

- у навчанні, щоб оцінити свій прогрес та досягнення);
- анкетування здобувачів освіти та зворотний зв'язок (організація обговорень з колегами, щоб дізнатися їхню думку та отримати поради);
- комунікації у професійних спільнотах (долучення до онлайн-спільнот, де педагоги можуть обмінюватися досвідом, ідеями та ресурсами);
- тестування з оцінювання рівня сформованості та розвиненості цифрової компетентності;
- діагностичні карти компетентностей, які дають змогу систематично оцінювати знання та навички;
- щоденник рефлексії (запис своїх думок, вражень та аналізу щоденного використання цифрових інструментів);
- івент-діяльність (участь у тренінгах, вебінарах, курсах, навчання за допомогою платформ) тощо.

Висновки. Розглянувши етапи та методики рефлексії розвитку цифрової компетентності педагога, зауважимо, що рефлексія є важливим аспектом, який допомагає педагогам стати більш ефективними у використанні цифрових технологій, сприяє інтерактивному та різноманітному навчанню здобувачів освіти та підвищує у цілому якість освіти. Вважаємо за доцільне продовжувати дослідження актуальних аспектів розвитку цифрової компетентності педагога в умовах трансформаційних змін сьогоденної освіти.

Список використаних джерел

1. Биков В. Ю. та ін. Цифрова компетентність вчителя: інструмент самооцінювання та особливості використання: методичні рекомендації. Київ : ЦО НАПН України 2022. 57 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/730497/> (дата звернення: 12.03.2025).
2. Кравченко Ю. А. Педагогічні пріоритети цифрової трансформації професійної освіти (рефер. огляд). *Аналітичний вісник у сфері освіти й науки*: довід. бюл. / наук. ред. М. Л. Ростока; НАПН України, ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського. Вінниця : ТВОРИ, 2024. Вип. 19. С. 67–94. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/741672/> (дата звернення: 12.03.2025).
3. Морзе Н. та ін. Опис цифрової компетентності педагогічного працівника (проект). *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2019. С. 1–53. DOI: <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019s39>.
4. Овчарук О. Етапи впровадження інструменту самооцінювання цифрової компетентності вчителя у контексті професійного розвитку. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2024. Вип. 70. С. 57–65. DOI: <https://doi.org/10.31652/2412-1142-2023-70-57-65>.
5. Ростока М., Кравченко Ю. Феномен штучного інтелекту в системі інформаційно аналітичного супроводу цифрової трансформації освіти і педагогіки. 2024. *Науково-педагогічні студії*. Вип. 8. С. 283–300. DOI: <https://doi.org/10.32405/2663-5739-2028-8-283-300>.
6. Толочко С. В. Цифрова компетентність педагогів в умовах цифровізації закладів освіти та дистанційного навчання. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка. Серія: Педагогічні науки*. 2021. Вип. 13(169). Р. 28–35. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/741496/> (дата звернення: 12.03.2025).

СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ ВЧИТЕЛЯ ЗАСОБАМИ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ. Оксана Кравчина

Науковий співробітник, відділ компаративістики інформаційно-освітніх інновацій. Інститут цифровізації освіти НАПН України. Київ, Україна

Ключові слова: персональний бренд вчителя, цифрові технології, цифрова ідентичність, педагогічна комунікація, професійний розвиток.

