

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

МОДЕРНІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ОСВІТІ ТА СУСПІЛЬСТВІ: ПСИХОТЕХНОЛОГІЇ СУПРОВОДУ

За редакцією П. Д. Фролова

Кіровоград – 2013

УДК 316.4.05:(37+316.3):159.922.27
ББК 88.5
М 744

Рекомендовано до друку Вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,
протокол № 12/12 від 18 грудня 2012 р.

Рецензенти:

*О. М. Кочубейник, доктор психологічних наук;
Т. В. Данильченко, кандидат психологічних наук*

М 744 Модернізаційні процеси в освіті та суспільстві: психотехнології супроводу : [монографія] / за ред. П. Д. Фролова ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 312 с.

ISBN

У монографії представлено погляди соціальних психологів на модернізаційні процеси, аналіз існуючих теорій модернізації, моделей інноваційних процесів, особливостей сприймання різноманітних інновацій. Значну увагу приділено питанням психотехнологічного супроводу освітніх та суспільних реформ. Описано інтегровану систему технологій, що мають на меті творення максимально об'єктивного, неупередженого та багатогранного (різнобічного) образу реформ. Зокрема, розкриваються сутність технологій збагачення громадської думки, соціального нетворкінгу, рефлексивного управління, акціональні методи (дослідження дією, надання повноважень, розвиток спроможності) тощо. Висвітлено результати емпіричних досліджень сприймання модернізаційних процесів в освіті та суспільстві, а також проблеми формування їхнього позитивного образу.

Для науковців, викладачів вищих навчальних закладів та системи післядипломної освіти, державних службовців, керівників освітніх закладів, соціально-психологічних служб, фахівців у галузі формування громадської думки, широкого кола читачів.

УДК 316.4.05:(37+316.3):159.922.27

ISBN

ББК 88.5

Видано державним коштом. Продаж заборонено

© Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2013
© Іванченко С. І., Сергійчук Г. В., Петрунько О. В., Плющ О. М.,
Романюк Ю. Г., Фролов П. Д., Хлаповська Т. Г., 2013

ЗМІСТ

Вступ. Інноваційні процеси та їхнє місце в модернізації України (П. Д. Фролов)	5
---	---

Розділ 1. СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ МОДЕРНІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

1.1. Теорії, моделі та ключові поняття модернізаційного дискурсу	9
1.1.1. Модернізація: зміст, теорії, різновиди, критерії (П. Д. Фролов)	9
1.1.2. Інновація (підходи до визначення та класифікації, аналіз споріднених понять) (П. Д. Фролов)	14
1.1.3. Теорії і моделі інноваційних процесів (поширення та сприймання інновацій) (П. Д. Фролов, С. І. Іванченко)	29

1.2. Модернізаційні процеси у дзеркалі громадської думки (П. Д. Фролов)	45
1.2.1. Думки громадян щодо ситуації в країні та загальної спрямованості реформ	45
1.2.2. Оцінка громадянами модернізації соціально-економічного устрою і ринкових реформ	59
1.2.3. Громадська думка щодо модернізації політичної системи	82
1.2.4. Ставлення громадян до змін в освітній сфері	87

Література	132
-------------------------	-----

Розділ 2. ПСИХОТЕХНОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД ОСВІТНІХ ТА СУСПІЛЬНИХ РЕФОРМ

2.1. Соціально-психологічне знання як теоретична основа розроблення ефективних психотехнологій (П. Д. Фролов)	147
--	-----

2.2. Психотехнологічні складові супроводу модернізаційних процесів	156
2.2.1. Сутність, рівні та моделі соціально-психологічного супроводу (П. Д. Фролов)	156
Підходи	157
Рівні та моделі	158
2.2.2. Методичні засоби соціально-психологічного супроводу інноваційних процесів	159

Огляд методик вивчення інноваційної активності особистості, інноваційної культури та образу інновації (П. Д. Фролов, Г. В. Сергійчук, Т. Г. Хлаповська)	159
Способи та напрями збагачення громадської думки щодо інновацій (П. Д. Фролов)	173
2.2.3. Методи оцінювання прогностної ефективності технологій формування образу інновації (П. Д. Фролов)	182
2.3. Емпіричні дослідження сприймання модернізаційних процесів в освіті й суспільстві та формування їхнього позитивного образу	191
2.3.1. Модернізаційні процеси в Україні очима молоді (П. Д. Фролов)	191
2.3.2. Болонський процес в Україні: особливості уявлень студентів та інформаційно-промоційні заходи з їх корекції (С. І. Іванченко)	205
2.3.3. Образ медіаосвіти в уявленнях стейкхолдерів (П. Д. Фролов)	213
2.3.4. Модернізаційний простір ЄС і НАТО чи Митного союзу і ЄЕП? Психотехнологічні аспекти вибору (О. М. Плющ, П. Д. Фролов)	223
<i>Література</i>	234
 Розділ 3. ІНТЕГРОВАНА СИСТЕМА ТЕХНОЛОГІЙ ТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ІННОВАЦІЙ ТА ЇЇ ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ	
3.1. Соціально-психологічні засади створення інтегрованої системи технологій (П. Д. Фролов)	241
3.2. Психотехнологічні складові інтегрованої системи технологій	242
3.2.1. Можливості та перспективи вдосконалення технологій інформаційного супроводу (Ю. Г. Романюк, Т. Г. Хлаповська, П. Д. Фролов)	242
3.2.2. Технології соціального нетворкінгу (П. Д. Фролов)	251
3.2.3. Акціональні технології (С. М. Іванченко)	259
3.2.4. Технології формування інноваційної культури (П. Д. Фролов)	273
3.2.5. Технології рефлексивного управління (О. В. Петрунько)	286
<i>Література</i>	298
Прикінцеве слово (П. Д. Фролов)	307

ВСТУП

Інноваційні процеси та їхнє місце в модернізації України

Ми живемо у часи змін, які відбуваються практично в усіх сферах суспільного життя. Протягом останніх півтори сотні років у житті людства сталося набагато більше змін, ніж за всі попередні періоди історії. Найпомітніші з них відбулися у промислово-виробничій та науково-технічній сферах. За життя одного покоління людство здійснило стрибок від свічок і газових ламп до електричного освітлення; від механічних рахівниць до комп'ютерів і систем штучного інтелекту; від листів, що писалися рукою, до електронної пошти та інтернету; від повітряних куль до надзвукових літаків і космічних ракет тощо.

Зміни, спричинені технічним прогресом, часто випереджають найсміливіші наукові прогнози. Так, відповідно до прогнозу Французької академії наук, оприлюдненого в 1900 р., найбільшою проблемою Парижа в 2000 р. мала бути утилізація кінського гною (через велику кількість кінських екіпажів). Не менш масштабні зміни протягом цього часу сталися у соціальній, культурній і духовній сферах життя. Ніхто й уявити не міг, що жінки носитимуть чоловічий одяг – брюки, піджаки, краватки! Значних змін зазнає не тільки мода, а й інші соціальні практики. Наприклад, люди старшого віку пам'ятають, скільки часу й зусиль у початковій школі приділялося каліграфії і який спротив у зв'язку з цим викликала поява кулькових ручок. А сьогодні в деяких країнах замість письма дітей навчають користуватися клавіатурою. Істотних трансформацій зазнає й інститут шлюбу. З'являються та набувають поширення альтернативні його форми – громадянський, одностатевий, асексуальний, віртуальний тощо.

Ці зміни не вичерпують усього їх спектра. Двадцяте століття увійде в історію людства передусім як епоха грандіозних соціальних експериментів – соціальних революцій, геноциду, поділу світу на “золотий мільярд” і тих, хто його обслуговує, тощо. Сьогодні спроби змінити людину засобами генної інженерії вже не обмежуються суто соціальними та психологічними технологіями, а отже, маємо констатувати: різноманітні інновації нині проникають у реальність дедалі частіше та швидше. Не випадково сучасне суспільство визначають не тільки як інформаційне, постіндустріальне, постмодерністське, трансформаційне, а й як інноваційне. Щоб його збудувати, необхідна модернізація усіх сфер життя. Курс на творення інноваційного суспільства сьогодні вважається стратегічно безальтернативним. Його проголошують і закріплюють на законодавчому рівні всі президенти й уряди.

Інноваційне суспільство – це суспільство інформоване й високоінтелектуальне, в якому основна частка ВВП створюється завдяки технічним новаціям та винаходам. Якщо раніше техніка залишалася незмінною протягом життя кількох поколінь людей, то сьогодні кілька поколінь техніки змінюється протягом життя одного покоління людей. І темп цей пришвидшується. Проте інновації зачіпають не тільки сферу техніки та економіки, не тільки починаються на навколишньому середовищі, а й впливають на міжособистісні стосунки, трансформують суспільні відносини, соціальну структуру суспільства і навіть генетичну природу людини. І вплив цей не завжди позитивний.

Невпинне зростання кількості та ролі інновацій у нашому житті породжує чимало проблем. Далеко не всі запропоновані та запроваджені інновації мають належну підтримку. Чимало з них викликають спротив, спричиняють різноманітні конфлікти. Явище це не нове. Ще у другій половині XVIII ст. у Великій Британії виник масовий рух лудитів, спрямований проти застосування машин. Проблема співіснування людини і машин не розв’язана досі. Докладати зусиль до її розв’язання доводиться не тільки письменникам-фантастам, а й політикам і менеджерам. Адже випадки, коли працівники свідомо саботують запровадження промислових робіт через страх втратити робочі місця, трапляються й нині.

В Україні чимало суспільних та освітніх інновацій далеко не завжди схвалюються і приймаються населенням. Часто вони нара-

жаються на спротив окремих політичних сил, соціальних прошарків, суспільства в цілому. І тоді йдеться про неприйняття населенням курсу економічних реформ чи неготовність громадської думки до запровадження, скажімо, 12-річної освіти тощо. Не менш гострі проблеми виникають у зв'язку із запровадженням інновацій на рівні окремих виробничих чи освітніх колективів. І щоразу постає одвічне питання: що робити?

Одна з можливих відповідей полягає, по суті, в ігноруванні думки суспільства, громади, колективу. При цьому ініціатори інновацій виправдовують таку позицію тим, що, приймаючи рішення, треба спиратися не на думку необізнаної більшості, а на думку компетентних фахівців чи експертів. Наслідки політики, за якої людей впевнено “залізною рукою” вели до світлого майбутнього, усім добре відомі із власної історії. Це шлях примусу і маніпуляцій. Інші – альтернативні – відповіді передбачають підготовку людей до сприйняття тої чи тої інновації, вироблення консенсусного її бачення, творення бажаного, позитивного її образу. Це шлях до консолідації, досягнення порозуміння, суспільної згоди. Розуміння того, що успішність впровадження суспільних інновацій значною мірою залежить від їх сприйняття громадянами, робить актуальним вивчення громадської думки щодо запроваджуваних реформ (як різновиду керованих інновацій), а також розробку технологій управління їхніми образами.

Важливість психологічної підготовки громадян до належного сприйняття пропонованих інновацій поки що, на жаль, усвідомлюється їх ініціаторами або недостатньо, або з очевидним запізненням. Найчастіше це трапляється тоді, коли нововведення викликають відчутний спротив. Навіть у разі здійснення відповідного медіа-супроводу останній часто-густо не дає очікуваного ефекту. З одного боку, це зумовлено тим, що соціально-психологічні механізми та закономірності трансформації громадської думки залишаються вивченими явно недостатньо, а з другого – ігноруються або належним чином не враховуються й ті закономірності, які є добре відомі. Якщо ж наявні соціально-психологічні знання й використовуються, то насамперед як наукове підґрунтя маніпулятивних технологій впливу на громадську думку. Налагодження конструктивного діалогу між громадськістю та ініціаторами масштабних суспільних інновацій у такий спосіб неможливе. Розв'язати цю пробле-

му міг би перехід від маніпулятивних до майєвтичних технологій, проте останні тільки починають розроблятися.

Відчутними перешкодами на шляху ефективного використання соціально-психологічного знання для формування у громадській думці позитивного образу суспільних та освітніх інновацій є проблема технологізації цього знання, брак системності в розробці та застосуванні наявних методів і технологій. Попри певний досвід соціально-психологічного супроводу окремих політичних, економічних, соціальних проєктів, проблема його акумуляції, узагальнення та поширення, а особливо втілення у спеціальних технологіях, залишається не розв'язаною, а отже, вельми актуальною. Щоб подолати проблему технологізації соціально-психологічного знання необхідне її належне теоретико-методологічне осмислення.

РОЗДІЛ 1

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ МОДЕРНІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

1.1. Теорії, моделі та ключові поняття модернізаційного дискурсу

1.1.1. Модернізація: зміст, теорії, різновиди, критерії

“Модернізація” у перекладі з англійської означає осучаснення і в найзагальнішому сенсі є синонімом прогресивних змін, які рухають суспільство вперед, даючи йому можливість ефективно й адекватно реагувати на виклики сучасності. Проте існують і більш вузькі тлумачення цього терміна. Зокрема, П. Штомпка виокремлює дві найпоширеніші його інтерпретації. Згідно з першою модернізація тотожна поняттю сучасності і розуміється як перехід від традиційного до сучасного суспільства в процесі соціальних, політичних, економічних, культурних і соціально-психологічних трансформацій, що відбулися у країнах Заходу протягом XVI–XX ст. Друге розуміння стосується відсталих та слаборозвинутих, за західними мірками, суспільств і описує їхні зусилля, спрямовані на те, щоб наздогнати провідні високорозвинуті країни, переміститися з периферії до центру сучасного глобального суспільства [Штомпка, 1996].

Теорія модернізації належить до найбільш популярних нині соціологічних макротеорій. Модернізаційна парадигма зародилася у середині XX ст. в американських університетах як альтернатива комуністичній орієнтації для тих численних “молодих націй”, що з’являлися на картах Азії, Африки та Латинської Америки в умовах розпаду колоніальної системи. На думку Б. Старостіна, це була

продуктивна спроба західної суспільної науки розробити оптимістичну альтернативу песимістичним концепціям кризи і “заката” (занепаду) західного світу, які панували у період між двома світовими війнами і заперечували суспільний прогрес як такий [Старостин, 1981].

Як і інші теорії, теорія модернізації змінювалася. Якщо у 50–60-ті роки минулого століття модернізацію уявляли як процес витіснення традиції сучасністю, що являє собою прогресивні, радикальні, системні, докорінні, тривалі, необоротні і дедалі швидші зміни у всіх сферах людського життя, які поступово охоплюють усі країни світу, нівелюючи відмінності їхніх культур, то з часом, під тиском емпіричних фактів, жорстке протиставлення традиції та сучасності зникло. Так, історичний досвід Японії та деяких інших країн переконливо засвідчив можливість здійснення модернізації в межах національних традицій. З’ясувалося також, що модернізація здатна підсилювати традицію, а традиція – виявляти значні адаптивні спроможності, породжуючи специфічні національні форми модернізації, тощо. Практика не підтвердила оцінки модернізаційних змін як винятково прогресивних, про що свідчать зростання зубожіння населення, факти соціальної дезорганізації, хаосу, аномії, зростання злочинності та девіантної поведінки. Була поставлена під сумнів й жорстка послідовність етапів модернізації. Ці та інші розбіжності між постулатами класичної теорії модернізації та ходом її практичної реалізації спонукали на початку 80-х років до появи концепції “модернізації в обхід модерніті” – модернізації без жорсткого нав’язування західних цінностей, із збереженням національної культури. Проте на зміну спростованому життю ліберально-раціоналістичному універсалізму прийшов не партикуляризм, який ґрунтується на переконаності в наявності особливого шляху для кожної країни, а синтез універсалізму та партикуляризму.

Після розпаду соціалістичного табору і початку трансформаційних процесів у країнах, з яких він складався, інтерес до теорії модернізації відновлюється. Нові теоретики модернізації (Е. Тірікьян, Дж. Александер, Е. Гідденс, У. Бек) не тільки змінили, пом’якшили її ключові поняття, а й запропонували теорії неомодернізації, постмодернізації, екологічної модернізації. Це, на думку Р. Інглхарта, пов’язано з тим, що зрілі індустріальні суспільства

сягнули у своєму розвитку нової поворотної віхи і розпочали рух у новому напрямку, який можна назвати “постмодернізацією”. Якщо для модернізації ключовими аспектами були індустріалізація, урбанізація, запровадження ринкових відносин і демократії, раціональне адміністрування, підвищення рівня формальної освіти, посилення професійної спеціалізації тощо, то постмодернізація переносить акцент з економічної ефективності і наукового раціоналізму на можливості самовираження особистості, її самостійність і багатоманітність, взаємодію людини з природним середовищем, способи уникнення екологічних ризиків [Інглхарт, 1997, с. 6–33].

Дослідниками виокремлено чимало різновидів модернізації. Зокрема, вирізняють *органічну та неорганічну (наздоганяючу)* модернізацію. Органічна модернізація є результатом природного розвитку суспільства, своєрідним продуктом його визрівання, неорганічна – постає шляхом зовнішніх запозичень, наслідування та запозичення чужих зразків, технологій, цінностей. Інакше кажучи, органічна модернізація відбувається “знизу”, а наздоганяюча насаджується “зверху”.

У політичному плані розрізняють *ліберальну та авторитарну модернізацію*. Прихильники ліберальної моделі вважають запорукою успішності модернізаційних процесів високий рівень добровільного залучення до них пересічних громадян, відкрити й безпечну конкуренцію всередині правлячої еліти. На думку ж їхніх опонентів, модернізація потребує централізації влади і жорсткого режиму, без яких у суспільстві неможливо забезпечити стабільність і порядок як важливі передумови впровадження змін.

