

Київський університет імені Бориса Грінченка
Рефлексивне управління освітніми інноваціями

О.В.Петрунко, д. психол. наук

Анотація. У статті аналізуються особливості запровадження освітніх інновацій в українському освітньому просторі. Йдеться також про репрезентації освітніх інновацій у свідомості їх адресатів та можливості рефлексивного управління ними.

Ключові слова: освітні інновації, уявлення про інновації, образ інновації, рефлексивне управління освітніми інноваціями, рефлексивні технології.

Аннотация. В статье анализируются особенности внедрения образовательных инноваций в украинском образовательном пространстве. Рассматриваются репрезентации образовательных инноваций в сознании их адресатов, а также возможности рефлексивного управления ними.

Ключевые слова: образовательные инновации, представления об инновациях, образ инновации, рефлексивное управление образовательными инновациями, рефлексивные технологии.

Abstract. Specifics of educational innovations implementing into Ukrainian educational environments are analyzed. Representations of educational innovations in the addressees' mind, and possibilities of reflective management are discussed.

Key words: educational innovations, image of the innovation, reflective management of educational innovations, reflective technologies.

Постановка проблеми та її актуальність. Курс сучасних інформаційних і постінформаційних суспільств на інноваційний розвиток є відповіддю їх на виклики сьогодення. Цей курс передбачає масштабні інноваційні зміни в усіх сферах суспільного життя, в тому числі й у системі освіти. Тож важливою ознакою освіти в цих суспільствах є її інноваційність.

Інноваційність – це майже приречення сучасної освіти, в зв'язку з чим вона перебуває в непростому становищі. З одного боку, освіта є традиційним,

Київський університет імені Бориса Грінченка
санкціонованим державою інститутом соціалізації, який апріорі має
традиціоналістські базис і дух. Вона покликана виконувати чи не найважливіше
«суспільне замовлення» – зміцнювати канони, на яких суспільство стоїть і за
якими воно функціонує. З другого боку, вона змушена перебувати на гребені
інноваційних змін, а точніше – бути включеною в них, глибоко в них
зануреною. Так, наприклад, освітяни вже стикнулися з неефективністю
класичних освітніх парадигм і доказами того, що без Інтернет-технологій вони
не в змозі: 1) вмістити в навчальні плани сучасний мультипарадигмальний,
міждисциплінарний підхід (тоді як ця проблема легко вирішується через
мережеве навчання, в наскрізному інформаційному полі в умовах доступу до
інтерактивних баз даних); 2) ефективно опрацьовувати безліч нового
навчального матеріалу; 3) впроваджувати безперервну освіту; 4) здійснювати
кадровий менеджмент і т. ін. [1].

Стан «вимушеної інноваційності» неоднаково виявляється на мікро- і
макрорівні освітньої системи, і якщо на макрорівні ступінь підтримки освітніх
інновацій і задоволення від їх реалізації значно вищий, то на рівні повсякденної
психолого-педагогічної практики ситуація докорінно інша: як показують
численні польові дослідження, декларуючи бажання радикальних суспільних і
освітніх інновацій, позитивне ставлення до них та їх підтримку, українці, в т.ч.
студентська молодь, не лише не хочуть жити в умовах інноваційних змін, а
навпаки – виказують занепокоєння з цього приводу.

Мета статті – проаналізувати основні колізії впровадження освітніх
інновацій в країні та окреслити можливості рефлексивного управління
інноваційними процесами в освіті.

Дослідження проблеми. Орієнтація сучасної освіти на інноваційний
розвиток означає, що всі її суб'єкти – незалежно від їх бажання – існують,
діють і взаємодіють в умовах, коли від них вимагаються певний рівень
інноваційної культури, певний (інноваційний) спосіб мислення, певний рівень
соціальної мобільності, активності й соціального оптимізму тощо.