Ми живемо в час цифрової трансформації суспільства і це впливає на сучасну освіту, оскільки цифрові технології активно застосовуються для професійної діяльності вчителя. Трансформується роль вчителя, який стає ментором, фасилітатором та формує свій публічний образ у цифровому середовищі (Шишкіна, 2020). Формування персонального бренду вчителя стає необхідним кроком до професійного зростання та утвердження індивідуальності педагога в умовах відкритості інформаційного простору, високої конкуренції на ринку освітніх послуг та запиту на якісне, інноваційне навчання (Karuta, 2006; Кузьмінська, 2021). Персональний бренд допомагає вчителю позиціонувати себе як експерта, його починають впізнавати, з'являється додаткова увага до його роботи цільової аудиторії (учні, батьки, колеги), що дозволяє активно залучатися до професійних заходів, фахових спільнот та знайомити інших зі своїми авторськими напрацюваннями. В Україні у контексті нової української школи, передбачено змінення ролі вчителя, який має бути автономним, креативним та мати достатній рівень цифрової компетентності для ефективного здійснення своєї діяльності (Міністерство освіти і науки України, 2016). Про необхідність інтеграції цифрових інструментів у професійну діяльність освітян, включно з управлінням цифровою репутацією та розвитком цифрової ідентичності зазначено у Концепції розвитку цифрових компетентностей педагогічних працівників (Міністерство цифрової трансформації України, 2021).

Завдяки цифровим технологіям створення та просування персонального бренду через соціальні мережі, освітні блоги, YouTube-канали, онлайн-курси, електронні портфоліо, публікації у відкритих ресурсах стають простішими та ефективними для вчителя (Labrecque, Markos, & Milne, 2011; Шевченко, 2022). Виникає необхідність у володінні цими інструментами вчителем, оскільки відсутність стратегічного підходу до самопрезентації може стати бар'єром для професійного розвитку вчителя.

Слід зазначити, що поняття «**персональний бренд**» (англ. *personal brand*) трактується як цілісне сприйняття особистості з боку зовнішнього середовища, сформоване на основі її професійної діяльності, комунікативного стилю, цінностей, експертності та присутності в інформаційному просторі (Karuta, 2006). На думку Тома Пітерса, який вперше ввів поняття персонального бренду у своїй статті "*The Brand Called You*" (Петерс, 1997), кожна людина є брендом і повинна керувати власним іміджем, так само як це роблять успішні компанії. Це твердження особливо актуальне для вчителів, оскільки вони не лише навчають, але є публічними людьми які впливають на формування особистості учнів та взаємодіють з широким колом учасників освітнього процесу. З педагогічного погляду персональний бренд вчителя визначають як сукупність унікальних професійних характеристик, репутації, стилю викладання, цифрової присутності, що сприймається суспільством як ціннісний освітній продукт (Шишкіна, 2020; Кузьмінська, 2021). Для формування такого бренду вчителю необхідно свідомо управляти власним образом через соціальні мережі, освітні платформи, блоги, брати участь у професійних спільнотах. А цифрові засоби такі як соціальні мережі (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok), персональні сайти, YouTube-канали, цифрові портфоліо та інші ресурси дозволяють формувати відкритий цифровий слід, який відображає професійну діяльність педагога та підсилює його експертність (Labrecque, Markos, & Milne, 2011; Шевченко, 2022). Тобто ефективне формування персонального бренду в цифровому середовищі передбачає розвиток навичок цифрової комунікації, створення освітнього контенту, управління цифровою репутацією та дотримання етичних норм поведінки в мережі (Андерс, 2016; Єрмоленко, 2023), та це стратегічний інструмент професійного розвитку, розширення впливу та підвищення довіри з боку учнів, батьків, колег та роботодавців.

Сучасні дослідження наголошують на використанні різноманітних цифрових інструментів для формування та просування персонального бренду вчителя, серед яких можна виділити: соціальні мережі (Instagram, Facebook, TikTok), які дозволяють вчителям ділитися

освітнім контентом, взаємодіяти з аудиторією та демонструвати свою обізнаність; блоги та персональні сайти допомагають систематизувати доробки вчителя та популяризувати свою діяльність серед колег і батьків; створення та проведення онлайн-курсів та вебінарів дозволяє ознайомити інших фахівців зі своїми власними методиками; участь в освітніх проєктах через різні платформи дозволяє залучити додаткове фінансування та підвищити авторитет вчителя в громаді.

Важливо зауважити, що персональний бренд вчителя безпосередньо впливає на освітній процес, оскільки учні більш зацікавлені у навчанні, коли вчитель має авторитет в освітній спільноті. Водночас батьки також мають більше бажання співпрацювати з вчителем, який має позитивний імідж та використовує цифрові ресурси через які полегшується комунікація.