Модернізація може охоплювати як усі без винятку сфери суспільного життя, так і лише окремі. Відповідно розрізняють *суцільну і часткову* модернізацію. Розмаїття варіантів відтворення досвіду розвинутих країн уможливорює виокремлення таких типів модернізації, як *вестернізація без модернізації та модернізація без вестернізації, а також “хибна, або удавана модернізація”* (П. Штомпка), тобто зміни, які мають на меті лише імітувати сучасну західну дійсність. Модернізація без вестернізації передбачає опору на національні культурні цінності і традиції. Найрадикальніші її варіанти позначають терміном “*контрмодернізація*”, під яким розуміють варіанти модернізації, альтернативні західним зразкам. Спроби досягнення вищості над цивілізацією-лідером на

власному технологічному і культурно-ціннісному фундаменті визначають як *“надмодернізацію”*. Завдяки надмодернізації країна стає новим лідером і кидає модернізаційний виклик іншим, пропонуючи нові привабливі образи альтернативної сучасності. Звичайно, мають місце випадки відкритої протидії модернізації, тобто *“антимодернізації”* [Ермаханова, 2005]. Коли перехід до сучасного суспільства супроводжується болючими змінами у соціально-економічній, політичній, духовній та інших сферах, коли ціна цих змін визнається занадто високою, модернізацію розглядають як *“рецидивуючу”* [Наумова, 1994].

На сьогодні запропоновано чимало критеріїв модернізації, які стосуються практично усіх сфер суспільного і навіть приватного життя людей. Не претендуючи на повноту, окреслимо лише деякі з цих критеріїв. У виробничій сфері найбільш загальним критерієм є відповідний технологічний уклад. Ядром найсучаснішого нині, шостого, технологічного укладу є нанотехнології перетворення існуючих та конструювання нових матеріальних об’єктів, методи генної інженерії та клітинних технологій, а також інформаційні технології, електронна промисловість та програмне забезпечення. В економічній сфері до таких критеріїв відносять поглиблення суспільного та технічного поділу праці; розвиток ринків товарів, праці і грошей; виникнення вторинного (індустрія, торгівля) та третинного (послуги) секторів господарства. Для політичної сфери критеріями модернізації визнаються виразна структурна диференціація і високий рівень спеціалізації функцій політичних інститутів; здатність політичної системи до інновацій, мобілізації та виживання; посилення тенденції до рівноправ’я, яка, зокрема, характеризується переходом від культури підкорення до культури участі, універсалізацією законів тощо. Так, у соціальній сфері базовою соціальною одиницею стає окрема особистість, а не група; послаблюються родинні зв’язки; деякі функції сім’ї передаються спеціалізованим соціальним інститутам; посилюється професійна спеціалізація; відбуваються істотні демографічні зміни – зменшується народжуваність, збільшується тривалість життя, зростає частка міського населення тощо. У духовній сфері критеріями модернізації є зміни у ціннісних орієнтаціях, секуляризація освіти, підвищення рівня освіти великих груп населення, їх долучення до надбань культури, плюралізм.

Більшість відомих теорій модернізації об'єднує те, що всі вони передбачають появу чогось нового – нових змістів, дій, функцій, якостей тощо. Саме різноманітні новації (нововведення, інновації) – технічні, економічні, соціальні тощо – та дії із запровадження їх у повсякденну практику становлять зміст модернізації. Вони є тим, що поєднує теорії модернізації з інноватикою як специфічною галуззю міждисциплінарного знання.

Суть модернізації полягає у комплексному, системному оновленні всього організму суспільства, що передбачає оновлення або створення нових політичних, правових, економічних та суспільних інституцій, а також запозичення кращих культурних норм, стандартів, цінностей практик тощо. Комплексність при цьому не можна розглядати як просту сукупність певних програм у різних сферах політичного, економічного та суспільного життя країни, хоча без таких програм реалізувати модернізаційний процес технологічно неможливо. Тому модернізацію варто розглядати як певну ідеологію, навколо якої будуються конкретні реформи, як те, що створює підвалини оновлення суспільства, формує реальний запит на масштабне впровадження інновацій, закладає ґрунт для постійного оновлення в майбутньому.

Системність модернізаційних змін передбачає наявність (і, відповідно, пошук та виокремлення) тих сфер, технологій, практик, які на певному етапі історичного розвитку можуть ставати своєрідними “підвалинами росту”, “базами росту” усього суспільного організму. Як такі можуть розглядатися окремі винаходи, технології – так звані проривні інновації, а також певні сфери (підсистеми) суспільного життя – соціально-економічна, політична, духовна тощо, зміни в яких трансформують суспільство в цілому. Останній підхід використовують при визначенні пріоритетних реформ, що мають бути своєрідними “локомотивами” модернізації. Такими підсистемами насамперед вважають політичну та соціально-економічну сфери. Духовна, соціокультурна, нормативно-ціннісна сфери найчастіше розглядаються як похідні, вторинні. Це відповідно позначається на визначенні пріоритетності реформ (див., наприклад [Модернізація України, 2010]), що цілком виправдано. Але тільки доти, доки йдеться про традиційні суспільства з доіндустріальними, індустріальними та певною мірою постіндустріальними економіками, а стратегія модернізації явно чи неявно визначається як

наздоганяюча. Коли ж обирається шлях випереджальної модернізації, а метою модернізації є досягнення вищого етапу постіндустріальної економіки – інноваційної економіки, і навіть більше – економіки знань, то пріоритети, мабуть, доцільно змінити. Одним із головних рушіїв модернізації за такої стратегії має бути система освіти. Саме тому при аналізі сприйняття громадянами модернізаційних процесів останнього двадцятиріччя (розділ 1.1.3) фокус уваги буде зосереджено на соціально-економічній, політичній та освітній сферах.

1.1.2. Інновація (підходи до визначення та класифікації, аналіз споріднених понять)

Термін “інновація” (innovation) може означати новинку, новачку, новаторство, нововведення, інновацію. Він розуміється як запровадження чогось нового: нових форм організації навчання, праці, управління, інформування, комунікації тощо. На початку XIX ст. у культурологічних, антропологічних та етнографічних дослідженнях це поняття слугувало для позначення запозичення елементів однієї культури іншою, за його допомогою описувався процес культурної дифузії.

У XX ст. завдяки працям економістів і соціологів (Г. Тарда, Й. Шумпетера, Н. Д. Кондратьєва) відбувається перенесення наукового аналізу у сферу виробництва, починається поглиблене дослідження внутрішніх закономірностей економічної системи, а поняття інновації зазнає істотної смислової трансформації. Пошук об’єктивних законів функціонування і розвитку економічних систем дав змогу визначити інновації як головну рушійну силу соціально-економічного прогресу і започаткувати теоретико-методологічні дослідження інноваційних процесів та явищ. Відтоді найпоширенішим став підхід, згідно з яким інновації пов’язують з економічною сферою, на перший план висувається їхня ринкова значущість. Проте сьогодні він сприймається як такий, що невинновдано звужує проблемне поле інноватики. Від часу, коли конкурентна боротьба примусила передові підприємства індустріально розвинутих країн Заходу і Сходу застосовувати нову модель управління, що ґрунтується на принципі тотальної творчості, стимуляції

креативності кожного працівника, готовність до інноваційної діяльності розглядається не тільки як бажана складова особистісного ресурсу окремого працівника, а й важлива характеристика соціально-культурної сфери. Застосування терміна “інновація” виявилось продуктивним з огляду на опис і пояснення різноманітних процесів та явищ і в інших сферах суспільного життя. Це дало змогу розглядати інновацію як своєрідну метадіяльність, що змінює рутинні компоненти репродуктивних практик.

Сьогодні розуміння інновації не обмежується тільки техніко-економічним контекстом, воно виявляється також тісно пов’язаним з політичною, соціальною, духовною та іншими сферами життя. Отже, інновації охоплюють увесь соціальний простір, що спонукає до розробки теоретико-методологічної бази інноваційних процесів та явищ. Активний розвиток інноватики як галузі міждисциплінарного знання, у центрі уваги якого перебувають різноманітні новації та нововведення, сприяє тому, що феномен інновації набуває нових значень, осмислюється у нових контекстах, змінює свій статус у системі наукових понять. У сучасному науковому дискурсі спостерігається неконтрольований ріст дефініцій цього терміна, внаслідок чого наукові уявлення про інновації розмиваються, а їхній образ стає дедалі аморфнішим. Про це, зокрема, свідчить аналіз існуючих визначень поняття “інновація” та споріднених з ним термінів у тлумачних словниках [Даль, 2001, Ожегов, 2009]. Якщо визначення термінів “новація” і “новаторство” в них є доволі схожими, то у трактуванні “інновацій” неважко помітити істотні розбіжності. Навіть мова, з якої походить термін “інновація”, в одних словниках визначається як латина, в інших – французька або англійська. Можна припустити, що термін “інновація” має сучасне походження, а його лінгвістичною батьківщиною є Франція, Англія або США. Попри іноземне походження, термін “інновація” сприймається нами як дещо інтуїтивно цілком зрозуміле завдяки звучанню та смислу кореня цього слова. Проте інтуїтивне розуміння є розмитим і невизначеним та потребує уточнення, адже поняття “інновація” увійшло в наше життя настільки стрімко, що багатьом важко чітко визначити, що це таке.

Загальноновизнаного визначення поняття “інновація” у соціальній психології (як і в інших науках) не склалося. Зважаючи на місце та функції нового, можна вести мову про існування кількох

найбільш поширених груп визначення цього поняття. Відповідно до першої групи визначень інновація або ототожнюється з нововведенням, або ж ознака новизни кладеться в її основу. У цих визначеннях увага акцентується на тому, що інновація репрезентує феномен нового – новий порядок, новий звичай, новий метод, нове явище, нову ідею, нові продукти, послуги, виробничі процеси тощо. Фактично інновація ототожнюється з новацією [Райзберг и др., 2008].

Сутність другої групи визначень полягає у тому, що інновація розглядається як процес творення новації – нової продукції, технології, способу організації та управління виробництвом, економікою, соціальним життям тощо [Яголковский, 2011]. Інновація при цьому з'являється на часовому відтинку виникнення і означення новації на рівні задуму, ідеї, ідеального результату. Оскільки інновація постає тут як функція творчості, даний підхід можна означити як креативний або проектний. При цьому за будь-якого з цих підходів постають питання щодо ступеня новизни новації, її об'єктивності чи суб'єктивності. На об'єктивній новизні ідей наполягають, зокрема [Aregger, 1976; Barnett, 1953; Becker, Whisler, 1967]; на суб'єктивній – [Rogers, 1983; Zaltman et al., 1984]. Проблема ступеня новизни виявляє себе у дискусіях щодо необхідності розрізнення справжніх та псевдоінновацій, оцінки їх радикальності, масштабності тощо.

Недоліком обох щойно згаданих підходів є те, що вони не розрізняють відкриття, винаходи та інновації. В англійській мові терміни, які позначають ці дві категорії, є доволі схожими як за написанням, так і за звучанням – “innovation” і “invention”. При цьому феномени, що ними описуються, істотно різняться. Винаходи та відкриття привносять у буття щось нове, а інновація перетворює це нове на дещо практичне та уживане [Яголковский, 2011].

Третя група визначень виходить з етимології слова “інновація”, буквальный смисл якого у перекладі означає запровадження нового, фіксує факт наявності процесів поширення та використання новації чи винаходу. Якщо “новація” – це щось нове, проте не обов'язкове до реалізації, то “інновація” – те саме нове, але з обов'язковим цілепокладанням розповсюдження, переносом новації із середовища, в якому вона “народилася”, в інше, приймаюче. За такого підходу інновації розуміються як процес та результат ці-

леспрямованого впровадження, що потребує усвідомлюваних зусиль. Проте можливий інший варіант поширення змін – стихійна дифузія. Саме з моменту розповсюдження та використання певної новації, її імплантації в інакше, інколи абсолютно чужорідне середовище, вона перетворюється на інновацію. Тому в межах цього підходу інновація розглядається як процес упровадження у виробництво чи інші сфери людського життя чогось нового – нових виробів, технологій, цінностей, які якісно відрізняються від того, що існувало досі. Такий підхід можна назвати технологічним. При цьому поширення та використання певної новації визначають як інноваційний процес. У разі, якщо цей процес відбувається в ринковому середовищі і, отже, спрямований на отримання прибутку, йдеться про комерціалізацію.

Природно, що визначення поняття “інновація” може являти собою синтез усіх щойно згаданих підходів і розумітися як поєднання креативно-продуктивної та впроваджувальної діяльності, у тому числі спрямованої на отримання матеріального зиску [Brockhoff, 1992; Roberts, 1987].

Поняття “інновації” намагаються визначити не тільки через аналіз його співвідношення з однокореновими та близькими за смислом термінами – “новація”, “новина”, “винахід” тощо. Не менш поширеними є спроби осмислити цей термін у межах таких понять, як “структура” та “процес” [Яголковский, 2011; Swan et al., 1999].

Як зазначає С. Р. Яголковський, за структуралістського підходу інновація розглядається як жорстка структура, що складається з фіксованих елементів. Ця структура на певному етапі створюється для того, щоб потім у незмінному вигляді використовуватися у практичному втіленні. Надалі вона може тиражуватися і розповсюджуватися. Значною мірою таке розуміння інновації знайшло відображення у теорії дифузії інновацій, запропонованій Е. Роджерсом. Дослідник визначає інновацію як об’єкт, ідею або дію, що сприймаються споживачем (людиною або організаційною структурою) як нові [Rogers, 1995; 2004a; 2004b]. Відмітною особливістю структуралістського підходу є те, що він передбачає незмінність інновації на різних етапах її життєвого циклу.

Процесуальне розуміння інновацій, на відміну від структуралістського, виходить з можливості їх модифікацій і вдосконалення на кожному з етапів функціонування.

Відповідно до процесуального підходу інновація розуміється як “...розвиток і впровадження нових ідей людьми, які протягом тривалого часу вступають у взаємодію з іншими людьми в інституціональному контексті” [Swan та ін., 1999, с. 263; Van de Ven, 1986]. Інше визначення в межах цього популярного нині підходу сформульоване так: “... Інновація – це не простий і лінійний феномен, а скоріше комплексний багатоетапний процес, що включає цикли як прямого, так і зворотного зв’язку” [Wolfe, 1994, с. 411]. Деякими авторами запропонований історичний підхід до визначення і дослідження інновацій, що дає змогу аналізувати динаміку розвитку їх моделей [Rothwell, 1992]. У межах цього підходу представлено п’ять поколінь моделей інновацій, починаючи з 1960-х років: від простих лінійних до складних інтерактивних.

Зіставлення існуючих визначень інновацій групою дослідників під керівництвом С. Д. Ільєнкової уможливило висновок, що “специфічний зміст інновацій складають зміни, а головною функцією інноваційної діяльності є функція змін” [Ільєнкова, 1997, с. 7].

Різні автори по-різному визначають і описують основні вигоди, яким мають відповідати інновації. Спираючись на праці вітчизняних [Вчєрашний, Сухарєв, 2000; Зинов, 2002; Трифилова, 2005] та зарубіжних фахівців, [Barnett, 1953; Rogers, 1995; Cooper, 1986; Zaltman, 1984] можна виокремити низку характеристик, притаманних нововведенням, які б виявилися спроможними успішно здолати шлях від нової ідеї до її втілення у вигляді нової технології або нового продукту:

- новизна, унікальність;
- революційність, здатність до прориву;
- масштабність, системність;
- суспільна значущість;
- зумовленість об’єктивними процесами в основних сферах суспільного життя;
- кінцева орієнтація на підвищення продуктивності продуктів та послуг;
- відповідність потребам та очікуванням споживачів, спрямованість на їх задоволення;

- можливість виробничої реалізації;
- економічна ефективність, відповідність вимогам ринку.

Наведений перелік вимог до інновацій не можна вважати вичерпним, оскільки вони значною мірою визначаються тим чи тим їхнім видом.

Підходів до класифікації інновацій сьогодні запропоновано дуже багато [Балабанов, 2001; Пригожин, 1989]. За основу групування інновацій береться певний критерій, сутнісна ознака, що дає змогу відрізнити одні інновації від інших. Досвід свідчить, що класифікація та типологізація інновацій може здійснюватися за різними схемами, принципами групування, способами організації та класифікаційними ознаками.

Спираючись на наявний досвід класифікацій, перелічимо найбільш поширені сутнісні ознаки інновацій:

- ступінь новизни, схожості з наявними аналогами – нові у світовому масштабі, на рівні країни, галузі, підприємства; псевдоінновації;
- ступінь спадкоємності – що відкривають, заміщують, відмінюють, зворотні (ретрозапроваджувані);
- залежність від масштабності цілей, завдань, що ставляться, системності змін та можливих наслідків – стратегічні/тактичні, системні/часткові, макро-/мікроінновації;
- залежність від глибини змін, що вносяться – радикальні (базові), часткові, удосконалюючі, поліпшуючі, модифікуючі, комбінаторні;
- масштаби впровадження, ступінь поширення (охоплення) широт впливу – глобальні/локальні;
- види об'єктів, сфери застосування та очікуваного ефекту – екологічні, техніко-технологічні, інформаційні, виробничі, економічні, соціальні, організаційно-управлінські, правові, педагогічні, світоглядно-ціннісні, інтегральні;
- місце у виробничому циклі – сировинні, що забезпечують (пов'язують), продуктові;
- темпи та темпоритми здійснення – швидкі/повільні, наростаючі/затухаючі, рівномірні (безперервні)/стрибоподібні; розові/дифузні;
- строки розробки та реалізації – довгострокові, середньострокові, короткострокові;

- затрати – велико-, середньо-, низькозатратні;
- джерело фінансової підтримки – бюджетні, позабюджетні, приватні;
- авторство, спосіб отримання прав на використання – власні, сумісні, придбані;
- результативність – високо-, середньо- та низькорезультативні;
- послідовність виникнення – інновації-лідери / інновації-послідовники;
- мотиви (причини) виникнення – ініціативні (випереджальні, розраховані на отримання конкурентних переваг у майбутньому)/реактивні (вимушені, такі що виникають як відповідь на переваги конкурента);
- середовище їх виникнення – екзогенні/ендогенні.

