

5. Про зміст дискусій щодо зазначеної проблематики в Україні див.: *Нападиста В. Г.* Етика освіти: до постановки проблеми / В. Г. Нападиста // Соціальна етика: теоретичні та прикладні проблеми : зб. ст. — К., 2010. — С. 88—99.
6. Про соціальну та гуманітарну місію освіти та освітньої політики див.: *Апресян Р. Г.* Етика в вищому освітньому образі / Р. Г. Апресян // Вестник Научно-исследовательского Института прикладной этики. — Вып. 26: Этика образования. — Тюмень: НИИПЭ, 2005 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ethicscenter.ru/ed/apr1.html>
7. Трудовые ресурсы и социальная политика. Круглый стол // Отечественные записки. — 2003. — № 3 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/print.php?type=article&id=529&numid=12>
8. *Оніщенко О.* Вступна кампанія - 2011: у ручному режимі / О. Оніщенко // Дзеркало тижня. — 2011. — № 31 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://dt.ua/EDUCATION/vstupna\\_kampaniya-2011\\_u\\_ruchnomu\\_rezhimi-87168.html](http://dt.ua/EDUCATION/vstupna_kampaniya-2011_u_ruchnomu_rezhimi-87168.html)
9. Прес-реліз конференції європейських міністрів, відповідальних за вищу освіту The European Higher Education Area — Achieving the Goals. Communique of the Conference of European Ministers Responsible for Higher Education, Bergen, 19—20 May 2005 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ec.europa.eu/education/policies/educ/bologna/bergen.pdf>
10. *Ларионова М. В.* Сотрудничество в сфере образования в Европе: нормативная основа, методы и инструменты кооперации / М. В. Ларионова. — М. : Логос, 2006. — С. 136—217.
11. *Иванов С. А.* Социальное партнерство как феномен цивилизации / С. А. Иванов // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2005. — № 3. — Т. VIII. — С. 79—99 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/196/762/1219/007-Ivanov.pdf>
12. *Шенкаренко О.* Соціальне партнерство як чинник удосконалення державного управління професійним навчанням безробітних / О. Шенкаренко // Державне управління та місцеве самоврядування. — 2011. — Вип. № 9 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Dums/2011\\_2/11sovpnb.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2011_2/11sovpnb.pdf)

*В статье рассматривается международное сотрудничество и социальное партнерство в системе высшего образования как механизм распространения опыта европейского образования.*

**Ключевые слова:** международное сотрудничество, социальное партнерство, высшее образование, программа Темпус.

*In article the international cooperation and social partnership in higher education system as the mechanism of distribution of experience of the European formation is considered.*

**Key words:** International cooperation, Social partnership, Higher education, Program TEMPUS.

**Петрунько О. В.,**

*завідувач кафедри психології Київського університету імені Бориса Грінченка, доктор психологічних наук, старший науковий співробітник, Україна*

### **ОБРАЗ ОСВІТНІХ ІННОВАЦІЙ У СВІДОМОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: МОЖЛИВОСТІ РЕКОНСТРУЮВАННЯ ТА «ПОЗИТИВІЗАЦІЇ»**

*Автором досліджено уявлення студентської молоді про запроваджувані в Україні освітні інновації. Реконструйовано смислові параметри, на яких базується образ цих інновацій у свідомості студентів, та показано можливості його «позитивізації».*

**Ключові слова:** освітні інновації, образ інновації в свідомості адресатів, управління образом інновації.

**Постановка проблеми та її актуальність.** Утверджуючись у сучасному інноваційному світі, Україна активно декларує курс на інноваційний розвиток. Однак ці гасла часто залишаються лише деклараціями. Складається враження, що держава і державні інститути не мають потрібних важелів впливу на інноваційні процеси і, на словах підтримуючи ідеї інноваційного розвитку, вони мало зацікавлені в успішному їх просуванні. А населення країни у свою чергу (і це доводять спеціальні дослідження) не надто вірить в інновації або й чинить їм спротив.

Це можна проілюструвати на прикладі впровадження інновацій у вітчизняній системі освіти. Так, зокрема, нещодавно Україна стала на шлях переведення системи вищої освіти на рейки Болонського процесу, який минулого року мав би завершитися. Але, попри те що на реалізацію цього задуму було витрачено чимало зусиль, перехід завершено частково, а сам він виявився значно складнішим, ніж ініціатори на це чекали. У суспільстві —

і не лише у колах науковців та освітян, але й серед широкого загалу — не існує згоди щодо цього питання, зокрема, досі тривають дискусії з приводу того, чи взагалі слід рухатися в означеному Болонськими деклараціями напрямку, чи не втратить через це своєї унікальності система вітчизняної освіти, яка тривалий час вважалася «взірцем для всього світу» [1].

