазвичай відразу починається балаган, всі кричать, пропонуючи свою стратегію. Через який час виявляється організатор процесу, який фактично будує людей. Після того, як квадрат буде побудований, не дозволяйте відкривати очі. Запитайте, чи всі впевнені, що вони стоять у квадраті? Зазвичай є кілька людей, які не впевнені. Квадрат дійсно повинен бути рівним. І тільки після того, як абсолютно всі погодяться, що стоять саме в квадраті, запропонуйте учасникам відкрити очі, порадіти за хороший результат і проаналізувати процес. Так само можна будуватися в інші фігури.

Під час вправ учасники переживають сильні емоції і роблять масу висновків, тому після кожного етапу можна влаштувати невелике обговорення, де можна говорити побажання своїм колегам для поліпшення роботи. Найголовніше питання: яким чином завдання можна було зробити краще та швидше?

Дуже добре, якщо кожен учасник тренінгу буде відзначений керівництвом, а ще краще, якщо команди отримають хороші пам'ятні призи.

1-й варіант. Побудуйте, використовуючи всіх гравців команди:

- квадрат;
- трикутник;
- коло;
- ромб;
- букву;
- пташиний косяк.

Ви побачили як вам співпрацювати всім разом. Легко вам було чи ні? Як ви домовлялися, хто виявився лідером, можливо хтось заважав. Але в житті ми не часто працюємо в таких великих групах, частіше життя нам дає змогу працювати в підгрупах. А як ви зможете так взаємодіяти, давайте перевіримо.

7. Вправа. «Тарілка з водою»

Мета вправи: розвивати взаєморозуміння у групі, зрозуміти і обговорити закономірності виникнення взаємодопомоги

Обладнання: тарілочки з водою по кількості команд.

Завдання: група учасників, мовчки з закритими очима, передає по колу тарілку з водою.

В результаті при передачі розвиваються способи комунікації, пошук рук партнера до моменту передачі тарілки, попередження про передачу дотиком.

Аналіз вправи:

1. що, на вашу думку, не вдалося?
2. Як це можна виправити, що необхідно зробити?
3. Які емоції відчували під час цієї вправи?

8. Гра «Хмарочос»

Мета: у цій грі бере участь відразу вся група. У ній діти можуть активно використовувати як свої рухові навички, так і фантазію і розсудливість.

Обладнання: Один складаний метр і по два-три дерев'яні кубики на кожному дитину. Завдання буде складніше, якщо кубики виявляться різного розміру. Серед них має бути кілька дерев'яних циліндрів.

Інструкція: Візьміть кожен по два кубики і сядьте в коло на підлогу. Зараз вам всім разом потрібно буде побудувати один хмарочос. Мені дуже цікаво дізнатися, на яку висоту ви зможете його звести так, щоб він не розвалився. Один з вас може почати будівництво, поклавши в центрі один кубик на підлогу. Потім підходить наступний і кладе свій кубик поруч або зверху. Самі вирішуйте, коли ви додасте один зі своїх кубиків. При цьому ви можете говорити один з одним і разом думати, що ви робитимете далі. Я буду підраховувати, скільки кубиків ви склали, перш ніж вежа впаде. Навіть якщо звалиться тільки один кубик, вам доведеться всю роботу почати спочатку. Крім того, час від часу я буду вимірювати, на яку висоту вже піднялася вежа.

Час від часу вимірюйте висоту хмарочоса. Було б добре, якби ви могли коментувати дії і стратегію учасників. У першу чергу підтримуйте все, що спрямоване на співпрацю один з одним.

Аналіз вправи:

- Сподобалася тобі ця гра?
- Ображався ти на кого-небудь у ході гри?

9. Вправа «Дім»

Мета: усвідомлення своєї ролі в групі, стилю поведінки.

Хід вправи: учасники діляться на команди. Ведучий дає інструкцію: «Кожна команда повинна стати повноцінним домом! Кожна людина повинна вибрати, ким він буде в цьому будинку - дверима, стіною, а може бути шпалерами або предметом меблів, квіткою або телевізором? Вибір за Вами!

Але не забувайте, що Ви повинні бути повноцінним і функціональним домом! Побудуйте свій дім! Можна спілкуватися між собою ».