Високий рівень інноваційної культури – неодмінна якісна характеристика

Київський університет імені Бориса Грінченка інноваційного суспільства. Не випадково цей феномен став предметом спеціальних досліджень в усьому світі. У результаті більшість дослідників погодилася з тим, що базовими вимірами інноваційної культури є: індивідуалізм (як цінність індивідуальних досягнень); високо розвинуті індивідуальна і колективна творчість; напористість у творчому пошуку, розв'язанні проблем, реалізації поставлених цілей і завдань тощо; здатність жити і ефективно діяти в умовах невизначеності.

Українські дослідники проаналізували, наскільки все це притаманне українському суспільству, і дійшли цікавих висновків. Зокрема, за даними вітчизняних соціологів, наведеними, зокрема, П.Д.Фроловим, базові ментальні цінності українського суспільства докорінно інші: колективізм – замість цінність індивідуальних досягнень; консерватизм (прагнення стабільності, визначеності, передбачуваності) – замість спроможності жити і ефективно діяти в умовах невизначеності (що найбільш характерно для східної частини країни); традиційність – замість творчості; флегматичне «якось воно буде, тому що ще ніколи не було, щоб ніяк не було» – замість напористості в досягненні цілей і реалізації поставлених і завдань [6].

Ці відомості дещо прояснюють виявлену вітчизняними дослідниками колізію, яка відбиває ставлення дорослого населення країни і молоді до інновацій. Так, за даними опитування понад двохсот представників студентської молоді, здійсненого П.Д.Фроловим з колегами протягом 2011 р., кардинальних інновацій у сфері економіки та екології воліли б понад 63% респондентів, у соціальній сфері – 34,3%, у духовній сфері суспільного буття – 33,7%, у приватній сфері – 30,4% [6]. Такі дані породжують очікування, що молодь може стати свого роду локомотивом інноваційного розвитку. Проте питання, чи це так у дійсності, залишається відкритим, оскільки дані інших емпіричних досліджень (зокрема, здійснених науковцями Інституту соціальної та політичної психології НАПН України С.М.Іванченко, автором цієї статті й іншими у 2009-2011 рр.) не виглядають так оптимістично.

Як було з'ясовано, викладачі і студенти мають дуже приблизні, розмиті і

Київський університет імені Бориса Грінченка

суперечливі уявлення про суспільні й освітні інновації, які запроваджуються в Україні, а оцінки, які вони дають явищам, ідентифікованим ними як інновації, неоднозначні і мають не так об'єктивний, як суб'єктивний, ставленнєвий характер. Попри широкі популяризаційні заходи, викладачі і студенти досить неоднозначно оцінюють запровадження Болонської системи загалом і окремі її елементи (дворівневу освіту, модульне навчання, рейтингову систему та ін.) [2].

Переважає більшість викладачів і студентів ВНЗ інтуїтивно правильно рефлексує головну мету освітніх інновацій як запровадження 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 і т.ін.). Разом із цим, крім Болонської системи, зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО) і комп'ютеризації навчання (уроки інформатики, електронні підручники, дистанційне навчання та інше), вони вважають інноваціями суто процесуальні перетворення, як, наприклад, можливість достроково здавати іспити (отримувати «автомати»), уведення виробничої практики для студентів, подовження терміну заочного навчання, розробку системи заходів із гуманізації навчального процесу тощо. І, попри широке позиціонування Болонської системи, досить велика кількість викладачів і студентів вважають її незрозумілою і непотрібною ініціативою чиновників «від освіти».

Означеними фактами не можна знехтувати, оскільки саме ці, сформовані на основі хаотичних уявлень, уявлення про інновацію, які дуже приблизно репрезентують задум авторів або й геть далекі від цього задуму, визначають ставлення адресатів до неї. Важливі елементи вибудовування образу інновації в свідомості адресатів – перше враження про неї та характер ставлення до неї. Негативне ставлення означає, що адресат інновації перебуває в так званій «позиції захисту», а відтак – у стані відчуження, відсторонення від неї, закритості для новаторських ідей. Натомість позитивне ставлення означає перебування адресата у «позиції навчання», тобто у стані готовності збагачувати інформацію про інновацію, підтримувати її, діяти в напрямі її

Київський університет імені Бориса Грінченка
реалізації. І це саме так на перших етапах впровадження інновації. Та разом із цим існує природна загроза дискредитації інновації: спочатку ставлення до інновацій може бути позитивне, оскільки пов'язане з оптимістичними очікуваннями. Але по мірі її реалізації й рефлексування з приводу її результатів і наслідків, авансований оптимізм переходить у розчарування. До слова, таку тенденцію відстежили і російські соціологи.

