

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України

О.В. Петрунко

**МОЛОДЬ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
ПЕРСПЕКТИВИ І РИЗИКИ ВЗАЄМОДІЇ**

Навчально-методичний посібник

Київ – 2013

Петрунко О.В. Молодь та інноваційні технології: перспективи і ризики взаємодії / Методичний посібник. – 80 с.

Анотація. У посібнику розглядаються проблеми, з якими стикається сучасна педагогічна спільнота (професорсько-викладацький та управлінський склад і студентська молодь) у зв'язку з активними інноваційними перетвореннями в суспільстві й освітньому просторі країни. Проаналізовано уявлення суб'єктів освітнього простору про суспільні й освітні інновації та їхнє самопочуття в просторі інноваційних змін. Детально розглянуто інноваційний потенціал педагогічної спільноти та можливості оптимізації інноваційних процесів в освіті. Означено проблеми недостатнього і надмірного включення молоді в процес інноватизації суспільного життя і, зокрема, сфери вищої освіти та показано можливі шляхи їх розв'язання.

Посібник адресований управлінському складу науки і освіти, викладачам вищих навчальних закладів та курсів післядипломної освіти, студентам, які здобувають вищу гуманітарну й педагогічну освіту (передусім магістрантам) та всім тим, кому не байдужі проблеми сучасної молоді, яка здобуває освіту в часи глобальних інноваційних змін.

ЗМІСТ

навчально-методичного посібника

«Молодь та інноваційні технології: перспективи і ризики взаємодії»

ВСТУП	с. 1
Розділ 1. Інноваційний потенціал інформаційного суспільства	с. 2
1.1. Інноваційність як ознака сьогодення	с. 2
1.2. Інноваційні процеси в освіті	с. 7
1.3. Проблеми впровадження освітніх інновацій	с. 14
Розділ 2. Студентська молодь у просторі інноваційних освітніх технологій	с. 21
2.1. Освітні інновації в оцінках студентів та їх оточення	с. 22
2.2. Студентство та нові інформаційно-комунікаційні технології	с. 27
2.3. Перспективи і ризики включення молоді в інноваційні зміни	с. 32
Розділ 3. Соціально-психологічний та технологічний супровід інновацій у сфері освіти	с. 37
3.1. Засоби впровадження й оптимізації інноваційних змін	с. 37
3.2. Рефлексивне управління інноваціями	с. 40
3.3. Шляхи оцінки ефективності інноваційних змін	с. 58
ЗАКЛЮЧЕННЯ	с. 69
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	с. 71

Петрунько О.В. Молодь та інноваційні технології: перспективи і ризики взаємодії :
Методичний посібник. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 84 с.

ВСТУП. Необхідність у цьому посібнику виникла у зв'язку із вступом України в епоху інноваційних змін, що позначилося на всіх сферах життєдіяльності суспільства, в т.ч. на системі освіти. Утверджуючись в інноваційному світі, країна активно декларує курс на інноваційний розвиток. Однак, не завжди декларації стають успіхами, а відтак складається враження, що держава не має надійних важелів впливу на інноваційні процеси, а державні інститути, підтримуючи їх на словах, насправді мало зацікавлені в успішному їх просуванні. Як показують спеціальні дослідження, населення країни, в тому числі й представники найпрогресивнішої його частини – педагогічна спільнота і студентська молодь – не надто вірять в інновації.

До прикладу, вступ у Болонський процес істотно змінив принципи, процедури організації, зміст, методи і форму вітчизняної системи освіти. Однак, ці зміни виявилися значно повільнішими й болючішими, ніж це вбачалося. Чи не найголовніша причина цього – те, що в суспільстві – серед науковців, педагогічної спільноти, студентства, населення країни загалом – не було вироблено єдиної думки щодо цієї інновації. І зрештою, попри те, що незворотність Болонського процесу нині є очевидною, говорити про переможну його ходу не доводиться. Натомість маємо констатувати, що гострі дискусії щодо його доцільності помалу вщухли, але в значній частині освітян і студентства залишилися розчарування і сум через втрату національною системою освіти своєї унікальності й надзвичайно потужного потенціалу, який тривалий час визнавався в усьому світі.

Нині вітчизняна освіта мусить функціонувати і розвиватися в умовах високої конкуренції, аби давати гідну відповідь викликам сьогодення й відповідати стандартам Європейського і світового ринку освітніх послуг, де, за даними міжнародних і вітчизняних експертів, посилюються три нових тренди: 1) поява покоління людей з новим мисленням і новими цінностями;

2) докорінні зміни відносин людини з природою (неможливість розвитку людства за енерговитратними моделями; 3) стрімка технологізація усіх сфер людського життя й зростання хвилі новітніх технологій.

Розділ 1. Інноваційний потенціал інформаційного суспільства

Більшість суспільств інформаційної доби визначаються фахівцями як трансформаційні, модерністські (або й постмодерністські), інноваційні тощо. У цих назвах відбито думку про те, що для них характерні значна динаміка розвитку і високий інноваційний потенціал як неодмінні атрибути, які гарантують їх здатність до самовідтворення і розвитку та їх конкурентоспроможність на світовій арені.

1.1. Інноваційність як ознака сьогодення

Більшість суспільств інформаційної доби визначаються фахівцями як трансформаційні, модерністські (постмодерністські), інноваційні. Це означає, що вони мають високий інноваційний потенціал і основна частка їх валового продукту створюється в результаті впровадження численних високотехнологічних інновацій, які реалізуються не так у сфері виробництва матеріального продукту (як це було в індустріальних суспільствах), як у сфері постачання й обігу інтелектуально-інформаційного, ментального продукту, що має особливо велике значення в таких відносно інертних і бюрократизованих сферах суспільного життя, як культура, наука, освіта. Стрімка технологізація цих сфер, власне, й призвела до масштабних соціальних змін, які є не тільки вибором країн і їх населення, а й волінням часу, продиктованим наявною політичною й соціокультурною ситуацією.

Вітчизняний учений, директор Інституту соціальної і політичної психології НАПН України М.М.Слюсаревський пропонує розглядати ці явища в світлі ситуаційного підходу [47], а російський дослідник, знаний фахівець у сфері рефлексивної психології В.Є.Лепський, розглядаючи їх у світлі системного і одночасно середовищного підходу, говорить про «соціогуманітарну перспективу інноваційного розвитку», «полісуб'єктне, рефлексивно-активне середовище інноваційного розвитку», «суб'єкт-орієнтовані технології», «інноваційний ландшафт суспільства», «інноваційні

системи» і т.ін. [26]. Основними факторами, що формують інноваційний ландшафт суспільств і соціумів, на думку В.Є.Лепського, є: глобалізація світового ринку; розвиток мережових інформаційних систем; конвергенція різних областей знання і створення нових знань, що виходять за межі традиційних дисциплінарних і міждисциплінарних моделей [26].

З поняттям «інноваційне суспільство» пов'язана велика кількість інших понять: «інновація», «інноваційність», «інноваційна культура», «інноваційна активність», «інноваційна діяльність», «інноваційна політика», «інноваційне ядро», «інноваційне середовище», «інноваційний потенціал», «інноваційна поведінка», «інноваційний клімат», «інноваційна диспозиція», «інноваційна освіта», «інноваційна еліта», «інноваційна особистість» та інші.

Актуальна потреба інформаційних суспільств в інноваціях зумовлена низкою соціально-психологічних чинників:

- 1) динамізмом соціального життя, високими темпами оновлення знань, зміни соціальних структур, інститутів, способів комунікації тощо;
- 2) множинністю просторів існування, в яких одночасно мають функціонувати люди, і необхідністю останніх виходити за межі нормального (традиційного);
- 3) одночасністю перебігу актуальних соціальних процесів, а отже, множинністю соціальних реальностей і необхідністю одночасно існувати і діяти в кількох реальностях;
- 4) ускладненням мережі соціальних і технологічних опосередкувань між дією і результатом, а отже, утрудненням планування й реалізації індивідуальної і колективної діяльності та прогнозування її результатів;
- 5) посиленням техногенного впливу на індивідуальне буття, дисбалансом між соціальною активністю і внутрішнім гомеостазом індивіда, послабленням механізмів психічної саморегуляції, фрагментацією свідомості, «розмиванням» ідентичностей тощо.

Якісні і навіть революційні перетворення інформаційного і соціального простору суспільства спричинилися появою нового «інтелектуального класу»

– **інноваційної еліти**. Інноваційна еліта – це люди не лише освічені, а здатні гостро переживати і творчо розв’язувати актуальні проблеми суспільства з позиції суспільних, просоціальних інтересів. Інноваційна еліта – це віртуальна соціальна спільність, яка операційно не фіксується і не має потреби в тісній згуртованості і систематичній взаємодії (як умов її існування), проте вона є внутрішньо однорідною і єдиною в усвідомленні себе як соціальної спільності. Відомий дослідник еліт Джеймс Майзель визначав еліту як голос нації, акумулятор ідей і національних досягнень, або як феномен «Three Cs» – group consciousness (групова свідомість), coherence (узгодженість), conspiracy (зговір як спільний задум і спільна мета) [29].

Головні критерії якості суспільної еліти, особливо в умовах інноваційного середовища – її «прозорість», тобто відкритість для нових членів – активних, компетентних, працьовитих, здатних творчо й інноваційно мислити. Це забезпечує психологічно стабільний стан та ефективне виконання елітою покладених на неї суспільних функцій, що, в свою чергу, потребує надійного механізму підготовки й рекрутування нових її членів.

Завдання підготовки цих членів в усі часи покладалося на систему освіти. Разом із цим діє й добре відомий механізм їх рекрутування. Представники влади прагнули залучити на свій бік молодь, лояльну до влади, упередити чи нейтралізувати її протестні настрої, зменшити потенціал невдоволення чинним порядком тощо. Найчастіше за всім цим криються приховані маніпуляційні наміри, які зрештою стають очевидними і зрозумілими. Тому досить часто акції із залучення, які успішно розгорталися від початку, згодом виявлялися мало результативними, і не лише в Україні, а й в усьому світі. І це питання не тільки ефективності суспільної еліти, а й належної **інноваційної культури** суспільства, або, власне кажучи, належного рівня **інноваційності** як якісної його характеристики. Згідно з відомими теоріями соціальних систем Т.Адорно, Н.Лумана, Т.Парсонса та інших, інноваційність системи є головною умовою успішного її розвитку.

Одна з ознак інноваційності суспільства – **інноваційна активність** його членів – індивідуальних і колективних його суб'єктів. Цей вид активності виявляється в двох основних формах – **актуальній** (як реальна активність суб'єктів суспільного життя із створення й упровадження інновацій, яка визначається поняттями «інноваційна мобільність», «фахова кваліфікація виконавців інновацій», «інноваційний стиль управління», «інноваційна конфліктність», «інноваційні диспозиції», «інноваційні настрої (очікування)», «інноваційний оптимізм» «мода на інновації» тощо) і **потенційній** (як прихована, до певного часу не розгорнута активність, здатність і готовність до інноваційних змін, що насамперед репрезентована поняттям «інноваційний потенціал»).

Інноваційний потенціал у найзагальнішому розумінні – це сукупність соціально-економічних, соціокультурних та соціально-психологічних ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності. Чи не найважливіше значення серед них мають соціально-психологічні ресурси, які становлять: 1) відносно сталі характерологічні ознаки соціальних суб'єктів, які є базисом для здійснення інноваційної діяльності і розглядаються як структурна складова інноваційного потенціалу; 2) готовність і здатність діяти в цьому напрямі (інструментальна його складова) [16; 48; 58].

Повсякденним досвідом інноваційного суспільства – як суспільства з високим рівнем інноваційної культури – стає співпраця з представниками інших культур, що відбувається в умовах практично «безмежних комунікацій». У контексті цієї співпраці великого значення набувають такі характеристики інноваційних суб'єктів, як толерантність, соціальна відповідальність, індивідуальна і соціальна ідентичність, гуманістичні цінності. А це, в свою чергу, висуває високі вимоги до їх **рефлексивної культури**. В.Є.Лепський розуміє під рефлексивною культурою систему способів організації рефлексії, що створені і функціонують передусім на інтелектуальних і ціннісних засадах, а ми разом із цим розумітимемо стан розвитку носіїв цієї культури. Якісними показниками рефлексивної культури

є здатність і готовність її носіїв діяти в ситуаціях з високим ступенем невизначеності, гнучкість у прийнятті рішень, готовність до пошуку шляхів розв'язання творчих задач в кризових ситуаціях, здатність переосмислювати стереотипи власного досвіду, можливість адекватно ситуації реалізовувати особистісні, комунікативні та інтелектуальні якості [26].

Високий рівень рефлексивної культури набуває особливого значення в умовах «безмежних комунікацій», характерних для сучасного інформаційного світу, що став на шлях глобалізації. За цих умов співпраця з представниками інших культур стає повсякденним досвідом, а в процесі широкої соціальної взаємодії на перший план виходять такі характеристики, як ідентичність, етичність, духовність, соціальна відповідальність.

Лише суб'єкти з високою інноваційною культурою здатні ініціювати і підтримувати інноваційні зміни. Не випадково відомі економісти і теоретики інновацій наголошують на тому, що успіх інноваційної політики значною мірою залежить від суспільної підтримки ідей інноваційного розвитку. Свого часу відомий дослідник «дифузії» інновацій Е.Роджерс поділяв адресатів інновацій на новаторів, ранніх послідовників, ранню більшість, пізню більшість та відсталих [44]. За Е.Роджерсом, «справжніх новаторів» (осіб, відкритих до всього нового) у сфері освіти є лише 6,6% [44]. Ідеї Е.Роджерса поглибили західні (Дж.Брайант М.Маркус, К.Мей) і вітчизняні (Є.І.Головаха, В.В.Васютинський, М.М.Слюсаревський, П.Д.Фролов та інші) дослідники, які дослідили широко відомий нині феномен *критичної маси* – необхідної кількості активних споживачів певної інновації, завдяки яким максимальна кількість інших людей починає споживати цю інновацію (Дж.Брайант, М.Маркус, С.Томпсон). У зв'язку з цим зроблено висновок про інтерактивну природу технологій, що гарантує створення „критичної маси”, без чого поширення технології (телефону, Інтернету, електронної пошти та ін.) неможливе. Адже, якщо телефоном користується мало осіб, то навіть найактивніші з них можуть зателефонувати лише небагатьом [5]. Так само й нові громадсько-політичні ідеї й цілі діяльності мають сенс, якщо вони

поділяються певною «критичною» кількістю населення („критичною масою”) [5; 44]. Аналізуючи настанови населення на політичну участь, фахівці Інституту соціальної та політичної психології (М.М.Слюсаревський, І.В.Жадан, П.Д.Фролов) емпірично з’ясували, скільки осіб мають бути включеними в ту чи ту політичну акцію, щоб це спонукало приєднатися до них, і дійшли висновку, що, дійсно, існує певна межа, до якої участь є мало ймовірною, а після якої така ймовірність стрімко зростає [47].

1.2. Інноваційні процеси в освіті

Інтелектуальний, знаннєвий, духовний базис будь-якого суспільства насамперед забезпечує освіта. В сучасних інформаційно-інноваційних суспільствах набувають істотних змін зміст і способи організації освіти, а її роль і значення стрімко зростають. До того ж глобалізація економіки й усіх інших сфер суспільного життя все настійливіше вимагає відповідного розвитку глобального освітнього простору. У зв’язку з цим у сфері освіти в усьому світі виявляються такі – різнопланові й суперечливі – тенденції:

- 1) освіта – як рушійна сила суспільного та економічного розвитку – стає дедалі інвестиційно і технологічно привабливішим об’єктом;
- 2) система освіти (професійної і післядипломної) передбачає супровід людини впродовж всього життя (life-long learning), визначає соціальну динаміку, забезпечує капіталізацію людського ресурсу;
- 3) відбувається формування транснаціональних освітніх мереж і єдиного освітнього простору світового масштабу, що уможливорює культурно-освітній обмін і соціальну мобільність носіїв знань та інших учасників цього простору, в т.ч. усепроникну міграцію студентів і т.ін.

Зворотною стороною цих тенденцій, зокрема, є: 1) уніфікація і розмивання освітніх стандартів; 2) відсутність єдиних, прозорих вимог до якості освіти; 3) «виток мізків» (виїзд фахівців з країн, що розвиваються, до країн економічно і соціально розвинених, що уповільнює розвиток країн-донорів); 4) зростання цифрового розриву (digital divide), який, зокрема,

виявляється в тому, що Україна посідає 62 позицію в рейтингу Індексу мережевої готовності, а отже ані країна, ані її система освіти не готові до реалізації освіти в умовах світового інформаційного простору; 5) поширення соціальних недуг (ВІЛ/СНІДу, туберкульозу, наркоманії та ін.), асоціальних форм поведінки, в т.ч. безвідповідальної статевої поведінки тощо.

Усе це ставить на порядок денний такі завдання, як: 1) вироблення і впровадження нових міжнародних стандартів освіти та критеріїв оцінки її якості (на основі реалізації міжнародних програм оцінки, зокрема, таких, як PISA, TIMSS, PIAAC та ін.); 2) реалізація нової моделі розвитку людських ресурсів (моделі безперервної освіти); 3) розробка міжнародних просвітницьких програм та програм співпраці й академічної мобільності між університетами розвинених країн і країн, що розвиваються; 4) створення ефективних фінансових механізмів (це одна з головних задач формування єдиного освітнього простору); 5) розширення існуючих і поява нових мереж соціального і академічного обміну мобільності; 6) створення міжнародних інститутів для розробки принципів та інструментів професійної підготовки фахівців та системи контролю за цим; 7) розробка нових технологій оптимізації глобалізаційних процесів в освітньому просторі та технологічного забезпечення консолідації між системою освіти (передусім вищої), стратегічними галузями економіки і суспільством [17; 24; 37; 45; 48].

Орієнтація на ці завдання змінює філософію освіти, змушує переглянути підвалини її функціонування, уявлення про сучасного фахівця тощо. Визнавши європейські цінності, Україна приєдналася до Болонського процесу, а відтак її освітня система перебуває в стані постійного реформування, в т.ч. радикальної модернізації змісту освіти, ліквідації застарілих міфів та ідеологій, активного включення до сучасних соціокультурних реалій, створення новітніх освітніх парадигм і технологій, мета яких – гуманітаризація і гуманізація освіти, в центрі яких – особистість.

Нині науковці всього світу приділяють пильну увагу дослідженню **інноваційних процесів в освіті** (мета яких – технологізація та оптимізація

освітнього процесу на всіх його ланках та функціонування системи освіти в цілому). Відповідні дослідження активно ведуться на Заході з кінця 50-х років ХХ сторіччя, і вже майже два десятиліття вони проводяться в Україні. Так досить відомими є наукові праці І.Д.Беха, Л.І.Даниленка, І.М.Дичківської, М.В.Кларіна, С.Д.Максименка, О.М.Пехоти, О.В.Попової, Л.С.Подимової, В.А.Сластьоніна, А.В.Хуторського та інших. У зв'язку з цим усе більшої популярності набувають відносно нові теоретико-прикладні напрями досліджень – **інноватика в освіті, педагогічна інноватика** і т.ін., в яких репрезентовано системні знання про закономірності створення, освоєння, запровадження й оцінки ефективності освітніх інновацій [9; 10; 17; 54].