Психологічний зміст вправи: Учасники замислюються над тим, яку функцію вони виконують в цьому колективі, усвідомлюють, що всі вони потрібні у своєму «будинку», що сприяє згуртуванню.

Обговорення: Як проходило обговорення в командах? Чи відразу Ви змогли визначити свою роль в «будинку»? Чому Ви вибрали саме цю роль? Я думаю, Ви все зрозуміли, що кожна частина Вашого «дому» важлива і потрібна в ньому, кожна несе свою певну функцію, без якої будинок не може бути повноцінним!

10. Вправа «Серветка».

Мета: усвідомлення своєї неповторності.

Обладнання: паперові серветки.

Хід вправи: Психолог роздає учасникам серветки. Діти повинні чітко виконувати інструкцію психолога: «Наші серветки складені квадратом. З ліва на право складіть її так, щоб вийшов трикутник. Тепер надірвіть одну з вершин трикутника. Далі у трикутнику намагайтеся вирвати невеличке коло. Навколо цього кола зробіть маленькі дірочки. А тепер розверніть ваші серветки. Що ми бачимо? Чи всі наслідували інструкції? Чи є однакові серветки? Який висновок ми можемо зробити? (відповіді дітей). Так дійсно, всі ми схожі і одночасно всі ми такі різні... ».

11. Малюнок «Мій колектив»

Мета: усвідомлення учасниками рис і якостей колективу в якому вони працюють.

Матеріали: аркуші паперу А4, кольорові олівці, релаксаційна музика.

Хід: Кожен колектив індивідуальний і неповторний. Бувають колективи схожі на:

Сипучий пісок. Не так рідко зустрічається на нашому шляху сипучий пісок. Скільки піщинок зібрано разом, і водночас кожна з них сама по собі. Повіє легенький вітерець — віднесе частину піску, що лежить скраю, подалі. Повіє

вітер сильніше — рознесе пісок на всі боки, поки хто-небудь не згребе його в купу. Буває так і в колективах. Неначе всі разом, і в той же час кожен сам по собі. Немає зв'язку між людьми. В одному випадку вони не прагнуть піти один одному назустріч. В іншому — не бажають знайти спільних інтересів, спільної мови. Немає тут того авторитетного центру, навколо якого відбувалось би об'єднання, згуртування людей, де кожен відчував би, що він потрібний іншому. А поки «сипучий пісок» не приносить ні радості, ні задоволення тим, хто є в його складі.

М'яка глина.

Відомо, що м'яка глина — матеріал, який порівняно легко піддається обробці й з нього можна ліпити різні вироби. У руках майстра, а ним може бути в групі й староста, і просто авторитетний учень, і класний керівник, цей матеріал перетворюється на прекрасний виріб. Але якщо до нього не докласти зусиль, то він може залишитися простим шматком глини. На цій стадії більш помітні зусилля для згуртування колективу, хоча це можуть бути перші кроки. Не все виходить, нема достатнього досвіду взаємодії, взаємодопомоги. Важко досягти якої-небудь мети. Стосунки доброзичливі, проте не скажеш, що діти завжди бувають уважні одне до одного і готові прийти на допомогу. Якщо це й відбувається, то рідко. У групі існують замкнені приятельські угруповання, які мало спілкуються між собою. Справжнього хорошого організатора поки немає. Чи він не може себе проявити, чи просто йому важко, бо нікому його підтримати.

Мерехтливий маяк. У штормовому морі мерехтливий маяк і початківцю, і досвідченому мореплавцеві приносить упевненість, що курс вибраний правильно. Необхідно тільки бути уважним, не втратити маяк з поля зору. Зауважте, маяк не горить постійним світлом, а періодично викидає пучки світла і неначе говорить: «Я тут. Я готовий прийти на допомогу». Колектив, який формується в класі, також подає кожному сигнал: «Так тримати». У такій групі переважає бажання працювати спільно, допомагати один одному, товаришувати. Але бажання — це ще не все. Дружба, взаємодопомога

потребують постійного горіння, а не поодиноких, нехай навіть дуже частих, спалахів. Водночас у групі вже є на кого покластися. Проте недостатньо виявляється ініціатива, рідко вносяться пропозиції щодо покращення справ не тільки у себе в класі, але й у школі. Бачимо прояви активності спалахами, та й це не у всіх.