Така ситуація в загальнокультурному і освітньому просторі країни актуалізує щонайменше два перспективних, на наш погляд, аспекти її оптимізації – просвітницький (підвищення рівня інноваційної і, зокрема, рефлексивної культури всіх суб'єктів інновацій, а передусім – їх адресатів) та технологічний (впровадження системи технологій із супроводу інновацій).

Важливою якісною характеристикою інноваційної і загальної культури суспільства є здатність індивідуальних і колективних його суб'єктів до рефлексії, рефлексивна їх культура. На думку російського дослідника В.Є.Лепського, показниками рефлексивної культури соціальних суб'єктів є володіння засобами організації і активації рефлексії, здатність і готовність діяти в ситуаціях з високим ступенем невизначеності, гнучкість у прийнятті рішень, готовність до розв'язання творчих задач в кризових ситуаціях, здатність переосмислювати стереотипи власного досвіду, можливість адекватно ситуації реалізовувати особистісні, комунікативні та інтелектуальні якості [3]. Високий рівень рефлексивної культури – яка є гарантією успішних інноваційних змін. Натомість брак рефлексивної культури призводить до помилок, які істотно гальмують реалізацію інновацій: 1) помилок непоінформованості; 2) помилок низької ініціативи і неналежного включення; 3) помилок неналежної мотивації; 4) помилок, пов'язаних із неготовністю до інноваційних змін; 5) помилок неприйняття інновацій, спротиву їм. Усі ці помилки і спричинюють відхилення інновацій, активний спротив їм, мовчазне їх неприйняття чи ігнорування тощо.

Як вважає В.Є.Лепський, пересічний мешканець інформаційного суспільства часто не в змозі впоратися і належно опрацювати той надмір інформації, з яким він постійно стикається. Рефлексія щодо цієї інформації

Київський університет імені Бориса Грінченка виявляється заблокованою, внаслідок чого (як природна адаптаційна реакція) згортається пізнавальна і соціальна активність. Відтак постає необхідність активації й відновлення цих здатностей.

Одна з характеристик інноваційної культури – відповідний інноваційний дискурс, де ключовою є категорія інновація. Відомий дослідник інноваційних процесів Е.Роджерс позначав терміном „інновація”: 1) нові феномени (ідеї, товари, технології); 2) процес упровадження (поширення, «дифузії») нового, технологізацію системи дій з його поширення, освоєння і використання [7].

Дослідивши суспільні й освітні інновації та природу їх виникнення, П.Д.Фролов пропонує поділяти всю їх множину на чотири групи [6]:

1) ті, що добре усвідомлюються як такі, що ззовні і з певною метою впроваджуються у певні соціальні системи (наприклад, економічні та освітні реформи, ініційовані державою);

2) ті, що виникають у глибинах соціальних систем і цілеспрямовано ними підтримуються (волонтерський рух, громадські організації тощо);

3) ті, що виникають всередині соціальної системи і здебільшого нею не рефлексуються (виникнення і поширення модних течій, нові форми соціальних взаємин, неформальні правила поведінки і спілкування тощо);

4) ті, що запозичуються соціальною системою зовні (культурні запозичення, інформаційна інтервенція), але при цьому ані вони самі, ані їх наслідки належно не усвідомлюються.

Переважає більшість запроваджуваних в Україні освітніх інновацій – це передусім інновації першого типу. Як будь-які інші інновації в гуманітарній сфері, вони орієнтовані на доцільні, з погляду агентів впливу, зміни в системі гуманітарного знання та на зміни ментальних (інтелектуальних, духовних) феноменів – феноменів (систем, схем, елементів) людської свідомості. Ці зміни реалізуються в умовах активного прескриптивного впливу одних соціальних суб'єктів (агентів впливу) на психіку і поведінку інших (адресатів, реципієнтів впливу) з метою свідомо перебудувати, ре-формувані їх свідомість, стилі і сценарії поведінки, звичні умови їх життя.