Більшість дослідників акцентують увагу на тому, що інновації – як доцільні, теоретично обґрунтовані й практико-орієнтовані нововведення – здійснюються на трьох рівнях освітньої системи: макро-, мезо- і мікрорівні. **Інновації макрорівня** зачіпають всю систему освіти і навіть здатні призвести до зміни освітньої парадигми. Вони є відповіддю на зміни, які відбуваються в соціумі, країні, світі. Так зміна індустріальної цивілізації на постіндустріальну змінює запити суспільства в усіх сферах його функціонування – в науці, техніці, мистецтві, релігії, в сфері культури, моралі, права, дозвілля і неодмінно позначається на сфері освіти. **Інновації мезорівня** розгортаються в локальних освітніх середовищах (окремого регіону, конкретного навчального закладу тощо), коли, наприклад, ідеться про створення нових навчальних закладів чи запровадження нових концепцій навчання. **Інновації макрорівня**, як правило, пов'язані з упровадженням нових навчальних курсів чи блоків курсів (екологічних, гуманітарних тощо) та нових способів організації освітнього процесу, зі створенням нових форм і методів навчання, нових засобів обігу, структурування, утилізації знань, із розробкою нових технологій навчання тощо [1].

Інновації в освіті можуть розглядатися в широкому (стратегічному, методологічному) і вузькому (інструментальному, методичному) аспектах.

У **вузькому розумінні** освітні інновації – це інструмент реалізації конкретних навчально-виховних завдань у рамках певної моделі педагогічного процесу, яка опосередкована технічними (медіа-) засобами (комп'ютерні мережі, програмне забезпечення) [9; 10; 37; 54]. Так І.М.Дичківська визначає ці інновації як цілеспрямоване, систематичне і послідовне впровадження у педагогічну практику новаторських дій і засобів, які підвищують ефективність педагогічного процесу в усій його цілісності – від визначення мети до бажаних результатів [10]. Це, зокрема: 1) інноваційні методи викладання (педагогічні інновації, інноваційні педагогічні технології, нетрадиційні форми організації навчання, метод проектів); 2) інноваційні методи навчання (відкрита і дистанційна освіта, активні та проблемно-пошукові методи навчання); 3) комп'ютерні та Інтернет-технології.

Проблема застосування комп'ютерних та Інтернет-технологій в цілях інноватизації освіти потребує особливої уваги і додаткового розгляду, що виходить за межі завдань даного методичного посібника. Наразі зазначимо лише їх навчальний ефект і доцільність використання переважно в інструментально-методичному значенні на мікро- і мезорівнях інноваційного процесу. Що ж до Інтернет-технологій макрорівня, то мусимо констатувати, що стан розробки і використання нових цих технологій залишає бажати кращого. Більшість їх розробників не переймаються питаннями про близькі і віддалені наслідки пов'язаного із створеним ними інформаційно-технологічним надміром, інформаційно-психологічну безпеку користувачів та власну соціальну відповідальність за небажані ефекти і наслідки. Крім того, їм вочевидь бракує базових знань із психології, в т.ч. медіапсихології.

У **широкому розумінні** (а саме цей аспект є головним предметом нашого розгляду) освітні інновації – це система заходів, спрямованих на **створення якісно нового простору освіти та всебічну його технологізацію**. Ці заходи є відповіддю освіти на виклики і ризики сьогодення. У такому розумінні базовими напрямками реформування освіти є:

1) гуманізація простору комунікаційної взаємодії між усіма суб'єктами освітнього процесу, надання їй суб'єктного спрямування (у відповідь на застарі стандарти об'єкт-орієнтованої дидактичної системи);

2) оновлення, осучаснення змісту освіти (у відповідь на інноваційні трансформаційні процеси, що відбуваються в усіх сферах суспільного життя сучасного інформаційного суспільства);

3) систематизація і стандартизація знань (у відповідь на такі виклики сучасності як: а) інформаційний плюралізм у сфері гуманітарного знання, його мультипарадигмальність, міждисциплінарність і т.ін.); б) необхідність функціонувати в спільному освітньому просторі і т.ін.;

4) адаптація до умов і потреб полікультурного середовища (у відповідь на послаблення духовних і культурних традицій, маргіналізацію і розмивання індивідуальних, соціальних, етнокультурних ідентичностей тощо);

5) створення і запровадження «антиглобалізаційних» («екологічних», «зелених», «чистих») освітніх програм і технологій (як відповідь на глобалізаційні виклики сьогодення).

Ці тенденції вкрай актуальні для світової і європейської спільноти, де відбувається активне становлення глобального полікультурного суспільства і – як адаптація до умов і потреб такого суспільства – починає утверджуватися полікультурна освіта (multicultural education). Формування полікультурної освіти – це відповідь останньої на такий виклик сьогодення, як необхідність жити і взаємодіяти в умовах полікультурного соціального середовища, множинних (реальних і віртуальних) полікультурних соціальних мереж, полікультурного освітнього простору.

Полікультурний освітній простір потребує запровадження спільних для всіх його суб'єктів принципів соціальної (міжсуб'єктної, ділової) взаємодії. Головними його цінностями (як і головними цінностями полікультурної освіти) є виховання прийдешніх поколінь у дусі толерантності, ідеалів миру, свободи і соціальної справедливості, усвідомлення того, що прагнення етнічної ідентичності має розглядатися не як загроза, а як джерело духовного

і культурного багатства. Не випадково в доповіді міжнародної комісії ЮНЕСКО про глобальні стратегії розвитку освіти в XXI столітті підкреслюється, що одна з найважливіших функцій сучасної школи – навчити людей жити разом, допомогти їм перетворити існуючу взаємозалежність держав і етносів у свідому солідарність.

Іншим важливим завданням модернізації освіти, яке стоїть перед більшістю європейських країн, є трансформація (узгодження з реаліями сьогодення) і стандартизація її змісту (запровадження нових освітніх стандартів) та оновлення навчально-методичного її забезпечення. Запровадження стандарту як обов'язкового мінімуму знань і вмінь, яким повинні оволодіти учні, характеризує сьогодні більшість країн світу – і тих, що обрали централізовану систему управління освітою (Франція, Бельгія, Італія, країни Латинської Америки й інші), і тих, які обрали децентралізовану систему (США, Велика Британія, Швеція, Норвегія, Японія).

Сучасний європейський освітній стандарт передбачає поєднання обох цих систем, тобто змішану систему освіти, за якою існує розподіл функцій між центральними й місцевими органами влади: з одного боку, держава фінансує освіту, забезпечує її програмами, планами, інструкціями, підручниками тощо, формулює єдині вимоги для одержання атестата (диплома) про освіту, здійснює кадрову політику, керівництво і контроль, а з другого – закладам освіти надається лєвова пайка самостійності у вирішенні питань, пов'язаних з організацією і якістю освітнього процесу.

Європейські стандарти освіти закріплено в Європейському вимірі освіти (ЄВО), проголошеному Європейським Союзом і Радою Європи. У цьому документі репрезентовано: 1) процес перетворення Європи на єдиний освітній простір; 2) систему знань, компетенцій, навичок (лінгвістичних, комунікаційних, соціальних тощо), які гарантують конкурентоспроможність молодих фахівців на ринку праці; 3) розмаїття європейських культур (їх традиції і мову) та толерантне ставлення їх одна до одної; 4) проєвропейські ідентичності, цінності, ставлення тощо. І, як зазначено в цьому документі, в

умовах глобалізації і полікультурного суспільства особливого значення набувають так звані «екологічні», «зелені», «збалансовані» (де витримано баланс гуманітарної і природничо-наукової складових) – освітні програми і технології, які набувають справді світових масштабів.

Масштабні освітні інновації – це передусім інновації у сфері виробництва й обігу ментального (інтелектуального, інформаційного, духовного) продукту – продукту людської свідомості. Їх реалізація зазвичай передбачає активний, свідомий, доцільний вплив одних людей чи соціальних груп, які виступають агентами (ініціаторами, виконавцями) впливу, на інших людей (груп людей), які виявляються адресатами, або реципієнтами впливу. Цей вплив має на меті зміни (ре-формування): 1) існуючих в свідомості педагогічної спільноти, студентства, учнівства ментальних схем і систем (уявлень, цінностей, переконань, настанов, ставлень і т.ін.); 2) усталених і звичних для більшості з них умов існування; 3) звичних способів і сценаріїв поведінки. А отже, реалізація освітніх інновацій, навіть якщо вони конче необхідні суспільству й системі освіти і апріорі мають найгуманніші цілі, може стати втручанням у внутрішній світ і приватне життя людей і набути маніпулятивного характеру, а відтак наразитися на неприйняття і очевидний або прихований спротив з боку адресатів. Вважатимемо це психологічною причиною неефективності інновацій. Інша – соціально-психологічна – причина неефективності полягає у відсутності узгодженої, консолідованої думки суспільства щодо освітніх інновацій.

У тому й тому разі можна говорити про неготовність суспільства, в т.ч. педагогічної спільноти до інновацій і очікувати, що їх запровадження найімовірніше призведе до незапланованих (як кращих, так і гірших, ніж очікувалося) результатів. І це несприятлива обставина, адже інноваційний потенціал суспільства і його системи освіти, здатність їх до інноваційних змін є умовою не лише успішної інтеграції в світовий соціально-економічний та інформаційно-освітній простір, а й успішного їх розвитку в цілому.

Не випадково в умовах високотехнологічного сьогодення кожного разу постає питання про успішне впровадження освітніх інновацій (ефективний їх супровід, ефективне управління ними), що вимагає від їх авторів і виконавців високого рівня рефлексивного аналізу: 1) соціальної ситуації, за якої реалізуються інновації; 2) усіх її елементів (компонентів, етапів, проміжних і остаточних результатів); 3) засобів і прийомів управління інноваційним процесом. Крім того, відкритим залишається питання про підготовку широкого загалу до впровадження інновацій, а саме: 1) організацію соціального і життєвого простору, де розгортається не тільки процес навчання, а й життя загалом; 2) проектування нового типу організаційної культури і налагодження зв'язків між учасниками; 3) створення умов для виховання і культивування самостійних і конкурентоздатних суб'єктів освіти як суб'єктів власної життєтворчості. Усі ці питання потребують належного соціально-психологічного і технологічного супроводу.

1.3. Проблеми впровадження освітніх інновацій

Будь-яка інновація, в т.ч. і ті, що реалізуються у просторі освіти, – це одночасно науковий і прикладний феномен, головні ознаки якого – інтелектуально-новаторська сутність, єдність усіх суб'єктів інноваційного процесу та соціальне спрямування. Інакше кажучи, це певна ідея, яка має суспільне значення, і відповідна технологія з реалізації цієї ідеї, що включає цілий комплекс *соціально-економічних* (умови, ресурси, можливості), *інструментально-методологічних*, або *техніко-технологічних* (програми, цілі і завдання, засоби, методи, прийоми і т.ін.), *організаційно-управлінських* (організація й управління), *соціально-психологічних* та інших засобів.

І те, наскільки та чи та інновація може бути реально впровадженою, залежить: 1) від того, наскільки успішно технологія просування інновації розроблена як системний, послідовно-поетапний процес, що розгортається в напрямі від сформульованої мети до запланованих результатів; 2) від того, як образ даної інновації сприймається населенням країни (спочатку лідерами

думок, а згодом і «простою більшістю»), наскільки позитивно вона оцінюється і чи має підтримку населення; 3) від характеру ситуації, що склалася і того, що в теорії систем відоме як «його величність випадок» [6].

Це досить складне завдання для інноваційних технологів, і для досягнення цих змін ними мають бути докладені неабиякі зусилля. У зв'язку з цим відомий дослідник інноваційних процесів Е.Роджерс, говорив про такі напрями реалізації змін, як: 1) створення належного, технічно можливого рівня інтерактивності (для створення можливостей обговорення адресних повідомлень стосовно цілей і перспектив інновації); 2) адресація цих повідомлень відносно невеликим цільовим аудиторіям (для забезпечення їх „індивідуалізації”, донесення їх до кожного адресата); 3) застосування цифрових асинхронних технологій (що уможливорює прийом повідомлень у зручний для користувачів час) [44].

Чи не найпроблемнішою є та обставина, що, на відміну від авторів і виконавців інновації (інноваційних технологів), її адресати найчастіше належно не інформовані щодо її цілей і завдань, і, як правило, вони мають справу не з нею самою, а з приблизними уявленнями про неї, власне, з тим **образом інновації**, що склався в їхній свідомості на основі доступних їм, часто неповних і випадкових знань. Вони співвідносять свою поведінку в просторі дії інновації із тими уявленнями про неї та її образом, що склався в їхній свідомості на основі неповних чи й випадкових знань.

У більшості випадків цей образ лише відносно репрезентує задум інновації або й абсолютно далекий від нього, але саме він опосередковує ставлення до інновації, її цілей, завдань, передбачених нею змін, а також її загальну оцінку та бажання взаємодіяти і співпрацювати з авторами у напрямі її запровадження. У зв'язку з цим перед інноваційними психотехнологами постають завдання: 1) з формування позитивного першого враження про інновацію й позитивного ставлення до неї, з яких розпочинається формування позитивного її образу; 2) реконструювання того

її образу, що склався у свідомості адресатів; 3) управління цим образом з метою його позитивізації, що є питанням психотехнологічного впливу.

Важливий ресурс та ефективний інструмент управління образом інновації й інноваційним процесом загалом – формування прозорих і несуперечливих уявлень про неї, а разом із цим – широке позиціонування інновації, привернення до неї уваги цільових аудиторій і суспільства загалом, всебічне і оптимістичне її висвітлення, донесення її задуму до якомога ширших аудиторій, формування навколо неї належного і спільного для більшості людей смислового простору, донесення інформації про її цілі, завдання й очікувані результати (з використанням медіаресурсів, піар-технологій, соціальної реклами, тематичних ток-шоу, технологій перформенсу та ін.). І одного лише інформування тут замало.

Згідно з уявленнями, репрезентованими у присвяченій інноваціям фаховій літературі, зокрема, у літературі з рефлексивної психології, образ інновації має структуру, яку утворюють когнітивний, мотиваційний і рефлексивний компоненти [26; 33]. Виходячи з цього, управління образом інновації – це: 1) **управління знаннями**, або **менеджмент знань** (розширення знань і уявлень адресатів інновації про її цілі, завдання і зиски); 2) **управління ставленням** (позитивізація ставлення, активація інтересу до інновації, створення умов для виходу з позиції захисту в позицію навчання, відкритості до нового, готовності і здатності взаємодіяти з новим, створення і зміцнення мотиваційної готовності підтримувати нове, ініціювання бажання не лише застосовувати нове, а й підвищувати власну компетентність і долати труднощі на шляху опанування ним); 3) **управління рефлексією** (переконаннями, настановами, здатністю аналізувати власну поведінку і явища власної свідомості, а також аналізувати, адекватно оцінювати й інтерпретувати думки, переконання, переживання і поведінку інших людей).

Менеджмент знань спрямований на посилення інформованості про інновації (їх ідеї, цілі, завдання, очікувані результати, ризики тощо) та надання їх об'єктивного змісту. Адже, як показує повсякденна практика,

зазвичай з цих питань інформоване вузьке коло осіб. Решта ж залишається у так званій «зоні мовчання», де право голосу має «компетентна меншість», а «некомпетентна більшість» байдуже мовчить, тому що не відчувається більшістю. І за «принципом спіралі» цілі й інтереси суб'єктів інновації дедалі більше розходяться. Цей феномен німецька дослідниця Е.Ноель-Нойманн назвала «спіраллю мовчання» [35]. На цих підставах і на основі необ'єктивної, випадкової інформації адресати інновації роблять свої висновки про неї саму, а також про незбіг власних цілей, потреб, цінностей з цілями й цінностями інновації. І це ставить під сумнів успіх її реалізації.

Ставлення до інновації – інших важливий чинник вибудовування її образу в свідомості адресатів і зрештою її прийняття чи неприйняття ними. Негативне ставлення означає, що адресат інновації перебуває в так званій «позиції захисту», а відтак – у досить неперспективному стані відчуження, уникання, закритості для новаторських ідей. Натомість позитивне ставлення означає перебування носія ставлення у «позиції навчання», тобто у стані готовності збагачувати інформацію про інновацію, сприяти її реалізації.

Як показали застосовані нами методи реконструювання образу (зокрема, метод семантичного диференціалу та факторний аналіз семантичного простору емпіричних ознак), позитивний образ освітніх інновацій у свідомості студентської молоді ґрунтується на наступних змістових параметрах: 1) актуальність інновації; 2) забезпечення ресурсами; 3) екологічність, безпечність інновації; 4) особиста причетність до неї; 5) її прозорість, зрозумілість; 6) її сучасність; 7) сприйняття її як демократичної і непримусової, не нав'язаної ззовні. Якщо та чи та інновація активує в свідомості її адресатів щойно перелічені уявлення, ставлення до неї та її образ найскоріше матимуть позитивну модальність.

Негативний образ інновації і негативне ставлення до неї ґрунтується на таких уявленнях, як: 1) недемократичність, авторитаризм, нав'язування ззовні (що створює відчуття дискомфорту, психологічного тиску та посилює спротив інновації); 2) непрогнозованість, активація страху, тривоги, інших

захисних реакцій); 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 зменшує інтерес адресатів до інновації); 6) брак матеріальних, організаційних й інших ресурсів, що істотно зменшує довіру до інновації; 7) технократизм і копіювання зарубіжного досвіду, що активує відчуття меншовартості, недовіру до інновації, негативну її оцінку, протест, уникання тощо).

Чи не найголовніша функція сучасного інноваційного менеджменту – **ефективне управління образом інновацій**. Відтак дедалі більше зростає потреба у вивільненні й активації індивідуальної і колективної рефлексії суб'єктів інноваційного процесу, а отже, створення рефлексивних середовищ спільного існування, де можливі активна рефлексивно-дослідницька діяльність, вправління в спеціальних навичках рефлексії, розвиток саморефлексії. Усе це – завдання особливого класу технологій, які зважають на позицію кожного їх суб'єкта та оснащені засобами для усвідомлення останніми власних суб'єктних відносин із світом, з іншими його суб'єктами, із самими собою. Застосування цих технологій долає домінанту «суб'єкт-об'єктного» підходу і проголошує суб'єкт-орієнтовану соціальну організацію, що є важливою умовою переходу на інноваційний шлях розвитку та зростання його темпів (детально про ці технології йтиметься далі, в спеціальному параграфі).

На думку В.Є.Лепського, В.А.Петровського, М.І.Найдьонова, О.М.Плюща та інших прибічників суб'єктного підходу, недооцінка значення суб'єктності суспільного розвитку призводить до того, що багато національних проектів мають усі підстави набути хаотичного і неконтрольованого характеру, слабкої соціальної орієнтації і зрештою реалізуються в інтересах вузького кола осіб [26; 33; 40]. Така перспектива потребує принципово нових засобів технологізації управління інноваціями, та розробки відповідних технологій оптимізації цих змін.

Попри те, що чинники **неприйняття освітніх інновацій** чисельні і різноманітні, всю їх множину можна поділяти на: 1) системні, в т.ч. пов'язані з браком інноваційних ресурсів (і, відповідно, говорити про системні помилки впровадження інновацій); 2) соціокультурні; 3) соціально-психологічні. Останню – найважливішу – групу чинників можна об'єднати назвою «людський чинник» (і, відповідно, говорити про помилки, які можливі в межах життєздійснення і функціонування цієї системи). Саме людина є стратегічним суб'єктом, який задає вектор (вектори) інноваційного розвитку в умовах інноваційного сьогодення, організує інформаційно-технологічний простір і відповідний дискурс, становить їхнє ядро і зрештою розв'язує проблеми і суперечності на всіх рівнях інноваційної системи.

До **системних** належать чинники, що мають концептуально-методологічний характер і зумовлені економічною, соціально-політичною і соціокультурною ситуацією. Ними можуть бути: 1) невизначені уявлення про суспільство, яке розбудовується, в т.ч. й про те, якою – традиціоналістською, модерністською чи національно орієнтованою – має бути його освітня система; 2) відсутність політичної волі для реалізації інновацій; 3) брак суспільної довіри до ініціаторів і авторів інновацій, невизнання їх як таких, що мають право ініціювати суспільні зміни; 4) відсутність порозуміння між суспільною елітою і широким загалом, несформована традиція широкого громадського обговорення інновацій, нехтування громадської думки з цих питань; 5) брак державної підтримки інноваційних процесів.