Червоне вітрило. Символ спрямованості вперед, дружньої вірності й обов'язку. Тут живуть і діють за принципом: «Один за всіх — і всі за одного». Дружня прихильність і зацікавлення справами один одного поєднуються з принциповістю і взаємною вимогливістю. Командний склад вітрильника – знаючі та надійні організатори й авторитетні особистості. До них ідуть за порадою, допомогою. У більшості членів екіпажу є почуття гордості за колектив. Усі переживають, коли з кимось трапиться невдача. Група цікавиться тим, як ідуть, справи в паралельних класах, іноді приходять на допомогу, коли їх просять про це. Але хоча група згуртована, вона не завжди готова йти всупереч бурям. Не завжди вистачає мужності визнати свої помилки зразу, але це становище може бути виправлене.

Факел, що палає, – це живе полум'я, матеріалом якого є міцна дружба, єдина воля, взаєморозуміння, ділова співпраця, відповідальність кожного не тільки за себе, а й за інших. Тут яскраво виявляються всі якості колективу, які характерні для червоного вітрила. Але не тільки це. Справжнім колективом можна назвати тільки таку групу, яка не залишається у вузьких рамках. Справжній колектив той, де люди самі бачать, коли вони потрібні, і самі йдуть на допомогу; той, де не залишаються байдужими, якщо іншим погано; той, який веде за собою, освітлюючи, як легендарний Данко, жаром свого палаючого серця дорогу людям.

Психолог. Намалуйте будь-ласка як ви уявляєте колектив в якому працюєте.

Отже, хто впізнав свій колектив? Який опис видається вам найбільш влучним? Я думаю, ми переконались у тому, що дружба, взаємодопомога

потребують постійного горіння, а не поодиноких, нехай навіть дуже частих, спалахів.*(Учасники висловлюють свої думки й обґрунтовують їх.)*

12. Вправа «Притча»

До однієї оази прийшов молодий юнак, попив води і запитав у старого, який відпочивав біля джерела:

- Які люди тут живуть?

Старий в свою чергу запитав у юнака:

- А які люди живуть там, звідки ти прийшов?

- Купка егоїстів з поганими помислами – відповів молодий чоловік.

- Таких же знайдеш і тут – сказав старий.

В той же день інший юнак підійшов до джерела втамувати спрагу, він привітався і запитав:

- Які люди живуть в цьому місці?

Старий у відповідь задав те ж питання:

- А які живуть там, звідки ти прийшов?

- Прекрасні! Гостинні і дружелюбні. Мені боляче було розлучатися з ними.

- Таких же знайдеш і тут – сказав старий.

Один чоловік, який чув обидві розмови, спитав:

- Як ти міг дати два таких різних відповіді на одне і те ж питання?

На що старий відповів:

- Кожен із нас може бачити тільки те, що несе в своєму серці.

У наших руках можливість створити в закладі таку атмосферу, в якій всі будуть почувати себе "як удома", атмосферу психологічного комфорту, атмосферу любові і прийняття.

14. Вправа «Побажання».

Мета: підтримка позитивного психологічного клімату у групі, розвиток вміння розуміти власні бажання та відчувати потреби іншої людини.

Матеріали дерево з квітами з побажаннями.

Хід. Ми сьогодні навчилися взаємодіяти, допомагати один-одному і стали справжнім колективом, подивіться наше дерево розквітло, а його квіти –це ви, його учасники. Підійдіть і оберіть свою квітку.

На квітці побажання.

Підсумок. Вихователь дякує членам групи за роботу, підводить підсумки заняття і запрошує на наступну зустріч.

ДОДАТОК Ж

Бліц-інтерв'ю

з педагогічним колективом ЗДО №11

Тема: Імідж колективу: сучасний погляд

Мета: з'ясувати рівень засвоєння набутих знань про поняття іміджу, його складові та методи формування у педагогічному колективі ЗДО; стимулювати бажання формувати позитивний імідж педагогічного колективу закладу;

Обладнання: мікрофон, запитання для двох команд

Хід проведення:

Ведуча: сьогодні ми зібралися, щоб розібратися що ж таке імідж, як процес його створення впливає на освітній процес у колективі ЗДО, від чого залежить імідж педагогічного колективу.