Невпевненість і неприйняття інновацій тими, хто їх упроваджує, і тими, кому вони адресовані, можуть стати вагомою причиною неефективності навіть тих із них, які конче потрібні суспільству і апіорі мають високі гуманні цілі. А «примусове» їх запровадження може призвести до незапланованих, несподіваних, побічних, у тому числі й протилежних первинному задуму, ефектів і наслідків. Усе це разом становить потужний демоти-ваційний фактор, що посилює «природний спротив» інноваційним змінам, який, на думку Е. Роджерса, відомого дослідника дифузії інновацій, є особливо характерним для сфери освіти (за даними Е. Роджерса, «справжніх новаторів», відкритих до всього нового, серед освітян є лише 6,6 %) [6].

У 2010 р. науковим колективом лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України (С. М. Іванченко, О. В. Петрунько, О. М. Плющем, П. Д. Фроловим) було розроблено програму дослідження образу освітніх інновацій, що склався в свідомості викладачів ВНЗ і студентів. Для цього було проведено: 1) реконструювання образу освітніх інновацій (зокрема, Болонської системи і зовнішнього незалежного оцінювання) у свідомості студентської молоді за допомогою методів експериментальної психосемантики; 2) стандартизоване інтерв'ю з викладачами ВНЗ; 3) анкетування і фокус-групові інтерв'ю з викладачами і студентами Київського, Ніжинського та Чернігівського державних університетів. Результати дослідження були оприлюднені під час засідання круглого столу «Образ суспільних та освітніх інновацій як складова позитивного іміджу України», який відбувся навесні 2011 р. в щойно згаданому Інституті за участю провідних вітчизняних психологів, політологів, соціологів, працівників вищої освіти [7].

Учасники круглого столу акцентували увагу на тому, що, попри проголошення курсу на інноваційний розвиток, доросле населення країни і молодь мають переважно розмиті й суперечливі уявлення про інновації. Основні причини, які перешкоджають позитивному сприйманню інновацій, — недостатні й «розмиті» уявлення про них, відсутність в ініціаторів і координаторів інновацій чіткого плану їх реалізації, низька довіра до авторів інновацій з боку цільових аудиторій і широкого загалу, відсутність традиції публічних громадських обговорень запроваджуваних інновацій, ігнорування громадської думки стосовно останніх. Інша, не менш важлива група причин детермінована культуральними і соціально-психологічними чинниками, від яких значною мірою залежить ставлення до інновацій. Причому цікавою є динаміка позитивного ставлення до інновацій, яке, як правило, пов'язане з оптимістичними очікуваннями. Та згодом, у міру реалізації інновації й рефлексування з приводу результатів і наслідків, авансований оптимізм переходить у розчарування, і ставлення стрімко погіршується. Ця широко відома тенденція спостерігається не лише в Україні, але й у багатьох інших країнах, де інновації не мають належної підтримки держави і населення [7].

Переважна більшість опитаних нами викладачів і студентів ВНЗ інтуїтивно правильно рефлексують головну ідею освітніх інновацій як ідею впровадження в освітній процес з метою його вдосконалення «чогось нового»: 1) нових законів, норм, правил; 2) нового інструментарію (методів, способів, засобів, прийомів); 3) нових змістових одиниць навчання (навчальних предметів, модулів та ін.). Однак як інновації в системі освіти респондентами ідентифікуються лише Болонська система, зовнішнє незалежне оцінювання (ЗНО) та комп'ютеризація навчання (дистанційне навчання, уроки інформатики, електронні підручники замість традиційних та ін.). Разом із цим вони відносять до освітніх інновацій, наприклад, введення виробничої практики для студентів, подовження терміну заочного навчання, можливість дострокового складання іспитів (отримання «автоматів»), безкоштовне навчання, заходи з подолання неповаги до особистості та ін.