Як бачимо, кожна з наведених класифікацій висуває на перший план ту чи іншу характеристику інновації, яка їй видається за найбільш важливу, сутнісну, і спосіб тою чи тою мірою здійснювати управління інноваційними та іншими процесами. Ця особливість має важливі політичні наслідки. Наприклад, національні еліти, на відміну від пересічних громадян, схильні зводити всю інноваційну проблематику до суто технологічного аспекту. Їхня “охоронна” позиція більш ніж природна. Побойуючись втратити вплив, вони опираються найменшим змінам, які можуть загрожувати їхньому статус-кво. Оскільки для утримання влади найбільш безпечними управлінській еліті зазвичай видаються техніко-технологічні інновації, саме до них часто зводиться уся інноваційна проблематика.

Детальний аналіз існуючих класифікацій інновацій має неабияке значення і для створення вичерпного переліку характеристик, через призму яких вони сприймаються, на базі яких твориться їхній образ у масовій та індивідуальній свідомості.

Багатогранність феномена інновацій породжує спроби розробити багатомірні, комплексні його класифікації, які б одночасно враховували кілька ознак. Одну з таких класифікацій, якою ми по-слуговуватимемося у нашій роботі, описано нижче.

Як уже зазначалося, залежно від місця виникнення серед інновацій можуть бути виокремлені ті, що виникають всередині певних систем, у їхніх “надрах”, “глибинах” і є або результатом еволюційного розвитку цих систем, або їх відповіддю на різноманітні

зовнішні виклики. Іншу групу за цим критерієм складатимуть інновації, які імплантуються у ті чи ті системи, вводяться у них ззовні. Ймовірність прийняття чи відторгнення інновації у цьому випадку значною мірою залежить від особливостей та характеристик тої системи, в якій опиняється інновація, а також від способу її поширення у системі. У разі, якщо система виявляється для інновації абсолютно чужорідним середовищем, коли вона нав'язується, коли до неї примушують, шанси її відторгнення істотно зростають. (Детальніше про це див. у розділі 1.1.3.).

Залежно від того, наскільки ті чи ті інновації усвідомлюються, вони можуть поділятися ще на дві групи – явні та латентні. Явними є інновації, які осмислені спільнотою, суспільством та отримали певну оцінку. Латентні інновації усвідомлюються спільнотою значно гірше або й зовсім не усвідомлюються, оскільки зміни, які вони несуть, не привертають до себе особливої уваги, відбуваються майже непомітно, оскільки не мають явних, чітко артикульованих цілей. Тому наслідки латентних інновацій також не прогнозуються.

Послугуючись щойно зазначеними критеріями, можна виокремити чотири групи суспільних та освітніх інновацій:

1) інновації, які впроваджуються у певні соціальні системи ззовні з певною метою і добре усвідомлюються (такими є, наприклад, різноманітні економічні та освітні реформи, ініційовані державою);

2) інновації, які народжуються всередині соціальних систем і цілеспрямовано ними підтримуються (до них можна віднести, наприклад, волонтерський рух, об'єднання власників багатоквартирних будинків, різноманітні громадські організації тощо);

3) інновації, які виникають всередині соціальної системи і здебільшого нею не рефлексуються (виникнення і поширення моди і модних течій, нових форм соціальних взаємин, активація і закріплення неформальних правил поведінки і способів спілкування тощо);

4) інновації, що запозичуються соціальною системою ззовні, але при цьому ані вони самі, ані їхні наслідки належно не усвідомлюються (це, зокрема, різноманітні культурні запозичення, моделювання пропонованих стандартів думок і поведінки як реакція на інформаційну інтервенцію і т. ін.).

Активний розвиток теорії інновацій, започаткованої Е. Роджерсом, Й. Шумпетером та іншими дослідниками, триває. Нині сформувалася нова галузь наукового знання – інноватика, термінологічний апарат якої стрімко розвивається, з’являються нові й нові терміни та ведуться дискусії щодо їхнього змісту. З поняттям “інновація” нині пов’язується велика кількість похідних від нього понять: “інноваційність”, “інноваційний потенціал”, “інноваційна культура”, “інноваційне суспільство”, “інноваційна діяльність”, “інноваційна політика”, “інноваційна поведінка”, “інноваційний клімат”, “інноваційний суб’єкт”, “інноваційна активність” тощо. Ведуться дискусії щодо співвідношення понять “інноваційність”, “креативність”, “адаптивність” та ін.

Однією із сутнісних ознак сучасних інформаційних суспільств, а також усіх – індивідуальних і колективних – його суб’єктів є їхня інноваційність.

Під інноваційністю суб’єкта, на думку С. Р. Яголковського, загалом можна розуміти його здатність на когнітивному чи поведінковому рівні забезпечити виникнення, сприйняття, а також можливе доопрацювання і реалізацію нових оригінальних ідей [Яголковский, 2011]. Для ряду зарубіжних дослідників інноваційність передбачає здатність суб’єкта черпати ідеї ззовні системи й приносити їх всередину неї, а також уміння ефективно представляти ці ідеї (Grewal, Mehta, and Kardes, 2000; Larsen and Wetherbe, 1999) [Яголковский, 2011]. Визначається низка особистісних факторів, що здійснюють вплив на основні параметри інноваційності, серед яких: потреба в стимуляції; прагнення до новизни; чутливість до протиріч, нового досвіду й оригінальних, несхожих на інші стимулів; схильність до ризику; креативність; готовність до переробки інформації; незалежність суджень; відкритість досвіду; поінформованість та ін.

Розкриття сутнісних ознак інноваційності найчастіше здійснюється через зіставлення з поняттями “креативність” та “адаптивність”. Стосовно того, як поняття “інноваційність” співвідноситься з поняттям “креативність” особистості, в науковій літературі існує кілька поглядів. Згідно з одним із них креативність розуміється як складова інноваційності. Так, М. Уест вважає, що інноватор – це людина з достатньо високим рівнем як креативності, так і іннова-

ційності, котра здатна не лише продукувати нові оригінальні ідеї, а й застосовувати їх на практиці [Яголковский, 2011].

Існує також думка, згідно з якою креативність пов'язується з генеруванням нових, потенційно корисних ідей, але вони стають інноваціями лише після застосування їх на практиці. Тому креативність можна вважати “першим кроком” у наступних інноваціях. Дж. Хіп дає оригінальне визначення креативності як комплексу ідей та концепцій з урахуванням того, що подальші інновації будуть її конкретною реалізацією. П. Титас ставиться до креативності як до народження потенційно нових ідей лише в фантазії автора [Яголковский, 2011].

М. Л. Яковенко у своїй дисертації пропонує визначати інноваційну активність як “...таке вираження соціальної активності, в процесі якої індивід проявляє особистісну творчість і сприяє значному перетворенню соціальних відносин, умов життя і т. п.” [Яковенко, 2003]. Крім того, висловлюється думка, що інноваційні процеси неможливі без творчості, без творчого імпульсу. А саме в інноваційній активності особистість проявляє свою креативність. Творчість і креативність виступають таким чином основою, вихідною точкою інноваційного процесу, але також можуть “супроводжувати його протягом всього періоду протікання, бути його гармонійною складовою” [Яковенко, 2003, с. 7].

Погоджуючись з думкою М. Л. Яковенко про інноваційність як якісну інтегральну характеристику особистості, що включає сукупність окремих властивостей, серед яких особливе місце посідає креативність, варто наголосити, що інноваційність передбачає наявність креативності, тоді як креативність далеко не завжди означає наявність інноваційності.

Сутність інноваційності неможливо розкрити без зіставлення понять “інноваційність” та “адаптивність”. Якщо адаптивність передбачає досягнення відповідності між цілями та результатами діяльності, пристосовуючись до умов незмінної в часі реальності шляхом умілого використання рутинних компонентів репродуктивних практик, то інноваційність постає як активність неадаптивна, надситуативна, що здійснюється через перетворення як предметного та соціального оточення, так і власної діяльності, власної суб'єктивності. У такий спосіб інноваційність забезпечує адаптацію до умов швидко змінюваної реальності.

У кожному конкретному випадку інновація, пов'язана з необхідним запереченням попередніх норм і правил, починається з прояву творчості, оригінальності, відступу від існуючих загальноприйнятих традицій. У зв'язку з цим Р. Мертон вважав, що певна міра відхилення від існуючих норм є функціональною для базових цілей всіх соціальних груп, а тому мова має вестися не про функціональну, а про певну критичну норму. Новаторство, яке сягає певного критичного рівня, може спричинити виникнення і закріплення нових інституційних моделей поведінки, які виявляться адаптивнішими, ніж старі. Якщо інновації прориваються крізь усі фільтруючі механізми і отримують широке суспільне визнання, починається фаза їх поширення.

Інноваційність може бути розглянута не тільки як відносно самостійна, окрема, ізольована особистісна риса, а і як певна типотворююча ознака, “особистісний синдром”. Йдеться про інноваційну (новаторську) особистість. Це поняття запровадив до наукового дискурсу в 1963 р. Е. Хаген. Він виходив із припущення, що існують різні “особистісні синдроми”, полярність яких відображає типові ознаки, характерні для традиційного суспільства й суспільства сучасного. У першому – це авторитарна особистість, у другому – інноваційна. Щоб відповідати вимогам сучасного інноваційного суспільства, людині мають бути притаманні відповідні особистісні настанови, якості, цінності тощо. Можна вести мову про різні типи інноваційної особистості, оскільки одні особистісні синдроми забезпечують готовність існування людини в умовах інновацій, інші готують її до участі в інноваційній діяльності, а також до самостійного продукування інновацій. Виокремлення критеріїв та емпіричних показників інноваційної особистості здійснювалося у процесі вивчення особистості інноваторів – людей, які проявляють схильність до підприємницької діяльності або досягли значних результатів в ній. У цих дослідженнях припускалося, що підприємець за своєю природою є інноватором, тобто людиною з особливим психологічним профілем [Клочко, 2009].

Про інноваторів як особливий тип людей розмірковував й італійський філософ А. Менегетті. На його думку, справжнім (“вільним”) інноватором може бути лише той індивід, який “вийшов за межі системи, що існує всередині нього самого”, а відтак дістав можливість використати цю (будь-яку іншу) систему як

засіб. Отже, інноватор не тільки новими засобами, а й новим застосуванням старих засобів може досягти нового соціального, економічного, політичного, технічного чи будь-якого іншого результату.

Інноваційна особистість прагне керувати навколишнім середовищем і тому завжди перебуває в пошуку нових форм впливу на нього, управління ним. Інноваційна особистість готова взяти відповідальність за наслідки власної творчої діяльності, спричинені реалізацією нових способів розв'язання нагальних проблемних ситуацій. Ця обставина характеризує інноваційного суб'єкта як орієнтованого на активну участь у соціальному прогресі. В основі креативності інноваційної особистості лежить така системотворча якість, як здатність до переосмислення існуючих явищ, цінностей, способів діяльності тощо, а також продукування нових. Інноваційній особистості притаманна особлива гнучкість мислення, оскільки вона змушена постійно його змінювати, здійснюючи переходи між світом наявним та "іншим" – створеним, породженим самим творчим суб'єктом [Карпова, 2004].

Цілком природним та невід'ємним атрибутом інноваційної особистості є *інноваційна активність*. Це широковживане у сучасній науці поняття перебуває на етапі становлення і тісно пов'язане з низкою інших, близьких до нього термінів – "пошукова активність", "неадаптивна активність", "надситуативна активність", "наднормативна активність", "громадянська активність", "альтруїстична активність" та ін.

На думку О. Громцової, інноваційна активність – категорія автономна [Громцова, 2008]. Вона має певний зміст і складається з конкретних дій, які здійснюються за певною технологією. М. Л. Яковенко визначає інноваційну активність (зокрема, студентів) якісною характеристикою особистості, що свідчить про орієнтацію на творчість, прийняття і підтримку інновацій, виробництво нового знання (продукту, послуги тощо) і впровадження його в життя [Яковенко, 2003].

Російські (Б. Г. Генкін, Р. П. Колосова) та українські (О. А. Грішнова, Л. С. Лісогор, М. В. Семикіна, Л. В. Шаульська) вчені, розглядаючи інноваційну активність крізь призму діяльності найманих працівників, вважають, що на характері інноваційної активності цих працівників значно відбиваються такі особливості інноваційної праці, як невизначений кінцевий результат, реальні зис-

ки від виконаної роботи та терміни її завершення. Ці особливості надають інноваційній активності значної психологічної напруги.

Л. Збаржевецька серед сучасних поглядів на трактування терміна “інноваційна активність працівників” розрізняє три підходи:

а) інноваційна активність як прояв творчості у трудовому процесі;

б) інноваційна активність як діяльність суб’єктів підприємництва зі створення нововведень у будь-якій сфері;

в) інноваційна активність як одна з важливих складових характеристик людського потенціалу, реалізація якого дає змогу створювати різноманітні нововведення у процесі трудової діяльності, інноваційно працювати [Збаржевецька, 2010].

Інноваційна активність тлумачиться як властивість персоналу організацій створювати новітні форми організаційної/менеджерської культури. Представником такого напрямку є М. М. Безлепкін, який розглядає інноваційну активність під кутом зору соціології управління [Безлепкин, 2008]. Організації з таким типом управління протиставляються традиційним бюрократичним. Їхня діяльність спрямована на задоволення потреб інноваційного розвитку, формування у персоналу необхідної мотивації до творчої діяльності, позитивного ставлення до нововведень, професійного зростання персоналу, готового до нововведень.

Значна кількість наукових джерел присвячена аналізу інноваційної активності педагогічних працівників [Бартків, 2010; Дичківська, 2004; Сластьонін, 1997; Макогон, 2002]. Інноваційна педагогічна діяльність зазвичай визначається як процес створення та засвоєння педагогічних інновацій. Інноваційна активність передбачає не тільки участь в інноваційному процесі, а й інноваційні форми поведінки. В. О. Моляко розглядає інноваційну діяльність як важливий компонент творчості.

Більшість дослідників сходяться на тому, що інноваційна активність змінює як зовнішнє середовище, так і внутрішній світ людини, виявляється в різних аспектах її життєдіяльності як у соціально позитивних, так і в соціально негативних формах.

Внутрішній механізм формування інноваційної активності уявляється дослідникам як поєднання таких елементів: потреби в інноваційній діяльності, інтересу до творчості, нетрадиційних,

евристичних видів діяльності, сприйняття, засвоєння діяльності як цінності, ціннісних орієнтацій на створення нового, наявності соціальних настанов на реалізацію нововведень, досягнення поставленої мети, реалізації інновації. Відповідно інноваційна активність передбачає настанову суб'єкта на творчу діяльність, перетворення соціальних умов, у яких він живе і діє; розуміння ним суспільної значущості цих перетворень; міру задоволення своїм соціальним статусом та соціальними стосунками і відносинами, до яких він долучений. В такому сенсі інноваційна активність постає не лише як індивідуальна характеристика суб'єкта інноваційної діяльності, а й як культурна і соціальна практика, а отже, як надіндивідуальний феномен.

Під час наукових дискусій з приводу інноваційної активності особистості дослідниками констатуються актуальні і потенційні її форми. Актуальна форма визначається через поняття “інноваційна діяльність”, потенційна описується за допомогою понять “інноваційний потенціал”, “інноваційна диспозиція”.

Щодо поняття інноваційної діяльності, то, за визначенням Г. С. Гамідова, В. Г. Колосова і Н. О. Османова, вона являє собою системний вид діяльності, спрямований на реалізацію інновацій (нововведень) на базі використання нових наукових знань, ідей, відкриттів і винаходів, а також існуючих і перевірених наукомістких технологій, систем і обладнання [Гамидов и др., 2000]. Головною в інноваційній діяльності в суспільстві є функція зміни, розвитку її способів та механізмів в усіх сферах життя. Самі ж нововведення, які здійснюються у процесі інноваційної діяльності, є формою суспільного розвитку і невід'ємним елементом соціального регулювання.

Окрім поняття “інноваційна діяльність”, у літературі часто вживається й термін “інноваційний процес”. Єдиного підходу щодо їх визначення не існує. На думку одних авторів, це тотожні поняття, інші вважають, що ці категорії мають різний зміст. Однак серед останніх також немає єдності в поглядах: одні вважають, що інноваційний процес включає інноваційну діяльність, інші – навпаки. (Детальніше це поняття буде розглянуто у наступному розділі).