Така інтервенція не завжди схвалюється адресатами, або й відхиляється ними, для чого є чимало психологічних причин: 1) сталість уявлень, настанов, цінностей («керованість традицією»); 2) неготовність міняти звичне (думки, переживання, уклад життя тощо) на нове; 3) нерозуміння доцільності змін; 4) природний страх нового та інше. І все це створює так звані суб'єктивні ризики, здатні істотно гальмувати впровадження інновацій навіть якщо ті нормально фінансуються і мають офіційну підтримку держави.

Отже, успішна реалізація освітніх інновацій і, власне, управління ними, можливі лише за спеціального психотехнологічного супроводу, тобто розробки і застосування системи соціально-психологічних технологій впливу (інформувальних, у т.ч. технологій формування соціального дискурсу, інтервенційних, або технологій активного соціального втручання, технологій нетворкінгу, або конструювання соціальних мереж та ін.), які зменшують спротив інновації та активують чинники її підтримки. Цими чинниками, за даними наших досліджень, є: 1) усвідомлення адресатами соціальної значущості (соціальної продуктивності) інноваційного розвитку; 2) позитивні уявлення про ресурсне забезпечення інноваційних змін; 3) визнання їх сучасності і своєчасності; 4) позитивна оцінка власних можливостей брати в них участь, віра у власну спроможність впливати на перебіг подій; 5) досвід практичної участі в інноваційному процесі, апробація її результатів і переваг; 6) упевненість у власній безпеці, в захищеності від негативних наслідків інноваційних змін; 7) наповнення інноваційної діяльності особистими смислами і творчим змістом і т.ін.

Серед множини соціально-психологічних технологій особливе місце посідають рефлексивні технології, або технології рефлексивного управління, які є добре відомими в теорії і практиці організаційної та економічної психології, психології управління й інноваційного менеджменту. За В.О.Лефевром, рефлексивне управління – це раціональний спосіб передачі адресатові впливу „підстав” (знань і уявлень про себе і навколишній світ, емоцій, ставлень, оцінок, мотивів та інших ментальних репрезентацій) для

Київський університет імені Бориса Грінченка
ухвалення рішень, вигідних агентові впливу [4]. Відповідно, рефлексивні технології адресовані певним цільовим аудиторіям і, з одного боку, націлені на зміну психічних структур свідомості (в т.ч. системи знань, сприймання, інтелекту, внутрішнього світу, емоцій, почуттів тощо) та поведінки цих аудиторій в бажаному для ініціатора змін напрямі, а з іншого (за умови, якщо агенти впливу ставлять цю мету) – на формування рефлексивної культури суб'єктів інноваційних змін. А отже, реалізація рефлексивного управління вимагає не лише високого професіоналізму виконавців, а й соціальної відповідальності їх перед адресатами інновацій і перед суспільством загалом.

Психологічним механізмом рефлексивного управління (рефлексивного менеджменту) є рефлексія – одна з трьох (інші дві – діяльність і комунікація) базових форм активності соціальних суб'єктів. Рефлексія є «наскрізною», фундаментальною категорією багатьох наук, предметом яких є самоорганізація соціальних систем) постає як: 1) функція людської свідомості, спосіб і процес продукування, функціонування й об'єктивації смислів (Д.М.Леонт'єв, С.Л.Рубінштейн); 2) базова ознака соціальних суб'єктів, чинник психічного і психосоціального розвитку (В.П.Зінченко, В.О.Лефевр); 3) механізм регуляції дій і взаємодії, спів-буття з іншими на всіх рівнях функціонування соціальних систем (В.Є.Лепський, В.І.Слободчиков, Н.Д.Гордєєва, А.В.Шаров).