Уявлення про освітні інновації досить суперечливі. Наприклад, одні вважають Болонську систему доцільною стратегією інтеграції в європейський освітній простір, а інші — обтяжливою і непотрібною справою. Так само й уявлення про ЗНО: для одних респондентів — це об'єктивна оцінка знань, а для інших — навпаки, необ'єктивна. Неоднозначно оцінюється і комп'ютеризація навчання в школах і ВНЗ (дистанційне навчання замість відвідування навчального закладу, електронні підручники замість традиційних книжок, введення уроків інформатики тощо). При цьому переважна більшість таких оцінок має очевидний ставленнєвий характер.

Ставлення — важлива складова образу інновації, який формується в свідомості її адресатів передусім, як це прийнято вважати, під впливом отриманої інформації. Цей зв'язок можна проілюструвати на прикладі вже згаданого Болонського процесу — однієї з найпотужніших освітніх інновацій за останні роки. Як показали проведені дослідження, уявлення про Болонський процес і ставлення до нього викладачів і студентів української невіднозначні [2; 3]. Переважна більшість студентів не розуміє системних цілей, заради яких проводяться відповідні перетворення. Болонський процес найчастіше визначається студентами через один з його елементів: «набирання балів», «кредитно-модульну систему», «рейтингову систему», «самостійну роботу студентів» тощо. Порівняно з першокурсниками студенти старших курсів мають краще уявлення про цю інновацію, проте й вони характеризують її переважно за допомогою поширених формальних штампів: «створення єдиного освітнього простору», «інтеграція в європейську систему освіти», «процес уніфікації європейської освітньої системи», «забезпечення європейських стандартів освіти», «демократизація та інтеграція вищої освіти» тощо. Відповідно й ставлення до Болонської системи та окремих її елементів (кредитно-модульної системи, дворівневої системи навчання, тестування як методу перевірки знань) не додає оптимізму. Велика кількість опита-

них студентів не схвалює цих нововведень, не усвідомлює зв'язку між кредитно-модульною системою і якістю освіти, не знає про «Додаток до диплому європейського зразка», не може сказати, чи видають цей додаток в їхньому університеті. Майже половина опитаних не задоволені дворівневою системою освіти. І навіть серед випускників магістеріуму, які прослухали курс «Болонська система», лише 26 % респондентів правильно назвали термін завершення реформи вищої освіти за Болонською системою (серед студентів IV курсу таких було лише 10 %) [2].

Отже, маємо парадоксальну ситуацію: про освітні інновації, зокрема про Болонський процес, багато пишуть і говорять, а в реальному житті вони досі залишаються для адресатів незрозумілими й обтяжливими реаліями [3]. По-перше, вони реалізуються в умовах відсутності продуманої, чітко спланованої програми промоції освітніх інновацій, а по-друге, викладачі і студенти виступають стороною, що мусить пасивно сприймати декларації «згори». І щоб змінити цю ситуацію і зрештою гарантувати підготовку компетентних фахівців, здатних підтримувати баланс між інноваційними змінами і національними освітніми традиціями, необхідно активувати суб'єктну (рефлексивну) позицію всіх учасників Болонського процесу, перетворити їх на активних і зацікавлених його виконавців.

Ставлення адресатів до тієї чи іншої інновації є важливою складовою її образу і разом з цим важливим чинником вибудовування цього образу в свідомості її адресатів. Негативне ставлення означає, що адресат інновації перебуває в так званій «позиції захисту», а відтак у досить неперспективному стані відчуження, відсторонення від неї, закритості для її новаторських ідей. Натомість позитивне ставлення означає перебування адресата у «позиції навчання», тобто у стані готовності збагачувати інформацію про інновацію, підтримувати її, діяти у напрямі її реалізації. Проте, як показують згадані вище дослідження, природна загроза дискредитації інновацій дуже часто стає «пророцтвом, яке стало реальністю».

Проблемною є, зокрема, й та обставина, що інноваційні технологи і адресати інновацій, як правило, опиняються по різні боки барикад. На відміну від авторів і виконавців, адресати найчастіше належно не інформовані щодо завдань і цілей відповідних інновацій і мають справу не з ними самими, а з приблизними уявленнями про них, з тими їх образами, що сформувалися в їхній свідомості на основі неповних або й випадкових знань. У більшості випадків ці образи лише відносно репрезентують задум інновації або вони викривлені чи відчужені від цього задуму. З огляду на це перед інноваційними технологіями постають завдання щодо: 1) формування позитивного першого враження про інновацію й позитивного ставлення до неї, з яких розпочинається формування позитивного її образу; 2) з'ясування ставлення до інновації та реконструювання того її образу, що склався у свідомості адресатів; 3) формування позитивного образу інновації (і, власне, управління ставленням до інновації і управління її образом).