Системні помилки, спричинені відсутністю цілісного, концептуального бачення суспільних (освітніх) реформ та їх наслідків, можуть спричинити так звані «обернені» результати. Наприклад, формальний успіх освітніх реформ та підвищення якості освіти в рамках Болонського процесу в умовах неспроможності держави забезпечити належні стандарти життя можуть обернутися суспільною стагнацією через втрату «мозків» і репродуктивних сил суспільства. А державні кошти, витрачені на підготовку фахівців для «своєї» економіки зрештою спрацюють на користь економік інших держав.

Системними можна вважати й чинники, пов'язані з **браком ресурсів**:

1) браком фінансів (йдеться не лише про зарплатню освітян, а й про витрати на освітні технології, в т.ч. й на комп'ютеризацію освіти); 2) браком компетентних кадрів, здатних реалізувати якісну освіту в умовах дії інноваційних освітніх технологій; 3) браком практичного включення, причетності суб'єктів інновації до інноваційних змін.

Існує й цілий ряд **соціокультурних чинників**, які становлять неабияку перешкоду на шляху інноваційного мислення, а саме: 1) конформізм як прагнення «не виділятися з натовпу» бути схожим на інших; 2) цензура (як з боку соціуму, так і внутрішня, що виявляється як надмірна самокритичність); 3) соціальний страх (страх невдачі, критики, агресії, помилок, страх бути нетворчим і несучасним тощо); 4) ригідність (нездатність ефективно діяти в нестандартних умовах і соціальних ситуаціях); 5) надмірний динамізм соціального життя, який спонукає до негайного розв'язання найрізноманітніших задач і проблем, а відтак – поспіх та ухвалення хибних рішень; 6) некритичність до власних ідей, надмірне фантазування тощо.

Соціально-психологічні чинники, які активують найрізноманітніші помилки інноваційної діяльності: 1) помилки неінформованості; 2) помилки низької ініціативи; 3) помилки мотивації; 4) помилки психологічної неготовності до змін; 5) активний та пасивний спротив інноваціям, який виявляється в тому, що, декларуючи позитивне ставлення до них і на словах підтримуючи інноваційний курс країни (як свідчать результати наших досліджень), населення в дійсності виявляє цілковиту неготовність їх підтримувати, або й чинить їм спротив, що виявляється як активний протест, деклароване неприйняття, негативне ставлення, мовчазне ігнорування тощо.

Виявлені нами групи уявлень про освітні інновації, які можуть бути більше чи менше усвідомленими їхніми носіями, а також щойно описані причини їх неприйняття широким загалом і цільовими аудиторіями впливу мають бути враховані і покладені в основу системного психотехнологічного впливу, спрямованого на формування позитивного образу інновацій у

свідомості адресатів та на переформування і позитивізацію негативного їх образу, якщо такий сформувався. При цьому слід пам'ятати, що чим радикальнішою є інновація, тим важче формувати її позитивний образ, оскільки її реалізація, як правило, пов'язана з непопулярними заходами.

Розділ 2. Студентська молодь у просторі інноваційних освітніх технологій

Сучасним молодим людям, які зростали в оточенні мобільної, цифрової й іншої техніки, важко уявити, що за молодості їхніх батьків політичний і соціально-економічний устрій держави, засоби інформації й комунікації та приватне життя людей були принципово іншими і що можна було жити без Інтернету. І те, що досі вважається інноваційним для представників старших поколінь – інтерактивна комунікація в режимі онлайн; ділова комунікація в Інтернеті (призначення термінів, оформлення документів, віз і т.д.); реклама й торгівля; вибори та інші форми політичної участі в режимі онлайн; працевлаштування через Інтернет; дистанційне навчання; онлайнвий піар; діяльність віртуальних організацій, спільнот, товариств; віртуальні офіси та безпаперові форми управління; соціальна мобілізація (флешмоби); анонімна «калейдоскопічна» співавторська творчість; надання й отримання послуг через Інтернет (підписка на розсилку новин, гороскопів, пропозиції купівлі-продажу, обмін рецептами здоров'я і т. ін.); маркетингові дослідження в Інтернеті з вивчення ефективності реклами, політичної активності і т.ін.) – для нинішньої молоді стало звичним повсякденням.

Проте це не означає, що молодь, особливо учнівська і студентська, не перебуває і не відчувається у вирі інноваційних змін. По-перше, розробки і позиціонування на ринку інформаційних послуг нових медіа- та Інтернет-технологій невпинно триває, ці послуги стають все більш різноманітними, а учнівство і студентство, як відомо, є найактивнішими їх споживачами. По-друге, учнівська і студентська молодь, незалежно від бажання, повсякчас перебуває в сфері дії численних – масштабних і часткових – інноваційних технологій, які активно запроваджуються в сучасному освітньому просторі.

Однак, якщо перебування у вирі новітніх інформаційно-комунікативних технологій є природним і комфортним для молоді, узгодженим з її віковим потребами й інтересами та логікою її буття і таким, що додає молодим людям відчуття власної значимості, то перебування у

сфері впливу освітніх технологій (особливо технологій мезо- і макрорівня), які зазвичай ініціюються і спускаються «зверху», не завжди позитивно сприймається й оцінюється молодими людьми, активує стани дискомфорту, неприйняття, роздратування, беспорядності, почасти й через неunikність змін, що нав'язуються в декларативний спосіб, попри бажання і власну волю.

2.1. Освітні інновації в оцінках студентів та їх оточення

Ставлення дорослих і молодіжних аудиторій до інновацій у політичній, соціальній сферах та в сфері освіти є важливим показником, який дає змогу прогнозувати успішність їх упровадження. Тому це активно і регулярно досліджується провідними соціологічними й науково-дослідними центрами всіх країн світу. Україна не становить виключення. Зокрема, науковці Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, починаючи з 2001 р., регулярно проводили репрезентативні масові опитування населення, в т.ч. учнівської і студентської молоді щодо їх ставлення до інноваційних змін в освіті (запровадження 12-річного терміну навчання, профілізації старшої школи, 12-бальної системи оцінювання знань учнів, введення зовнішнього незалежного оцінювання, інтеграції національної системи освіти в європейський освітній простір тощо).

За даними цього моніторингу (які, до слова, збігаються з даними Центру Разумкова), найбільше негативних оцінок викликала в населення ідея запровадження 12-річного терміну навчання (58%), тоді як позитивну оцінку давали лише 16% опитаних. Протягом 2004-2006 рр. кількість тих, хто позитивно оцінював 12-річне навчання постійно зменшувалася – з 24% у 2000 р. до 15% опитаних у 2006 р. У 2006 р. лише 13% вважали, що перехід на 12-річне навчання позитивно вплине на якість отриманого знання, 6,8% – на здоров'я учнів, 9,4% – на успішну кар'єру [15; 36].

Дещо позитивніше було сприйнято запровадження 12-бальної системи оцінювання знань (26% опитаних), а за період до 2008 р. ставлення

покращилося (37% опитаних). Наразі кількість прибічників і противників цієї інновації, як і тих, хто не визначився щодо неї, майже однакова.

Переважно позитивним (44%) від самого початку було ставлення до профілізації середньої школи, яка передбачає поділ учнів після 9-го класу за рівнем успішності для поглибленого вивчення певних предметів (негативне ставлення виказали 18% опитаних). Динаміка ставлення до цієї інновації вочевидь позитивна.

Досить неоднозначним є й ставлення до зовнішнього незалежного оцінювання (тестування). Порівняно з 2003 р. кількість прихильників тестування скоротилася майже вдвічі (з 65 до 30%), а кількість противників, навпаки, вдвічі (з 17 до 34%) зросла. Отже, динаміка ставлення до тестування негативна, і наразі кількість прибічників, противників і тих, хто не визначився щодо цієї інновації, приблизно однакова.

Інтеграцію української освіти до європейської системи необхідною вважали лише 15% опитаних; 32% вважали, що це важливе, але не першочергове завдання. Майже третина опитаних вважала і досі вважає, що наша система освіти краща за європейську, а отже, інтеграція не потрібна і навіть шкідлива. За даними Центру Разумкова (станом на 2004-2006 рр.), загальний перебіг освітніх реформ оцінювався не надто оптимістично: 45,6% опитаних вважали, що ці реформи «малокеровані», «не підготовлені» і є «скоріше імітацією реформ», а 18,8% взагалі не побачили жодних змін.

Протягом 2010-2012 рр. науковим колективом лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України П.Д.Фроловим, О.В.Петрунько, С.М.Іванченко, А.О.Овчаровим, О.М.Плющем та ін.) було розроблено програму дослідження образу освітніх інновацій, що склався в свідомості викладачів ВНЗ та студентів, і здійснено: 1) реконструювання образу освітніх інновацій (зокрема, Болонської системи і зовнішнього незалежного оцінювання) у свідомості студентської молоді за допомогою методів експериментальної

психосемантики; 2) анкетування і фокус-групові інтерв'ю з викладачами і студентами Ніжинського, Чернігівського та кількох Київських університетів.

За даними досліджень, попри проголошення курсу на інноваційний розвиток, викладачі, студентська молодь і доросле населення країни загалом мають досить приблизні, розмиті й суперечливі уявлення про інновації. Так переважна більшість викладачів і студентів ВНЗ інтуїтивно правильно рефлексують головну мету освітніх інновацій, яка полягає у впровадженні 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.). Досить часто вони відносять до освітніх інновацій такі 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 і т.ін.

Одна з небагатьох інновацій, яку викладачі і студенти диференціюють як освітню інновацію суспільного рівня (поряд із зовнішнім незалежним оцінюванням та тотальною комп'ютеризацією навчання), є включення вітчизняної вищої освіти у Болонський процес. Проте, навіть про цю інновацію, попри потужне її позиціонування, більшість респондентів має досить обмежені, розмиті і суперечливі уявлення, що, як правило, обмежуються рівнем суто вжиткового застосування.

При цьому одні респонденти оцінюють Болонську систему як можливість інтеграції в Європейський освітній простір, а для інших – це незрозуміла, обтяжлива і непотрібна ініціатива чиновників «від освіти». Це характерно і для ЗНО: одні оцінюють дану новацію як об'єктивну, а інші – навпаки, як необ'єктивну оцінку знань. Неоднозначно оцінюється і комп'ютеризація навчання в школах і вузах (дистанційне навчання замість відвідування навчального закладу, електронні підручники замість традиційних книжок, уроки з інформатики і т.ін.). При цьому уявлення про

Болонський процес, ставлення до нього викладачів і студентів та його оцінки не можна вважати об'єктивними – вони мають виражений ставленнєвий характер. Переважна більшість студентів не розуміє системних цілей, заради яких запроваджується Болонська система і відповідні перетворення. Вони, зокрема, нічого не знають: 1) про побудову європейської зони вищої освіти як ключового напрямку розвитку мобільності громадян з можливістю працевлаштування; 2) про формування і зміцнення інтелектуального, культурного, соціального і науково-технічного потенціалу Європи; підвищення престижності у світі європейської вищої школи; підвищення якості освіти; 3) про забезпечення конкурентоспроможності європейських ВНЗ у боротьбі за студентів, досягнення сумісності і порівнянності національних систем вищої освіти; 4) про підвищення центральної ролі університетів в розвитку європейських культурних цінностей, в якій університети розглядаються як носії європейської свідомості.

Болонський процес визначається, як правило, через якийсь один, штучно вилучений із загального контексту елемент («кредитно-модульну систему», «рейтинги», «набирання балів», «самостійну роботу студентів», «дворівневу систему»). При цьому більшості студентів (у т.ч. й слухачам магістеріуму, для яких читається спецкурс «Болонська система») вочевидь бракує інформації про сутність Болонських декларацій і Болонської реформи і такі їх переваги, як підвищення мобільності членів освітянського простору, в першу чергу студентів; посилення привабливості освітянських послуг, можливість працевлаштування в інших країнах тощо.

Студенти старших курсів виглядають більш обізнаними стосовно Болонського процесу порівняно з першокурсниками, та й їхні знання експлікуються переважно у вигляді відомих формальних штампів («демократизація вищої освіти», «інтеграція в європейську систему освіти», «створення єдиного освітнього простору», «уніфікація європейської освітньої системи», «забезпечення якості освіти за європейськими стандартами» і т.ін. Навіть серед випускників магістратури, які прослухали курс «Болонська

система», лише 26% респондентів правильно назвали термін завершення реформи вищої освіти за Болонською системою (серед студентів 4-го курсу таких було лише 10%). Ставлення до окремих елементів Болонської системи (кредитно-модульної системи, дворівневої системи навчання, тестування як методу перевірки знань) також не додає оптимізму. Переважна більшість опитаних не схвалюють цих нововведень і не розуміють навіщо вони потрібні. Студенти не усвідомлюють зв'язку між кредитно-модульною системою та якістю освіти і надають перевагу традиційним формам контролю отриманих знань (усному іспиту). Більшість з них не знають про «Додаток до диплому європейського зразка», не можуть сказати, для чого він потрібен і не знають, чи видають цей додаток в їхньому університеті.

Ставлення студентів до окремих складників Болонської системи, кожний із яких диференціюється краще, ніж уся система загалом (до кредитно-модульної системи, тестування як методу перевірки знань, дворівневої системи фахової підготовки), неоднозначне і переважно невизначене: загалом найбільша кількість відповідей – «важко відповісти» (42,7%), а позитивне ставлення декларували 36,5% опитаних. Цікаво, що відсоток студентів, які позитивно сприймають кредитно-модульну систему протягом навчання зменшується (з 40% на 1-му курсі до 30% на 6-му), а тих, хто ставить до неї негативно – збільшується (з 13% до 23% відповідно). Близько 25% опитаних студентів вважають, що КМС ніяк не позначається на якості навчання, а понад 40% студентів переконані, що цей вплив виключно негативний. Отже, студенти не визнають доцільність кредитно-модульної системи і віддають перевагу традиційним формам контролю набутих знань.

Ставлення до тестування також неоднозначне і здебільшого негативне: з одного боку, через невіру в об'єктивність тестів, а з другого – через оцінку ситуації тестування як травмивної: найбільша частка опитаних вважає, що це «непоганий метод, якщо тести складені професійно» (46,2%), але суто об'єктивним цей метод вважають лише 6% респондентів. 35% впевнені, що тестування «перевіряє не стільки знання, скільки метикуватість та везіння»

(35,2%). Протягом навчання збільшується частка тих, хто позитивно ставиться до тестування, але все ж більше половини студентів надають перевагу не тестовим, а традиційним – усному (45,5%) і письмовому (20,7%) – іспитам. Тестування з предмету та тестування плюс есе обирають 23,5% та 8,3% відповідно. І що характерно, частка прибічників традиційного усного іспиту, починаючи з першого до шостого курсу зростає утричі: з 17% на 1-му курсі до 70% на 6-му; а усіх інших форм – відповідно зменшується.

Майже половина опитаних не задоволена й дворівневою системою фахової підготовки, яка складається з бакалаврату й магістратури. Ставлення до цієї системи переважно негативне (44,8%). Позитивно до неї ставляться 28,2% студентів, а 27% вагаються з відповіддю.

Отже, маємо парадоксальну ситуацію, за якої про Болонську систему багато пишуть і говорять, а в реальному житті вона досі залишається для значної частини викладачів і студентів «чужою», незрозумілою і обтяжливою. І щоб змінити цю ситуацію, необхідно перетворити викладачів і студентів на активних учасників інноваційного процесу, активувати рефлексивну, суб'єктну їх позицію. Для цього в рамках навчального процесу необхідно проводити спеціальні інформаційні й промоційні заходи, які допомогли б студентам визначити освітні пріоритети, зрозуміти, які переваги вони матимуть із включенням України в європейський освітній простір.

2.2. Молодь у сфері впливу медіатехнологій

Як вже зазначалося, значно сприятливішою для загального розвитку і комфортного самопочуття молоді є інша сфера інноваційних змін – сфера нових медіа- та мережевих технологій (Web-, Net-, Smart-, Online-технологій та інших), які все більше постають як необхідний інструмент суспільного життя і системи освіти. Навчання із застосуванням цих технологій нині санкціоноване на рівні важливих державних документів, а також навчальних програм, планів тощо. Завдяки новим мережевим технологіям і доступу до динамічних інтерактивних баз даних мережеве навчання дає змогу

організувати наскрізне інформаційне поле, в якому викладачі і студенти легко вирішують цілу низку проблем, які неможливо оперативно розв'язати в позамережевому режимі (оперативне відстеження надходжень необхідного навчального матеріалу й оперування ним, реалізація міждисциплінарного підходу в навчанні, здійснення дистанційної освіти, активне навчання працівників, менеджмент кадрів і т. ін.).

За даними Л.А.Найдьоновой і колег, нині навіть в Україні, яка долучилася до світового Інтернет-простору відносно нещодавно, практично всі студенти і близько 90% міських підлітків мають доступ до Інтернету і активно використовують його в „ділових” (навчальних) цілях, а також як засіб спілкування, розваг, дозвілля. Понад 55% учнівської молоді мають доступ до Інтернету вдома, а решта (понад 40%) користуються ним в Інтернет-клубах, у своєму навчальному закладі (в інституті, в школі), вдома у своїх знайомих і друзів чи деінде [30]. Відтак Інтернет становить важливу частку життя сучасних дітей, є сучасним інструментом навчання та одним з соціальних атракторів, що визначає їх зміст і якість.

Очікування того, що молодь активно використовуватиме Інтернет у навчальних цілях, назагал справдилися. Дійсно, Інтернет – це надзвичайно зручний, оперативний й майже незамінний інструмент для отримання інформації. За даними спеціальних досліджень, молодь шукає там інформацію, яка необхідна їй для навчання і роботи (близько 40% росіян і українців), для сімейних і побутових справ (42% росіян та 32,7% українців) [13; 30; 42].

Інтернет є сховищем і постачальником величезної кількості інформації, а найбільшу цінність становить доступність та оперативність інформаційного обміну. Дані соціологічних досліджень свідчать, що більшість людей (користувачів і не-користувачів) в усьому світі оцінюють його як демократичне середовище і джерело достовірної інформації.

Однак, це має й зворотний бік. Так типова для Інтернету анонімність матеріалів дає змогу розміщувати інформацію „сумнівної” якості, що створює можливості для маніпуляцій. Споживання великої кількості

неякісної, сурогатної інформації, так званого „інформаційного сміття” (комерційної реклами, порнографії, іншої інформації сумнівної якості) призводить до хаотизації і знецінення знання, „інфляції” інтелектуально-пізнавальної діяльності, формування безсистемних, фрагментарних, „мозаїчних” або й неадекватних і хибних уявлень про світ. У результаті не лише знецінюється й „десистематизується” дисциплінарне знання, а й виникає небезпека для психіки користувачів, відбувається „хаотизація” цінностей і моделей світу, „карнавалізація” моралі, формується «мозаїчний тип культури» [32]. „Мозаїчна” культура, яка складається з окремих фрагментів знань і уявлень, не пов’язаних між собою або пов’язаних випадковими (ситуаційними) зв’язками, все більше витісняє традиційну „університетську” культуру, а відтак соціальні знання й уявлення формуються не системою освіти, а засобами масової комунікації. З цього приводу російський дослідник С.Г.Кара-Мурза зауважував, що для послаблення національної безпеки будь-якого суспільства досить занедбати систему університетської освіти, оволодіти мас-медіа і спрямувати основний удар на молодь, щоб сформувати в неї „мозаїчний” тип свідомості [20].