Окрім інноваційної діяльності як актуальної форми інноваційної активності, чимало дослідників вивчають її потенційну форму – інноваційний потенціал. Потенційна активність зазвичай роз-

глядається як здатність, готовність і прагнення до діяльності, її важливими складовими є знання, уміння, досвід (інструментальна складова активності), а також потреби, цілі, мотивація діяльності тощо. Відповідно під інноваційним потенціалом розуміють стійку сукупність характеристик особистості чи суспільства загалом, що зумовлюють їхню спроможність до інноваційної діяльності. Важливим аспектом аналізу інноваційного потенціалу є питання його ефективного використання як переходу від можливого до реального, від традиційного до нового [Кравченко, 2003]. Цей аспект надає поняттю “інноваційний потенціал особистості” не тільки умоглядно-теоретичного, а й суто практично-прикладного значення. Є. Малянов [Малянов, 2010], розглядаючи це поняття, наголошує на необхідності розуміти його не тільки як сукупність потенцій людини (творчих, комунікативних, компетентнісних тощо), а й їхню взаємодоповнюваність, взаємодію, оскільки останні здатні породжувати нові (емерджентні) системні якості та синергетичні ефекти. Є. Малянов пропонує цікаву соціокультурну модель інноваційного потенціалу особистості, відмітною особливістю якої є акцент не на когнітивних компонентах інноваційної діяльності, а на сукупності таких чинників, як екзистенційне самовизначення, почуття гідності, автономії, задоволеності від самовираження. Саме вони, на його думку, визначають інші особистісні ресурси, а в процесі взаємодії з певними соціальними детермінантами створюють умови і механізми інноваційної діяльності.

Близькою за змістом до поняття “інноваційний потенціал” є категорія “інноваційна диспозиція”. Диспозиція – це готовність, схильність суб’єкта до поведінкового акту, дії, вчинку, їх послідовності. Інноваційна диспозиція – схильність особистості до змін і нововведень. Це складова частина всієї диспозиційної структури особистості. Інноваційна диспозиція має складну ієрархічну структуру, яка відповідає принципам організації загальної диспозиційної структури особистості. Відповідно на вищому рівні можна виокремити узагальнені диспозиції, що виражають схильність особистості до змін у найширшому сенсі, а на середньому рівні – розглядати оцінкові характеристики ставлення до інновацій в різних сферах життєдіяльності. Конкретні інноваційні настанови у певній сфері конкретної діяльності приблизно відповідають найнижчому рівню диспозицій. Вони доволі мінливі, оскільки істотно залежать від ви-

мог середовища, умов діяльності та глибинних параметрів особистості. Готовність до змін у конкретній діяльності буде вищою, якщо інноваційна диспозиція є внутрішньо узгодженою [Советова, 2000].

Отже, можемо зробити висновок, що інноваційна активність існує в актуальній та потенційній формах. Актуальна форма полягає у реальній активності (діяльність із творення та впровадження інновацій в життя) дії. Потенційна форма описується за допомогою понять “інноваційний потенціал”, “інноваційна диспозиція”.

1.1.3. Теорії і моделі інноваційних процесів (поширення та сприймання інновацій)

Поряд з дослідженнями інновацій та інноваційності в науковій літературі представлені також різні схеми і моделі інноваційних процесів. У найширшому сенсі “інноваційний процес являє собою процес створення, поширення і використання нововведення” [Новейший философский..., 2003]. Він передбачає перетворення нових видів і способів людської життєдіяльності (нововведень) на соціально-культурні норми і зразки, що забезпечують їх інституційне оформлення, інтеграцію і закріплення в культурі суспільства, а отже, являє собою механізм переведення нововведень зі сфери безпосереднього досвіду у сферу досвіду суспільно-історичного. Інноваційний процес може існувати у формах прагматизації, ідеалізації та трансляції. Прагматизація передбачає втілення якоїсь нової ідеї, відкриття в продукт, спосіб (форму) діяльності, технологію; цінностей – у норми соціальної взаємодії, відносин, спілкування, практичної діяльності і т. д. Ідеалізація являє собою процес народження нових ідей, відкриттів, винаходів, які стають результатом переосмислення звичного досвіду, раціональну інтерпретацію нового, аналіз стихійно виниклих новацій, їх перетворення у форми теоретичного знання. (На жаль, у сучасних теоріях та моделях інноваційних процесів етапи народження нових ідей і їх реалізації практично повністю розділені). Трансляція передбачає поширення нововведень, їх включення в систему тих культурних норм і зразків, які підлягають відтворенню у процесі їх освоєння новими поколіннями людей. Важливими інструментами прискорення поширення та впровадження нових

ідей, життєвих практик та досвіду є засоби масової комунікації, освіта, міжособистісне спілкування тощо.

Перші моделі інноваційних процесів були односпрямованими і лінійними, що спрощувало аналіз процесів виникнення та поширення нових ідей, технологій, соціокультурних норм і практик. Ці процеси уявляються у вигляді чітко визначених послідовних етапів. При цьому інноваційний процес розглядається або лише в одній із його можливих форм (ідеалізації, прагматизації чи трансляції), або як їх певна комбінація, послідовна зміна. Чимало з цих моделей у дещо вдосконаленому вигляді активно використовуються й нині.

Теоретичним підґрунтям перших моделей інноваційних процесів стали розвідки французького вченого Г. Тарда, який жив у XIX ст. У книзі “Закони імітації” (1903) Г. Тард запропонував теорію S-подібної кривої, що відбиває закони прийняття інновацій, та відзначив важливість міжособистісної комунікації як чинника їх поширення. Процес, за допомогою якого нововведення передається комунікаційними каналами між членами соціальної системи в часі, отримав назву “дифузія інновацій” і став предметом аналізу Г. Тарда, а також німецьких та австрійських етнографів Ф. Ратцеля і Л. Фробеніуса. У 40-ві роки XX ст. їх напрацювання стали основою чи не найвідоміших у нас дифузних моделей поширення інновацій Е. Роджерса і Ф. Басса. У цих моделях інноваційний процес постає передусім у *формі трансляції, поширення певної новачії*, саме на чинниках та закономірностях цього процесу зосереджуються дослідники.

У книзі “Дифузія інновацій” Е. Роджерса (1962) інновація розглядається як деякий вже готовий результат інноваційної діяльності – ідея, практична діяльність чи об’єкт, що сприймаються окремою особою, спільнотою, організацією, іншими елементами соціальної системи як щось нове. До основних елементів моделі Е. Роджерса належать: 1) сама інновація (нова ідея, методика, технологія тощо); 2) комунікаційний канал, завдяки якому інформація про інновацію передається від одного елемента соціальної ситеми до іншого; 3) соціальна система; 4) час як період прийняття рішення щодо використання інновації.

Теорія дифузії інновацій тісно пов’язана з психологією, оскільки однією з основних складових моделей, що ґрунтуються на ній, є характеристики суб’єкта інноваційного процесу, які визна-

чають його здатність сприймати, оцінювати нові ідеї, технології, а також знаходити їм застосування, користуватися ними, впроваджувати та розповсюджувати їх. Ці характеристики описуються поняттям інноваційності, підходи до розуміння якого аналізувалися нами у попередньому параграфі. Не менш важливими, ніж психологічні характеристики індивідуальних та групових суб'єктів, є структура відносин, особливості стосунків між ними, психологічний клімат тощо. Значний пояснювальний потенціал для моделей дифузії інновацій має теорія соціального наочання, зокрема такі її компоненти, як символічне моделювання, переконання, наслідування, самоефективність, соціальне спонукання і мотивація. Сам Е. Роджерс неодноразово наголошував на тому, що прийняття або використання індивідом нової поведінки чи виробу залежить від багатьох психологічних та соціально-психологічних чинників. Якщо інновацію важко зрозуміти і їй складно знайти практичне застосування, вона буде прийнята не так швидко, як більш прості у використанні інновації. Деякі з них поширюються тільки за допомогою міжособистісної комунікації, і в такому випадку прийняття інновацій залежить від можливості безпосереднього контакту. Прийняття нововведень залежить також від індивідуальних цінностей і сприйняття людиною себе. Якщо нові моделі поведінки або інші інновації певним чином суперечать цим цінностям, імовірність прийняття інновації знижується. Інновації, які можна випробувати перед тим, як винести остаточне рішення, приймаються з більшою готовністю. Чим більше коштів і зусиль необхідно для випробування інновації, тим менша ймовірність її прийняття.

Залежно від ставлення до інновацій і здатності до практичної їх реалізації, Е. Роджерс пропонував поділяти людей на п'ять таких груп: 1) новаторів (осіб, відкритих до всього нового, "здорових" авантюристів у кращому розумінні цього слова); 2) ранніх послідовників (які активно і добровільно сліднують за новаторами, щиро поділяючи інноваційні ідеї); 3) ранню більшість (осіб, які в принципі готові долучитися до творчих ідей, якщо це не суперечить їхнім інтересам і принципам); 4) пізню більшість, яка підтримує інновації: а) під тиском авторитетів чи простої більшості; б) у разі, якщо ідеї інновації збігаються з її власними ідеями, інтересами, потребами; в) у разі невдоволення наявною

ситуацією або тим, що ця більшість реально має; 5) відсталих (байдужих) [Rogers, 1995, p. 135].

Безумовно приваблює у моделі Е. Роджерса й те, що у ній враховуються властивості пропонованої інновації. За Е. Роджерсом, потенційні споживачі при ухваленні рішення щодо використання інновації оцінюють п'ять її основних якостей:

1) ступінь переваг, яку інновація має перед іншими видами продукції (процесами). (Найчастіше виражається в економічних чи соціальних категоріях – прибутковість, економічність, зниження рівня забруднення, шуму, затрат ручної праці і т. ін.);

2) сумісність інновації з наявною системою цінностей, соціальних норм, досвідом і потребами адресної аудиторії;

3) ступінь складності інновації для розуміння, використання призначення;

4) доступність та простота апробації інновації;

5) комунікативність – можливість розповсюдження інновації.

Процес поширення інновацій визначається трьома основними подіями: 1) індивід дізнається про інновації; 2) індивід приймає (або не приймає) інновацію; 3) індивід взаємодіє з іншими індивідами у системі соціальних відносин. На другій події варто особливо наголосити, оскільки саме тут втрачається ще одна надзвичайно важлива складова процесу дифузії інновацій. Йдеться про момент ухвалення рішення щодо прийняття/неприйняття інновації. У межах теорії дифузії інновацій визначено три види таких рішень, що залежать від того, хто саме ухвалює рішення про прийняття та наскільки вільним є його прийняття і здійснення. В умовах вільного ринкового середовища найчастіше розглядається варіант, за якого це рішення цілком вільно і добровільно ухвалює окремий індивід, котрий так само вільно й добровільно може відмовитися від свого рішення. Схожою є ситуація і з ухваленням рішення щодо інновації певною групою, колективом. Колективне рішення також за умовчанням розглядається як вільне й добровільне. А от типовий для адміністративно-командної системи випадок, коли рішення щодо інновації приймається особою (групою осіб), наділених владою, зазвичай залишається поза предметним полем аналізу.

На відміну від Е. Роджерса, Ф. Басс виокремив лише дві групи задіяних у дифузії інновацій. Перша група формує думку про новий продукт і починає його використання насамперед під впли-

вом реклами – “ефект реклами”. Друга група започатковує використання продукту завдяки “ефекту міжособистісної комунікації”. На першому етапі життєвого циклу продукту, коли про нього майже ніхто не знає, переважає ефект реклами. У міру збільшення тривалості рекламного впливу зростає кількість споживачів, а ефективність реклами поступово знижується. Натомість підвищується ефект міжособистісного спілкування, завдяки якому нарощується база покупців із числа тих, хто скептично ставиться до інновацій.

На початку XX ст., фактично одночасно з моделями, які акцентують увагу передусім на формах, механізмах і закономірностях *розповсюдження певної інновації*, виникає інша група моделей інноваційних процесів, що зосереджується на *прагматизації інноваційних ідей, винаходів, відкриттів*. Їх родоначальником є Й. Шумпетер. У його праці “Теорія економічного розвитку” (1912) викладено так звану лінійну модель поширення інновацій. Її суть зводиться до такого:

1) винахідницька діяльність є джерелом інновацій і здійснюється поза економікою, підприємці лише помічають певні відкриття і використовують їх для створення технічних/технологічних інновацій, здатних приносити прибуток;

2) економічний розвиток має місце завдяки зусиллям підприємців, оскільки через конкуренцію між ними з’являються нові продукти, техніка та технології;

3) інноваційний процес є лінійним, він починається з винаходу і завершується інновацією, що дає прибуток.

Інакше кажучи, лінійна модель Й. Шумпетера фокусується на прагматизаційній формі інноваційного процесу. Згідно з нею саме інновації зумовлюють економічне зростання. При цьому інновації генеруються поза економікою і незалежно від її потреб. Про зворотний вплив соціального замовлення на інноваційну активність у моделі не йдеться. Тим часом навіть у такій недосконалій (якщо не сказати застарілій) формі вона й досі “кочує” по різних підручниках з інноваційного менеджменту [Дурович, 2004; Медынский, 2008].

Звичайно, лінійна модель Й. Шумпетера вдосконалювалася й у своєму розвитку пройшла кілька етапів. Не вдаючись у деталі, зазначимо, що, як наслідок, у 50-х роках XX ст. було створено кла-

сичну трьохкрокову модель інновацій: фундаментальні дослідження – прикладні дослідження – конструкторські розробки. Протягом наступних років завдяки працям економістів і представників бізнес-шкіл до моделі було додано заключний етап, безпосередньо не пов'язаний з процесом досліджень і розробок, а саме етап “виробництва і дифузії”. Таким чином, з'явилася лінійна модель “технологічного поштовху” (або “неокласична”, “technology-push”, “science-push”, “pro-active model”). Вона являє собою причинно-наслідковий ланцюжок, початком якого є фундаментальні дослідження, а завершенням – виробництво і розповсюдження інновацій.

Ці моделі ґрунтувалися на звичних сьогодні уявленнях про те, що в основі інновацій лежать наукові винаходи та відкриття. Важливою їх особливістю є те, що кожний етап виробляє результат, який є вхідним ресурсом подальшого етапу, а наступні стадії не пов'язані зворотними зв'язками з попереднім. Оскільки головне завдання на той момент полягало у виробництві, а не в реалізації продукції, увага приділялася першим стадіям інноваційного процесу, а саме науково-дослідним та дослідно-конструкторським роботам, що зумовило створення у компаніях великої кількості наукових лабораторій. Процесу ж комерціалізації наукових досягнень приділялося значно менше уваги, він вважався автоматичним.

У середині 60-х – на початку 70-х років XX ст. було розроблено ринкову модель (лінійна модель “витягування попитом”, “ринкового тяжіння”, “demand-pull”, “need-pull”, “market-pull”, “reactive model”), що пояснюється насиченням ринку продукцією і труднощами збуту. У цей час посилилася боротьба компаній за частку ринку (“market shares battle”), що змусило компанії перенести фокус уваги із досліджень і розробок на виявлення ринкових потреб. Маркетинг і прогнозування попиту набувають дедалі більшого значення. У моделі “витягування попитом” поштовхом для створення інновації вважається виявлена потреба, а НДДКР стають наступним етапом, що дає змогу задовольнити запити ринку.

У 1970 – 1980-х роках виникає “об'єднуюча модель” (“coupling of R & D and marketing”, “feedback model”), що відбиває важливість як ринкових, так і технологічних факторів. Джерелами інновацій виступають результати НДДКР, а також потреби ринку. Моделі інноваційної діяльності третього покоління зберігають

послідовну лінійність, але вже з численними зворотними зв'язками. Інноваційний процес у них найчастіше визначався як процес поступового перетворення ідеї на товар (перша стадія) та його розповсюдження на ринку (друга стадія). За такого підходу перша стадія включає етапи фундаментальних та прикладних досліджень, конструкторських розробок, виготовлення дослідницьких (експериментальних) зразків, налагодження серійного виробництва тощо. Етапи другої стадії являють собою життєвий цикл продукту (товару) і включають такі чотири типові фази: вихід нового товару на ринок, його апробація споживачами; зростання продажів (якщо продукт сприйнятий ринком); стабілізація обсягів продажу, досягнення певної “стелі”, перетворення новинки на щось звичне, буденне; занепад, зниження продажів [Котлер, 1991; Басовский, 2001].

Стрункність, логічна довершеність лінійних моделей є водночас їхньою вадою, оскільки вони часто неадекватно відображають реальні інноваційні процеси. Лінійні моделі, наприклад, не завжди включають етап наукових досліджень, який вважається обов'язковим і надзвичайно важливим. Усвідомлення того, що дослідження – не єдине джерело інновацій, що процес створення нового продукту є ітераційним, таким, що потребує взаємодії між учасниками процесу на різних його етапах, а знання “долучаються” до інноваційного процесу з найрізноманітніших джерел протягом усього його перебігу, спонукало появу ланцюгової моделі інноваційного процесу С. Клайна-Н. Розенберга [Kline, Rosenberg, 1985]. Її перевагою є врахування різноманіття джерел інновацій, до яких віднесено результати наукових досліджень (відкривають нові знання); потреби ринку; існуючі знання (зовнішні для компанії) і знання, отримані в процесі навчання на власному досвіді.

Ще однією моделлю тих часів, що, як і ланцюгова, акцентує в інноваційному процесі значущість народження нових ідей, відкриттів, винаходів, є модель інноваційного процесу “ворота” (1986). Вона являє собою чітко структурований процес розробки нового продукту. Запропонована канадським професором Р. Купером [Cooper, 1986] модель є складною системою, що має послідовні етапи і віхи / “ворота” проекту. Інноваційний процес розглядається як лінійний, без можливості повернення на попередні етапи, але кожен етап – це набір паралельних дій, вико-

нуваних міждисциплінарними командами. На виході “воріт” ухвалюється одне з таких рішень: перейти до наступного етапу, закрити проект, відкласти проект, повторити поточний етап. Перед початком наступного етапу затверджується план дій на етап і визначаються дата наступних зборів, які виконують функцію “воріт”, і результати, що мають бути досягнуті. Кожен наступний етап у процесі – від ідеї до виведення товару на ринок – потребує все більших витрат, тому критерії оцінки переходу проекту на наступний етап стають дедалі жорсткішими.