Незалежно від того, в якій сфері суспільного життя реалізується рефлексивний менеджмент (тобто управління, засноване на рефлексії) – це передусім управління ментальними феноменами, зокрема ментальними репрезентаціями світу, існуючими в свідомості інших людей (відображена, міжсуб'єктна рефлексія) та у власній свідомості (саморефлексія). І це особливо актуально і вкрай необхідно у сфері освіти, адже освітній процес – це постійний обмін між усіма його учасниками не стільки знаннями, скільки ментальними репрезентаціями і рефлексіями щодо цих репрезентацій. До ментальних репрезентацій належать і образи дійсності, в т.ч. образи інновацій, які склалися в свідомості адресатів – викладачів і студентів – на основі: 1) інформації, отриманої ними один від одного, від мас-медіа, через соціальні мережі тощо; 2)

Київський університет імені Бориса Грінченка
досвіду практичного включення в інноваційні зміни та апробації
(«примірюванні до себе») продуктів і результатів цих змін.

Отже, управління інноваціями – це передусім управління їх репрезентаціями, існуючими в свідомості адресатів, а саме:

1) *управління знаннями й уявленнями* (створення в свідомості адресатів оптимальної системи знань і уявлень про цілі, завдання, очікувані результати і зиски інновації, а також їх активація і збагачення в бажаному напрямі);

2) *управління ставленням* (активація інтересу до інновації, позиціонування новаторських ідей, висвітлення і демонстрація позитивних результатів, створення видимості підтримки їх широким загалом тощо);

3) *управління мотивацією* (промоція інновації, створення мотиваційної готовності з її підтримки, заохочення до застосування нового, до підвищення власної компетентності й долаття труднощів на шляху опанування новим);

4) *управління творчістю* (залучення до нетипових засобів розв'язання звичних проблем, імпровізації, експромту, активізація «позиції навчання», готовності творити нове, долаючи страх соціальних оцінок і критики тощо);

5) *управління рефлексією* (думками, переживаннями, переконаннями, здатністю аналізувати, адекватно оцінювати й інтерпретувати події і явища, поведінку інших людей, явища власної свідомості і поведінки.

Управління рефлексією спрямоване на розблокування й активацію індивідуальної й групової рефлексії, активацію рефлексивної позиції суб'єктів інноваційного процесу, збагачення індивідуального і колективного знання, стимулювання надситуативної рефлексивної активності, зміна попередньої рефлексивної позиції («рефлексивним виходом»), створення активних рефлексивних середовищ, в яких можливі рефлексивно-дослідницька діяльність, вправлення в рефлексивних діях, нарощування об'єктивного знання й розвиток саморефлексії (В.О.Лефевр, В.Є.Лепський, Е.Г.Юдін, Г.П.Щедровицький) [3; 4].

З позицій рефлексивного управління, одна з базових проблем формування позитивного образу освітніх інновацій – постачання їх адресатам «якісних»

Київський університет імені Бориса Грінченка
(об'єктивних, зрозумілих, несуперечливих, доступних і належних за обсягом) знань і уявлень про них. У сучасних інформаційних суспільствах, базовою ознакою яких є надлишковий інформаційний плюралізм, проблема «якісних уявлень» надзвичайно ускладнена і вкрай актуальна. Особливо це стосується гуманітарної сфери суспільного буття, в т.ч. сфери гуманітарної освіти, яка здійснюється на засадах множинно-плюралістичної, мультипарадигмальної, «мозаїчної» гуманітарної науки.

Потенційними небезпеками цього, які не сприяють, а найчастіше перешкоджають формуванню в учнівської і студентської молоді об'єктивних уявлень і образів та надійних системних знань, є, зокрема, таке: 1) широко вживані вербальні маркери, в т.ч. наукові поняття під однаковою вербальною оболонкою містять неоднакові змісти і смисли; 2) події і явища, в т.ч. і феномени моралі, тлумачаться неоднаково, залежно від ситуації, причому ці тлумачення часто суперечать одне одному; 3) не існує належної згоди стосовно базових, принципових, суспільно значущих питань тощо.

Така ситуація в гуманітарній освіті потребує спеціальної уваги і нестандартних заходів, і це особливо важливо на початку запровадження освітніх інновацій, коли інновація постає перед адресатами як явище, про яке мало що або й нічого не відомо, а ефекти й наслідки її впровадження ще не далися взнаки і не пройшли випробовування практикою. На цьому етапі велике значення має перше враження про інновацію і первинний спонтанний її образ, які можуть виявитися хибними чи забарвленими негативним ставленням, але вкрай стійкими і такими, що майже не коригуються.