Інтернет становить загрозу авторитету батьків, педагогів, влади. Нині непоодинокі випадки, коли діти перевершують своїх батьків і вчителів, студенти – викладачів, молоді працівники – старших, більш досвідчених і титулованих колег, а в сфері виробництва і бізнесу пірамідальні (ієрархічні) підприємства поступаються „пласким” (горизонтальним) підприємствам нового типу, в яких практично відсутня службова ієрархія.

Віртуальність має, за Л.А.Найдьоновною, ряд ознак (контекстуальність, ресурсоздатність, реалістичність, активність, керованість) [34], які для певної кількості користувачів є достатніми для того, щоб зробити свій вибір на її користь — як реальності більш зручної, цікавої, комфортної. Почасти тому молодь обирає Інтернет як альтернативний соціальний простір для самореалізації (і самосоціалізації) користувачів, який практично не піддається традиційним засобам соціальному контролю, „вислизає” з-під

нього, „випадає” за його межі. Це істотно послаблює її зв’язок із соціальною дійсністю, підриває основи раціональності, викривляє соціальні й ідеологічні орієнтації, придатні для реального, „позамережевого” життя [8].

Культура Інтернету, як і культура медіасередовища загалом, є передусім „культурою розваги”, „культурою популізму”. Це формує спрощене сприйняття соціальних реалій і цінностей. За висловом У.Еко, у медіасуспільствах навіть війна перетворюється на медіапродукт. Для переважної більшості людей вона розгортається переважно в медіаплощині, у такій формі, щоб не викликати протесту громадськості і світової спільноти. За У.Еко, з подачі мас-медіа загострилося протистояння між західним та мусульманським світом, і саме медіа (зокрема, й Інтернет) прислужилися тероризму і дестабілізували американське й інші суспільства [57].

Окрему проблему становить інформаційне забруднення і високий потенціал агресивності Інтернет-простору (насильство, порнографія, жорстокі ігри, презентоване у вигляді знання інформаційне сміття тощо). З поширенням Інтернету, світовий інформаційний простір став безмежно плюралістичним і практично неконтрольованим. Це створює умови для його „засмічення” неякісною, сурогатною інформацією. Через це практично в усіх країнах світу час від часу актуалізується занепокоєння з приводу екологічного його стану і деструктивного потенціалу, який він містить.

Насильство і жорстокі ігри з Інтернету перейшли в домашні відеотеки і перетворилися на частку сучасної дитячої й молодіжної субкультури. Насильство і жорстокості в Інтернеті є дуже різноманітними. Сучасні школярі охоче обмінюються адресами відповідних сайтів. Психологічний шок від їх відвідування гарантований, але це варто подивитися, тому що про це вже говорять знайомі і друзі. Предметом ознайомлення і обговорення є також онлайн-інструкції з виготовлення в домашніх умовах зброї, вибухівки, димових бомб тощо [5; 21]. Реалії такі, що 70% відеоігор дійсно жорстокі. Це реально лякає дорослих і не дає забути історії, коли підлітки — любителі ігр-стрілялок (Doom, Quake і т.п.) вдавалися до кримінальних і суїцидальних дій.

Жорстокі і криваві події час від часу відбувалися в багатьох країнах світу, в тому числі й у консервативних Англії і Німеччині [21].

Досить серйозна небезпека стосується статево-рольової соціалізації молодіжної й підліткової Інтернет-аудиторії. За даними спеціального аналізу, Інтернет містить понад 45 тисяч форумів і чатів, які кваліфікуються як порносайти і які без особливих утруднень можуть відвідувати молоді люди. Створюючи трафік до цих сайтів, їх автори, аби привабити відвідувачів і мати можливість збільшувати тарифи на рекламу, умисно використовують слова, які користувачі найчастіше набирають у вікні пошуку. У результаті, наприклад, запит „Покемон”, який, наприклад, часто роблять підлітки в пошуках нових ігор чи мультиків, може вивести їх на платний порносайт. Це може стати небезпечним для психічного і фізіологічного самопочуття та для формування статево-рольової ідентичності як підлітків, так і осіб юнацького віку. Крім того, за віртуальними контактами криються сумнівні знайомства з особами, які там серфінгують і мають при цьому небезпечні наміри.

За даними О.Г.Злобіної, в кілька останніх років відбувається активне перетворення дозвіллевих уподобань молоді. Питома вага і роль у її житті традиційних дозвіллевих практик помітно зменшується. Натомість дозвілля активно переноситься в Інтернет. Так, якщо у 2003 р. в Інтернеті проводили час лише 6% росіян і 4,6% українців, то в 2010 р. Інтернет став найпопулярнішим місцем і способом дозвілля: в дозвіллевих цілях ним користувалися 60,5% росіян і 51,5% українців. Причому в Інтернет перенесено навіть ті форми проведення часу, які в принцип підключення до мережі. Наприклад, 60% росіян і 47,9% українців слухають в Інтернеті музику; 53,6% росіян і 41,2% українців дивляться фільми і серіали; 33,4% росіян і 26,5% українців читають в Інтернеті газети і журнали; 30% росіян і 15,6% українців переглядають там фотографії й образотворчі матеріали [13].

З поширенням Інтернету істотно змінилися й практики спілкування молоді. Інтернет стає найпопулярнішим місцем для спілкування й пошуку нових знайомств і найзручнішим інструментом для реалізації комунікації. За

О.Г.Злобіною, 61,8% росіян і 54,9% українців листуються з іншими людьми за допомогою електронної пошти; 56,5% росіян і 43,2% українців спілкуюся в соціальних мережах («Однокласниках», «Контакті», «Фейс-буці»); 41% росіян і 27,6% українців спілкуються в чатах, блогах і на форумах, 16,4% росіян і 7,8% українців знайомляться на сайтах знайомств [13].

Однак усе це спричинилося численними побічними наслідками, і якщо використання молоддю Інтернету для розширення і збагачення дозвіллевих практик з певними обмовками вважається нормальним явищем, то активне перенесення в Інтернет значної частки навчальної діяльності і міжособистісного комунікування є, на думку дослідників, проблемою, яка потребує серйозного розгляду.

2.3. Перспективи і ризики включення молоді в інноваційні зміни

Залежно від характеру соціальної мобільності та особистої активності молодих людей щодо включення їх в інноваційні процеси, опанування ними відповідними інноваційними технологіями, а також залежно від сфери впровадження освітніх та інших інновацій можна говорити щонайменше про дві групи пов'язаних із цим ризиків: 1) ризики низької інноваційної активності та неналежного включення в інноваційні зміни (які насамперед виявляються в стосунках молодих людей з освітніми технологіями, особливо технологіями мезо- і макрорівнів); 2) ризики гіперактивності та надмірного включення в інновації (які особливо яскраво виявляються в стосунках молоді з новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями, особливо з мережевими, тобто з Інтернет-технологіями).

Недостатнє включення, або ухилення найчастіше виявляється у відсутності інтересу до інновації, в нерозумінні адресатами інновації цілей і пріоритетів останньої, а також того, як ці цілі й пріоритети збігаються із їх власними інтересами і пріоритетами, в негативному чи байдужому ставленні до інновації та у відсутності бажання її підтримувати. У зв'язку з цим Т.С.Кабаченко говорить про порушення ініціативи й усіх видів активності –

як інтелектуально-пізнавальної, так і поведінкової – пропонує три групи критеріїв оцінки цих порушень: критерії порушення активності; критерії порушення регуляції активності; критерії несприятливих фонових станів.

Критеріями порушення активності є: 1) утруднення довільного смислоутворення і цілепокладання; 2) дезактуалізація раніше сформованої системи спонук (втрата смислу того, що було значимим, втрата смислу життя в цілому без переживання фрустрації чи її загрози); 3) переживання фрустрації актуальних потреб (чи її загрози), усвідомлення дезактуалізації значимого; 4) порушення в системі базових потреб, задоволення потреб у неадекватний, невідповідний соціальним стандартам (асоціальний) спосіб, наприклад, за допомогою сили, стимуляторів настрою тощо [19].

Критеріями порушення регуляції активності є: 1) наявність настанов, що гальмують включення в процес задоволення потреб (порушення ідентифікації, брак емпатії, недовіра до людей і світу, відчуження, викривлення соціальних контактів (уникнення чи, навпаки, нерозбірливість), відчуття безперспективності, конформізм тощо); 2) стереотипність свідомості, переважання емоційних компонентів в структурі наявних соціальних настанов і т.п.; 3) переважання в структурі Я-образу недиференційованих уявлень та узагальнених оцінок, їх дезінтеграція, що гальмує соціальну активність і задоволення базових потреб [19].

Критерії несприятливих фонових станів – це насамперед показники домінування негативних, неоптимальних психічних станів (страху, тривоги, депресивних настроїв, напруги, апатії, почуття провини, емоційного збудження чи, навпаки, емоційного збіднення, нечутливості тощо) [19].

Як вже зазначалося, порушення переважно виявляються в сфері взаємодії молодих людей з освітніми технологіями, які часто сприймаються ними як непотрібні і нав'язані ззовні. Це ставить під загрозу успішну реалізацію освітніх технологій. У цьому разі постає питання про спеціальні засоби активації і залучення: 1) **індивідуальні форми і засоби включення** (що активують інтерес і бажання обговорювати певні події і зміни з іншими

людьми в процесі міжособистісного комунікування чи комунікування в режимі онлайн); 2) **групові форми і засоби включення** (ініційовані зацікавленими особами спеціальні заходи – семінари-практикуми, ділові ігри, спеціальні наради, соціально-психологічні тренінги тощо); 3) **включення на рівні широкого суспільного обговорення** (спеціальні програми на телебаченні і радіо, соціальна реклама, висвітлювані засобами масової комунікації науково-практичні конференції та круглі столи за участю цільових аудиторій, громадськості й експертів, тематичні виставки та інші).

Спеціально створені **ситуації включення** активують інтерес і рефлексивну позицію адресатів інновації, стимулюють до аналізу і роздумів. Включення поглиблюється за створення ефекту **спостереження позитивної динаміки** (інформування про позитивні проміжні результати та очевидність їх корисності, адже люди повинні бути свідками бодай незначних позитивних змін; створення враження масової підтримки, що «всі думають саме так», упевненості, що все йде в потрібному напрямі і т.ін.

Надмірне включення в освітні інновації зазвичай виявляється у розчаруванні через неможливість швидко отримати бажані результати, емоційному вигоранні, зростанні психічної напруги, дезорієнтації у великій кількості інформації, десистематизації знань і уявлень, порушеннях комфортного і стабільного функціонування.

У зв'язку з цим насамперед слід говорити про оптимальний рівень інформованості, щодо цілей, завдань і очікуваних результатів інновації. З одного боку, належна інформованість про цілі і результати інноваційних змін, їх розуміння і прийняття є важливою умовою практичного включення в інноваційний процес та його підтримки. Однак, з іншого боку, чим інформованішою є аудиторія, тим важче її зацікавити новими ідеями і тим меншою є ймовірність того, що будь-які нові аргументи спонукають її думати і діяти по-новому.

Одним із ризиків надміру включення в інноваційні процеси є «інноватизація свідомості і поведінки». Зворотною стороною яких є

поверхневість, ігнорування традиційних канонів, нездатність обирати найважливіше і найпріоритетніше та концентруватися на цьому тощо.

Не випадково час від часу активуються питання щодо **заходів з інноваційної безпеки**, основними напрямками якої є: 1) індивідуальна психологічна безпека; 2) безпека суб'єктності інноваційного розвитку (забезпечення здатності суб'єктів до інноваційного розвитку та контроль за його перебігом); 3) організація інноваційної діяльності (контроль і забезпечення умов діяльності); 4) передбачення і врахування наслідків інноваційної діяльності; 5) екологічність інноваційних змін та соціальна відповідальність за їх близькі і віддалені наслідки.

До порушень інформаційно-психологічної безпеки, за Т.С.Кабаченком, належать: 1) порушення цілісності соціальних суб'єктів (структури їх цінностей, мотивів, цілей, структури особистості тощо); 2) порушення адаптивного їх функціонування; 3) порушення особистісного розвитку. Ці порушення зазвичай мають системний характер, тобто йдеться не про окремі ситуаційні їх вияви, а про певний їх симптомокомплекс [19]. Критерії виявлення цих порушень поділяються на дві групи: 1) критерії порушення орієнтаційної основи психологічної безпеки; 2) критерії порушення психологічної адаптації людини.

Критеріями порушення орієнтаційної основи психологічної безпеки є: 1) порушення вибірковості в інформаційній взаємодії (йдеться про суб'єктів, канали, зміст інформації і т.ін.); 2) порушення довірливості у встановленні і перериванні інформаційної взаємодії (процесу споживання інформації); 3) втрата критичності щодо змісту інформаційних повідомлень і комунікаційних намірів його авторів; 4) викривлені уявлення про Світ, дезінтеграція образу Світу тощо [19].

Критеріями порушення психологічної адаптації є: 1) порушення автономності особистості; 2) порушення соціальних зв'язків; 3) дезінтеграція картини світу; 4) дезінтеграція образу „Я”; 5) послаблення вольового потенціалу; 6) вибір неадекватних способів задоволення потреб; 7) втрата

смислу життя; 8) втрата відчуття самоцінності; 9) переважання негативних емоційних переживань над позитивними [19].

При управлінні інноваційними процесами дедалі актуальнішими стають соціально-психологічні аспекти інновацій. А отже має відбутися рішучий перехід від об'єкт-орієнтованого підходу до підходу, орієнтованого на суб'єкта (соціогуманітарна перспектива інноваційного розвитку). Тому увага має бути акцентована на створенні середовищ інноваційного розвитку, де головними ресурсом і головною цінністю є людина та її потенціал.

Як вже наголошувалося, ризики гіперактивності й надмірного включення в інновації є особливо характерними і найяскравіше виявляються в стосунках молоді з новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями, особливо з мережевими технологіями, що реалізуються в Інтернет-просторі. Молодь вбачає в Інтернет-технологіях можливість для задоволення всіх своїх потреб – інформаційних, інтелектуальних, комунікативних, професійних, емоційних, інтимних тощо. Інтернет виступає медіумом, який опосередковує не лише її зв'язки з життям і світом, а й характер і способи її діяльності. Тож це важливий агент впливу на розвиток молодих користувачів

Однак слід зважати на те, що потреби і поведінка молоді в Інтернеті реалізуються, з одного боку, стихійно й безсистемно, а другого – переважно поза межами традиційного соціального контролю. І це створює підґрунтя для серйозних ризиків. Так дослідники визнають, що надмірне включення молодих людей у сферу дії Інтернет-технологій призводить до: 1) згортання „живих” соціальних контактів; 2) звуження інтересів, насамперед навчальних; 3) навчальної неуспішності; 4) ускладнень у взаєминах з близькими дорослими (батьками, вчителями) і друзями, наприклад, через ігнорування і невиконання своїх обов'язків тощо; 5) формування неадекватних, викривлених моделей світу, хибних моральних уявлень і цінностей; 6) „особистісних” втрат (збіднення емоцій, негативних змін характеру, егоїзму тощо); 7) виникнення Інтернет-залежності.

Розділ 3. Соціально-психологічний та технологічний супровід інновацій у сфері освіти

Успішна реалізація інновацій забезпечується трьома основними формами активності людини – комунікацією (обміном інформацією, емоціями, інтеракціями), діяльністю (практичними діями і поведінкою) і рефлексією (особливою інтелектуально-мисленневою активністю, що гарантує зворотний зв'язок із світом, іншими людьми, самою собою). Саме на цих «трьох китах» і має ґрунтуватися технологічний супровід інновацій.

3.1. Засоби впровадження й оптимізації інноваційних змін

Як показують повсякденне життя і педагогічна практика, без спеціально спроектованих і належно організованих зусиль, спрямованих на впровадження інновацій, останні виявляються мало ефективними (вони здійснюються спонтанно і надто повільно, активують у адресатів впливу не лише адаптивні, а й дезадаптивні стратегії психологічного захисту, гальмуються на всіх етапах реалізації, призводять до несподіваних і небажаних результатів тощо). А отже, цей процес – технологічний, і забезпечується він за допомогою певного алгоритму, що реалізується в п'ять основних кроків, та системи соціально-психологічних і технологічних засобів впливу, які, відповідно, також можна поділяти на п'ять груп.

Перший крок реалізації інновації – донесення до широкого загалу, громадськості і безпосередніх її адресатів інформації про інновацію, її завдання, цілі й очікувані результати, активація цікавості до неї, створення позитивного першого враження про неї.

Другий крок – якомога ширше залучення цільових аудиторій до інноваційного процесу, практичне включення їх в інноваційний процес.

Третій крок – налагодження діалогу й інших форм зворотного зв'язку між виконавцями та адресатами інновації, координація, контроль і корекція динаміки образу інновації та перебігу інноваційного процесу в цілому.

Четвертий крок – запровадження соціально-психологічних засобів з оптимізації образу інновації у свідомості її адресатів та подолання спротиву інноваційним змінам.

П'ятий крок – оцінка ефективності інноваційного процесу (в т.ч. зіставлення очікуваних, отриманих і побічних його результатів) усіма його суб'єктами: авторами і виконавцями, адресатами, широким загалом.

Соціально-психологічні й технологічні засоби успішної реалізації щойно означених кроків включають п'ять базових груп.

Перша група – технології (і засоби) донесення до широкого загалу, громадськості та адресатів інформації про інновацію, її завдання, цілі й очікувані результати. Йдеться про як тільки можливо широкий спектр засобів масового і цільового інформування про інновацію та її позиціонування з використанням медіаресурсів, піар-технологій, рекламних месиджів, ток-шоу та ін. Інструментами для цього слугують відносно локальні й масові диспути і дискусії, громадські та педагогічні слухання, ділові ігри, соціально-психологічні тренінги, фокус-групи, науково-практичні семінари, засоби із збагачення громадської думки, тренінги з активації рефлексивної позиції і рефлексивної поведінки виконавців і адресатів інновацій тощо. Основна мета цієї групи засобів – привернення уваги до інновації не тільки цільових аудиторій, а й зацікавленої громадськості, позитивне її висвітлення, донесення її задуму до широкого загалу, формування навколо неї спільного для більшості людей смислового простору. Ефективність цих засобів вимірюється за допомогою такого інтегрального показника (критерію) як **інформованість широкого загалу і цільових аудиторій про цілі, завдання й очікувані результати інновації.**

Друга група – технології (і відповідні засоби), спрямовані на практичну участь цільових аудиторій – безпосередніх виконавців і адресатів інновацій – в інноваційних змінах, їх залученні й утриманні в просторі цих змін. Це насамперед технології надання повноважень (технології емпаверменту), дослідження дією та ін., за впровадження яких адресати дістають відомості і

досвід участі в інноваціях в процесі активного і безпосереднього включення в них. Крім того до технологій залучення належать і технології збагачення громадської думки, ділові ігри, соціально-психологічні тренінги, технології активації і збагачення індивідуальної і колективної рефлексії тощо. Мета цієї групи засобів – широке залучення адресатів інновації в інноваційний процес (у т.ч. й із застосуванням флешмобів та інших засобів Інтернет-мобілізації), створення умов і ситуацій для взаємодії і співпраці між ними, набуття нових знань, умінь, навичок і досвіду участі. Інтегральний емпіричний показник (критерій) ефективності технологій і засобів даної групи – **практичне включення адресатів в інноваційний процес** [14; 52].