За своєю спрямованістю схожою з моделлю “воріт” є модель “воронка”, розроблена С. Вайлрайтом (S.C. Wheelwright) і К. Кларком (K. B. Clark). Її суть висвітлено в книзі “*Revolutionizing product development: quantum leaps in speed, efficiency, and quality*” (1992). Головна увага в моделі приділяється процесу пошуку і відбору ідей. На вхід моделі надходить велика кількість ідей, які поступово обробляються і оцінюються таким чином, що для подальшої розробки проекту доходять найбільш перспективні. У процесі управління “воронкою” мають бути вирішені три основні завдання. Перше полягає в максимальному розширенні входу воронки. Для цього необхідно збільшувати базу знань компанії і розширювати можливості доступу до різних джерел інформації з метою збільшення кількості ідей для створення нових продуктів і процесів. Друге завдання полягає в необхідності звуження “горла воронки”, тобто відбору найбільш привабливих та результативних ідей.

Як уже зазначалося, ланцюгова модель інноваційного процесу, моделі “воріт” та “воронки” особливого значення надають знанням як головному чиннику конкурентоспроможності в сучасному світі. Тому їх можна віднести до групи так званих інформаційно-знаннєвих моделей. До цієї ж групи належить відкрита модель інновацій, яка останнім часом набуває дедалі більшої популярності. Термін “відкриті інновації” запровадив Г. Чесбро (Henry Chesbrough) у книзі “Відкриті інновації. Новий шлях створення і використання технологій” (2003). До кінця XX ст. очевидно вважалася необхідність розробки інновації всередині компанії, тобто створення успішної інновації мали гарантувати самостійна генерація ідей, проведення науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт, виробництво, маркетинг, роз-

повсюдження і супровід товару. Отже, фактично панувала замкнута модель інноваційного процесу. Але останнім часом ситуація істотно змінилася. Багато провідних промислових компаній стикаються з серйозною конкуренцією новачків, які не проводять власних досліджень. Вони беруть нові технології із зовнішніх джерел і здійснюють їх комерціалізацію. Це дає підстави теоретикам відкритих інновацій визначати процес досліджень та розробок як відкриту систему. Для створення інновації компанія може використовувати все різноманіття джерел та ідей. У розробці інновацій використовуються як власні дослідження, так і дослідження, що проводяться іншими організаціями. Якщо виявлена інновація не відповідає бізнес-моделі компанії, її не приховують, не відкидають як непотрібну, а прагнуть отримати користь від її використання іншими організаціями шляхом продажу, надання ліцензій, створення дочірніх компаній і т. ін.

З початку 90-х років для багатьох компаній актуалізувалася проблема обмеження ресурсів. Це спонукало компанії до об'єднання в мережі для забезпечення гнучкості та збереження темпів розвитку. В основу стратегій було покладено розвиток партнерства, спільний маркетинг, перехід до “відкритих інновацій”, а також здобутки мережевого підходу в економічних та соціологічних дослідженнях. У кінцевому підсумку це зумовило розробку групи мережевих моделей інноваційних процесів. Однією з наскрізних ідей цих моделей є теза, що кожна конкретна інновація (продукт, технологія тощо) – це лише елемент контексту взаємодії, а не центральний факт, навколо якого будується діяльність.

Мережеві моделі інноваційних процесів поділяються на дві групи. Перша має назву моделі інтегрованих систем і мереж. Вона передбачає, що елементами мереж є індивіди, соціальні об'єднання, і саме вони є діючими суб'єктами (Х. Уайт, М. Грановеттер, Дж. Коулман). Що ж стосується матеріальних об'єктів та технологій, то їхні характеристики виступають вторинними стосовно соціальних структур та алгоритмів діяльності, в які вони мають бути інтегровані. Головна увага фокусується на вибудовуванні, конструюванні відносин навколо техніки і технологій, на соціальних практиках організації. Сенси, ідентичності, ролі формуються управліннями, для яких матеріальні об'єкти та технології є фоном або імпульсом. За такого підходу до інноваційного проце-

су компанії стають на шлях не тільки посилення координації діяльності різних підрозділів, задіяних у процесі, а й їх більш активного включення у мережеві взаємодії зі споживачами, поставальниками, дослідницькими лабораторіями, університетами та іншими установами, а також у створення (конструювання) нових мереж. Як наслідок, утворюються нові мережеві структури діяльності, спілкування і соціального контролю. Це “розгерметизовує” колись закриті соціальні утворення і робить їх функціонування чутливим до “свіжих вітрів ззовні”, а також тягне за собою зміну сприйняття.

Потужним інструментом такої “розгерметизації” сьогодні є інформаційні та інтернет-технології. Глобальні мережі дають можливість знайти кращих людей для виконання конкретного завдання через формування тематичних співтовариств. У традиційній індустрії ринок потенційних виконавців обмежений і будь-який вибір – це компроміс. Моделі формування спільнот навколо конкретних завдань і на базі відкритого коду уможливають задіяння кращих і “найрозумніших”, причому безкоштовно, у вільний від їхньої основної роботи час. Усі ідеї і розробки, які з’являються у такому співтоваристві, є повністю open source, тобто члени спільноти діляться усім і можуть брати участь у всьому. Фактично йдеться про “хмарову індустрію”, “хмарове виробництво”. Завдяки “хмаровим” технологіям потенційний споживач має можливість безпосередньо брати участь у розробці конкретного продукту. Зацікавлені у його появі споживачі формують навколо нього співтовариство. Причому це співтовариство, яке хоче не лише купити продукт. Споживачі купують ідею, вони інвестують себе в цю ідею, вони хочуть, щоб цей продукт був. І вони не бояться, що їхні ідеї вкрадуть, бо розуміють, що можна вкрати ідею, але не можна вкрати співтовариство.

Для цих моделей характерне також широке використання експертних систем, імітаційного моделювання, інтегрованих систем гнучкого виробництва та автоматизованого проектування.

Спільною ознакою щойно розглянутих моделей першої групи є аксіоматичне переконання у тому, що першоджерелом інновацій, їх суб’єктом, соціальним агентом є людина, організація, колектив. Матеріальні об’єкти і технології не можуть виконувати цієї функції, оскільки розглядаються тільки як пасивний та керований

“інструмент”. Проте на це можна поглянути по-іншому та переко-
натися, що соціальний та матеріально-технологічний простори зу-
мовлюють один одного, сплітаючись у “розгалужену мережу
соціотехнічних відносин”, а матеріальні об’єкти і технології здатні
переформатовувати людську психіку, змінювати стосунки між
людьми, наповнювати їхнє життя новими смислами. Взаємозв’язок
людини з технічними пристроями, системами, технологіями, їх
взаємопроникнення сьогодні настільки значне, що неможливо, на-
приклад, визначити, хто управляє пароплавом після заходу в порт
або хто регулює швидкість у кабіні пілота літака [Hutchins 1994;
1995; Hollan, Hutchins, Kirsch 2000]. У міру зростання складності
технологій вони дедалі більше “огортають” соціальну сферу і ста-
ють все менш залежними від останньої. Тому з часом усе
складніше відповісти на запитання: як та чи інша технологія зміни-
ла світ?

Погляд на будь-які матеріальні об’єкти як на повноцінних
учасників дії поряд з акторами-людьми сьогодні набуває в науці
дедалі більшого поширення, хоча в цілому для сучасних
гуманітарних наук “технологічний фактор” залишається здебіль-
шого чужорідною екстерналією, “незрозумілою річчю в собі”.

Сприйняття технології як процесу, за допомогою якого лю-
дина і технічні пристрої взаємодіють один з одним, наслідком чого,
зокрема, є інтелектуальне зростання, зміна людських стосунків,
взасмин, притаманне теорії розподіленого мислення [Hollan et al.,
2000], а також акторно-мережевій теорії – ANT (Б. Латур,
М. Каллон та ін.), яка є однією із засадничих основ мережевих мо-
делей другої групи.

У найзагальніших рисах акторно-мережева теорія пропонує
брати до уваги не тільки людей і їхні взаємовідносини, а й залучати
до аналізу матеріальні об’єкти, простори та смисли. Усю сукуп-
ність акторів ця теорія пропонує розглядати як взаємопов’язану та
взаємозумовлену мережу. Актор-мережа у моделі інноваційної
діяльності Б. Латура дуже нагадує те, що постмодерністські теоре-
тики позначають терміном “ризом”. Це своєрідна павутина, до
котрої входять як люди, так і матеріальні об’єкти, певний час
пов’язані каналами, що забезпечують дію. За наявності такого “па-
вутиння” не можна визначити, що стоїть на початку, а що
наприкінці процесу. Інноваційний процес може початися в будь-

якому місці у будь-який час. Зміни, що відбуваються в одному вузлі, тягнуть за собою зміни в усій мережі. Впровадження інновації у такій мережі Б. Латур порівнює із створенням імперії, де перемога залежить від правильності вибору союзників і залучення необхідних ресурсів.

Схожі ідеї розвиває П. Фліші в межах теорії соціотехнічного альянсу. За П. Фліші, інновація проходить паралельний процес розвитку – в стінах лабораторії і водночас у соціумі. Тут визріває потреба в даній інновації у вигляді певних функцій інновації, які використовуються в інших сферах, пристроях [Flichy, 2003]. За умови збігу соціально затребуваних функцій із запрограмованими на стадії розробки в стінах лабораторії утворюється соціотехнічний альянс, коли потреби задовольняються за допомогою інновації, що проникає в соціальне життя.

П. Фліші [Flichy, 2008], запозичуючи у Е. Гоффмана поняття фрейму [Goffman, 1974], запропонував вирізняти в межах соціотехнічного фрейму два аспекти: фрейм функціонування (сам об'єкт або технологія) і фрейм використання (спосіб їх використання), які не обов'язково мають збігатися. Зазвичай одному фрейму функціонування можуть відповідати кілька фреймів використання [Flichy, 2008: р. 164–166]. Можна припустити, що бувають такі випадки, коли фрейм функціонування покриває всю сферу використання або навіть перевершує її. Такий профіль може відповідати вкрай “просунутому” і / або винахідливому користувачеві, якому вдається виявити той потенціал пристрою, який навіть не передбачався розробниками.

Наявність прихованого потенціалу зумовлена тим, що будь-яка техніка чи технологія являє собою матеріалізовану форму знання і цінностей, які “зашифровані” у них. От тільки “шифр” цей може бути “прочитаний” по-різному. Зазвичай процес освоєння і “прийняття” технології має кілька етапів. Спочатку користувач мимоволі порівнює інновацію з уже відомими йому (і освоєними ним) технічними засобами та намагається використовувати нововведення за аналогією. Потім починається поступове відкриття інновації, що, як правило, супроводжують невдалі спроби та експерименти, різноманітні проблеми, спроби їх розв'язати. Нарешті, відбуваються освоєння нового пристрою і вироблення нового

когнітивного й поведінкового відповідного йому патерну або відмова від використання інновації.

У ймовірному інтуїтивному способі використання будь-якої інновації завжди є певний потенціал, не очевидний та якісно відмінний від того, що передбачався творцями. Ця неоднозначність, неоднолінійність інновацій підтверджується численними прикладами того, як по-різному можуть бути освоєні та використані одні й ті ж інструменти у двох окремо взятих соціальних контекстах. “Фрейм використання” значною мірою залежить від ідеологічних, культурних, політичних і соціальних настанов того суспільства (спільноти, групи, організації), куди відбувається “експорт” товару, технології, форми політичного устрою тощо. Наприклад, у країнах Заходу інтернет сприймається як технологія, що несе свободу, гласність і демократію. І тому ці країни з великим ентузіазмом дивляться на інтернетизацію Китаю як на інструмент його звільнення. А в реальності ми бачимо, що використання інтернету в цій країні цілком підпорядковується логіці контролю за інформацією і цензурі. Тобто режим з успіхом пристосовує цей нав’язаний ззовні спосіб використання (сам по собі вільний) до своєї тоталітарної ситуації і тим самим змінює його. Схожих прикладів чимало є і в нашій країні. Вони стосуються і ринкових механізмів, і демократичних процедур, і багато чого іншого. Певною мірою ми торкалися цієї проблеми, коли аналізували особливості громадської думки щодо модернізації політичної системи. Стати в нагоді при її вирішенні могла б розробка методів та технік аналізу інтелігібельності (процесів породження і розпізнавання смислів) матеріальних об’єктів та технологій. Це до певної міри могло б убезпечити нас від потрапляння в ситуації, коли “хотіли як краще, а вийшло як завжди”.

Доволі схожою на мережеві моделі інноваційних процесів видається й модель плинучого соціокультурного поля П. Штомпки, в якому існує мережа зв’язків, прихильностей, залежностей, обмінів, відносин особистої відданості [Штомпка, 1996]. Поле розширюється і стискається, посилюється і послаблюється, згущується і розпоршується, змішується з іншими своїми сегментами чи дистанціюється від них. У ньому існують специфічні, принципово важливі для життя “вузли”, комплекси, сплетення соціальних відно-

син, які ми називаємо групами, спільнотами, організаціями, національними державами.

У соціокультурному полі П. Штомпка виокремлює чотири виміри – ідеальний, нормативний, інтеракційний, можливий і, відповідно, чотири види мереж – сплетіння ідей, правил, дій та інтересів. Взаємопов’язана мережа ідей (вірувань, доказів, дефініцій) складає ідеальне вимірювання поля, його “соціальну свідомість”. Взаємопов’язані мережі правил (норм, цінностей, приписів, ідеалів) утворюють нормативний вимір поля, його “соціальні інструкції”. І ідеал, і нормативний вимір роблять свій внесок у те, що традиційно розглядається як культура. Взаємопов’язані мережі дій складають інтеракційний вимір поля, його “соціальну організацію”, а мережі інтересів (життєві шанси, можливості, доступ до ресурсів) – вимірювання поля за шкалою можливостей, його “соціальну ієрархію”.

У кожному із своїх чотирьох вимірів-рівнів (сфер) соціокультурне поле безперервно зазнає змін. Ми постійно спостерігаємо: 1) артикуляцію, легітимізацію або переформулювання ідей, виникнення і зникнення ідеологій, переконань, доктрин, теорій; 2) інституціоналізуванню, перегляд норм, цінностей, правил або відмову від них; виникнення і зникнення етичних кодів, правових систем; 3) вироблення, диференціацію та переформування каналів взаємодії, організаційних або групових зв’язків; виникнення або зникнення груп, кіл спілкування та особистісних мереж; 4) кристалізацію, затвердження і перегрупування можливостей, інтересів, життєвих перспектив, піднесення і падіння статусів, розподіл і впорядкування соціальних ієрархій.

Продовжуючи цю думку П. Штомпки, зазначимо, що кардинальне нововведення в будь-якій сфері може спричинити “інноваційні стрибки”, які характеризуються лавиноподібними змінами й у інших сферах. Ці стрибки є саме тими бурхливими періодами росту і розвитку, коли людство переживає не тільки докорінну трансформацію принципів життя та діяльності в якійсь одній конкретній сфері, а й серйозні зміни в уявленнях людини про співвідношення можливого і неможливого, у тому числі про свої власні можливості щодо зміни параметрів цієї реальності.

Шукаючи відповідь на ключове питання – що є рушійною силою соціальних змін, П. Штомпка зазначає, що деякі зміни йдуть “знизу”, викликаються активністю широких мас звичайних людей;

інші – “зверху”, під натиском владних еліт (правителів, менеджерів, адміністраторів тощо), здатних нав’язати свої уподобання іншим членам суспільства. Одні зміни являють собою результат навмисних дій, заздалегідь продуманих проєктів; інші – ненавмисні побічні ефекти, побічний продукт дій, скоєних заради інших цілей.

Поєднавши ці два критерії (місце розташування і наміри діяча), П. Штомпка визначає чотиричленну типологію соціальних змін (що, до речі, певною мірою схожа з тією, про яку йшлося на початку розділу). Отже, П. Штомпка веде мову про такі типи соціальних змін.

1. Латентні (приховані, не виявлені) зміни, що виникають “знизу” (наприклад, завдяки людям, які у повсякденному житті роблять той чи інший вибір, приймають рішення з приводу своїх приватних цілей, ненавмисно здійснюють зрушення в економіці, демографії, у сфері життєвих стилів, звичок і т. д.). Акумуляовані і комбіновані результати розрізнених індивідуальних вчинків призводять до зародження довгострокових тенденцій.

2. Латентні зміни, нав’язані “згори” (наприклад, через дії уряду, що призводять до несподіваних побічних результатів або навіть викликають “ефект бумеранга”, тобто зміни, протилежні тим, які передбачалися).

3. Явні зміни, здійснювані “згори” (наприклад, унаслідок успішного виконання планів, приведення в дію реформ урядом, адміністративним або управлінським апаратом).

4. Явні зміни, вироблені “знизу” (наприклад, коли уряд приступає до політичних реформ під тиском мас).

Остання категорія описує ситуацію, коли люди гуртуються і організовуються для того, щоб провести зміни в суспільстві. За ступенем організованості спектр учасників може включати як спільноти, які виникають стихійно (на кшталт натовпу, збіговиська), так і соціальні рухи, і нарешті, групи за інтересами, лобі і високобюрократизовані політичні партії, що борються за владу (партії, що вже при владі, належать до іншої категорії у типології П. Штомпки. Поряд з правителями і урядами вони запроваджують зміни “згори”).

