

7. Шумейко О. А. Мовлення як складова загальної культури викладача вишу. *Освітні технології та педагогічний етос : тези доп. та повідом. учасників XI конф. шк. пед. майстерності Нац. юрид. ун-ту ім. Ярослава Мудрого*. Харків, 2017. Ч. 2. С. 78–81.

Leonid Velitchenko

Doctor of Psychological Sciences, Professor
 Professor of the Department of Legal and Practical Psychology
 Izmail State Humanitarian University
 Izmail, Ukraine
 ORCID ID: 0000-0003-2077-3898
leonidvelitchenko@gmail.com

**SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF THE UNIVERSITY'S
 COMMUNICATIVE CULTURE AS PART OF THE FORMATIVE INFLUENCE ON
 HIGHER EDUCATION STUDENTS**

Key words: communication culture, communication workshop, influence

Гриньова Марія Василівна,

доктор філософії,
 завідувач відділу міжнародної співпраці та трансферу інновацій
 КЗВО «Одеська академія неперервної освіти Одеської обласної ради»,
 м. Одеса, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-1308-2634>
<https://scholar.google.com.ua/citations?user=TdqlrG0AAAAJ&hl=ukmarishagrין@ukr.net>

Іванюк Ірина Володимирівна,

кандидат педагогічних наук, старший дослідник,
 старший науковий співробітник Інституту цифровізації освіти
 Національної академії педагогічних наук України,
 м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-2381-785X>
<https://scholar.google.com.ua/citations?user=85TQvQ4AAAAJ&hl=ukirinaivanyuk72@gmail.com>

**ЦИФРОВІ СЛІДИ У ФЕЙСБУЦІ
 В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОГО БРЕНДИНГУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ**

Ключові слова: заклад освіти, цифрова безпека, цифровий брендинг, цифровий слід, фейсбук

XXI століття по праву називають цифровою ерою, адже цифрові технології проникли у всі сфери людського життя, створюючи не лише нові

можливості, а й провокуючи нові проблеми, зокрема пов'язані зі здатністю розуміти природу цифрових слідів, їхні наслідки в реальному житті та відповідально ними керувати [3].

За О. Дмитрієнко, цифровий слід (з англ. digital footprint – цифровий відбиток, електронний слід, кібертінь тощо) – «це сукупність інформації, яка створюється, коли ми використовуємо Інтернет, відвідуємо різні вебсайти чи публікуємо щось у соціальних мережах тощо» [1, с. 51]. Вчений пропонує розрізняти активний та пасивний цифровий слід, а також наголошує, що цифрові сліди активно використовуються в освіті.

На основі огляду наукових джерел, зауважимо, що в сучасному українському міждисциплінарному науковому дискурсі приділяється увага цифровим слідам, які в інтернеті залишає по собі людина, водночас бракує наукових розвідок, в яких висвітлюється питання цифрових слідів, які в інтернеті залишають по собі установи та організації, зокрема заклади освіти, як суб'єкти цифрової взаємодії з широким колом громадськості.

Оскільки наразі складно уявити український заклад освіти, який би не мав свого представництва у фейсбуці, ми розглянемо окремі аспекти проблеми цифрових слідів закладів освіти у цій соціальній мережі через призму цифрового брендингу.

Звертаючись до наукової розвідки Т. Янковець та К. Медведєвої, під цифровим брендингом розуміємо «процес побудови, просування та розвитку бренду з використанням цифрових технологій та інструментів, який виявляється у системі цінностей, які передаються через набір ідентифікаційних символів, об'єднаних загальним сенсом, що викликає у споживача позитивні асоціації та формує довіру до продукту та готовність сплачувати за нього більшу ціну, порівняно з аналогічними продуктами конкурентів, що забезпечує підвищення ефективності діяльності підприємства» [2, с. 76].