Третя група – засоби налагодження інформаційно-комунікаційного простору (технології конструювання соціальних мереж, або технології нетворкінгу, а також технології і засоби ініціювання й підтримання діалогу, інших форм зворотного зв'язку між виконавцями та адресатами інноваційної технології (зондування громадської думки комунікаційний аудит, моніторинг інформованості і ставлення, моніторинг змін тощо та наступне оприлюднення й якомога ширше обговорення результатів здійснених заходів серед зацікавлених аудиторій). Мета цих засобів – позитивізація й корекція образу інновації та перебігу інноваційного процесу в цілому, спрямування його в заплановане й прогнозоване русло, створення навколо інновації спільного для зацікавлених аудиторій і широкого загалу інформаційно-комунікативного простору. Інтегральний показник ефективності засобів цієї групи – **«прозорість», керованість інноваційного процесу, заснована на зворотному зв'язку** [14; 17; 49; 52].

Четверта група – соціально-психологічні 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, створення й підтримання позитивного враження про неї, організація широкої її підтримки або щонайменше враження такої

підтримки, переформулювання негативного ставлення на позитивне. Інтегральний емпіричний критерій ефективності засобів цієї групи – **загальне позитивне ставлення до інновації та її підтримка** [22; 44].

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) **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) **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 т.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**.

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

3.2. Рефлексивне управління інноваціями

Отже, як видно з попереднього викладу, соціально-психологічний супровід інновацій має бути системним і ґрунтуватися на відповідних методологічних та методичних основах. Що до системності, то, з позицій

широко визнаного за інформаційної доби системного підходу, складні соціальні системи є самоорганізаційними, самовпорядкувальними, саморефлексивними, і наділеними належними механізмами, які гарантують їм високу адаптивність, гнучкість, динамізм, готовність і здатність існувати й функціонувати в умовах невизначеності. Все це забезпечується присутнім там «людським елементом», який, власне, і гарантує належний рівень рефлексивності, без чого система втрачає свою життєспроможність.

Якість рефлексивності насамперед залежить від рівня сформованості рефлексивної культури індивідуальних і колективних соціальних суб'єктів, організацій, суспільства загалом. Високий рівень рефлексивної культури визначає не тільки відповідні способи організації рефлексії, а й інтелектуальні і ціннісні її критерії. Це набуває особливого значення в умовах «безмежних комунікацій», характерних для інформаційного світу, коли співпраця і широка соціальна взаємодія з представниками інших культур стає повсякденним досвідом, а такі характеристики соціальних суб'єктів, як особиста свобода, етичність, духовність, соціальна ідентичність, соціальна мобільність, соціальна відповідальність та ін., стають головними.

Тож **проблема управління суб'єктами соціальних відносин** набуває в інформаційному суспільстві нової якості. Одним з найефективніших за нинішніх умов вважається **рефлексивне управління** – ефективна психотехнологія впливу, заснована на методології і методах рефлексивної психології, яка віднедавна дедалі ширше застосовується на всіх рівнях функціонування соціальних систем. Згідно з рефлексивним підходом, агент управління – як його суб'єкт – мусить зважати на те, що об'єкт управління є таким умовно. В умовах рівних інформаційних можливостей суб'єктний потенціал останнього є досить високим і управління ним можливе із застосуванням лише таких управлінських стратегій, які це враховують. Тож не випадково протягом останніх десятиліть Нобелівські премії отримували в тому числі й ті вчені, які, обґрунтували доцільність ідей рефлексивної психології в таких сферах, як інформаційна економіка (Дж.Акерлоф,

М.Спенс, Дж.Ю.Стигліц), комунікативна економіка (Д.Ауманн, Ф.Фукуяма, Т.Шеллінг), психологічна й експериментальна економіка (Д.Канеман, В.Л.Сміт) та інших, де особливу ціну мають такі феномени і процеси, як спільне знання, самоорганізація й саморегуляція, прийняття рішень в умовах невизначеності і ризиків, розв'язання найрізноманітніших (у т.ч. організаційних) конфліктів, побудова ефективних відносин кооперації, активні (в т.ч. ігрові) засоби навчання тощо. Зокрема, як вважає Д.Ауманн, усі ці феномени і процеси найкраще виявляються у грі – особливій формі соціальної взаємодії. Д.Ауманн заклав основи теорії гри і розробив ігрові техніки для активації й стимулювання рефлексивної взаємодії, у процесі якої формується спільна для учасників гри реальність, вибудовується спільна картина світу, впорядковуються взаємини тощо [3; 26; 28; 43].

Рефлексивне управління здебільшого ґрунтуються на ідеях неklasичної раціональності В.О.Лефевра, які з'явилися на початку 1960-х років у зв'язку з необхідністю розробки й реалізації ряду важливих проектів у військовій сфері. Ці ідеї, зокрема, втілилися у створених В.О.Лефевром математичних моделях «внутрішнього світу» людини, які містять образи себе й інших осіб, що сформовані в свідомості: а) активної сторони (агентів, ініціаторів) рефлексивного управління; б) адресатів управлінського впливу [27]. Такі моделі дають змогу зіставляти внутрішні світи й етичні системи суб'єктів соціальної взаємодії і на цій підставі прогнозувати поведінку та узгоджувати взаємодію їх один з одним у різних умовах і ситуаціях.

Згідно з рефлексивною методологією, рефлексивне управління постає як рефлексивна, а відтак – суб'єкт-суб'єктна взаємодія, тобто як комунікація, суб'єкти якої приймають рішення, виходячи не лише з власних уявлень про дану ситуацію соціальної комунікації, а й із уявлень про цю ситуацію іншої сторони. Кожна зі сторін такої взаємодії, крім загальних знань про наявну ситуацію, має власні й певні власні уявлення про неї та намагається мислити за іншу сторону. Власне, саме це й є передумовою соціального комунікування суб'єктів такої взаємодії один з одним і впливу їх один на

одного, в т.ч. і рефлексивного управління ними один одним. Така демократична ситуація дає підстави вважати головними принципами рефлексивного управління (як відносин рефлексивної взаємодії його суб'єктів): 1) толерантну поведінку щодо партнерів та готовність сторін до компромісу; 2) створення й підтримку завищених очікувань у суб'єктів взаємодії; 3) дотримання стратегії пошуку спільних інтересів та увідповіднення цільових настанов сторін (Г.П.Щедровицький, В.О.Лефевр, В.Є.Лепський, П.В.Баранов, Г.В.Грачов, В.В.Дружинін, М.Д.Йонов, С.А.Комов, В.М.Панкратов, В.А.Петровський, Т.А.Таран, А.Ф.Трудолюбів, Ф.І.Чаусов, В.М.Шемаєв) [8; 26; 27; 28; 38; 49; 56].

Психофізіологічною основою та психологічним механізмом, що дають змогу реалізувати рефлексивне управління, є **рефлексія як особлива здатність людини (людської психіки) передбачати думки, дії і поведінку інших людей**. Відомий дослідник і практик у сфері рефлексивної психології В.Є.Лепський вважає рефлексію одною з трьох провідних форм людської активності (інші дві – діяльність і комунікація), яка забезпечує не тільки індивідуальний та особистісний розвиток людини, а й соціальний прогрес людства в цілому. Рефлексія – це, з одного боку, універсальний механізм, який – при всій своїй самодостатності – включений в усі інші механізми регуляції діяльності і функціонування людей як соціальних суб'єктів, а з іншого боку – це неодмінна ознака будь-яких дій людини, що характеризуються доцільністю, розумністю і здоровим глуздом. Рефлексія як процес, з одного боку, є процесом суто індивідуальним, а з другого – це процес надіндивідуальний, тобто процес метарівня, кожний учасник якого є одним із багатьох персонажів у системі рефлексивних відносин.

Ще на початку становлення і розвитку ідей рефлексивної психології один із перших їх апологетів В.О.Лефевр вважав рефлексію, з одного боку, особливим пізнавальним ставленням соціальних суб'єктів до світу і один до одного, здатністю їх ставати в позицію „дослідника”, „спостерігача”, „контролера” стосовно власних почуттів, думок і дій, а також думок,

почуттів і дій інших людей. У процесі рефлексії суб'єкт аналізує, оцінює, інтерпретує середовище, інших його учасників, себе самого, зіставляє оцінку наявної ситуації і оцінку власних можливостей у ній діяти і з огляду на це будує свою власну реальність, яка є для нього репрезентацією буття. Таким чином, він стає одним із персонажів особливої гри, яку В.О.Лефевр називає рефлексивною. З другого боку, за В.О.Лефевром, рефлексія є особливою здатністю соціальних систем будувати моделі самих себе і систем, з яким вони взаємодіють, а разом із цим бачити себе як проєктантів і виконавців цих моделей. Взаємне моделювання суб'єктами соціальних відносин один з одним створює можливості для включення їх у взаємну діяльність, співвіднесення наявних у кожного з них актуальних суб'єктних позицій і суб'єктивних реальностей, для здійснення узгодженої взаємодії, а відтак – засноване на рефлексії моделювання є необхідною умовою життєздатності й оптимального існування соціальних систем [28].

Виходячи зі сказаного, головною задачею рефлексивного управління є **активація рефлексії** усіх наявних і потенційно можливих учасників соціальної взаємодії або, інакше кажучи: 1) активне зацікавлення їх у ситуації, що склалася; 2) активне включення в процес рефлексивного осмислення цієї ситуації і можливих дій в її контексті; 3) активний пошук засобів змінити ситуацію (окремі негативні чинники цієї ситуації) на краще.

Необхідна умова активації рефлексії – належна **рефлексивна підготовка**, а саме **розвинена рефлексія** (як здатність мати цілісне уявлення про сутність професійної діяльності, зміст професійної компетентності її суб'єктів, відповідність себе й інших соціальній ситуації і т.ін.) та **рефлексивність** (як здатність до самопізнання і самоаналізу; усвідомлення своїх потреб і почуттів; здатність обмірковувати свою діяльність, її передумови і наслідки; готовність до перебудови діяльності; передбачення і адекватне пояснення реакцій інших людей; орієнтація у ситуації; критичне мислення; адекватна самооцінка; вміння співвідносити себе, свої можливості з вимогами соціальної ситуації; здатність до самоорганізації; вироблення

нового стилю життєдіяльності; самопроектування; самоствердження; самореалізація; самоприйняття; незалежність суджень; стабільні уявлення про себе тощо (Д.О.Леонт'єв, В.Є.Лепський, В.О.Лефєвр) [25; 26; 27].

З позицій рефлексивного підходу забезпечення рефлексивної активності суб'єктів соціальної взаємодії відбувається через стимулювання надситуативної (рефлексивної) активності, що дає змогу для зміни існуючої рефлексивної позиції, або для так званого рефлексивного виходу, які зрештою означають свідому зміну поглядів на ситуацію та ставлення до неї на основі нових знань і нового досвіду, яка відбувається з урахуванням чинних соціальних та соціально-психологічних норм і цінностей та наявного суб'єктивного й нормативного досвіду. В такому смислі вихід у над ситуативну позицію – це здатність суб'єкта виходить за межі звичної, буденної доцільності», які задаються усталеними соціальними нормами і вимогами, долати межі власного – зручного і звичного – «емпіричного Я». Гармонізація суб'єктивного і нормативного в організації діяльності пов'язана з необхідністю гнучкого поєднання звичних усталених норм (передусім культурних) і нових норм, привнесених ззовні і схвалених власною суб'єктивністю (В.О.Лефєвр, Г.П.Щєдровицький, Е.Г.Юдін) [27; 28; 56]. У цій – суб'єкт-орієнтованій – концепції свобода суб'єкта постає в істинному, онтологічному смислі.

Згідно з рефлексивним підходом, принципово важливим є те, що всі психофізіологічні й психологічні процеси, пов'язані з розвитком особистості (а саме – мислення, пам'ять, воля й інші феноменологічні ознаки індивіда), виступають не тільки як традиційні його характеристики, а насамперед як психологічні ресурси особистості. Тож рефлексивна методологія, з огляду на вимоги інноваційного розвитку, ставить на порядок денний питання про **активацію рефлексії і рефлексивної позиції суб'єктів рефлексивної взаємодії та дослідження їхньої активності (їхніх дій і поведінки), що називається, «на місцях», тобто безпосередньо у середовищах інноваційного розвитку.** Активація рефлексії і рефлексивної позиції

здійснюється з метою розблокування рефлексії і підвищення рівня рефлексивності суб'єктів інноваційних змін і відбувається через інформування їх щодо стратегічних орієнтирів і завдань організацій, членами яких вони є, створення в них свідомої мотивації підтримувати ці зміни, безпосереднє включення їх у завдання суспільного масштабу і суспільного значення, створення в них відчуття, що їхнє майбутнє залежить від них самих, впевненості у власних можливостях впливати на прийняття рішень. Це можливо в т.ч. і завдяки застосуванню спеціальних технологічних засобів, серед яких найбільш відомими і визнаними нині є так звані акціональні технології й техніки (активне соціальне втручання, надання повноважень, дослідження дією та деякі інші).

Активації рефлексивної позиції сприяють: 1) методи і засоби, спрямовані на «розширення змісту» наявної інформації, збагачення громадської думки (науково-практичні семінари, диспути, громадські дискусії, педагогічні слухання, ділові ігри, фокус-групи, тренінги активації рефлексії й рефлексивної компетентності та ін.; їх мета – посилення знаннєвої компетентності; 2) методи і засоби активного соціального втручання, в т.ч. надання повноважень; їх мета – практичне включення цільових аудиторій в інноваційний процес (зокрема, в процес обговорення і оцінки його результатів), посилення компетентності залучення, створення умов для розвитку й збагачення колективної рефлексії; 3) методи і засоби соціального нетворкінгу, або створення комунікаційних мереж; мета яких – поширення інноваційних ідей, обмін ними, зворотний зв'язок [14; 23; 46; 52].

Один із універсальних способів активації рефлексії – активація загальної й комунікативної активності, зокрема організація інтеракційної (діалогічної) взаємодії між суб'єктами комунікації. Комунікативна активність реалізується як забезпечення комунікації в спеціальних ситуаціях і видах групової діяльності, підтримка суб'єкта в «індивідуальних точках розриву комунікацій», урахування стилів і станів комунікативної активності, забезпечення зручності і психологічного комфорту взаємодії, врахування

індивідуальних потреб у спілкуванні. Ефективний інструмент – групові дискусії, які мають значний вплив на формування образу інновацій і позитивізацію ставлення до них.

Для системних якісних змін ситуації потрібні не лише нові засоби, а й нові гуманітарні (рефлексивні, суб'єкт-орієнтовані) технології супроводу інноваційних процесів. І нині вкрай актуальною є розробка відповідних – рефлексивних – технологій, або **технологій рефлексивного управління**. Важлива місія цих технологій насамперед пов'язана з так званим **табу на егоїзм**. У часи глобалізації і переходу від індустріального до постіндустріального, інформаційного, постмодерного суспільства філософія суб'єктів інноваційного розвитку не може не бути орієнтована на цінності і смисли, включені в широкий соціальний контекст. А отже, йдеться про рішення обмеження культу Его та орієнтацію на світ іншого, робиться акцент на духовному розвитку, ідеології моралі, гуманізму, ненасильства, на особистій відповідальності за власну, в т.ч. інноваційну діяльність, за її близькі й віддалені наслідки для інших людей і для суспільства в цілому.

Рефлексивні технології дають змогу здійснювати те, що рефлексивні психології називають **постнекласичною навігацією суб'єкта** – суб'єкта, який не тільки аналізує, а й синтезує реальність і закони своєї діяльності. Це не сторонній спостерігач, а активний діяч в усій повноті свого буття, навігатор у морі суб'єктних позицій, що кожна по-своєму репрезентує істини будови Світу. Його діяльність відбувається не так, як за часів традиційної організації, тобто в умовах конкуренції з іншими і необхідності захищати себе від них, а в умовах кооперації і взаємозалежних дій з представниками різних груп, в умовах нових, але зрозумілих більшості людей в усьому світі медіаторів і трендів культури, традицій, моральних цінностей тощо, які слугують йому додатковими засобами структурування себе і світу.

Рефлексивні технології поділяються на **три основні групи** [26]:

- 1) технології рефлексивного управління прийняттям рішень;
- 2) технології рефлексивного програмування;

3) технології рефлексивного моделювання.

За В.О.Лефевром, рефлексивне управління – це раціональний спосіб передачі адресатові управлінського впливу (опоненту, партнеру) підстав для прийняття ним такого рішення, яке потрібне ініціаторові впливу. І, на його думку, головна задача рефлексивного управління – створити в адресата впливу за допомогою інституціональних, мотиваційних, інформаційних та інших засобів таких уявлень про ситуацію та можливості позитивного її розвитку, які призвели б до прийняття адресатом відповідних, очікуваних ініціатором впливу рішень. Тож перша група технологій рефлексивного управління – це **технології рефлексивного управління прийняттям рішень адресатів впливу**. На думку В.О.Лефевра, це найпростіший тип рефлексивних технологій [27; 28]. Ці технології спрямовані на управління рішеннями адресатів впливу за допомогою «потрібної» інформації, формування в них «потрібних» уявлень в умовах спеціального навчання.

Насправді ж феномен рефлексивного управління можна трактувати ширше, якщо, крім прямого інформаційного впливу на процеси прийняття рішень, враховувати й можливості цільового впливу на рефлексивні структури усвідомлення з метою формування в адресатів так званих «операторів свідомості» [26]. У такому разі управлінський вплив відбувається з урахуванням індивідуально-психологічних особливостей адресатів, особливостей соціокультурної ситуації, в якій вони існують і діють, та інших, у т.ч. й «фонових» чинників.

Другий тип рефлексивного впливу, поставленого на технологічний рівень, є технології рефлексивного програмування (безпосередня мета яких – активація чи, навпаки, блокування рефлексії, нейтралізація існуючих та формування нових рефлексивних позицій, формування операторів свідомості, організація керованого хаосу).

Із перенакопиченням множинного знання світ стає непрозорим і таким, що не підлягає спостереженню, а рефлексія з приводу цих знань (як функція суспільства і гуманітарної науки) фактично виявляється заблокованою.

Накопичені масиви знань потребують структурування, створення і застосування нових мовних засобів і засобів їхнього усвідомлення (технологізації). Отже, потрібні сучасні технології виходу із нетрів наукового знання, до яких, зокрема, належать **технології конструювання рефлексивних майданчиків наукового знання**. Мета цих технологій – створення умов для формування множинних рефлексивних позицій суб'єктів пізнання. Рефлексивні майданчики дають змогу розблокувати індивідуальну і колективну рефлексію, відкрити нові канали реальності, перейти від управління «в каналах реальності» до управління «каналами реальності», а отже, долати накладені класичним науковим знанням обмеження і розв'язувати завдання, які важко або й неможливо розв'язати в рамках класичних теорій і концепцій.

Рефлексивні майданчики становлять окремий клас нового покоління гуманітарних управлінських технологій. Вони створюють рухливі й проникні межі, в яких розвивається діяльність суб'єкта, де суб'єкт структурує свою діяльність, автокомунікацію й комунікацію з іншими суб'єктами, узгоджує власну суб'єктивну реальність з реальностями інших суб'єктів, реалізує активну рефлексивну дослідницьку позицію. Ця позиція означає: 1) гнучкий зв'язок між вихідною теорією та експериментом; 2) відкритість гіпотези новим даним та достатність альтернатив для її перевірки; 3) реалізацію принципів толерантності і взаєморозуміння; 4) активацію в кожного соціального суб'єкта позиції експериментатора; 5) ініціювання діалогу, заснованого на дії механізму зворотного зв'язку; 6) можливість виходу за межі власної позиції і прийняття відповідальності за цю позицію; 7) визнання за іншими права на істину і множинність її інтерпретацій.