Формою проведення такої роботи буде бліц-інтерв'ю. І правила його проведення такі: ми розділимося на дві команди. Кожна команда продумає запитання до іншої і поставить їх. Відповідати потрібно чітко, розкривати питання повно. Можна доповнювати відповіді опонента, або уточнювати те, що не зрозуміло чи нечітко розкрито у відповіді.

Перша команда поставила такі запитання:

- Що таке імідж як педагогічне поняття?
- Які якості особистості педагог повинен мати як член педагогічного колективу для створення свого позитивного іміджу?
- З яких чинників складається імідж педагогічного колективу ЗДО?
- Які науковці займалися вивченням питання щодо створення позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО?
- Хто є суб'єктами формування іміджу ЗДО?

Друга група педагогів поставила такі запитання:

- Яка роль професійної компетентності у формуванні іміджу колективу ЗДО?

- Чи має значення предметне середовище для позитивного іміджу колективу ЗДО?

- Який вплив зовнішнього вигляду педагога на його імідж та імідж всього колективу в цілому?

- Який вплив на позитивний імідж має психологічний клімат у колективу закладу?

- Які чинники зумовлюють необхідність формування позитивного іміджу колективу закладу дошкільної освіти ? (посилення конкуренції серед дошкільних навчальних закладів у «боротьбі» за контингент дітей; можливість отримати доступ до найкращих наявних ресурсів – фінансових, інформаційних, людських тощо; прагнення адміністрації зробити дошкільний заклад більш привабливим для педагогів, таким, що більшою мірою, ніж інші дошкільні навчальні заклади, здатний забезпечити педагогам стабільність, задоволеність працею та професійний розвиток; бажання одержати запоруку довіри до всього, що відбувається у стінах дошкільного закладу, зокрема до інноваційних процесів).

Підсумок. Ведуча: Отже, наше бліц-інтерв'ю підходить до завершення. Вважаю, що мети його проведення досягнуто. Видно, що педагоги усвідомили актуальність та необхідність створення позитивного іміджу колективу педагогів закладу дошкільної освіти, знають його складові та методи, які дозволяють сформувати імідж закладу на високому професійному рівні.

ДОДАТОК Ж.1**Педагогічна майстерня****«Портрет сучасного педагогічного колективу ЗДО»**

Мета: узагальнити знання вихователів про складники позитивного іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти через створення образу сучасного вихователя; підвищувати професійну компетентність вихователів; розвивати критичне мислення педагогів.

Обладнання: журнали, газети, папір, фломастери, клей, ножиці.

Хід проведення:

Ведуча: Хто такий сучасний вихователь? Насамперед, це людина, яка розуміє, любить і поважає особистість дитини, сприймає її такою, якою вона є, це добра і чуйна людина, яка багато знає, вміє, цікаво навчає.

Вихователь – це не професія, це покликання, спосіб життя і стан душі. Він повинен не просто любити, грати з дітьми, а проживати разом з ними їхні маленькі життя. Батьки залишають своїх рідних, беззахисних діток у дитсадочку і забирають тільки ввечері, при цьому потрібно бути впевненими, що діти не просто під наглядом, а перебувають у теплих надійних руках вихователя. Якими якостями повинен володіти вихователь, яким він має бути в нинішній час, як він повинен вести себе з вихованцями, щоб батьки довірили йому на 100%, а дітки з усмішками бігли в дитячий садок.

Сьогодні ми спробуємо разом з вами створити образ сучасного педагогічного колективу. А також визначимося які ж риси негативно впливають на створення позитивного іміджу педагогічного колективу закладі дошкільної освіти.

Для цього пропоную об'єднатися у дві команди. Одна з команд буде малювати портрет сучасного педагога, який створює позитивний імідж всього закладу, а інша команда намалює портрет педагога з тими ознаками, рисами, складниками, які заважають створенню позитивного іміджу. Адже саме

педагоги є суб'єктами формування іміджу педагогічного колективу закладу дошкільної освіти в цілому.