Позиція П. Штомпки стосовно власне самого першоджерела соціальних змін, полягає у тому, що суб’єкт, діяч у запропонованій ним теорії постає в різноманітті своїх модусів, у тому числі в актах

його колективного творіння у формі надіндивідних соціальних структур. Саме ці надіндивідні структури у формі соціальних рухів і є, на думку П. Штомпки, найпотужнішими силами, що спричиняють соціальні зміни. Відповідно модернізація – це не рішення еліти, яке вона нав’язує населенню, що чинить спротив, а масове бажання громадян опинитися у “рухомому епіцентрі сучасності”.

Така позиція є для нас дуже близькою, оскільки, поділяючи її, ми маємо робити вибір між двома принципово різними підходами (і, відповідно, моделями) поширення інновацій – упровадження або трансферту (трансферу). Англомовне слово “трансфер” (франкомовний варіант – “трансферт”) є альтернативою терміна “впровадження”, яким традиційно позначається процес утілення в життя інноваційної пропозиції в межах адміністративно-командної системи. Необхідність використання саме терміна “трансфер” зумовлена прагненням підкреслити істотність перетворення сенсу процесу. Замість насильницького “впровадження” (що передбачає активний або пасивний опір середовища, у яке вводиться щось чужорідне) “трансфер” має на увазі не тільки передачу інформації про нововведення, а й засвоєння її за умови активної та зацікавленої участі і джерела цієї інформації (наприклад, автора винаходу), і реципієнта, отримувача, і реалізатора інформації про інновацію, і кінцевого її користувача¹. Тому, до речі, основний акцент у разі трансферу інновації робиться не так на ній самій, як на суб’єктах – учасниках інноваційного процесу.

¹ Відмінність між упровадженням і трансфером добре ілюструє історія поширення картоплі. Спочатку європейці вороже поставилися до дивовижного овоча і навіть оголосили його отруйним. У Росії поширення картоплі, ініційоване Петром I, супроводжувалося “картопляними” бунтами. Другим хлібом картопля стала для росіян лише наприкінці XVIII ст. У Франції картопля прижилася швидше і навіть безболісно. Цьому посприяв аптекар Антуан Огюст Пармантьє. Переконавши Людовіка XVI в тому, що заморська “ягідка” допоможе розв’язати продовольчу проблему в країні, він отримав для посадки ділянку землі недалеко від Парижа. Коли настав час викопувати врожай картоплі, Пармантьє звелів оточити поле і нікого до нього не підпускати. На очах у всіх картоплю вдень викопували і звозили до королівського двору. Вночі охорону знімали, щоб усі охочі могли безперешкодно розжитися на бульби. Цей план Пармантьє вдався на славу. Заморський овоч здобув відтоді величезну популярність.

Ідеологія впровадження будується на уявленні про те, що головне – це саме нововведення, з нього все починається, саме воно перебуває в центрі уваги. Питання про те, чи “вписується” це нововведення у вже сформовану систему або ж чи потребує воно її кардинальної перебудови, просто не виникає. Коли ж з’ясовується, що перебудова захоплює набагато ширшу ділянку, ніж покривається “тілом нововведення”, це стає несподіваним і неприємним “сюрпризом”. Наприклад, хочемо поміняти інструмент, а змінювати доводиться організацію та оплату праці, норми виробітку; змінюються при цьому якість і собівартість продукту, а разом з тим умови його збуту, конкуренції, відносини між людьми, цінності, психологічний клімат... Як наслідок, маємо звичні для нас проблеми впровадження. Альтернативна практиці “впровадження” технологічна система трансферу передбачає ретельний попередній аналіз ситуації, під час якого виявляються “вузькі” місця, “тромби” у сформованій системі, окреслюються можливі проблеми, ставляться цілі і завдання, формуються програми і плани їх вирішення. Образно кажучи, трансфер робить акцент на підготовці місця для нововведення в системі, а саме нововведення розробляється не “взагалі”, а конкретно щодо даного випадку, даних умов, прицільно. Те саме стосується й завдання формування образу інновації – для ідеології трансферу воно є лише елементом, ланкою в цілісному ланцюжку інших технологічних прийомів.

1.2. Модернізаційні процеси у дзеркалі громадської думки

1.2.1. Думки громадян щодо ситуації в країні та загальної спрямованості реформ

Проголошений свого часу курс на модернізацію має забезпечити перехід України до моделі інноваційного розвитку. Необхідність орієнтації на інновації, залучення інвестицій саме у високотехнологічні, інноваційні сфери розвитку як єдино можливий шлях подолання проблем та пошуку свого місця у світовій економічній системі акцентувалася усіма українськими урядами й президента-

ми. Протягом кількох останніх десятиріч нашої країні довелося пережити чимало глибинних змін, які торкнулися усіх без винятку сфер суспільного життя. Про націленість пропонованих владою модернізаційних проектів на докорінні зміни красномовно свідчать назви програмних документів того часу: “Шляхом радикальних реформ”, “Український прорив”, “Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава”. Водночас чимало високопосадовців час від часу висловлюють, м’яко кажучи, сумнів щодо визначеності вектора модернізації країни. Так, Петро Порошенко, перебуваючи на посаді Голови Спостережної ради Національного банку України, заявляв: “Сьогодні у нас немає задекларованої мети, а реформи, як засіб її досягнення, проводяться” [Порошенко, 2011].

Візьмемо до уваги цю думку, але відволікатися на дискусію з її приводу не будемо, принаймні зараз. Погодимось з тим, що задекларовані цілі реформ все ж таки існують і зафіксовані у відповідних документах. Виходячи з цього, спробуємо розібратися, наскільки ж успішно здійснювалася модернізація країни протягом останніх 20 років? Якою мірою втілюється у життя Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів, викладена у відповідних матеріалах Парламентських слухань у Верховній Раді України 17 червня 2009 р. [Стратегія ..., 2009].

В оприлюдненій у 2009 р. доповіді “Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави” зазначається, що економічні трансформації 1990-х років, які супроводжувалися стрімким падінням рівня виробництва і платоспроможності на тлі високих темпів інфляції, спричинили неухильне зниження інноваційної активності промислових підприємств [НАН: Ситуація ..., 2011]. Якщо у 1992 р. за рівнем інновацій Україна посідала 9 місце у світі, то нині опустилася нижче 90 місця [Ученые в ..., 2013].

Україна майже зникла з винахідницької та інноваційної мапи світу. У 2002 р. частка нашої країни у світовому обсязі торгівлі наукомісткою продукцією становила лише 0,1 % [Непомнящий, 2002].

Дані Державної служби статистики України за 2011 р. свідчать, що частка продукції галузей, які належать до високих технологій, становить усього 4,6 %. Сукупна ж питома вага видів діяль-

ності, які відносять до високотехнологічних і середньотехнологічних високого рівня розвитку, становить менше 13 %. Домінуючими в українському експорті є галузі середніх та низьких технологій – 56,1 %. Це означає, що країна орієнтується на виробництво традиційної індустріальної продукції. Кількість технологій, які є результатом власних досліджень і розробок, за період з 2000 по 2007 р. становила лише 13,6 % загальної кількості отриманих нових технологій. Для країни, яка декларує інноваційно-інвестиційний шлях розвитку, це вкрай низький показник [НАН: Ситуация..., 2011].

У 2012 р. обсяг виробленої в Україні інноваційної продукції скоротився до 36,1 млрд грн порівняно з 42,4 млрд грн роком раніше. Частка інноваційної продукції знизилася до 3,3 % порівняно з 3,8 % в 2011 р. (у першому півріччі 2004 р. вона становила 4,6 % загального обсягу промислової продукції). У той же час кількість компаній, які займалися інноваційною діяльністю, порівняно з 2011 р. збільшилася на 79 підприємств і сягнула 1758¹. В цілому в 2012 р. українські підприємства витратили на інновації 11,5 млрд грн (це 3,2 % запланованих на 2012 р. видатків держбюджету) [В Украине..., 2011].

Значно активніше використовують інновації великі підприємства, які мають у своєму розпорядженні відповідну матеріально-технічну базу та кваліфікованих фахівців. Так, у 2008 р. серед підприємств з чисельністю понад 5000 осіб інноваційною діяльністю займалися дві третини, серед підприємств з чисельністю від 1000 до 5000 осіб – кожне четверте, а серед підприємств з чисельністю зайнятих до 250 осіб інновації використовували менше 4 % [Стоит потратиться..., 2009].

Щоб читач мав можливість уявити, скільки саме українських підприємств мають реальні шанси на інноваційну діяльність, необхідно володіти інформацією щодо їх розподілу за кількістю працівників, задіяних на них. Слід взяти до уваги, що модернізація торкнулася й класифікації підприємств.

¹ За даними Державного комітету статистики України, у I півріччі 2004 р. інноваційну діяльність у промисловості здійснювали 902 підприємства. Їх частка у загальній кількості промислових підприємств становила 9,6 %. Див.: Інновації в Україні не популярні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2004/08/20/52869>.

З метою приведення української класифікації підприємств у відповідність до рекомендацій ЄС згідно із Законом України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності” протягом 2009 р. відбувся перерозподіл у структурі кількості підприємств: зменшилася кількість середніх підприємств (до 24,5 тис.) на користь малих та великих [Акімова и др., 2006]. Кількість останніх відповідно складає тепер 354,8 тис. (93,1 %) та 1520 підприємств (0,4 %)¹. Тож у структурі підприємств за їх кількістю значущість малих підприємств ще більше зросла². Водночас простежити залежність між розміром підприємства та рівнем його інноваційної активності стало складніше. Кількість малих підприємств складає тепер 354,8 тис. (93,1 %), великих – 1520 (0,4 %).

Фінансову допомогу інноваційному сектору України надає Європейський Союз. Наприклад, протягом 2010–2011 рр. Україна в особі Міністерства економіки, Міністерства освіти і науки, державного Агентства з інвестицій та інновацій, Державного комітету з регуляторної політики і підприємництва, а також підприємств середнього та малого бізнесу отримали 12 млн євро на проекти, спрямовані на вдосконалення стратегій політики та регулювання інновацій, розвиток фінансових схем та інфраструктури для їх підтримки, підтримку наукомістких інноваційних підприємств і про-

¹ Частка малих підприємств у загальній кількості підприємств України становила 65 % у 1997 р. та 83 % у 2000 р. Див.: Пояснювальна записка до проекту Закону України “Про державну підтримку і розвиток малих та середніх підприємств в Україні” (2000 р.).

² Згідно із статтею 63 Господарського кодексу України малими вважаються підприємства, середньооблікова чисельність працюючих на яких не перевищує за рік 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції – 70 млн грн. Великими визнаються підприємства, на яких чисельність працюючих перевищує 250 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації понад 100 млн грн. Усі інші підприємства належать до категорії середніх. До впровадження нових критеріїв визначення суб’єктів підприємництва частка малих підприємств становила 85,1 % (324 тис. одиниць); середніх – 14,7 % (56 тис. одиниць), а великих – лише 0,2% (770 підприємств). Така структура суб’єктів підприємництва в цілому була доволі стабільною протягом кількох останніх років.

цесу передачі технологій для бізнесу, сприяння інтеграції в дослідницький простір Європейського Союзу [Евросоюз выделил..., 2009].

Проте, як відомо, модернізація не може бути зведена лише до техніко-технологічного оновлення промисловості, вона також передбачає зміни у політичній, економічній, соціальній, культурній та духовній сферах, а часом й інституціональну перебудову системи в цілому. Часто зміни в одній сфері призводять до змін в інших сферах, причому нерідко неочікуваних. В одних випадках між змінами існує причинно-наслідковий зв'язок, в інших – його наявність зовсім не обов'язкова, бо одні зміни стають для інших лише своєрідними каталізаторами тощо.

На якість, успішність і темпи цих змін, а також на ставлення до них людей значний вплив справляє чимало чинників, у тому числі й соціально-психологічних. Без соціально-психологічних критеріїв неможливо обійтися й при визначенні ступеня успішності модернізації та реформування будь-яких сфер суспільного життя. Одним із критеріїв правильності напрямку просування реформи є зміни в настроях і поведінці людей. Від ставлення громадян до змін, що відбуваються у суспільстві, не в останню чергу залежить те, чи “приживуться” ці зміни, наскільки успішним вони будуть. Курс, форми та темпи реалізації реформ мають бути адекватні глибинним тенденціям суспільних трансформацій. Так, саме адекватні, оскільки спрямованість реформ може не тільки не відповідати глибинним тенденціям, а й мати на меті подолання, зміну їх. Яскравих прикладів неадекватних реформаторських акцій цілком вистачає у нашому радянському минулому – достатньо пригадати кампанії по боротьбі з алкоголізмом, коли вирубувалися гектари виноградників, облави дружинників у кінотеатрах і магазинах заради зміцнення трудової дисципліни тощо.

Розробляючи та втілюючи реформи, передусім непопулярні, не можна покладатися на те, що вони десь, колись, урешті-решт, спричиняться до позитивних зрушень, адже люди можуть не витримати труднощів та втрат на шляху до кінцевої мети. Ініціатори реформ зобов'язані не тільки доволі точно визначати, які позитивні результати і в які терміни принесуть реформи, а й співвідносити їх з очікуваннями людей. Не менш важливо оцінити ступінь імовірної узгодженості спільних дій усіх можливих учасників, задіяних у мо-

дернізаційних процесах – державних чиновників, представників бізнесових структур, освітніх закладів, батьків, школярів, учнів, студентів, представників бізнесу тощо. Отже, аналіз та оцінка модернізаційних процесів не можуть спиратися лише на такі об’єктивні показники, як величина ВВП, його динаміка та структура, рівень доходів, обсяги інвестицій, курс національної валюти, стан золотовалютних резервів тощо. Не менш важливими показниками є й суб’єктивні – суспільні настрої, очікування, цінності, думки тощо. Часто саме в них криються як причини втрачених можливостей, так і необмежені джерела модернізації країни, її реформування.

Протягом уже більше 20 років, які минули з часу проголошення незалежності, в Україні сталося чимало змін, кардинально змінилася й сама Україна, її місце і роль у світі. Бачення цих змін та ставлення до них українцями неоднозначні, навіть полярні. Сьогодні точиться боротьба за те, якими поняттями та термінами мають визначатися зміни, що відбулися, відбуваються та будуть відбуватися, а отже й за те, як вони мають сприйматися та оцінюватися. Нічого дивного у цьому немає, адже мова, як свого часу переконливо довів Р. М. Блакар, є інструментом соціальної влади [Блакар, 1987]. Саме тому й точиться боротьба за назви суспільно-політичних, соціально-економічних явищ та процесів. Адже від того, чи буде подія названа революцією, переворотом, заколотом, бунтом або якимось іншим, багато що залежить. Сьогодні ми, вживаючи окремі слова і словосполучення, а саме “Голодомор”, “Велика Вітчизняна війна”, “Помаранчева революція” тощо або, навпаки, уникаючи їх, є не тільки свідками боротьби за розуміння нашої відносно недавньої та сучасної історії, а й її активними творцями. Для одних багаторічні перетворення українського соціуму постають як “модернізація”, “розвиток”, “приватизація”, для інших – як “прихвисти́зація”, “розвал і занепад”, “дрейф на узбіччя” [Шульга, 2011] і т. ін. Часто буває й так, що певні терміни усталені й загальноновживані приховують різні уявлення, полярні оцінки. Відтак постає необхідність розібратися у тому, якими є уявлення громадян про найбільш масштабні та значущі перетворення в країні, як люди ставляться до них, як реагують, та спробувати з’ясувати основні тенденції громадської думки щодо різноманітних змін.

Дослідження громадської думки, спрямовані на з'ясування того, як громадяни сприймають та ставляться до тих чи тих нововведень у найрізноманітніших сферах людського життя, стали для наших громадян вже звичними. ЗМІ рясніють результатами досліджень масової свідомості українців, пов'язаних з найбільш важливими для громадян проблемами країни. Нинішній владі не байдуже, які політичні преференції мають громадяни, що вони думають про причини бідності, корупції, про недоліки системи охорони здоров'я, освіти, пенсійного забезпечення тощо. Політики, експерти та пересічні громадяни сперечаються з приводу того, чи можна довіряти результатам соціологічних опитувань, і якщо так, то яким саме. При цьому вже мало хто пам'ятає, що з більшовицьких часів і до "відлиги" 60-х років ця "буржуазна лженаука" була в СРСР під заборонаю. Навіть в 1985 р. у величезній країні не було жодного фахівця, який би мав науковий ступінь кандидата або доктора соціології. В Україні соціологія як самостійна наука почала розвиватися з 1968 р. в Інституті філософії Академії наук УРСР. Протягом двох десятиліть у ньому вели роботу кілька відділів соціології. А от Інститут соціології був заснований у структурі АН України лише в 1990 р. Саме завдяки моніторинговим соціологічним опитуванням насамперед цього Інституту, які ведуться від часу здобуття незалежності України, існує можливість простежити динаміку оцінок модернізаційних процесів громадською думкою. Переваги моніторингу Інституту соціології НАН України перед аналогічними проектами інших українських центрів з вивчення громадської думки полягають у чітко визначеній періодичності та незмінності великої кількості базових індикаторів. Зазначене не заперечує науковій та суспільній значущості досліджень інших установ, і в своїй праці ми неодноразово посилатимемося на них.

Що ж громадяни України думають з приводу тих трансформацій, яких зазнали практично всі сфери суспільного життя від часу проголошення незалежності? Якими поняттями і термінами вони їх визначають? Як їх оцінювали колись і тепер? Як ці зміни позначилися на суспільних настроях, очікуваннях, прогнозах стосовно майбутнього країни та свого власного?

Відповідей на ці та інші запитання існує дуже багато. І не тільки тому, що різні люди по-різному сприймають та оцінюють те,

що сталося з країною, в країні, з ними самими. А й тому, що кардинальних і водночас вельми неоднозначних змін у суспільстві протягом цих років було дуже багато, і визначити якийсь узагальнений вектор їх оцінок нелегко. І все ж спроби підбити певні підсумки час від часу роблять як окремі науковці, так і дослідницькі колективи.