Для полегшення створення персонального бренду вчителя на платформі «Освіторія» (<https://osvitoria.media/>) знаходяться публікації, в яких пропонуються покрокові інструкції створення персонального бренду, рекомендації щодо зовнішнього вигляду вчителя тощо. В дослідженні, розміщеному на платформі dspace.znu.edu.ua, аналізуються технологічні та стратегічні аспекти побудови персонального бренду, які включають формування унікального професійного ядра, використання медіатехнологій, створення персоналізованого контенту, блогінгу тощо. Також в дослідженні розглянуто види брендів (освітній, науковий, громадський) і специфіку їх просування в національному та міжнародному освітньому середовищі.

На освітньому ресурсі Cult of Pedagogy (<https://www.cultofpedagogy.com>) розміщено покрокову стратегію "12 кроків до створення персонального бренду вчителя" яка включає такі складові як:

1. Визначення цінностей і місії.
2. Аналіз сильних сторін.
3. Визначення цільової аудиторії.
4. Формування візуального стилю.
5. Вибір каналів цифрової комунікації.
6. Створення унікального контенту.
7. Побудова спільноти.
8. Моніторинг репутації.
9. Встановлення професійних меж.
10. Побудова емоційного зв'язку з аудиторією.
11. Використання відео та мультимедійних форматів.
12. Постійне оновлення бренду.

Автор підкреслює, що бренд має відображати професійні цілі та індивідуальність вчителя, увага має акцентуватися на стабільності комунікації з аудиторією.

Проаналізувавши вищезазначене можна виділити **кроки, необхідні для створення та розвитку персонального бренду вчителя** та які адаптовані до сучасного цифрового середовища:

1. Самоаналіз та визначення унікальності включають визначення власних сильних сторін, ціннісних орієнтирів, стилю викладання, знань з певної галузі (предметні, методики викладання, тематична спрямованість).
2. Формулювання цілей персонального бренду включає визначення особистих цілей: поширення авторського підходу, просування освітнього блогу, створення онлайн-курсу, підвищення професійного рівня, визначення та залучення нової аудиторії (учні, батьки, адміністрація, освітні спільноти, підписники в соцмережах).
3. Розробка візуальної та вербальної айдентики включає створення професійного портрета (фото, опис професійного досвіду, біографія, місія), розробку єдиного стилю оформлення контенту (кольори, шрифт, логотип, аватар, візуальні шаблони) та створення слогану або ключових повідомлень, які відображають особистість вчителя.
4. Побудова цифрової присутності включає створення та/або оновлення цифрових платформ: профіль у соціальних мережах (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok);

- особистий сайт або блог; освітній YouTube-канал або Telegram-канал; електронне портфоліо або резюме на платформах (Canva, Google Sites, Behance).
5. Створення та регулярне поширення контенту складається з генерації якісного освітнього контенту (пости, відео, методичні поради, лайфхаки, рецензії, інфографіка, інтерактивні завдання), дотримання єдиного стилю подачі матеріалів (стиль, тон, цінності).
 6. Нетворкінг і взаємодія зі спільнотою фахівців передбачає участь у вебінарах, конференціях, професійних чатах та форумах, співпрацю з іншими освітянами, розширення кола підписників і налагодження зворотного зв'язку (відповіді на коментарі, реакція на відгуки).
 7. Моніторинг цифрової репутації може складатися з відстеження згадок у соціальних мережах і пошукових системах, корекції або оновленні інформації у відкритому доступі, управлінні відгуками та підтримки позитивного іміджу.
 8. Безперервний розвиток відбувається завдяки професійному самовдосконаленню (курси, нова освіта, нові формати контенту), аналізу результатів діяльності (охоплення, взаємодія, зростання аудиторії), готовності до змін та адаптації нових цифрових інструментів.