Для цього вам надані різні матеріали: журнали, газети, папір, фломастери, клей, ножиці.

На виконання роботи вам, шановні «художники», дається 15 хвилин. По закінченню означеного часу вам потрібно презентувати створені портрети, обґрунтувати свої думки.

Отже, час пішов.

Вихователі працюють у групах, обговорюють, творчо використовують надані їм матеріали, продумують обґрунтуванням власних думок.

Презентація портретів.

1 група. Портрет сучасного вихователя, який формує позитивний імідж колективу.

-Ефективно організовує освітній процес з дошкільниками. Розробляє таку систему навчання, щоб не тільки давати знання, але й навчати самостійно мислити, збуджувати інтерес вихованців до творчого пошуку.

-Створює умови - сучасний освітній простір для набуття кожною дитиною життєво необхідних компетенцій; досягає високих результатів в особистісному розвитку вихованців.

-Вміє налагодити з кожною дитиною продуктивну й емоційно прийнятну для обох сторін взаємодію.

-Володіє рефлексією, емпатією, проявляє доброзичливість, чуйність, урівноваженість, витонченість, толерантність, людяність.

-Володіє дослідницькими здібностями, відкритий до інновацій, постійного професійного навчання, самоосвіти, збагачення свого творчого фахового доробку. Має власні педагогічні напрацювання та відкриття, які в узагальненому вигляді становлять досвід роботи вихователя (Педагог опановує чи удосконалює фахові знання не тому, що треба чи хтось вимагає, а тому що це цікаво, корисно та ефективно у роботі).

- Методично досконалий. Активно впроваджує нові підходи до організації освітньої діяльності, нові методи і технології, освітні подорожі та ситуації тощо.

- Є носієм прогресивних ідей, не вижидає вказівок згори, а працює віддано і творчо на позитивний результат.

- Активно використовує ІКТ-технології в освітньому процесі, електронні засоби навчання, володіє основами комп'ютерної грамотності.

- Займає активну життєву і громадську позицію, має добре сформовані національну самосвідомість і патріотичні почуття.

- Має розвинуте позитивне ставлення до життя, внутрішнє психологічне налаштування на успіх, ігнорує негативні думки, нікого не підбурює, а лише підтримує, направляє, допомагає в досягненні успіху.

- Завжди усміхається та випромінює щирість і доброту. Найактуальніша вимога для сучасного вихователя: постійно оновлювати свої вже сформовані професійні знання, уміння й навички.

2 група. Портрет вихователя, який негативно впливає на формування позитивного іміджу колективу ЗДО.

- Має авторитарний стиль спілкування з дітьми.

- Не володіє сучасними методиками та технологіями.

- Негативно сприймає нове та творче.

- Критикує та підсміюється над педагогами, які активно використовують ІКТ, інноваційні технології.

- Завжди чимось чи кимось невдоволений.

- Не надає значення створенню мобільного сучасного освітнього простору.

- Не бере активної участі у методичних заходах.

- Вважає непотрібним займатися самоосвітою.

- Завжди пригнічений, похмурий, рідко посміхається.

Ведуча: Отже, сьогодні ми створили портрет сучасного педагога, який є активним учасником, суб'єктом формування позитивного іміджу педагогічного колективу ЗДО.

Сучасний вихователь закладу дошкільної освіти – це творчий педагог, який активно впроваджує інноваційні методи роботи з дітьми й безперервно працює над самовдосконаленням та фаховим розвитком. Важливим показником успішної діяльності є наявність педагогічних напрацювань та відкриттів, які в узагальненому вигляді становлять досвід роботи вихователя дитячого садка. Він є основою та фундаментом для науково-методичної роботи педагогічних колективів, що сприяє підвищенню кваліфікаційного рівня працівників, забезпечує розвиток майстерності вихователя та поліпшує якість навчання та виховання в цілому.

Наприкінці пропоную приготувати *«салат вражень»*. Для цього потрібно кожному педагогу написати на аркушах паперу свої враження від роботи у майстерні та покласти їх до «салатника».