Так, автори фундаментальної праці “Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг” (2010), спираючись на результати багаторічних соціологічних опитувань, які проводяться Інститутом соціології НАН України від часу проголошення незалежності, доходять висновку, що “істотних змін на краще ні в суспільних настроях, ні в оцінках людьми матеріального і соціального становища і життєвих перспектив не відбулося. Багато соціальних проблем, актуальних для середини 1990-х років, дотепер залишаються не розв’язаними. Не відчувають люди і позитивних наслідків проголошуваних, але, по суті, не здійснюваних реформ. Розтягнуті на багато років, вони мають своїм результатом розчарування і втому населення” [Українське суспільство ..., 2010, с. 176].

Така оцінка підтверджується чималою кількістю фактів, зокрема й тим, що кількість тих, хто повністю вітає зміни, що відбулися за роки незалежності, вважаючи їх прогресивними, попри труднощі і недоліки, практично не змінилася: 8 % у 1994 р. і 10 % у 2011 р. Натомість число тих, на чию думку ці зміни були необхідними, зменшилося з 43 % у 1994 р. до 25 % у 2011 р. Дещо побільшало й тих, хто вважає, що Україна потребувала не докорінних змін, а лише вдосконалення того порядку життя, який існував до “перебудови” – з 19 % до 23 %. Кількість тих, хто б із задоволенням повернувся у часи “застою”, змін фактично не зазнала: 17 % у 1994 р. і 19 % у 2011 р. [За 20 лет ..., 2011].

Водночас, за даними того самого моніторингу, суб’єктивне сприйняття життя українців останніми роками помітно поліпшилося. Так, у 1998 р. 60 % населення України вважало, що “терпіти тяжке становище вже неможливо”, а у 2011 р. 53 % відповіли, що “жити тяжко, але можна” [За 20 лет ..., 2011].

Протягом 2002–2010 рр.¹ той самий моніторинг зафіксував зменшення кількості тих, хто через брак грошей та продуктів харчування інколи змушений голодувати, а то й жебракувати з 12,7 % у 2002 р. до 5,4 % у 2010 р. За ці роки поменшало й тих, кому вистачало лише на продукти харчування – 49,3 % і 36,4 % відповідно. Натомість зросла чисельність тих, кому, за власними оцінками, загалом вистачає на життя – 23,5 % у 2002 р. і 38,1 % у 2010 р., а також тих, кому вистачає на все необхідне, не вдається лише заощаджувати – 11,6 % у 2002 р., 20,7 % напередодні кризи 2008 р. і 15,9 % у 2010 р. [Українське суспільство..., 2010, с. 577].

Моніторингові дослідження Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) фіксували зростання кількості змушених заощаджувати на харчуванні лише у перші роки незалежності. Протягом 1994–1998 рр. їх чисельність зросла з 28% до 52%, а починаючи з 1999 р. – неухильно зменшувалася [Паніотто, 2007].

Проте факт таких позитивних змін не додає українцям впевненості у майбутньому. Порівняно з 1994 р. кількість тих, хто 2010 р. сподівався на поступове поліпшення, зменшилася з 52 % до 39 %; тих, хто очікував погіршення, збільшилася з 20 % до 28 %; тих, хто намагався не думати про завтрашній день, зросла з 18 % до 23 % [За 20 лет..., 2011]. Посилення песимістичних очікувань щодо віддаленого майбутнього може бути пояснене переконаністю у сумнівності того шляху, яким рухається країна (рис. 1.1).

¹ Завдяки економічному зростанню та підвищенню соціальних виплат рівень бідності населення протягом 2002–2007 рр. значно знизився (з 47 % у 2002 р. до 12,3 % у 2007 р., якщо межею бідності вважати 5 дол. США на день при паритеті купівельної спроможності). Незважаючи на це, станом на 2008 р. близько 28 % українських громадян опинилися за офіційною межею бідності (430 грн [90 дол. США] на місяць). Внаслідок світової економічної кризи кількість осіб, які проживали за межею бідності у 2009 р., зросла до рівня 2006 р., а в листопаді 2010 р. офіційна кількість бідних становила 26,4 % населення. Див.: Оцінювання національної системи доброчесності. Україна 2011 / Ковриженко Д., Хмара О., Котляр Д., Чебаненко О., Головенко Р.: Творче об'єднання “ТОРО”. – К.: ТОВ “Агентство “Україна”, 2011. – С. 32.

Дещо інші цифри щодо динаміки бідності в Україні протягом 2001–2015 рр. Див.: [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://ukraine2015.org.ua/tsill>.



Рис. 1.1. Динаміка відповідей респондентів на запитання, правильно чи ні розвиваються події в країні, %

Як бачимо з рисунка 1.1¹, більшість громадян протягом 2004–2013 рр. зазвичай демонстрували переконаність у тому, що країна рухається у неправильному напрямку. Сподівання на те, що події в Україні починають розвиватися правильно, певною мірою пов'язані з виборами. Так, після подій, відомих як “Помаранчева революція” і вступу В. Ющенка на посаду Президента України, кількість тих, хто вважав, що країна рухається у правильному напрямі, протягом трьох місяців стрімко збільшилася і в квітні 2005 р. сягнула максимуму – 53,5 %. Після цього не менше стрімко почало наростати розчарування. Чергові парламентські вибори 2006 р. істотно не позначилися на оцінках громадян щодо правильності курсу, яким рухається країна. А от дострокові вибори парламенту 2007 р. на певний час знову збільшили число впевнених у правильності курсу і зменшили кількість переконаних у зворотному. Проте за півроку надія знову змінилася розчаруванням. Черговий нетривалий сплеск надій на те, що країна, нарешті, візьме правильний курс був пов'язаний з президентськими виборами 2010 р. Проте й вони не виправдали сподівань більшості громадян. На кінець 2012 р. понад 55 % громадян вважали, що події в країні розвиваються у неправильному напрямі, а в березні 2013 р. так само вважали вже майже 63 % громадян.

Наявність певних коливань в оцінках суспільством власного історичного поступу знаходить своє відображення й у громадській думці. Так, за результатами дослідження компанії Research & Branding Group, проведеного у серпні 2011 р., більшість українців переконані, що 20 років незалежності країни стали часом повільного руху вперед з постійними відкатами назад (45 %) або часом втрачених можливостей (40 %). Лише кожен двадцятий українець оцінює 20 років незалежності країни як час успішного розвитку. Часом поступу-відкатів або втрачених можливостей вважають роки незалежності передусім жителі Західної та Центральної (54 % і 47 % відповідно) України, а успішного розвитку – жителі Південного Сходу України (48 %) [События августа..., 2011].

¹ Графік побудовано на основі даних моніторингових досліджень соціологічної служби Центру Разумкова.

За результатами дослідження цієї ж компанії, проведеного на місяць раніше, відносна більшість жителів країни вважають, що внаслідок здобуття незалежності Україна (42 %) та українці (39 %) більше втратили, ніж здобули, а кожен третій вважає, що країна (31 %) і її жителі (33 %) у чомусь виграли, а в чомусь втратили. Тільки кожний п'ятий (20 %) житель України стверджує, що країна більше отримала в результаті здобуття незалежності. Протягом 20 років, на думку українців, ситуація погіршилася у всіх основних сферах життя, за винятком можливості вільно вибирати місце проживання, у тому числі за кордоном. Найбільше погіршення респондентами відзначено у таких сферах, як працевлаштування (87 %), впевненість у завтрашньому дні (83 %) і матеріальне благополуччя (79 %). Стосовно можливості вільно вибирати місце проживання думки розділилися – третина респондентів (34 %) вважають, що в даному аспекті ситуація за 20 років поліпшилася і стільки ж дотримуються протилежної думки. При цьому переважна більшість українців (82%) вважають проголошення незалежності України в принципі позитивною подією, яку необхідно наповнити реальними перевагами для всіх громадян країни [20-летие независимости..., 2011].

Попри переконаність більшої половини українців у неправильності напряму розвитку подій в країні і марності сподівань на будь-яке поліпшення ситуації у 2013 р., 47 % респондентів, говорячи про майбутнє країни, мають надію; 20 % – оптимізм. Думки про власне майбутнє вселяють надію та оптимізм ще частіше: на почуття надії вказали 51 %, на оптимізм – 28 % опитаних. Загалом же, за результатами дослідження Інституту соціології НАНУ “Українське суспільство. 20 років незалежності. Соціологічний моніторинг”, починаючи з 1999 р., надію на гідне майбутнє України мали більшість громадян. Однак в 2011 р. відбувся стрімкий спад позитивних настроїв, зате посилилася тривога, а надію зберегла лише третина людей. Такі тенденції дзеркально відбиті у відчуттях українців щодо власної долі: почуття страху і песимізму в 2011 р. посилилися разом з переживаннями за країну, а впевненості й оптимізму щодо власного життя і життя країни поменшало. Зокрема, у 2010 р. 58,8 % людей сприймали своє майбутнє з надією, а в 2011 р. їх кількість становила лише 43,8 % [Українське суспільство ..., 2010]. Тим часом частка тих, хто відчував страх за

власну долю, за цей період зросла з 12,9% до 21,5% [Сім з десяти ..., 2013].

Прикладів того, що думки та оцінки громадян часто можуть бути суперечливими, а динаміка складною, існує чимало. Такий стан речей утруднює інтерпретацію та оцінку тих процесів, які відбуваються у суспільстві, та породжує потребу в інтегральних показниках, здатних “стиснути” велику кількість різноспрямованих індикаторів до одномірних шкал на кшталт “добре – погано”, “правильно – неправильно” тощо. Вимоги до таких показників складні та внутрішньо суперечливі: вони, з одного боку, мають бути достатньо чутливі, а з другого – не повинні зазнавати впливу випадкових, тимчасових, хоча інколи й доволі потужних, чинників.

Як інтегральні показники, на нашу думку, варто використовувати питання щодо правильності загального напрямку розвитку країни, самооцінку рівня власного добробуту, а також оцінку поточної ситуації в країні. Добираючи слова та словосполучення для її визначення, респонденти у невідомий навіть їм самим спосіб узагальнюють власний життєвий досвід переживання ситуації та наявну інформацію про неї. Обрані слова виконують роль своєрідних маркерів, що визначають суть того спільного, що виникає між світом і суб’єктом як просторово-часове і психофізичне “зараз”, таке, що належить суб’єктивному і об’єктивному світам рівною мірою. Без них суб’єкт може перебувати всередині певної ситуації, переживати її, але при цьому її “не бачити”. Саме ці маркери, що визначаються конкретною культурою, задають змістову спрямованість процесу переживання ситуації її колективними та індивідуальними суб’єктами.

Щоб реконструювати особливості бачення поточної ситуації українськими громадянами, було складено перелік відповідних вербальних маркерів, які використовуються для її позначення. Під час всеукраїнського опитування, проведеного Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України у жовтні 2012 р., респондентам було запропоновано позначити ті з них, що найточніше підходять для оцінки поточної ситуації в Україні. Отримані результати представлено нижче (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Розподіл відповідей на запитання “Які з наведених нижче слів та висловів найточніше підходять для оцінки поточної ситуації в Україні?” (у % до загальної кількості опитаних):

Ситуація виживання	38,2
Ситуація занепаду	28,4
Ситуація кризи	26,2
Ситуація невизначеності	24,5
Ситуація хаосу	16,5
Ситуація протистояння, конфлікту	14,1
Ситуація катастрофи	10,6
Ситуація стагнації, застою	9,0
Ситуація стабілізації .	7,9
Ситуація оновлення	6,3
Ситуація відродження	6,0
Ситуація трансформації	5,8
Ситуація зростання	5,3
Ситуація розвитку	5,1
Револьюційна ситуація	4,3
Ситуація модернізації	3,5
Власний варіант відповіді	1,7
Важко відповісти	6,1

Примітка. Сума перевищує 100 %, оскільки респонденти мали можливість вибирати кілька варіантів відповіді.

Неважко переконатися, що у громадській думці домінують негативні оцінки поточної ситуації в Україні. Проте існують і ті, хто визначає ситуацію однозначно позитивно. Більш детальний аналіз наведених даних дав можливість виокремити чотири групи респондентів, які різняться смисловими комплексами таких оцінок. Майже половина респондентів (48,1 %) визначають поточну ситуацію комплексом характеристик, серед яких центральною (ключовою) є “ситуація виживання”. При цьому більшість респондентів цієї групи асоціюють ситуацію виживання передусім із ситуацією занепаду, а меншість – із ситуацією оновлення, відродження, зростання і розвитку. Близько чверті респондентів (23,6 %) визначають ситуацію як невизначену, пов’язуючи її з виживанням, занепадом, кризою, протистоянням. Для майже 18 % (17,8 %) опитаних ситуа-

ція постає як криза, пов'язана із занепадом, застоєм, виживанням, протистоянням. Кожний десятий респондент (10,5 %) сприймає поточну ситуацію як катастрофу, занепад, хаос. Групи респондентів, які б визначали поточну соціально-економічну ситуацію за допомогою суто позитивних висловлювань, виявлено не було. Позитивні оцінки фактично “розчинилися” у негативних.

Окрім досліджень, спрямованих на відстеження деяких узагальнених оцінок тих процесів, які визначають зміни суспільства в цілому, проводиться величезна кількість різноманітних опитувань. Останні мають на меті з'ясувати ставлення до певних ланцюжків подій, які утворюють, задають вектори змін в окремих сферах суспільного життя, а також до цілком конкретних реформ, управлінських рішень, законодавчих ініціатив тощо.

За роки незалежності реалізовано перехід від планової до ринкової економіки, кардинально змінено соціально-економічний та політичний устрій країни, здійснено спроби реформувати системи освіти та медичного обслуговування, соціального захисту та соціального забезпечення, відчутних змін зазнали соціокультурна та військова сфери тощо. Зосередимо увагу на огляді лише деяких найважливіших з них.

1.2.2. Оцінка громадянами модернізації соціально-економічного устрою і ринкових реформ

Базовою інновацією, що докорінно змінила суспільство в цілому і, по суті, може оцінюватися як революція, був перехід від державної та інших форм колективної власності до приватної. Саме з приватизації на початку 90-х років в Україні розпочинається перехід до ринкової економіки. Його метою спочатку проголошується підвищення життєвого рівня народу України [Концепція переходу ..., 1990], а потім – створення багатокладної соціально орієнтованої ринкової економіки [Постанова Верховної Ради ..., 1991]. Стратегічний задум цього масштабного проекту модернізації соціально-економічної системи суспільства полягав у тому, щоб “нічийна” державна власність здобула свого господаря та хазяїна й

у такий спосіб підвищити ефективність її використання¹. “Концепція переходу Української РСР до ринкової економіки”, прийнята Верховною Радою 1 листопада 1990 р., визначила модель переходу. Як неприйнятні було відкинуто основні моделі, вироблені світовим досвідом – еволюційну, “шокової терапії” та жорсткого регулювання – і обрано власний варіант. Він передбачав введення власної грошової одиниці, запровадження системи нормованого розподілу,

¹ Вирішити це завдання, схоже, так і не вдалося. Спираючись на результати відповідних досліджень, директор Інституту економіки і прогнозування НАН України В. Геєць під час зустрічі Прем’єр-міністра М. Азарова з економічними експертами повідомив, що в Україні підприємства після приватизації починають зазнавати збитків, а фінансові показники приватних компаній є не дуже високими порівняно з державними. Див.: После приватизации украинские предприятия начинают терпеть убытки – исследование 08.06.12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://finance.bigmir.net/news/economics/16889-Posle-privatizacii-ukrainskie-predpriyatiya-nachinaut-terpet-ybitki---issledovanie>.

Однак курс на подальшу приватизацію триває. Протягом 2010 р., за даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, частка державних компаній в економіці знизилася з 9,5 % до 9,2 %. Див.: Доля государства в экономике уменьшилась до 9 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mybank.ua/news/newsDetail.do?dolya_gosudarstva_v_ekonomike_umenshilas_do_9&objectId=3042.

Сукупні статки 200 найбагатших українців у 2011 р. перевищували 93 млрд доларів – майже три річні бюджети України. При цьому в рейтингу конкурентоспроможності, до якого включено 139 держав, Україна протягом 2007–2011 рр. не піднімалася вище 70 рядка.

За дослідженнями вашингтонської дослідницької та правозахисної організації GFI, тільки у 2009 р. з України було незаконно виведено 9,8 млрд доларів. Всього ж за 10 років (2000–2009) з України у такий спосіб було виведено 95,8 млрд доларів. Протягом цього ж часу з Китаю було виведено 2740 млрд доларів, Росії – 501 млрд, Нігерії – 182 млрд, Польщі – 162 млрд, Казахстану – 131 млрд, Туреччини – 79,1 млрд. Див.: Україну нагнали почти на \$96 миллиардов за 10 лет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://news.eizvestia.com/news_economy/full/ukrainu-nagrel-i-pochti-na-96-milliardov-za-10-let.

Викладене не може не дискредитувати суть ринкових перетворень і не дає можливості ринку проявити системні переваги. Можливо, думка відомого американського економіста, нобелівського лауреата В. Леонтьєва про те, що для утвердження повноцінних механізмів приватної власності в Росії знадобиться мінімум 50–70 років, стосується й України?

прискорення процесу роздержавлення та приватизації власності, створення механізму забезпечення відносно рівних стартових умов для кожного члена суспільства та гарантії соціального захисту і мав бути реалізований у 1991–1992 рр.