Згідно з рефлексивною методологією, для успішного супроводу інновацій не досить одних лише інформаційних впливів на цільові аудиторії. Необхідне активне їх включення в інноваційні зміни. Зокрема, відомо, що інновації в організаціях активно підтримуються за умови, якщо співробітники самі беруть участь у їх розробці. Відомо також, що для поширення інновації потрібна технологія, здатна налагодити взаємозв'язки між розрізненими до цього людьми, ідеями, та об'єктами і що чим більше суб'єктів усвідомлюватимуть

Київський університет імені Бориса Грінченка
ідеї і цілі інновації, тим швидше відбудуватиметься позитивний резонанс щодо неї.

Практичними засобами такого включення є громадські дискусії, диспути, науково-практичні семінари, педагогічні слухання, ділові ігри, фокус-групи, тренінг рефлексивної поведінки тощо. Прикладні завдання цих засобів – створення умов, за яких адресати інновації належно інформовані про її цілі, завдання, перспективи; широке практичне залучення до інноваційних змін; створення свідомої мотивації щодо їх підтримки; формування свідомого ставлення до інновації, заснованого на думках фахівців, експертів, представників не лише «своїх», а й «опозиційних» груп, та підкріплене досвідом практичної участі; формування впевненості у власній здатності впливати на прийняття рішень, віри у власну спроможність впливати на перебіг подій. Стратегічні завдання – активація рефлексивної позиції учасників, збагачення індивідуальної і колективної рефлексії, зміна рефлексивних позицій, формування громадської думки, підвищення рівня рефлексивної і загальної культури.

Висновки:

1. Студентська молодь – як адресат і головна цільова аудиторія освітніх інновацій – неналежно інформована про цілі, завдання, очікувані результати цих інновацій. Уявлення студентів про інновації, що реалізуються в освітньому просторі країні, переважно нечіткі («розмиті»), мозаїчні і суперечливі, а оцінки, які студенти цим інноваціям дають, мають суб'єктивний, некритичний, ставленнєвий характер.

2. За такої ситуації навіть при потужній державній підтримці освітні інновації реалізуються в режимі ускладнень і гальмування. Тому йдеться про необхідність активного запровадження системи технологій із супроводу освітніх інновацій та підвищення рівня інноваційної, зокрема, рефлексивної культури всіх їх суб'єктів, а передусім – педагогічної спільноти і безпосередніх адресатів (цільових аудиторій) інновацій.

3. Психологічний супровід освітніх інновацій – як завдання

Київський університет імені Бориса Грінченка
рефлексивного менеджменту – означає активне і доцільне застосування системи соціально-психологічних технологій впливу – інформувальних, промоційних, інтервенційних, або технологій активного соціального втручання, технологій конструювання соціальних мереж, технологій формування інноваційного контексту, «фонових» та інших, об'єднаних методологією рефлексивного управління.

Література:

1. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології. – К.: Академвидав, 2004. – 351 с.
2. Іванченко С.М., Щотка О.П. Ставлення студентів до нововведень у освіті у контексті Болонського процесу // Наукові записки Ніжинського державного університету ім. М.В.Гоголя. Серія: Психолого-педагогічні науки. Вид-во НДУ. Ніжин. – 2011. – №2. – С. 47-51.
3. Лепский В.Е. Рефлексивно-активные среды инновационного развития. – М.: Изд-во «Когито-Центр», 2010. – 255 с.
4. Лефевр В.А. Рефлексия. – М.: „Когито-центр”, 2003. – 496 с.
5. Фролов П.Д. Образ інновацій: у пошуках технологій творення // Вісник Чернігівського університету, 2010. – С. 307-311.
6. Фролов П.Д. Ментальні виміри інноваційної культури // Ел. ресурс.
7. Rogers E. M. Diffusion of innovations. – №4, Free Press, 1983.