Інший приклад рефлексивної технології – **технологія форсайту**. Форсайт (від англ. foresight – передбачення) – це метод прогнозування майбутнього, який віддавна був засобом узгодження позицій осіб, які приймають управлінські рішення. Процедурно – це своєрідний «круглий стіл», учасники якого обмінюються баченням перспектив розвитку в тій чи

тій області. Вільний формат дискусії дає можливість висловлювати найрізноманітніші припущення і гіпотези та обговорити можливі наслідки певних подій і реакцій на них. Зрештою учасники отримують спільне уявлення про перспективи розвитку чи напрями дій у тій чи тій ситуації. Для урахування всіх можливих варіантів та отримання якомога повнішої картини залучається досить велика кількість експертів. Так, у довгострокових прогнозах науково-технологічного розвитку, що кожні п'ять років проводяться в Японії, беруть участь понад дві тисячі (до 10 тисяч) експертів з усіх найважливіших напрямів науки, технологій і техніки [42].

Методологія форсайту узгоджена з базовими положеннями філософського конструктивізму про: 1) множинність суб'єктних реальностей, співвимірність цих реальностей, можливість досягнення взаєморозуміння суб'єктів, які існують у різних перцептивних і концептуальних вимірах; 2) те, що суб'єкти, які беруть участь у форсайтному прогнозуванні, вдаючись до конвергенції й інтеграції окремих реальностей, формують і «втілюють» образ узагальненої реальності, в т.ч. образ реальності майбутнього; 3) розуміння реальності як продукту людського спілкування.

Одні напрями форсайту орієнтовані на «м'які» форми філософського конструктивізму, коли в центрі уваги постають комунікативні процеси суб'єктів формування реальності і вплив цих процесів на обмеження їхньої свободи. Другі роблять акцент на взаємодії, налагодженні широких інформаційних зв'язків, збиранні думок та інформації з багатьох джерел. При цьому форсайт має виражену суб'єктну орієнтацію.

Третій тип – технології рефлексивного моделювання – належать до соціогуманітарних рефлексивних технологій, що спрямовані на моделювання процесів прийняття рішень, а також моделювання (конструювання, проектування) нових соціальних уявлень і нових форм соціальної поведінки. Це дає змогу прогнозувати розвиток і поведінку соціальних систем, а також розробляти програми подолання опору, який звичні й застарілі рефлексії чинять рефлексіям інноваційним [16; 18; 23; 26; 39; 49].

Процес рефлексивного моделювання реалізується завдяки психологічному механізму наслідування, дія якого виявляється в рефлексивному (свідомому) чи несвідомому наслідуванні людьми певних взірців, думок, ідей, дій, способів поведінки тощо, демонстрованих спеціально створеними для цього моделями, що уособлюють певних індивідів чи певні соціальні групи.

Для здійснення рефлексивного управління ситуацією, образом, прийняттям рішень і т.ін. спочатку прогнозуються й моделюються варіанти розвитку ситуації і дії адресата (пряме завдання), а будуються стратегія і план дій з досягнення означених цілей (зворотне завдання) [43]. У зв'язку з цим є потреба в побудові моделей цілей і моделей можливостей. **Моделі цілей** (цілових настанов) репрезентують, з одного боку, ієрархію цілей, а з другого – уявлення агента управління про бажаний психологічний стан його адресатів. **Моделі можливостей** формалізують і репрезентують уявлення суб'єктів управління про можливості одне одного з досягнення заявлених цілей і можливостей взаємного впливу з метою їх узгодження і коригування. При цьому особливість рефлексивної ситуації полягає в тому, що обидві сторони мусять керуватися «презумпцією доцільності», тобто брати до уваги той факт, що можливості обох сторін мають доцільний характер [26].

Ефект моделювання як соціальної технології може бути як завгодно великим завдяки мас-медіа й іншим медійним засобам. На думку відомого вітчизняного фахівця у сфері Паблік Рілейшнз і масових комунікацій Г.Г.Почепцова, медіамоделювання є самодостатньою і майже ідеальною технологією, оскільки його алгоритм імпліцитно і в згорнутому вигляді закладений вже у самій медіамоделі, поява якої на екрані телевізора чи моніторі комп'ютера автоматично „запускає” процес моделювання [41].

Медіа-моделі демонструють нову поведінку великій кількості людей, сигналізують про те, яка поведінка є правильною, належною, соціально прийнятною, а яка – ні, задають формат зацікавленого публічного обговорення, створюють ефект широкої підтримки тощо. Як довели численні

емпіричні дослідження, особливо ефективними є моделі, які сприймаються як такі, що мають високий престиж і соціальний статус, є успішними і привабливими, здатні долати життєві проблеми, наділені силою і владою, отримують схвалення за демонстровану ними поведінку, інформують про те, де і як саме дану поведінку варто застосовувати.

Переконувальна сила медіамodelей добре відома і активно використовується на практиці фахівцями з переконувальної комунікації, реклами, піар-технологій. Ефективність цих modelей пояснюється тим, що вони: 1) одночасно демонструють нові думки й поведінку та позитивні результати їх застосування великій кількості людей і груп; 2) сигналізують про те, які думки і поведінка є «правильними», а які – ні; 3) створюють формат зацікавленого публічного обговорення інновацій, їх цілей і наслідків та видимість широкої їх підтримки тощо. Для надання моделі більшої привабливості існує безліч спеціальних прийомів (організація перформенсів, ток-шоу, форумів в Інтернеті, акцій на підтримку моделі, маніпулювання рейтингами, даними опитувань тощо) [22; 41].

Використання відомих modelей (алгоритмів) успішної діяльності – найпростіший шлях досягнення цілей і отримання бажаних результатів. Однак, в умовах інноваційної динаміки і реалізації інноваційних технологій готові зразки найчастіше відсутні. Тому в якості моделі (алгоритму) постає **проект нової діяльності**, яку належить реалізувати. Цей проект базується на аналізі позитивного попереднього досвіду і досвіду «суміжних» діяльностей, та разом із цим він передбачає творчість, імпровізацію, експромт і т.ін. У процесі реалізації проекту технолог переходить із звичної для нього позиції діяльності в нову позицію – проектувальника (як щодо попередньої діяльності, що служить матеріалом для аналізу, так і щодо проектованої діяльності). При цьому формується нова рефлексивна позиція і виробляються нові знання, які є рефлексивними відносно попередніх знань.

Суспільні й освітні інновації часто постають як ексклюзивні і мають форму проекту. **метод проектів**, або **соціальне проектування** (В.Колоколов,

В.Фєоктістов, В.Буров, В.І.Курбатов, О.В.Курбатова та ін.) – один з найефективніших технологічних напрямів ХХІ століття, заснований на філософії проектування, що передбачає специфічну планову діяльність, сутність якої полягає в науковому визначенні параметрів формування соціальних процесів та створення оптимальних умов для виникнення, функціонування і розвитку нових чи реконструйованих об'єктів [23]. Конструювання образу соціального проекту передбачає структурування певного соціального контексту, в рамках якого даний соціальний проект реалізується. Ці процеси розгортаються в певному семантичному просторі, заданому відповідним соціальним дискурсом.

Підхід до вирішення соціальних проблем з позицій соціального проектування докладно описаний у літературі з менеджменту (Т.М.Дридзе), де інновації розглядаються як товар, ідеї, технології [12]. Застосування проектного підходу у психології було проаналізовано українським дослідником В.Г.Панком [39]. Соціальний проект враховує знання про наявний і бажаний стан соціальної системи (чи соціальних процесів). Сутність проектування полягає в тому, що суб'єкт вносить зміни в дійсність згідно з сформульованими ним самим цілями, а його реалізація можлива за умови певних дій людей та наявності матеріальних, соціокультурних, інтелектуальних, управлінсько-організаційних, технічних та інших ресурсів.

Результати реалізації **соціальних проектів** виявляються у створенні (виникненні) нових соціальних феноменів (продуктів, організацій, спільнот і т.ін.), які змінюють умови життєдіяльності індивідуальних суб'єктів, соціальні взаємини, трансформують соціальний дискурс.

Метод проектів в освіті – це: 1) планування доцільної діяльності, спрямованої на розв'язання конкретного завдання у реальній освітній ситуації; 2) система навчання, за якої здобуваються знання в процесі проектування і виконання практичних завдань, які поступово ускладнюються; 3) узагальнена модель досягнення навчальної мети, алгоритм пізнавальної діяльності; 4) інтелектуально насичена творча

діяльність, яка відбувається в рамках постійного конкурсу думок; 5) шлях пізнання в дії [4; 9; 10; 18; 23; 38]. З огляду на це, метод проектування в освіті важко однозначно кваліфікувати як „традиційну” чи інноваційну технологію.

Технології соціального проектування можна поділяти на 4 групи:

1) технології інформування (постачання інформації), основне завдання яких конструювання інформаційного простору (ці технології, в свою чергу, поділяють на технології формування громадської думки і технології конструювання соціальної реальності);

2) технології конструювання соціального контексту, у т.ч. інтервенційні, або технології активного соціального втручання (активного залучення, надання повноважень тощо), завданням яких є формування соціальних суб'єктів, що беруть участь в реалізації проекту, чия діяльність і буде демонструвати позитивні соціальні зміни;

3) технології конструювання соціального дискурсу, який дозволить індивідуальним суб'єктам відтворювати нормативну модель світу, де запропоновані зміни є невід'ємною її частиною.

4) технології соціального нетворкінгу, або технології конструювання соціальних мереж [14; 40; 52].

Сучасна гуманітарна наука вийшла за межі завдань із репрезентації і пояснення соціальної реальності і поступово набуває статусу самостійної реальності, самостійної діяльності, засобу комунікації, автокомунікації і рефлексії. І хоч отримання і накопичення знань залишається одною з найважливіших функцій науки, ця функція помалу поступається першістю проектній діяльності. Підтвердження цього – поява в науковому дискурсі терміну «проектна гуманітарна наука».

На нашу думку, доцільно говорити про **базові** і **допоміжні** рефлексивні технології. До базових належать технології високого рівня, які спираються на рефлексивні процеси, що реалізуються у рефлексивних системах різного рівня організації, і чинять системний вплив на цільові аудиторії і суспільство. Будь-які рефлексивні системи мають резерв самоорганізації, який

уможлиблює ефективне й доцільне їх функціонування навіть тоді, коли вони не контактують одна з одною безпосередньо. Так В.О.Лефевр вважав самоорганізаційні рефлексивні процеси універсальним механізмом, завдяки якому космічні цивілізації здатні виявляти одна одну і здійснювати координовані дії без прямих інформаційних контактів. Для контролю за наслідками самоорганізації такого рівня хтось має на випередження усвідомлювати ці наслідки (бути здатним до прогностичної, випереджувальної рефлексії), виявляти атрактори і параметри порядку, які детермінують самоорганізаційні процеси (виявляти аналітичну рефлексію), гальмувати чи прискорювати ці процеси (виявляти корекційну рефлексію). Отже, йдеться про **керовану самоорганізацію**, а разом із цим – про **технології управління самоорганізацією**.

Рефлексивне управління в умовах інноваційних змін істотно ускладнюється тим, що за цих умов практично виключаються стандартні рішення та мінімізуються можливості опертя на минулий досвід. Тож, якщо розглядати соціальну самоорганізацію як спонтанний процес виникнення, збереження і відновлення порядку у вільній взаємодії людей, то цей процес постає як некерований. Однак, як показує широка соціальна практика, самовпорядкувальні тенденції піддаються координації і культивуванні. Нині відомі механізми активації бажаних тенденцій упорядкування і розвитку, а також механізми стримування негативних тенденцій на шляху до порядку. – і в такий спосіб самоорганізацію. Рефлексивне управління самоорганізацією вимагає продуманих рішень, систематичного відстеження ефектів, корекції правил і законів управління, а отже, воно завжди є інноваційним процесом і, за висловом В.Є.Лепського, постає як **управління управлінням** [26].

Реалізація такого управління потребує, за В.Є.Лепським, включення групового інтелекту. Власне, вона можлива лише за цієї умови, коли в процесі творчої взаємодії відбувається органічне поєднання колегіальності з автономією людської креативності, які розгортаються і взаємодіють за принципами і завдяки механізмам соціальної самоорганізації. Один з таких

принципів – утримання стійкої нерівноваги самоорганізаційних систем, яку значною мірою забезпечує перспективне планування, яке не лише гарантує дотримання балансу між перспективними і поточними справами, зовнішньою мотивацією і внутрішньою стабільністю, формою і функцією тощо, а й унормовує чутливість системи до найбільш оптимальних рішень [26].

Технології управління самоорганізацією належать до тих, які В.Є.Лепський називає технологіями сьомого укладу. По-перше, вони орієнтовані не стільки на розв'язання «внутрішніх задач» (забезпечення інформування і пізнавальної діяльності суб'єктів соціального життя), скільки на вирішення принципово нових (за масштабами, змістом, методологічним та методичним забезпеченням) системних задач («зовнішніх задач»). По-друге, вони є соціогуманітарними за змістом і характером. Умови буття в інформаційних (постнекласичних) суспільствах активують новий ресурс – постнекласичну, креативну індивідуальність, яка не просто активно творить власні суб'єктивні світи, причому творить їх у різних каналах реальності, а й здатна одночасно існувати у цих множинних реальностях. Постнекласичний суб'єкт аналізує і синтезує доступні йому реальність та їхні закони, розширює для себе спектр припустимих альтернатив і є не стороннім спостерігачем, а людиною в усій повноті її буття, навігатором у просторі множинних позицій, активним творчим началом [26].

Цей креативний ресурс, з одного боку, зумовив стрімкий розвиток гуманітарного знання та розширив поле рефлексії, в якому ці знання співіснують і співвідносяться з наявними засобами і операціями діяльності, з власними цільовими структурами і цінностями, з цілями і цінностями інших учасників соціальної взаємодії, з цілями і цінностями своєї культури. З другого боку, він створив умови і можливості для появи нового покоління технологій – **високих соціогуманітарних технологій**, які, власне, є технологіями супроводу постнекласичної (рефлексивної) концепції управління. Ці системні базові технології активують процеси формування свідомості, норм і правил, визначають межі розумної поведінки, надають

смислу подіям і обставинам, і забезпечують соціальну координацію високого рефлексивного рівня. Реалізація соціогуманітарних технологій вимагає введення в теорію і практику рефлексивного управління поняття «полісуб'єктне середовище» і визнання за ключовий концепту «суб'єкт – полісуб'єктне середовище», а також застосування методів (технік) становлення спільних смислів, ініціювання творчого спілкування тощо, які дають змогу всім учасникам соціальної взаємодії відчувати креативну силу та інші ресурси індивідуальної і колективної рефлексії.

Допоміжні (інструментально-процесуальні) рефлексивні технології – це досить представницька група технологій, яка є «робочою кухнею» технологічного процесу. По-перше, йдеться про так звані прості технології, спрямовані на розв'язання «внутрішніх» завдань, що неодмінно постають у процесі реалізації психотехнологічного впливу. Одним з таких завдань є подолання природного спротиву, який адресати чинять інноваціям. У зв'язку з цим варто окремо говорити про **технології** (і, відповідно, засоби) **подолання спротиву інноваціям**, мета яких – мінімізація (оптимізація) спротиву, який „старі” (звичні, усталені) рефлексії чинять рефлексіям новим, інноваційним. По-друге, як зазначає П.Д.Фролов, велике значення мають так звані **фонові технології**, мета яких – оптимізація перебігу технологічного процесу, створення умов для цього, зокрема, посилення дії «потрібних» чинників та/або нейтралізація дії тих чинників, які гальмують його реалізацію [52]. По-третє, йдеться про технологізацію «неважливих» (на перший погляд) чинників, які за певних обставин можуть активізуватися і відіграти справді доленосну роль в історії життя соціальної системи. Цей феномен описаний у теорії систем під назвою «його величність випадок» [6].

До допоміжних технологій умовно можна відносити **моніторинг змін** (комунікативний аудит, зондування громадської думки, цільові масові опитування, якісні дослідження громадської думки і т.ін.). Головна функція моніторингу – реалізація і технологізація процедур контролю та оцінки ефективності впровадження суспільних інновацій. Для здійснення контролю і

оцінці необхідно виробити систему критеріїв (показників), які й підлягатимуть оцінці. Об'єктом моніторингу є інформованість цільових аудиторій, соціальні уявлення, стереотипи, цінності, настанови, настрої, ставлення тощо. Мета моніторингу – з одного боку, контроль і координація інноваційного процесу, в т.ч. динаміки образу інновації в свідомості цільових аудиторій, а з другого – створення гарантій щодо забезпечення інформаційно-психологічної безпеки при використанні нових інформаційно-комунікативних технологій.

3.3. Медіаосвіта як інноваційна освітня технологія

Нині не викликає жодних сумнівів той факт, що інформаційна нерозбірливість дітей, молоді, дорослого населення країни, некритичне сприймання ними інформації можуть вивести державну систему із стану рівноваги і мати несприятливі для суспільного розвитку наслідки. Тому в часи розвинутих медіа та інформаційно-комунікативних технологій питання про інформаційно-психологічну безпеку окремих індивідів і суспільства в цілому дедалі більше постають на порядку денному. Інформаційно-психологічна безпека означає належний рівень захищеності особистості й основних сфер її життєдіяльності від потенційно небезпечних інформаційно-комунікативних впливів та наслідків цих впливів, гарантує їй збереження цілісності, стан психологічного комфорту, позитивний розвиток (Г.В.Грачов, Є.Л.Доценко, С.Т.Кабаченко, С.Г.Кара-Мурза, В.В.Різун) [8; 11; 19; 20; 31].

Один із ресурсних засобів інформаційно-психологічного захисту та запобігання деструктивних наслідків, спричинених перебуванням в сфері надмірного й нерегламентованого впливу нових ІКТ – своєчасна і якісна медіаосвіта, мета і головне завдання якої – підвищення рівня інформаційної культури й інформаційної компетентності користувачів цих технологій.

Уперше поняття «медіаосвіта» визначено ЮНЕСКО в 70-х рр. як довготривалий процес навчання теоретичних і практичних знань, умінь і навичок для ефективного й безпечного опрацювання інформації ЗМІ,

зокрема, екранних медіа. Відтоді медіаосвіта розглядається, з одного боку, як спеціальна область знань у педагогічній теорії і практиці, що має культурно-просвітницьку місію, а з другого – як інструмент посилення медіаграмотності користувачів відповідних програм і слухачів відповідних курсів. На думку російського медіапедагога О.В.Федорова, який одним із перших став провідником ідей медіаграмотності і медіаосвіти в Росії, **медіаосвіта** – це теоретико-прикладний напрям педагогіки з освоєння учнівською молоддю – як найбільш активними користувачами медіа й ІКТ – закономірностей вироблення, обігу і оптимального споживання інформації.

Медіаосвіта – як теоретико-прикладна дисципліна – це і **методологія** («знання про»), і **методика** («знання як»), і **психотехнологія впливу** («знання know how», або «знаю як»). Як методологічна дисципліна, вона міцно пов'язана з історією, культурологією, мистецтвознавством, соціальною психологією. Як методична дисципліна – вона насамперед має психолого-педагогічні корені. Як дисципліна технологічна вона насамперед ґрунтується на ідеях рефлексивної методології, організаційної психології та теорії систем. Отже, вона має очевидний міждисциплінарний характер і зміст.

В англomовних країнах феномени **медіаосвіта** і **медіаграмотність** розглядаються переважно в інструментальному значенні, а відповідні поняття закріплені в мові як синоніми, англomовний відповідник яких – **Media Literacy**. Предмет, зміст і завдання того й того – компетентна взаємодія користувачів із медіа- та ІКТ-технологіями, грамотне використання їх, у т.ч. в цілях особистого розвитку, формування системи знань і умінь, необхідних для повноцінного сприймання і аналізу людьми не тільки інформації, а й свого самопочуття в сфері її впливу, розвиток аналітичного, критичного мислення щодо цих технологій тощо [30; 31; 34].