Ці кроки є практичними рекомендаціями для вчителів, які бажають самореалізуватися та розвиватися як фахівці у своїй сфері діяльності. Розглянемо цифрові інструменти, які вчитель може використати для створення свого персонального бренду.

Категорія	Інструменти	Посилання
Візуальний стиль і графіка	Canva - для створення візиток, постів, презентацій, інфографіки у єдиному стилі	https://www.canva.com
	Crello / VistaCreate - альтернатива Canva з шаблонами для соцмереж	https://create.vista.com
	Coolers / Adobe Color - добір кольорових схем для бренду	https://coolers.co
Онлайн-платформи та портфоліо	Google Sites / Wix / WordPress - для створення особистого сайту-портфоліо або блогу	https://sites.google.com , https://www.wix.com , https://wordpress.com
	Linktree / About.me - зручне посилання на всі ваші ресурси в одному місці	https://linktr.ee
Соціальні мережі та комунікація	Facebook / Instagram / TikTok / YouTube - ключові платформи для просування педагогічного контенту, відеоуроків, блогу	https://facebook.com , https://instagram.com , https://tiktok.com , https://youtube.com
	Telegram / Discord - для створення спільнот, розсилок, курсів	https://telegram.org , https://discord.com
Контент і документи	Notion / Evernote / Google Keep - організація ідей, контент-планів, нотаток	https://www.notion.so
	Google Docs / Slides / Forms - для створення презентацій, анкет, спільних проєктів	https://docs.google.com

Аналітика	Google Analytics / Search Console - аналітика трафіку на сайті/блогі	https://analytics.google.com
	Social Blade - аналіз активності та зростання в соцмережах	https://socialblade.com
	Hootsuite / Buffer / Meta Business Suite - планування публікацій у кількох соцмережах одразу	https://hootsuite.com
Інші інструменти	Padlet - візуальна онлайн-дошка для презентацій, демонстрації робіт	https://padlet.com
	Wakelet - для створення цифрового портфолію або навчальних добірок	https://wakelet.com
	Sway / Prezi - інтерактивні презентації, що виділяють вчителя серед колег	https://prezi.com

Зауважимо, що вчителю не потрібно використовувати всі наведені інструменти, достатньо вибрати 2–3 з них, а також дотримуватись єдиного стилю на всіх своїх ресурсах та регулярно поновлювати свій контент і слідкувати за зворотнім зв'язком.

Створення та розвиток персонального бренду є важливим кроком для професійного розвитку вчителя в умовах цифрової трансформації освіти, який допомагає позиціювати себе як експерта, підвищити авторитет серед учнів, батьків та колег, привертати додаткову увагу до своєї діяльності. Цей процес передбачає використання різноманітних цифрових інструментів, таких як соціальні мережі, блоги, YouTube-канали, онлайн-курси, електронні портфолію, і включає кілька ключових етапів: самоаналіз, формулювання цілей, розробку візуальної та вербальної айдентики, побудову цифрової присутності, створення контенту, нетворкінг, моніторинг репутації та безперервний розвиток. Для ефективного просування персонального бренду необхідно регулярно створювати якісний освітній контент, взаємодіяти з іншими фахівцями, дотримуватися єдиного стилю та слідкувати за цифровою репутацією.

Надалі увагу варто приділити впливу персонального бренду на мотивацію учнів, активність батьків і навчальні результати, а також розробці методичних рекомендацій для вчителів на різних етапах кар'єри. Важливими залишаються дослідження кращого практичного досвіду вітчизняних і закордонних вчителів, а також етичних питань щодо публічної присутності вчителя в цифровому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Єрмоленко, Т. В. (2023). Етичні засади онлайн-комунікації педагога в умовах цифрового середовища. *Психолого-педагогічні проблеми сучасної освіти*, (1), 115–122.
2. Кузьмінська, О. Г. (2021). Персональний бренд педагога в умовах цифрової трансформації освіти. *Педагогічний альманах*, (49), 84–89.
3. Міністерство освіти і науки України. (2016). *Концепція Нової української школи*. <https://mon.gov.ua>
4. Міністерство цифрової трансформації України. (2021). *Концепція розвитку цифрових компетентностей педагогічних працівників України*. <https://thedigital.gov.ua>
5. Peters, T. (1997, August 31). The brand called you. *Fast Company*. <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>
6. Kaputa, C. (2006). *You are a brand! How smart people brand themselves for business success*. Nicholas Brealey Publishing.
7. Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002>