Управління образом передбачає: 1) *управління знаннями і мотивацією* (або активацію інтересу до інновацій, створення мотиваційної готовності до застосування нового); 2) *управління ставленням* (або розширення знань і уявлень про інноваційний процес, його цілі та вигоди); 3) *управління рефлексіями (переконаннями, настановами, здатністю аналізувати емоції, думки, поведінку, події, ситуації)* [4; 5].

На виконання цих завдань і спрямовані найрізноманітніші соціально-психологічні технології впливу. Зокрема, поряд з множиною технологій інформування для просування інновацій дедалі активніше використовуються технології збагачення громадської думки, активного соціального втручання (активації ініціативи «знизу», розвитку спроможності громад, надання повноважень тощо), конструювання соціальних мереж та багато інших [2; 5].

Інструментом управлінських психотехнологій є засоби і прийоми їх реалізації. Аналіз окресленого у фаховій літературі кола проблем, пов'язаних з інноваціями та їх поширенням, дає підстави поділяти описані там засоби і прийоми щонайменше на п'ять груп.

Перша група — засоби донесення до широкого загалу, громадськості та безпосередніх її адресатів інформації про інновацію, її завдання, цілі й очікувані результати. Йдеться про засоби масового позиціонування інновації з використанням медіаресурсів, піар-технологій, соціальної реклами, тематичних ток-шоу тощо. Основна мета цієї групи засобів — привернення уваги цільових аудиторій і суспільства загалом до інновації, позитивне її висвітлення, донесення її задуму до якомога ширшої аудиторії, формування навколо неї належного і спільного для більшості людей смислового простору). У разі потреби оцінити ефективність цієї групи засобів і прийомів інтегральним емпіричним критерієм ефективності може слугувати однойменний критерій — *інформованість про інновацію*.

Друга група — засоби з практичного залучення, або включення цільових аудиторій в інноваційний процес (технології збагачення громадської думки, науково-практичні семінари, диспути, громадські дискусії і педагогічні слухання різного рівня, ділові ігри, фокус-групи, соціально-психологічні тренінги, тренінг рефлексивної поведінки, інші методи активації рефлексивної позиції адресатів). Основна мета цієї групи засобів — широке залучення адресатів інноваційної технології до інноваційного процесу та створення умов для збагачення і розвитку колективної рефлексії. Інтегральний емпіричний критерій ефективності засобів даної групи — *практичне включення адресатів в інноваційний процес*.

Третя група — засоби налагодження діалогу й інших форм зворотного зв'язку між виконавцями та адресатами інноваційної технології (зондування громадської думки, комунікаційний аудит, моніторинг змін, моніторинг ставлення тощо). Системна мета цієї групи засобів — організація, координація, контроль і корекційний

вплив на динаміку образу інновації і перебіг інноваційного процесу в цілому. Інтегральний емпіричний критерій ефективності засобів цієї групи — *керованість інноваційного процесу*.

Четверта група — засоби подолання спротиву інноваціям. Методи цієї групи мають низку обмежень, що пов'язані передусім із спротивом, який «старі» (звичні, усталені) рефлексії чинять рефлексіям інноваційним. Головна мета цієї групи засобів — управління ставленням до інновації, організація видимості широкої її підтримки, переформулювання негативного ставлення на позитивне. Інтегральний емпіричний критерій ефективності засобів цієї групи — *позитивне ставлення до інновації та підтримка інновації*.

П'ята група — засоби оцінки ефективності перебігу інноваційного процесу (перебування його у запланованих ресурсних межах) та результатів (очікуваних і побічних, не запланованих розробниками інноваційної технології) запровадження інновації. Головна мета засобів цієї групи — оцінка ефективності інновації: 1) її *авторами і виконавцями* (ця складова оцінка ґрунтується на врахуванні витрат ресурсів на всіх етапах реалізації інноваційної технології та на відповідності проміжних і кінцевих результатів тим, що були заплановані); 2) її *адресатами* (ця складова ґрунтується на показниках позитивної динаміки образу інновації у свідомості її адресатів, її підтримки адресатами, кількості залучених до інноваційного процесу тощо); 3) *суспільством у цілому* (ця складова ґрунтується на публічних оцінках даної інноваційної технології, її цілей і результатів, зокрема, учасниками публічних дискусій (форумів, інших громадських обговорень), незалежними експертами і та ін. з позиції інтересів суспільства, соціуму, людства). Згідно із Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 16 січня 2003 р., моніторинг інноваційної діяльності, зокрема аналіз перебігу інноваційних процесів та оцінка їх ефективності, є «важливим завданням державного рівня». Тому важливий інтегральний показник (критерій) управління інноваціями — *комплексна оцінка їх ефективності*.