Як показує світова практика, всі розроблені і накопичені в світовому досвіді концепції і програми медіаосвіти, які розгортаються в трьох однаково важливих напрямках – дидактичному, виховному і креативному, насамперед спрямовані на формування в користувачів таких компетенцій, як [30; 31; 34]:

- 1) **обізнаність** (загальна інформованість щодо ЗМІ та їх діяльності);
- 2) **селективність** (регламентацію змісту, критична його оцінка, вміння обирати потрібну інформацію, відповідні медіа й відповідні технології);
- 3) **адекватна тривалість споживання** (регламентація використання медіа й ІКТ, вміння планувати й витратити свій час);
- 4) **практичні уміння** (свідомий і доцільний пошук та ефективне застосування інформації, в т.ч. уміння творити медіа- та ІКТ-продукт: так С.Тіссерон, виходячи з переконання, що розуміння механізмів і технології творення такого продукту зменшує ризик потрапляння користувачів під вплив пов'язаних із ним емоцій, душевних переживань і станів, одним з перших запропонував створити в навчальних закладах спеціальні студії, де можна практично ознайомитися з усім цим);
- 5) **дистанціювання** (вміння відсторонитися від медіа, виходити за межі їх впливу, критично оцінювати ІКТ і зиски від них, у т.ч. критично сприймати різні новинки, рекламу, можливості соціальних мереж тощо, усвідомлення ризиків, володіння необхідними стратегіями і засобами захисту від негативного впливу).

Озброєний цим компетенціями, освічений (медіаграмотний) користувач:

- 1) критично оцінює медіа- й ІКТ-продукцію, усвідомлює, що ті, хто її творить, роблять це з певними – політичними, економічними, технічними, соціальними, культурними – цілями, а отже, що вона вигідна одним людям і не вигідна іншим, дотримується дистанції щодо поп-культури тощо;
- 2) усвідомлює, що медіа чинять потужний емоційний вплив і вживають для цього спеціальні технології (розпізнає ці технології, розуміє, якого ефекту добивалися і якого в дійсності досягли автори медіа-тексту; здатний розпізнавати маніпуляції і чинити їм спротив);
- 3) розуміє і має сформовану настанову на те, що використання медіа й ІКТ-технологій має бути дозованим у часі і вибіркоким за змістом, вміє розпізнавати шкідливі, неоднозначні, суперечливі впливи, орієнтований на пошук додаткових, альтернативних джерел інформації і розваг;

4) усвідомлює, що ІКТ-технології служать не лише для задоволення, що вони насамперед мають бути корисними, а також що вони містять досить конкретні соціальні й психологічні ризики;

5) має активну громадянську позицію, потребу і готовність жити в демократичному суспільстві, розуміє смисл понять «громадянська» і «соціальна відповідальність», поважає інші культури та інших людей, прагне зберігати власні гідність та ідентичність.

Медіаосвіта насамперед виховує так звану **культуру сумніву**, яка є основою специфічних і досить ефективних стратегій формування когнітивного самозахисту, в т.ч. захисту від маніпуляцій. На думку Г.Г.Почепцова, особливу небезпеку маніпуляційного інформаційно-психологічного впливу на всіх рівнях соціальної системи становить відсутність очевидних негативних ефектів і тим більше очевидних руйнацій. Маніпульовані люди і суспільства не відчують і не усвідомлюють, що їх піддають впливу, а тому в них не активується відчуття небезпеки і не спрацьовують належні захисні механізми [41].

МЕДІАБЕЗПОРАДНІСТЬ — ресурсна дезорієнтованість у поствіртуальному світі, стан неготовності до самостійної діяльності із створення і реалізації медіа-задуму; неготовність до продуктивної діяльності, взаємодії з іншими, прийняття належної допомоги, нездатність скористатися ресурсами партнерів, „своїх” групи; відсутність ресурсу до здійснення пошукової (критичної, аналітичної) діяльності, нездатність до самоорганізації. За інтенсивністю використання медійних ресурсів виділено **три типи медіабезпорадності**: 1) ситуаційна реактивна медіабезпорадність; 2) безпорадність на полюсі мінімізації; 3) медіазалежність [30; 34].

Як показує світова практика запровадження медіаосвіти, практично неможливо отримати стійкі позитивні результати в окремих напрямках і тим більше в усіх означених напрямках разом через запровадження одних лише спеціальних просвітницьких курсів чи програм. Найкраще все це може бути реалізовано в умовах цільової медіаосвіти, яка має розпочинатися в сім'ї, а

далі, з виходом дитини у світ широких соціальних взаємин – систематично і цілеспрямовано здійснюватися у навчально-виховних закладах різного рівня спеціально підготовленими для цього фахівцями. При цьому необхідно застосування цілої системи соціально-психологічних та технологічних засобів і впливів. Саме тому говоритимемо про медіаосвіту як нову (інноваційну) освітню технологію, яка в нашій країні, на відміну від багатьох інших країн світу, тільки-но запроваджується і нині має статус експерименту.

Багато дослідників наголошують на тому, що інформаційно-психологічна безпека є суб'єктивним психологічним явищем, пов'язаним із станом свідомості і переживанням психологічного комфорту, що, в свою чергу, залежать від оцінки людиною якості власного життя. Тому психологічного захисту та зміцнення насамперед потребують: 1) психіка, в т.ч. емоції і свідомість користувачів медіа та ІКТ (окремих індивідів, соціальних груп, організацій, спільнот, етносів, націй, громадянських суспільств, держав, соціумів); 2) системи адаптивних стратегій усіх цих суб'єктів; 3) механізми соціально-психологічної їх регуляції і саморегуляції. Адже відомо, що чим вищий рівень особистісної зрілості, тим більше людина керується власними переконаннями, тим надійніше внутрішньоособистісне її підґрунтя для адекватних виборів і рішень. Тим менше вона залежить від впливу зовнішніх чинників (соціального й етнокультурного поля, медіа та ін.).

Шляхи впровадження медіа освіти в педагогічну практику:

1) **факультативний**, або створення мережі факультативів, гуртків, клубів, дитячих студій, фестивалів відповідної тематики (О.Баранов, І.Левшина, Г.Поличко, Ю.Рабінович, Ю.Усов, О.Федоров, Л.Баженова);

2) **спеціальний**, або введення спеціального предмета, спецкурсу, присвяченого питанням медіа культури (С.Пензін, Г.Поличко, Ю.Рабінович, Ю.Усов, О.Федоров);

3) **інтегрований** (функція медіаосвіти покладається не лише на школу, а й на сім'ю і безпосередніх „винуватців” проблеми, а саме на ЗМІ).

Медіаосвіта як технологія впровадження в освітній простір і, зокрема, в навчально-виховний процес спеціальних освітніх медіапрограм має значну цінність не лише для молоді, яка навчається і набуває фахових компетентностей, а й для суспільства в цілому – як умова успішного його функціонування, збереження і позитивного розвитку його культури тощо.

3.4. Шляхи оцінки ефективності інноваційних змін в освіті

Відповідь на запитання щодо ефективності інноваційних технологій, у т.ч. в освіті, залежить від багатьох чинників. Наприклад, від розуміння поняття «ефективність». У перекладі з латини *effectivus* означає «дієвий», а отже, ефективність пов'язана з результативністю. В організаційній психології є два розуміння ефективності: 1) внутрішня ефективність (*efficiency*), або економічність, що вимірює найкраще використання ресурсів та оптимізацію організаційних процесів; 2) зовнішня ефективність (*effectiveness*), якою вимірюється досягнення організаційних цілей.

Отже, ефективність можна розглядати як **кінцевий соціальний результат, одержаний в оптимальні терміни і при якнайменших витратах**, або, інакше кажучи, з одного боку, як **очікуваний** (запланований і передбачуваний) **кінцевий результат**, а з другого – як **процес** (ресурсоємність, швидкість перебігу тощо). Виходячи з цього, говорити про дві групи оцінних критеріїв: 1) критерії операціоналізації й оцінки проміжних і кінцевих результатів; 2) критерії вимірювання й оцінки процесуальних характеристик впроваджуваної технології.

Оцінка ефективності інновації може здійснюватися різними її суб'єктами: 1) *авторами і виконавцями* (з огляду на витрати ресурсів на всіх етапах реалізації технології та відповідність проміжних і кінцевих результатів тим, що були заплановані); 2) *адресатами* (з огляду на показники позитивної динаміки образу інновації у свідомості її адресатів, її підтримки адресатами, кількості залучених до інноваційного процесу); 3) *суспільством у цілому* (з огляду на оцінки даної технології, її цілей і результатів, які дають

незалежні експерти, фахівці, учасники публічних дискусій тощо, керуючись інтересами суспільства, соціуму, людства). Як уже наголошувалося, за Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» моніторинг і оцінка ефективності інноваційної діяльності й інноваційних процесів є важливим завданням державного рівня.

Для визначення критеріїв оцінки ефективності інновацій корисним є досвід ергономічного підходу, згідно з яким цими критеріями є продуктивність, безпека, задоволення і розвиток суб'єктів інноваційних змін та форм їх активності. Однак, ці оцінки мають переважно якісний характер, а отже, їх важко виміряти. Отже, вирішальною є думка суб'єктів: 1) тих, які включені в інноваційні процеси; 2) тих, хто просуває і впроваджує інновації.

Для передбачення потенційних загроз при розробці методології і принципів гуманітарної експертизи слід виходити щонайменше з трьох тез:

1) «презумпція винності»: будь-яка соціальна (освітня, науково-технічна чи інша) інновація має вважатися джерелом можливих негативних наслідків, ризиків, загроз і т.ін. для людського потенціалу, доки зворотне щодо неї не доведено;

2) «презумпція пильності»: як показує практика аналізу успішних і неуспішних інновацій, гальмування інновацій, спротив їм, негативні їх ефекти і наслідки тощо виявляються непередбачуваними не тому, що їх принципово неможливо було спрогнозувати, а тому, що для цього не були здійснені спеціальні зусилля;

3) «презумпція соціальної відповідальності».

У зв'язку з цим необхідно приділити належну увагу організації систематичної діяльності з прогнозування загроз для людського потенціалу. Ядро цієї діяльності – **соціогуманітарна експертиза**, яка знаменує перехід від «вузької технологічної експертизи» до міждисциплінарної експертизи, заснованої на «дискурсивній раціональності», до рефлексивного діалогу, в т.ч. у форматі широкої публічної дискусії. Така експертиза передбачає критичний аналіз передумов і вихідних уявлень – як власних, так і опонентів,

а також означає перехід від простого зіставлення «витрат» і «зисків» на позиції **глобальної етики й культури спільної відповідальності**. Результат експертизи – баланс позитивних і негативних ефектів різних аспектів певної технології та вироблення уявлень про оптимальні корекційні впливи.

У міждисциплінарних (ергономічних) дослідженнях склалася традиція виділяти чотири базові види критеріїв оцінки: 1) продуктивність; 2) безпека; 3) задоволення; 4) розвиток суб'єкта і його діяльності.

З одного боку, оцінці підлягають спричинені даною технологією зміни (ефекти, наслідки) – як вони є, а з другого – відповідність цих змін тому, що планувалося як бажаний результат. Отже, один із способів оцінки ефективності – порівняння на основі «прозорих» і однакових критеріїв певних станів, кондицій, можливостей об'єкта перед здійсненням впливом і після нього. З огляду на це, чітке усвідомлення медіатехнологом, на які саме зміни він розраховує, вже саме по собі може слугувати критерієм ефективності запроваджуваної ним технології. Однак, цей у своїй суті правильний погляд на проблему, на нашу думку, потребує уточнення: він є безсумнівно правильним у разі, коли цілі технології є не маніпулятивними, а справді просоціальними. Тому що в іншому випадку виникає низка парадоксів. Так, наприклад, у результаті запровадження маніпулятивної медіатехнології отримано не ті результати, які очікувалися. Можливо, з погляду тих, на кого була спрямована технологія або/і з погляду сторонніх експертів, ці результати є навіть значно кращими, ніж планували замовники і виконавці технології, але не такі, які мали б бути. Тож виходить, що технологія „не спрацювала”, виявилася неефективною. Або, наприклад, умовний технолог-маніпулятор досягає своїх корисливих цілей і вважає запроваджену ним технологію ефективною, але це може оцінюватися інакше з погляду інших суб'єктів інноваційної технології. У такому разі оцінка ефективності інноваційних, в т.ч. інформаційно-комунікативних технологій – як соціальних технологій впливу – враховує не тільки соціальну їх користь і

придатність, а й містить **морально-етичну складову**. Це істотно ускладнює оцінку ефективності проміжних і кінцевих результатів.

Будь-яка технологія обов'язково передбачає не лише поетапну й систематичну роботу, а й поетапну оцінку результатів цієї роботи – оцінку ефективності технології. Тому завжди постає питання про відповідні технічні, технологічні і соціально-психологічні критерії цієї оцінки. Оцінка ефективності технології на кожному з етапів залежить не лише від того, наскільки успішно реалізуються завдання даного етапу, а й від того, з яких (і з чийх) позицій це робити: з огляду економічної доцільності, з огляду на поширення технологій (і з позиції тих, хто їх розробляє і запроваджує), з огляду на „привласнення” технологій тими, на кого технологія спрямована (тобто з позиції індивідів, які включаються в процес реалізації технологій).

Отже, постає питання про конкретні й чітко сформульовані „проміжні” („часткові”) критерії оцінки „проміжних” (характерних для конкретного етапу) результатів реалізації медіатехнології в межах конкретної інформаційно-комунікаційної кампанії. Наприклад, у сфері Паблік Рілейшнз (зокрема, в сфері політичного піару) такими формальними критеріями оцінки ефективності інформаційно-комунікативних технологій можуть бути:

- 1) кількість повідомлень та задіяні для їх поширення канали;
- 2) кількість членів цільової аудиторії, що отримали повідомлення, відносно до об'єму загальної аудиторії (всіх, хто потенційно міг би отримати повідомлення) та ефективної аудиторії (тих, для кого вони розроблялися);
- 3) кількість людей, які дізналися про зміст повідомлення;
- 4) тривалість перегляду (тривалість ”обробки” свідомості споживачів);
- 5) середня частота контактів окремих представників цільової аудиторії з інформацією за певний період часу (показник Frequency): наприклад, для запам'ятовування певного політика і його імені необхідно, щоб людина мала щонайменше 3-4 зустрічі з інформацією про нього, а кожне повторне знайомство з нею збільшує ймовірність запам'ятовування на 10-20%);
- б) рейтинги програм: рейтинг відомості (рівень ознайомлення людей з

програмою); рейтинг включення (обсяг аудиторії, залученої до певної передачі); рейтинг ставлення (довіра до певної передачі, каналу тощо).

Змістовними показниками ефективності (критеріями результативності) інформаційно-комунікативних технологій є, за В.П.Корольком, відповіді на запитання [22]:

- 1) який саме зміст запам'ятався адресатам ІКТ-впливу?
- 2) скільки осіб утримали дане повідомлення в пам'яті?
- 3) скільком людям вони переповіли почуте?
- 4) з яких джерел було отримане повідомлення?
- 5) скільки людей змінили свою думку під впливом повідомлення?
- 6) у скількох людей змінилися настанови (рефлексивна позиція)?
- 7) скільки людей змінили свою поведінку і почали діяти бажаним, з погляду ПР-програми, чином?

Однак, це досить прагматичний підхід, який не враховує ані інформаційно-комунікативних інтересів адресата впливу, ані ті вигоди, які матиме суспільство в результаті їх запровадження.

Вибір необхідних – сталих, об'єктивних, „прозорих” і доцільних – критеріїв оцінки є не простим завданням. Він істотно залежить як від обраного підходу до оцінки ефективності перебігу і кінцевого результату запровадження технології (ці підходи означені нами в попередньому розділі), так і від того, хто саме зацікавлений: а) у саме такому кінцевому результаті; б) в об'єктивній його оцінці – „суб'єкт” (виробник, той хто реалізує технологію і чинить технологічних вплив) чи її „об'єкт” (споживач технології, суб'єкт, на якого технологічний вплив спрямований), або, інакше кажучи, від того, з яких позицій оцінюється ефективність технології.

Інноваційний процес розгортається не у вакуумі, а в конкретній соціальній та історично-культурній ситуації, в конкретному соціумі. У зв'язку з цим, постає питання про „трирівневу” оцінку його ефективності, яка має **соціально-технологічний** (запланований автором технології і бажаний передусім для нього), **соціально-психологічний** (наскільки конструктивним,

позитивним чи, навпаки, деструктивним, негативним цей вплив і його результати є для окремих індивідів і/чи цільових аудиторій) та **соціально-екологічний** (або, згідно з системним підходом, внесок у „загальну ентропію суспільства”, тобто результат, значимий для на рівні суспільства в цілому) аспекти. Виходячи з цієї моделі, об’єктивна і системна оцінка ефективності технологій формування громадської думки також має бути трирівневою і враховувати інформаційно-комунікаційні інтереси всіх суб’єктів, а саме в трьох відносно автономних площинах (напрямах): 1) з погляду суб’єктів (агентів) впливу; 2) з погляду „об’єктів” впливу, тобто тих, на кого спрямований вплив; 3) з погляду суспільства як „незалежного експерта”, „третейського судді”, „істини в останній інстанції”, тобто оцінка соціальної значущості результатів з огляду на інтереси й вигоди на рівні суспільства.

Перша група оцінок. У даній групі критеріїв, власне, репрезентовані уявлення про ефективного комунікатора (ефективне джерело інформації), а саме про комунікатора, який здійснює таку комунікацію, що забезпечує реалізацію поставлених інформаційно-комунікаційних цілей. Цими техніко-технологічними критеріями можуть виступати:

1) показники донесення повідомлень до цільових аудиторій у належному обсязі, або показники ефективного поширення й обігу інформаційних повідомлень (кількість повідомлень, переданих за певний проміжок часу, кількість і характер задіяних інформаційних каналів, показники обміну інформацією в мережах міжособистісного спілкування тощо);

2) критерії охоплення цільових аудиторій, залучення їх до потрібних повідомлень – кількість представників цільової аудиторії, що мають той чи той доступ до повідомлень і потенційно могли б їх отримати (об’єм загальної аудиторії, на яку повідомлення було розраховано), кількість тих, хто реально дане повідомлення отримав (ефективна аудиторія), а також кількість тих, що сприйняли й осмислили його зміст (активна аудиторія);

3) рейтинги інформаційних джерел: рейтинги відомості (інформованість цільової аудиторії про конкретні видання, програми, передачі), рейтинги

включення (обсяг аудиторії яка охоплюється певним виданням, програмою або їх сукупністю), рейтинги ставлення (довіра, прихильність аудиторії до певної передачі, каналу тощо) й інші.

4) адекватність створених месиджів наявним інформаційно-комунікаційним цілям;

5) ефективність контролю за реалізацією в процесі запровадження технології обраної інформаційно-комунікаційної політики;

6) відповідальність комунікатора за наслідки, спричинені реалізацією даної інформаційно-комунікаційної політики тощо.

Друга група оцінок – оцінки ефективності з погляду адресатів впливу, тобто соціальних суб'єктів, на яких спрямований інноваційний вплив. Це передусім соціально-психологічні оцінки, які значною мірою „прив'язані” до етапів реалізації технології і стосуються: 1) ставлень об'єктів впливу до змін, що їм пропонуються чи що вже відбулися, до тих, хто чинить технологічний вплив, до засобів впливу тощо (критерії ставлення); 2) оцінки ними корисності пропонованих медіатехнологією змін (критерії доцільності змін); 3) знання і розуміння суб'єктами впливу особливостей „своїх” цільових аудиторій та орієнтація на ці особливості (увідповіднення месиджів з переконаннями, цінностями, уявленнями, настановами цільових аудиторій) (критерії усвідомлення змін); 4) взаємоузгодження, узгодження переконань, інтересів, цілей спонук, настанов і т.д. суб'єкта і об'єкта впливу (критерії відповідності інтересів); 5) визначення глибини і тривалості впливу (що дає можливість відстежувати динаміку громадської думки з приводу важливих суспільних питань, рівень громадської підтримки тих чи тих суспільно-політичних подій і акцій, динаміка рівня громадсько-політичної активності, залучення на рівні поведінки до тих чи тих політичних акцій і подій тощо).