Відтак цифрові сліди закладу освіти у фейсбуці є тими чинниками, які формують імідж закладу освіти у широкого кола громадськості, демонструючи при цьому ціннісні орієнтири його діяльності. Враховуючи функціонал фейсбуку, за результатами аналізу цифрових слідів закладів освіти можемо виокремити такі їх прояви, як: офіційна сторінка закладу освіти, публікації учасників освітнього процесу на власних акаунтах, групи чи спільноти, хештеги та геолокації, події у фейсбук, відгуки та рейтинг користувачів на офіційній сторінці закладу освіти.

Зауважимо, що окремі заклади освіти недооцінюють вплив цифрових слідів у фейсбуці на їх імідж, допускаючи низку помилок у веденні своїх офіційних сторінок, серед яких: непостійність у публікаціях, відсутність чіткого плану контенту, ігнорування коментарів та повідомлень, відсутня або слабка візуальна ідентифікація, невідповідний тон публікацій, публікація неякісних або невідповідних фото та відео, недотримання правил конфіденційності, перенасичення рекламними постами та ін. На нашу думку, існування цих та інших недоліків пов'язане першочергово з тим, що ведення офіційної сторінки закладу освіти у фейсбуці часто здійснюється співробітником, який не володіє відповідними професійними компетентностями фахівця з публічних комунікацій.

Враховуючи зазначене вище, заклади освіти можуть значно покращити цифрові сліди, які вони залишають своєю присутністю на офіційних сторінках у фейсбуці, якщо приділятимуть пильну увагу створенню чіткої стратегії комунікації, розвитку візуальної ідентичності, залученню аудиторії, забезпеченню конфіденційності та безпеки, поширенню інформації про соціальну відповідальність та створенню можливостей для навчання цільової аудиторії. Крім того, закладам освіти доречно було б ефективно використовувати аналітику фейсбуку, тобто аналізувати, який тип контенту має найбільший запит у цільової аудиторії,

та на основі отриманих аналітичних даних коригувати комунікаційну стратегію.

Підсумовуючи, наголосимо, що залишення позитивних цифрових слідів закладу освіти у фейсбуці можна розглядати як одне із завдань цифрового брендингу, так і потенційний його результат, орієнтований на змінення довіри цільової аудиторії та вироблення позитивного іміджу закладу освіти. Тож закладам освіти слід не нехтувати потребою розроблення релевантної комунікаційної стратегії у фейсбуці та дбати про відповідне навчання співробітників, на яких покладені обов'язки фахівця із публічних комунікацій, SMM-менеджера або ж PR-менеджера.

Список використаних джерел

1. Дмитрієнко О. Цифровий слід в освітньому просторі. *Формування цифрового освітнього середовища професійного розвитку фахівців в умовах відкритого університету післядипломної освіти* : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 21-22 червня 2022 р. Київ : ДЗВО «Ун-т менеджменту освіти», 2022. С. 50–52.
2. Янковець Т., Медведєва К. Цифровий брендинг підприємства у комплексі маркетингових комунікацій. *Scientia fructuosa*. 2022. № 4. С. 72–83. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2022\(144\)05](https://doi.org/10.31617/1.2022(144)05).
3. 8 digital life skills all children need – and a plan for teaching them. *World Economic Forum* : веб-сайт. URL: <http://surl.li/rimah> (дата звернення: 04.10.2024).

Mariia Hrynova,

Ph.D. (Education/Pedagogy),

Head of International Cooperation and Innovation Transfer Department
of the Odessa Regional Academy of In-Service Education,
Odesa, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0003-1308-2634>

<https://scholar.google.com.ua/citations?user=TdqIrg0AAAAJ&hl=ukmarishagrin@ukr.net>

Iryna Ivaniuk,

Ph.D. (Pedagogy), Senior Researcher,

Senior Researcher at the Institute for Digitalization of Education
of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0003-2381-785X>

<https://scholar.google.com.ua/citations?user=85TQvQ4AAAAJ&hl=ukirinaivanyuk72@gmail.com>

DIGITAL FOOTPRINTS ON FACEBOOK IN THE CONTEXT