Системне використання усіх цих засобів і прийомів є основою для формування позитивного ставлення до суспільних і освітніх інновацій, створення позитивного її образу та ефективного управління цим образом.

Позитивне ставлення до конкретної інновації ґрунтується на змістових параметрах, які було відтворено нами завдяки методу семантичного диференціалу та наступного математико-статистичного аналізу семантичного простору ознак, за допомогою яких респонденти характеризують інновації. У результаті факторного аналізу виявлено сім факторів, які складають 88,432 % загальної дисперсії ознак. Перший, двополюсний фактор — *організаційно-ресурсний потенціал інновації* (внесок у загальну дисперсію — 34,826 %). Другий, також двополюсний фактор — *доцільність і актуальність інновації для суспільства* (внесок у загальну дисперсію — 13,745 %). Третій двополюсний фактор — *екологічність, безпечність інновації для адресатів і суспільства загалом* (внесок у загальну дисперсію — 11,825 %). Четвертий, однополюсний фактор — *особисте включення, залучення до інновації* (внесок у загальну дисперсію — 9,176 %). П'ятий, двополюсний фактор — *зрозумілість, прогнозованість інновації* (внесок у загальну дисперсію — 8,5 %). Шостий, двополюсний фактор — *сучасність, узгодження інновації зі світовими стандартами* (внесок у загальну дисперсію — 5,444 %). Сьомий фактор — *демократичність (неавторитарність, гуманістичне спрямування) інновації* (внесок у загальну дисперсію — 4,915 %).

Отже, позитивне ставлення студентської молоді до рефлексованих нею освітніх інновацій ґрунтується на таких уявленнях (змістових параметрах): 1) організаційно-ресурсний потенціал інновації (що дає підстави бути впевненим у її реалізації); 2) доцільність і актуальність інновації для суспільства (що дає підстави оцінювати її як необхідну і нагальну); 3) її просоціальність, «екологічність», безпечність (що істотно зменшує страх і спротив інноваційним змінам); 4) особиста причетність до інновації (розуміння її зисків особисто для себе); 5) «прозорість» і прогнозованість інновації (що дезактивує, послаблює психологічні захисні реакції, пов'язані з нею); 6) сучасність інновації, узгодження зі світовими стандартами (що посилює її конкурентоспроможність і авторитет в очах адресатів); 7) її демократичність, неавторитарність, гуманістичне спрямування (що зменшує відчуття примусовості, неунікності інновації, нав'язування її ззовні). Тож якщо інновація активує в свідомості її адресатів щойно перелічені уявлення, ставлення до неї та її образ матимуть позитивну модальність.

Негативне ставлення до інновацій, за даними факторного аналізу, також ґрунтується на семи змістових осях, які вкупі утворюють суттєво іншу сутнісно-змістову структуру і вичерпують 89,007 % загальної дисперсії: 1) *демократичність і гуманізм* (внесок у загальну дисперсію — 29,912 %); 2) *прогнозованість наслідків* (внесок у загальну дисперсію — 14,68 %); 3) *зрозумілість, «прозорість»* (внесок у загальну дисперсію — 12,42 %); 4) *сучасність та реалістичність* (внесок у загальну дисперсію — 10,036 %); 5) *актуальність і соціальний оптимізм*; 6) *організаційний потенціал* (внесок у загальну дисперсію — 7,104 %); 7) *технократичність, масштабність* (внесок у загальну дисперсію — 5,976 %).