Третя група – соціальні оцінки інноваційних технологій та результатів їх запровадження, які даються їм з огляду на інтереси суспільства, соціуму, людства; це публічні оцінки інноваційних технологій з боку незалежних експертів, учасників публічних дискусій, громадських обговорень і т.ін.

Соціальна доцільність медіатехнологій становить особливу проблему і особливу сферу оцінювання ефективності. Почасти саме тому впровадження соціальних технологій завжди актуалізує питання про соціальну відповідальність їх авторів і виконавців не тільки перед цільовими аудиторіями, а й перед суспільством загалом. При декларуванні доцільності, екологічності і просоціальності соціальних технологій останні потенційно здатні призводити до непередбачуваних і небажаних наслідків. Коли йдеться про запровадження нових медіатехнологій, питання полягає не лише в „пом’якшенні” їх самих і впливу їх на суспільний розвиток, а й у тому, щоб адаптувати суспільство і населення до них, а також у соціальній відповідальності за саму природу інформаційних технологій. Отже, ці технології завжди мають перебувати в стані розуміння себе суспільством – інакше вони просто не будуть розпізнані (як факт соціальної дійсності), сприйняті (як агент соціального впливу) і підтримані (як агент необхідних і доцільних соціальних змін, до якого варто поставитися серйозно).

Соціальними (точніше, соціально-екологічними) **критеріями оцінки** ефективності (як просуспільного спрямування) інноваційної технології є:

1) критерії соціальної доцільності (соціальної корисності, просоціальності) спричинених технологією наслідків і ефектів на даному етапі його розвитку (в динаміці);

2) критерії впливу технологій на соціальну мобільність об’єктів впливу (динаміка соціальної мобільності на всіх рівнях соціальної системи);

3) критерії екологічності технології та її результатів (оцінка з погляду відсутності загрози маніпулювання масовою свідомістю, відсутності загрози інформаційній і національній безпеці суспільства);

4) критерії соціальної відповідальності авторів, розробників і виконавців технології (визначення і оцінка позицій автора і замовника технології, оцінка цілей технології і т.п.

Отже, ключовою ідеєю добору критеріїв оцінки ефективності інноваційних технологій є внесок їх у національну безпеку країни, соціальна їх

корисність і соціальна відповідальність перед суспільством, країною й прийдешніми поколіннями.

Саме соціальні критерії впливу інноваційних технологій на соціальне життя суспільства найчастіше ігноруються технологами під час оцінки ними ефективності запровадження розробленого ними технологічного продукту. Для цього є щонайменше дві причини: 1) реалізація соціальної технології спрямована на задоволення вузьких, особистих, корпоративних та інших „егоїстичних” інтересів, якими замовники і автори технології не бажають поступатися; 2) з причини браку професіоналізму на всіх рівнях реалізації технології. Тож окрему групу становлять критерії розпізнавання маніпуляційних впливів. Російський дослідник проблем інформаційно-психологічної безпеки Г.В.Грачов пропонує розглядати процес маніпуляцій з п'яти основних позицій:

- 1) з позиції маніпулятора;
- 2) з позиції адресати маніпуляційного впливу;
- 3) з позиції свідка (стороннього спостерігача);
- 4) з позиції моральної оцінки ситуації маніпулювання;
- 5) з позиції аналітика (незалежного експерта) [8].

З одного боку, медіатехнології є творінням соціуму, продуктом діяльності людей і віддзеркалюють культуру, характер, соціальні звичаї і звички, інтереси соціуму, соціальну його практику, соціальну структуру тощо. Вони не містять у собі нічого принципово нового і є найскоріше предметом соціальних домовленостей. Здатність технологій чинити вплив на громадську думку і спричинювати соціальні зміни є скоріше потенційною, і цей вплив не обов'язково є безпосереднім, автоматичним і революційним. З іншого боку, створені людьми для зручності й оптимізації свого життя і діяльності, нові технології починають активно впливати на їхнє життя. Вони диктують споживачам форми інформаційного обміну і соціальної взаємодії, які позначаються не лише на рівні окремих індивідів (мікрорівні) соціальної системи, а й на рівні розвитку суспільства в цілому. І це змушує авторів і виконавців технологій враховувати їх екологічність і суспільний,

просоціальний внесок їх у суспільний розвиток, усвідомлювати той факт, що внесок цей у підсумку має визначатися в термінах гуманізму, демократії, толерантності, просоціальності тощо. Не випадково відомий медіамагнат Білл Гейтс зрештою дійшов висновку, що інформаційно-комунікативні технології, які так активно розвивала його кампанія, є лише часткою (і, причому, навіть не найголовнішою) людського існування. Він висловлювався за те, що „комп’ютери слід налаштувати на систему людських цінностей” і зосередив свої філантропічні зусилля на системі охорони здоров’я [5].

До **соціально-екологічних критеріїв оцінки ефективності інноваційних технологій** належать:

- 1) критерії соціальної доцільності і корисності (просоціальності) спричинених ними ефектів і наслідків на певному етапі їх запровадження;
- 2) критерії впливу на соціальну мобільність об’єктів впливу (динаміка соціальної мобільності на всіх рівнях соціальної системи);
- 3) критерії «неманіпулятивності» технології та її результатів (оцінка з погляду відсутності загрози маніпулювання масовою свідомістю, відсутності загрози інформаційній і національній безпеці суспільства);
- 4) критерії соціальної відповідальності авторів, розробників і виконавців технології (визначення і оцінка позицій автора і замовника технології, оцінка цілей технології і т.ін.).

Ключовою ідеєю добору соціально-екологічних критеріїв є оцінка внеску оцінюваної технології в національну безпеку країни, соціальна її корисність, соціальна відповідальність її авторів перед суспільством, країною і прийдешніми поколіннями. Саме ці критерії найчастіше ігноруються медіатехнологами під час оцінки ними ефективності запровадження розробленого ними технологічного продукту. Це відбувається найчастіше за умов: 1) браку професіоналізму; 2) спрямування замовників технології на реалізацію корпоративних (і найчастіше „егоїстичних”) інтересів.

Сучасне суспільство вочевидь потребує якісно інших – неманіпулятивних, екологічних, психотерапевтичних засобів і практик інформаційно-комунікаційного обміну, а відтак і відповідних психотехнологій впливу.

Суспільство активно потребує саме такого впливу. І підвищення компетентності журналістики як соціального інституту медіасуспільства – важливе стратегічне завдання журналістської освіти. Від цього залежать інформаційна і національна безпека суспільства. Йдеться про створення „фільтрів інформації”, посилення захисного потенціалу, розробка технологій нейтралізації негативних інформаційних впливів, мінімізація маніпуляційних впливів.

ЗАКЛЮЧЕННЯ

Ефективність запроваджуваних в освітньому просторі інновацій визначається насамперед якістю соціально-психологічного та технологічного їх супроводу, а саме тим, наскільки реалізація інновації постає як системний, доцільно організований, послідовний (етапний) процес їх просування в напрямі від мети до запланованих результатів; застосуванням відповідних засобів, дій та прийомів; особливостями соціальної ситуації, в якій інновація реалізується; тим, як вона сприймається населенням (передусім – лідерами думок) і який її образ сформувався в індивідуальній свідомості адресатів та у громадській думці. Отже, йдеться про необхідність соціально-психологічного та технологічного супроводу впровадження тої чи тої інновації.

Ефективний соціально-психологічний і технологічний супровід інновацій – це значною мірою формування позитивного їх образу у свідомості адресатів та ефективне управління цим образом. Для цього слід зважати, що 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 т.ч. й 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.

Крім того, ефективний соціально-психологічний та технологічний супровід інноваційних перетворень передбачає: 1) застосування усього можливого спектру психотехнології – від традиційних інформаційно-комунікаційних технологій (або технологій формування громадської думки) до технологій конструювання соціальної реальності, активного соціального втручання (серед яких – технології розвитку спроможності, надання повноважень і т.ін.), конструювання соціальних мереж та ін.; 2) застосування усього можливого спектру рефлексивних психотехнологій, спрямованих на активацію і збагачення індивідуальної й колективної рефлексії суб'єктів інноваційного процесу – від створення рефлексивних майданчиків наукового знання до «збірки» соціальних суб'єктів (групоутворення, групової динаміки, групової згуртованості тощо) за допомогою системи відповідних технологій.

Усі ці технології реалізуються і чинять соціально-психологічний вплив насамперед у таких напрямках, як: 1) управління знаннями й уявленнями про інновації; 2) управління ставленням до інновацій; 3) управління комунікацією, діями і поведінкою суб'єктів інновацій; 4) управління рефлексією (як процесом) і рефлексіями (як його результатами) суб'єктів інновацій; 5) оцінка ефективності отриманих результатів і наслідків. Відповідно, умовою ефективного рефлексивного управління та оптимізації інноваційного процесу мають застосовуватися щонайменше п'ять груп засобів і прийомів: 1) засоби донесення інформації про інновацію, її завдання, цілі й очікувані результати до широкого загалу й безпосередніх її адресатів; 2) засоби практичного залучення адресатів інновації до інноваційного процесу; 3) засоби подолання спротиву інноваційним змінам; 4) засоби налагодження зворотного зв'язку між виконавцями та адресатами інноваційної технології з метою координації, контролю і корекційного впливу на динаміку образу інновації і перебіг інноваційного процесу в

цілому; 5) засоби комплексної оцінки ефективності запровадження інновації:
а) її авторами і виконавцями; б) її адресатами; в) суспільством у цілому.

Управління суспільством в умовах глобальних ризиків сьогодення потребує розробки світоглядних основ і методології для створення й реалізації нових неманіпулятивних соціогуманітарних, в т.ч. освітніх технологій, спрямованих на: 1) побудову «проектної ідентичності» суспільства; 2) розробку ефективної інноваційної системи та адекватних моделей інноваційного розвитку в умовах; 3) консолідацію інноваційної еліти (політичної, наукової, освітньої тощо); 4) переорієнтацію національної безпеки з «окопної логіки» захисту від загроз до «логіки забезпечення здатності суб'єктів існувати в динамічному світі»; 5) створення простору знань інноваційного розвитку та високотехнологічних активних середовищ, орієнтованих на множинні джерела інновацій і системне їх застосування.

Успішний розвиток сучасних – високоінформаційних, інноваційних – суспільств ставить на порядок денний питання про інформаційно-психологічну їх безпеку, в т.ч. про ефективний соціально-психологічний супровід системних інноваційних змін за допомогою неманіпулятивних, гуманістичних психотехнологій впливу, які є достойною альтернативою технологіям маніпулятивним. Найоптимальнішими з них є технології рефлексивного управління, засновані на рефлексивній методології.

Серед найсучасніших технологій рефлексивного управління, що претендують на статус масштабної освітньої інновації суспільного значення, чи не найперспективнішою є технологія медіаосвіти, яка спрямована на:

1) формування в учнівської і студентської молоді широкого кола інтелектуально-пізнавальних інтересів, естетичного смаку, настанов на вибіркоче споживання інформації й критичне її сприймання, активної соціальної позиції; уміння чинити опір маніпулятивним інформаційно-комунікативним впливам тощо.

2) підвищення інформаційної культури учнівської молоді, а саме: оптимізацію відносин з медіа (передусім критично-вибіркоче ставлення до

медіапродукції і медіа як джерела інформації, регламентацію часу споживання медіа), підвищення особистої медіакомпетентності як реалізацію програми власного самоудосконалення, розширення спектру адаптивних стратегій і психологічних захистів від маніпулятивного впливу тощо.

Список використаної літератури:

1. Адольф В.А., Ильина Н.Ф. Инновационная деятельность педагога в процессе его профессионального становления / Агентство образования адм. Краснояр. края, Краснояр. краев. ин-т повышения квалификации и проф. переподгот. работников образования. - Красноярск: Поликом, 2007. – 190 с.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. Пер. с англ. – М.: Медиум, Academia-Центр, 1995. – 323 с.
3. Бірштейн Б.І., Боршевич В.І. Стратегемы рефлексивного управління в западній і східній культурах / Рефлексивний похід: від методології до практики / Під ред. В.Е.Лепського. – М.: «Когіто-Центр», 2009. – С. 402-417.
4. Бойко А.М. Виховання людини: нове і вічне / Бойко А.М. – Полтава: Техсервіс, 2006. – 568 с.
5. Брайан Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: «Вильямс», 2004. – 432 с.
6. Василькова В.В. Порядок и хаос в развитии социальных систем: Синергетика и теория социальной самоорганизации. – СПб.: Изд-во „Лань”, 1999. – 480 с.
7. Войскунский А.Е. Актуальные проблемы психологической зависимости от Интернета // Психологический журнал. – 2004. – № 1. – С. 90-100.
8. Грачев Г.В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. – М.: ПЕРСЭ, 2003. – 304 с.
9. Даниленко Л.І. Модернізація змісту, форм та методів управлінської діяльності директора загальноосвітньої школи. – К.: Логос, 1998. – 140 с.
10. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології. – К.: Академвидав, 2004. – 351 с.
11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Доценко Е.Л. – СПб.: Речь, 2003. – 304 с.
12. Дридзе Т. М.Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семисоциопсихологии // <http://www.twirpx.com/file/525755>

13. Злобіна О.Г. Дозвілля молоді України і Росії активно переноситься в Інтернет // dif.org.ua/ua/publications/articles/zlobina3.htm
14. Іванченко С.М. Критерії оцінки соціально-психологічних технологій формування позитивного образу суспільних інновацій // Соціальна психологія, 2010. – №2. – С. 150-159.
15. 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.
16. Инновационный менеджмент / Под ред. С.Д.Ильенковой. – М.: Юнити, 1997. – 311 с.
17. Інноваційна діяльність в Україні / Гуржій А.М., Каракай Ю.В., Петренко З.О., Вавіліна Н.І., Куранда Т.К. – К.: УкрІНТЕІ, 2006. – 152 с.
18. Исаев Е.И. Становление и развитие профессионального сознания будущего педагога / Исаев Е.И., Косарецкий С.Г., Слободчиков В.И. // Вопр. психол. – 2000. – № 3. – С. 57-66.
19. Кабаченко Т.С. Методы психологического воздействия. – М.: Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.
20. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2000. – 448 с.
21. Керделлан К., Грезийон Г. Дети процессора: Как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых / Пер. с фр. – Екатеринбург: У-Фактория, 2006. – 272 с.
22. Королько В.Г. Основы Паблик Рилейшнз. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 528 с.
23. Курбатов В.І., Курбатова О.В. Соціальне проектування: Навчальний посібник. – Ростов н/Д.: «Фенікс», 2001. – 416 с.
24. Левін Р., Ноур А. Ставлення до інновацій різних соціально-демографічних груп українського суспільства // Український соціум. – 2007. – № 3. – С. 54-62.
25. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 2003. – 486 с.
26. Лепский В.Е. Рефлексивно-активные среды инновационного развития. – М.: Изд-во «Когито-Центр», 2010. – 255 с.
27. Лефевр В.А. Конфликтующие структуры. – М.: Советское радио, 1973. – 158 с.
28. Лефевр В.А. Рефлексия. – М.: „Когито-центр”, 2003. – 496 с.
29. Майзель Дж. Перспективы социологического анализа властных элит // www.studsell.com/view.

30. Медіа-культура населення України: Інформаційний бюлетень / За ред. Л.А.Найдьонової, О.Т.Баришпольця. – К, 2008. – 52 с.
31. Медіаосвіта та медіаграмотність: Підручник / За наук. ред. В.В.Різуна. – К.: Академія української преси; Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
32. Моль А. Социодинамика культуры. – М.: Прогресс, 1973. – 408 с.
33. Найдьонов М.І. Формування системи рефлексивного управління в організаціях. – К.: Міленіум, 2008. – 484 с.
34. Найдьонова Л.А. Медіабезпорадність як ресурсна дезорієнтованість у поствіртуальному світі // Людина у світі інформації: Матеріали наукового семінару «Соціально-психологічні проблеми медіаосвіти: від медіабезпорадності до медіазалежності». – Київ, 2008. – С. 9-12.
35. Ноэль-Нойманн Э. Общественное мнение: Открытие спирали молчания / Пер. с нем. – М.: Прогресс-Академия, Весь мир, 1996. – 352 с.
36. Образ суспільних та освітніх інновацій як складова позитивного іміджу України: матеріали круглого столу // Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/podiy_31.htm
37. Оцінювання та відбір педагогічних інновацій: теоретико-прикладний аспект / За ред. Л.І.Даниленко. – К.: Логос, 2001. – 185 с.
38. Панкратов В.Н. Защита от психологического манипулирования: Практическое руководство. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2004. – 208 с.
39. Панок В.Г. Соціальне проектування і прикладна психологія // politik.org.ua/vid/magcontent.
40. Плющ О.М. Інформаційний вплив на ментальні структури суб'єкта // Соціальна психологія. – 2011. – № 1. – С. 134-144.
41. Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для професіоналов. – М.: „Рефл-бук”, К.: „Ваклер”, 2002. – 624 с.
42. Приходченко О.А. Инновационный продукт: особенности его восприятия потребителем // ЭКО. Всероссийский экономический журнал, 2007. – № 2. – С. 173-186.
43. Рефлексивный подход: от методологии к практике / Под ред. В.Е.Лепского. – М.: «Когито-Центр», 2009. – 447 с.
44. Роджерс Е.М. Дифузія інновацій. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2009. – 592 с.
45. Селевко Г.К. Энциклопедия образовательных технологий: В 2 т. / Селевко Г.К. – М.: НИИ школьных технологий, 2006. – Т.1. – 816 с.
46. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояние влиянию. – СПб.: Речь, 2002. – 256 с.

47. Слюсаревський М.М. „Ми” і „Я” в сучасному світі: Вибрані твори. – К.: Міленіум, 2009. – 340 с.
48. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів: матеріали Парламентських слухань у Верховній Раді України 17 червня 2009 року. – К.: Парламентське видавництво, 2009. – 632 с.
49. Таран Т.А., Шемаев В.Н. Когнитивное моделирование рефлексивных процессов // Штучний інтелект № 2. – 2004. – С. 173-178.
50. Українство у світі: традиційність культури та спільності взаємин / [В.М.Піскун та ін.] – К.: Нічлава, 2004. – 273 с.
51. Форрестер Дж. Динамика развития города. – М.: Прогрес, 1974. – 340 с.
52. Фролов П.Д. Образ інновацій: у пошуках технологій творення // Вісник Чернігівського університету, 2010. – С. 307-311.
53. Фурашев В.М. Електронне інформаційне суспільство України: погляд на сьогодення і майбутнє. – К.: Інжиниринг, 2005. – 164 с.
54. Хуторской А.В. Педагогическая инноватика // Интернет-журнал «Эйдос». – 2005. – 10 сентября. – Режим доступа: <http://eidos.ru/journal/2005/0910-19>
55. Чернобровкін В.М. Психологія прийняття педагогічних рішень: [Монографія]. – Луганськ: Альма-матер, 2006. – 416 с.
56. Щедровицкий Г.П. Рефлексия и ее проблемы // Рефлексивные процессы и управление. – Т. 1. – 2001. – № 1. – С. 47-54.
57. Эко У. Осмысляя войну / Эко У. Пять эссе на темы этики: Пер. с итал. – СПб: „Симпозиум”, 2000. – С. 25-48.
58. Яголковский С. Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы / С.Р. Яголковский. – М.: НИУ-ВШЭ, 2011. – 267 с.