8. Шевченко, Н. І. (2022). Формування цифрової ідентичності вчителя: виклики та можливості. *Освітній дискурс*, (3), 56–63.
9. Шишкіна, М. П. (2020). Цифрова компетентність вчителя: структура, формування, перспективи. *Інформаційні технології і засоби навчання*, 80(6), 24–39. <https://doi.org/10.33407/itlt.v80i6.3889>
10. Anders, G. (2016). *The rare find: Spotting exceptional talent before everyone else*. Penguin.

САМООСВІТА ВИКЛАДАЧА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПРИ ПІДВИЩЕННІ КВАЛІФІКАЦІЙ. Колосінська Н.М.

Державний навчальний заклад «Центр професійно - технічної освіти №1 м. Вінниці»,
викладач, Україна

Ключові слова: самоосвіта, майстерність, професійна компетентність.

Навчання впродовж життя – одна з найважливіших компетентностей сучасної людини. Навіть більше – це одна з глобальних цілей сталого розвитку, затверджених у 2015 році на саміті ООН. А ще постійний саморозвиток і підвищення кваліфікації є важливою складовою професійного життя педагога.

Самоосвіта педагога – це провідна форма вдосконалення професійної компетентності, що полягає в засвоєнні, оновленні, поширенні й поглибленні знань, узагальненні досвіду шляхом цілеспрямованої, системної самоосвітньої роботи, спрямованої на саморозвиток та самовдосконалення особистості, задоволення власних інтересів і об'єктивних потреб освітнього закладу.

Самоосвіту також варто розглядати у контексті підвищення кваліфікації, адже вони не просто пов'язані, насправді ці два поняття просто не існують окремо один від одного. Крім того, саме самоосвіта та саморозвиток потрібні не лише педагогам, а й їхнім учням. Адже все це – заради виховання успішних людей, заради кращого майбутнього. А саморозвиток учителя неабияк надихне на те саме учнів!

В. О. Сухомлинський вважав, що учити виховувати самого себе – найскладніша робота вихователя з вихованцями, яка можлива тільки в процесі самопізнання, самовиховання й самовдосконалення. Самовиховання, на думку В. О. Сухомлинського, – це насамперед «людська гідність у дії, це могутній потік, що рухає колесо людської гідності. Справжня майстерність виховання особистості – дати їй можливість самій подумати, як виховувати себе, як стати кращим, як боротися за себе, переборюючи труднощі, переживаючи радість перемоги» [3, с. 326].

М. А. Костенко, досліджуючи професійнотворчий саморозвиток особистості майбутнього фахівця, довела, що «саморозвиток його особистості в навчальному процесі забезпечує подальшу творчу самореалізацію в професійній діяльності та здійснюється за допомогою механізмів самопізнання, самоорганізації, самоосвіти» [1, с. 15].

Самоосвіта педагога не повинна зводитися до відновлення знань, якими він оволодів у вузі, мова йде про ознайомлення з новітніми педагогічними та психологічними дослідженнями, пошук нових напрямків у методиці та організації навчально-виховного процесу, розгляд на високому науковому рівні педагогічних проблем, що викликають утруднення в практичній роботі.

В чому полягає сутність самоосвіти?

Перш за все, педагог здобуває знання з різноманітних джерел, використовує ці знання в професійній діяльності, розвитку особистості та власній життєдіяльності.

Якими джерелами користується педагог? У сучасному світі існує багато різноманітних можливостей отримати знання:

- книжки (наукова, науково-методична, методична, публіцистична, художня та інші