Тож негативне ставлення до інновацій ґрунтується на уявленнях про: 1) недемократичність, авторитаризм, нав'язування ззовні (що створює відчуття дискомфорту і тиску та посилює спротив інновації); 2) непрогнозованість (що активує страх, тривогу, психологічні захисні реакції тощо); 3) «непрозорість», незрозумілість (що створює когнітивний дисонанс, активує поведінку уникання); 4) несучасність і нереалістичність (що зменшує шанси на включення в інноваційні зміни та їхню підтримку); 5) неактуальність, непросоціальність (що істотно зменшує шанси інновації на підтримку адресатів); 6) неналежні ресурсну й організаційну бази (відповідно зменшення довіри адресатів до інновації); 7) технократизм, копіювання зарубіжного досвіду (що активує відчуття меншовартості, посилює недовіру до інновації, оцінку її як непотрібної, поведінку заперечення чи уникання інновації та ін.).

**Висновки.** 1. Ефективність освітніх інновацій визначається: 1) технологічним супроводом, зокрема, тим, наскільки реалізація інновації постає як цілеспрямований, послідовний (етапний) процес просування в напрямі від мети до запланованих результатів та застосування певних прийомів, засобів і дій (технологічний чинник); 2) суб'єктивною оцінкою соціальної ситуації, в якій реалізується інновація (соціально-психологічний чинник); 3) тим, як певна інновація сприймається її адресатами (передусім лідерами), і зрештою тим, який образ інновації сформувався у свідомості її адресатів (психологічний, або «людський» чинник).

2. Основними смисловими параметрами, на яких ґрунтується позитивний образ суспільних і освітніх інновацій у свідомості їхніх адресатів, є: 1) доцільність і актуальність інновації; 2) забезпечення її ресурсами, в тому числі організаційними; 3) її просоціальність, «екологічність», безпечність; 4) її прозорість, зрозумілість, прогнозованість; 5) сучасність інновації, узгодження зі світовими стандартами; 6) її здатність активувати в адресатів відчуття особистої причетності до інновації, включити їх в інноваційні зміни; 7) демократичність, неавторитарність, гуманістичне спрямування. Такі уявлення послаблюють спротив інновації, оптимізують ставлення до неї, вивільнюють психологічні ресурси для конструювання позитивного її образу в індивідуальній і суспільній свідомості.

3. Позитивізація образу суспільних інновацій можлива через забезпечення її належними технологічними ресурсами; підвищення інформованості адресатів з приводу очікуваних інноваційних змін; донесення до адресатів ідей про індивідуальне (корисність особисто для себе) і соціальне (корисність для суспільства) значення інновації; включення адресатів в інноваційний процес як носіїв активної суб'єктної позиції (надання повноважень); започаткування практики публічних обговорень цілей інновацій, їх перебігу, очікуваних і побічних наслідків інноваційних змін.

#### ДЖЕРЕЛА

1. Вища освіта України і Болонський процес : навч. посіб. / за ред. В. Г. Кременя ; авт. кол.: М. Ф. Степко, Я. Я. Болюбаш, В. Д. Шинкарук та ін. — Т. : Навч. кн. — Богдан, 2004. — 384 с.
2. *Іванченко С. М.* Критерії оцінки соціально-психологічних технологій формування позитивного образу суспільних інновацій / С. М. Іванченко // Соціальна психологія. — 2010. — № 2. — С. 150–159.
3. Моніторинг ставлення населення до основних нововведень в освітній галузі // Інформаційний бюлетень ІСПП. — К., 2008.
4. *Найдьонов М. І.* Формування системи рефлексивного управління в організаціях / М. І. Найдьонов. — К. : Міленіум, 2008. — 484 с.
5. *Фролов П. Д.* Образ інновацій: у пошуках технологій творення / П. Д. Фролов // Вісник Чернігівського університету. — 2010.
6. *Rogers E. M.* Diffusion of innovations (4th ed.) / E. M. Rogers. — New York : The Free Press, 1995.
7. Круглий стіл «Образ суспільних та освітніх інновацій як складова позитивного іміджу України» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.ispp.org.ua/podiy\\_31.htm](http://www.ispp.org.ua/podiy_31.htm)

*Автором досліджено представлення студентства о внедряемых в Украине образовательных инновациях. Реконструированы смысловые параметры, на которых основывается образ этих инноваций в сознании студентов, и показаны возможности его «позитивизации».*

**Ключевые слова:** образовательные инновации, образ инновации в сознании адресатов, управление образом инновации.

*The article was edicated the ideas of students' youth about the educational innovations in Ukraine. Significant parameters on which the image of these innovations is based in students' consciousness and the possibilities of its «positivisation» are represented.*

**Key words:** educational innovations, image of innovation in consciousness of student youth, innovation's image management.