Протягом 1992–1998 рр. в Україні відбувалася переважно сертифікатна (ваучерна) приватизація. Під час її проведення часто використовувалися тіньові, а нерідко й кримінальні методи. На найвищому рівні офіційно визнано, що ці процеси фактично не контролювалися державою. В результаті, всупереч сподіванням, мільйони громадян України не стали реальними власниками. Майже 7,8 млн громадян України відмовилися від участі в сертифікатній приватизації. Більшість із тих 19 млн, хто отримав акції, були власниками лише номінально, бо часто не мали доступу ні до установчих документів, ні до достовірної інформації про те, хто є справжнім власником підприємства. Створюючи ілюзію рівних стартових можливостей, сертифікатна приватизація фактично була масштабним механізмом легального перерозподілу власності та формування в країні групи великих власників. Реальних грошових коштів від сертифікатної приватизації держбюджет не отримав. Проте, на думку деяких аналітиків, спритність новоявлених бізнесменів певною мірою посприяла утриманню на плаву української промисловості, яка після розпаду СРСР і розірвання економічних зв'язків із підприємствами-суміжниками опинилася на межі повної зупинки. Втім, їхні зусилля важко назвати ефективними – до 1999 р. ВВП знизився до 40 % рівня 1991 р.

Не дивно, що, попри інформаційну підтримку, ставлення до приватного підприємництва протягом перших трьох років незалежності явно погіршувалося. Якщо у 1992 р. щодо нього схвально висловлювалося 52,7 % громадян, то у 1994 – 43,6 %, 1995 р. – 40,9%. Натомість кількість тих, хто не схвалював розвиток приватного підприємництва за цей час фактично подвоїлася – з 14,6 % у 1992 р. до 32,7 % у 1995 р. Протягом 1996 – 1999 рр. ставлення до приватного підприємництва стабілізувалося. Загалом схвалювали його 42,6 % – 46,1 %, не схвалювали 27,3 – 25,9 % опитаних.

Особливо швидко посилювалося роздратування приватизацією великих підприємств. Скоріше негативно ставилися до передачі їх у приватну власність у 1992 р. – 31,6 %, 1994 – 38,4 %, 1995 – 45,8 %, 1996 – 45,5 %, 1997 – 49 %, 1998 – 54 %, у 1999 р. – 52,4 % респондентів. Ті, хто в цілому позитивно оцінював передачу вели-

ких підприємств у приватну власність, перебували в меншості і їхня кількість скорочувалася: у 1992 р. їх було 25,1 %, 1994 – 24,7 %, 1995 – 21,7 %, 1996 – 22,8 %, 1997 – 18,7 %, 1998 – 17,5 %, у 1999 р. – 17,7 %.

Приватизація малих підприємств не викликала у громадян значного неприйняття. Щонайменше половина опитаних протягом 1992–1999 рр. ставилися до цього скоріше позитивно: у 1992 р. – 56,2 %, 1994 – 54,8 %, 1995 – 55,4 %, 1996 – 53,4 %, 1997 – 50,4 %, 1998 – 53,7 %, у 1999 р. – 49,2 %. Проте й тут кількість невдоволених мала виразну тенденцію до зростання. Скоріше негативно передачу у приватну власність малих підприємств оцінювали у 1992 р. 13,6 %, 1994 – 18,3 %, 1995 – 19 %, 1996 – 19,3 %, 1997 – 22 %, 1998 – 20,9 %, у 1999 р. – 22,9 % респондентів.

У 1992–1999 рр. стрімко скорочувалася й кількість тих, хто висловлювався на підтримку приватизації землі та зростало число її противників. Скоріше позитивно до цього ставилися у 1992 р. 63,5 %, 1994 – 52,6 %, 1995 – 48,7 %, 1996 – 49,8 %, 1997 – 46,1 %, 1998 – 40,1 %, у 1999 р. – 37,3 % громадян. Скоріше негативно оцінювали приватизацію землі у 1992 р. 13,9 %, 1994 – 26,8 %, 1995 – 30,2 %, 1996 – 27,4 %, 1997 – 29,7 %, 1998 – 36,7 %, у 1999 р. – 38,7 % опитаних.

З 1999 р. відбувся перехід до грошового етапу приватизації, який триває досі. Завдання поповнення бюджету міцно утвердилося серед пріоритетних, оскільки це один зі способів поповнення державної скарбниці, що не підвищує податків. Крім того, на початку 2000-х і до кризи 2008 р. спостерігалось значне економічне піднесення – від 5 до 10 %, промислове виробництво зростало більш ніж на 10 % на рік. Все це позитивно позначилося на ставленні громадян до розвитку приватного підприємництва. Кількість тих, хто в цілому його схвалював, збільшилася з 46,1 % у 1999 р. до 53,8 % у 2008 р., а тих, хто не схвалював, навпаки, зменшилася – у 1999 р. таких було 25,9 %, а в 2008 р. – 19,5 %. Криза 2008 р. не вплинула на ставлення громадян до приватного підприємництва, в цілому воно й тепер є переважно позитивним. Число його противників протягом останніх десяти років стабілізувалося на межі 20 %. За всі роки утвердження в країні ринкових відносин число позитивно налаштованих до приватного підприємництва громадян кілька разів наближалося до 55 %, проте так і не здолало цієї межі (див. рис. 1.2).

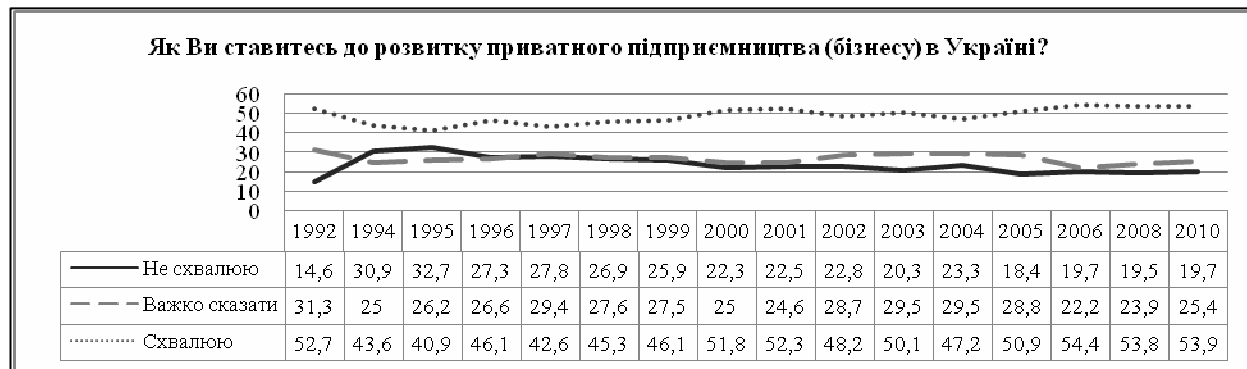


Рис. 1.2. Динаміка відповідей респондентів на запитання про їхнє ставлення до розвитку бізнесу в Україні, %

В цілому позитивно ставлячись до приватного підприємництва, громадяни доволі критично оцінюють конкретні результати приватизації, особливо великих підприємств. Кількість тих, хто переважно негативно ставиться до приватизації великих підприємств, зросла з 52,4 % у 1999 р. до 67,2 % у 2006 р., а от симпатиків, навпаки, поменшало – у 1999 р. – 17,7 %, а в 2006 р. – 10,6 %. І хоча протягом останніх шести років число критично налаштованих громадян поменшало на 4–5%, в цілому ставлення суспільства до “великої” приватизації лишається переважно негативним. Більше того, за роки незалежності кількість її противників майже подвоїлася, збільшившись із 31,6 % у 1992 до 62,7 % у 2012 р. (див. рис. 1.3).

Ставлення до приватизації малих підприємств після переходу від ваучерної до грошової приватизації почало погіршуватися. Якщо до її початку в цілому позитивно до малої приватизації ставилося трохи більше половини громадян, то після – їх число дещо зросло, а потім поступово зменшувалося, а кількість противників, навпаки, зростала. В цілому за роки незалежності кількість громадян, позитивно налаштованих до приватизації малих підприємств, скоротилася з 56,2 % у 1992 р. до 35,6 % у 2012 р., а число негативно налаштованих зросло з 13,6 % до 31,7 % (рис. 1.4).

Найбільші зрушення сталися у ставленні населення до передачі у приватну власність землі. Позитивне ставлення до цієї ідеї на початку 90-х років швидко змінилося розчаруванням, і кількість прихильників приватизації землі стрімко зменшувалася. Починаючи з 1999 р., ситуація стабілізувалася і до 2002 р. кількість позитивно налаштованих дещо зросла, хоча була істотно меншою, ніж у 1992 р. Проте вже наступного, 2003 р., їх число знову почало зменшуватися, а негативно налаштованих, навпаки, зростати. Починаючи з 2006 р., у ставленні населення до передачі землі у приватну власність переважає негативізм. В цілому число тих, хто позитивно ставився до приватизації землі, протягом 20 років скоротилося більш як утричі – з 63,5 % до 19 %, а негативно налаштованих зросло у чотири рази – з 14 % до 56 %. Негативізм переважає й у ставленні населення до купівлі-продажу землі: проти такого рішення висловилися 57,3 % опитаних, за – 25,8 %¹ (рис. 1.5).

¹ Довідково: згідно з результатами всеукраїнського опитування, проведеного Центром Разумкова у лютому 2012 р., не мали землі у приватній власності 54,1 % опитаних.

Як Ви ставитесь до передачі у приватну власність (приватизації) великих підприємств?

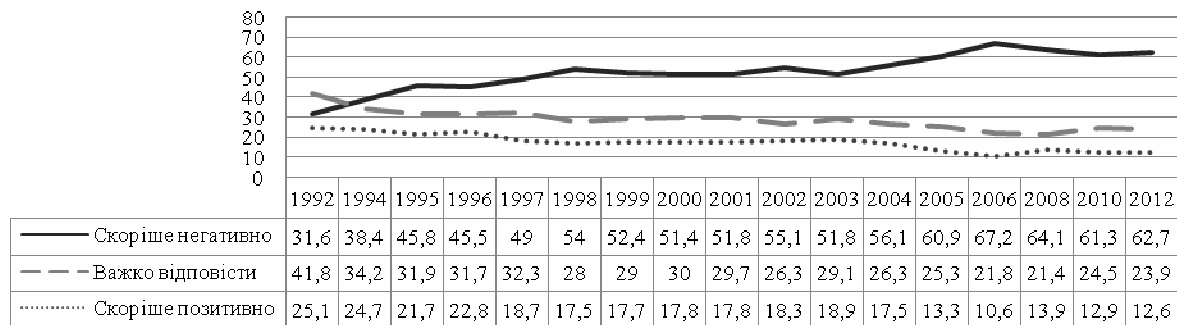


Рис. 1.3. Динаміка відповідей респондентів на запитання про їхнє ставлення до приватизації в Україні великих підприємств, %

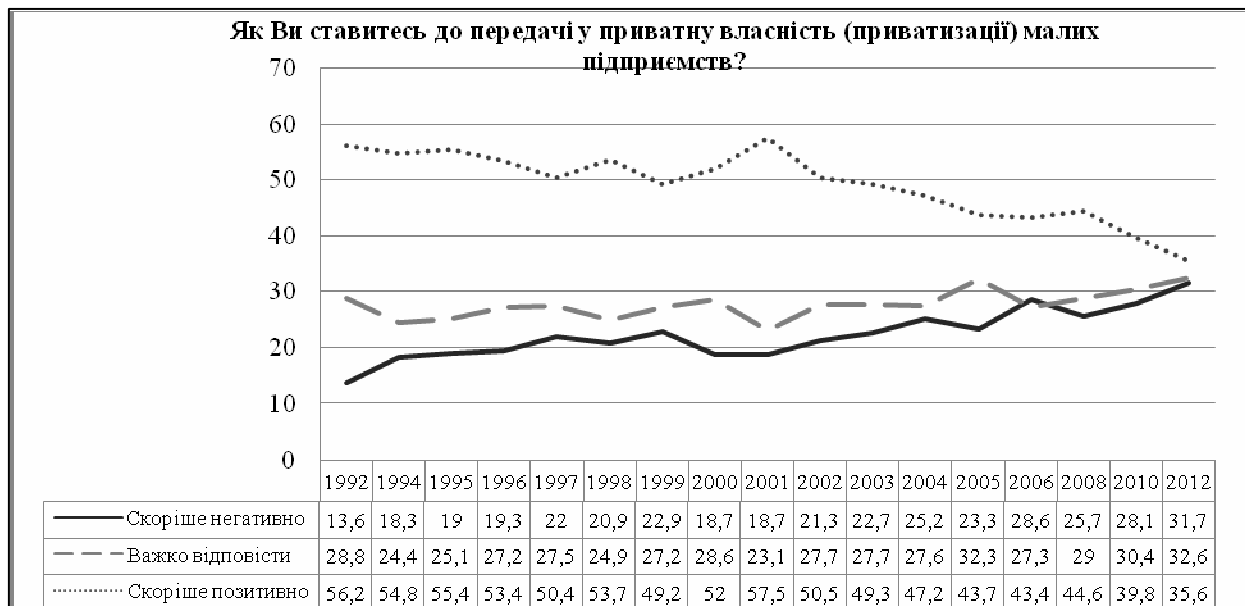


Рис. 1.4. Динаміка відповідей респондентів на запитання стосовно їхнього ставлення до приватизації малих підприємств, %

Як Ви ставитесь до передачі у приватну власність (приватизації) землі ?

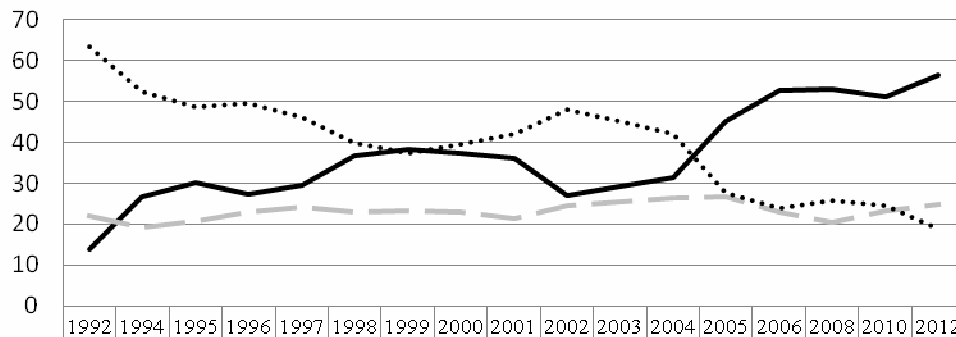


Рис. 1.5. Динаміка відповідей респондентів на запитання про їхнє ставлення до передачі землі у приватну власність, %

У процесі роздержавлення та приватизації сформувалася нова верства населення – бізнесмени-підприємці. З кінця 1990-х років соціологічні дослідження й дані державної статистики фіксують стабільну кількість підприємців (включаючи великих, середніх і дрібних) – близько 4–5 % усього дорослого населення ¹[Українське суспільство ..., 2010, с. 583]. Саме цей прошарок у розвинутих країнах є основою формування великої власності і найбільшою мірою сприяє становленню середнього класу, культури приватної власності, громадянського суспільства. Найчисельнішими представниками цієї нової соціальної верстви є дрібні та середні підприємці². За стандартами ЄС, частка малих та середніх підприємств (із

¹ Відповідно до даних Державної податкової служби за підсумками 2010 р. в Україні офіційно зареєстровано 7311 осіб з доходами більше 1 млн грн. У колишнього міністра економіки, народного депутата України Сергія Тербохіна свої підрахунки. Він вважає, що якби всі громадяни України були чесними перед податковою службою, то кількість мільйонерів у країні зросла б мінімум у 2–3 рази, тобто до 15–20 тис. осіб. Див.: В Украине миллионеров вдвое больше, чем отчитывается налоговая. 16.09.2011 [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.business.ua/articles/money/V_Ukraine_millionerov_vdvoe_bolshe_chemo_tchityvaetsya_nalogovaya-20002/.

За даними Державної податкової служби, кількість найбільших платників податків у 2012 р. склала 1359. Див.: Крупный бизнес вырастет на 20 % – Налоговая служба 19.09.2011 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://focus.ua/economy/200875/>.

За підсумками декларування доходів, отриманих у 2012 р., задекларували доходи понад 1 млн грн 3770 осіб. За словами очільника Міндоходів та зборів О. Клименка, кількість мільйонерів збільшилася на 1000. Див.: Четверо граждан задекларировали доход понад 1 млрд грн. 31.07.13 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://inpress.ua/ru/economics/13872-mindokhodov-potiraet-ruki-ot-kolichestva-sdannykh-naseleniem-nalogovykh-deklaratsiy>.

Кількість мільярдерів (згідно з рейтингом найбагатших людей України журналу “Фокус”) складала: у 2008 р. – 10, 2009 – 4, 2010 – 8, 2011 – 21, у 2012 р. – 17 осіб. При цьому до рейтингу найбагатших людей світу, за версією журналу “Forbes”, у 2008 р. увійшли 5, а в 2011 р. – 8 українських мільярдерів.

² Чисельність представників малого бізнесу залишається відносно стабільною протягом двох років. На початку 2010 р. в країні було зареєстровано 2,42 млн приватних підприємців.

кількістю працюючих до 250 осіб) має становити більше 99 % загальної кількості підприємств країни. В Україні ж частка малих підприємств у ВВП не досягає 10 % (статистики щодо середніх підприємств не існує, оскільки досі їх не визначено як окрему категорію). Внесок малих підприємств, за підсумками 2011 р., становить лише 7 % ВВП України, тоді як у розвинутих країнах – 40–60 %. За таким показником, як кількість малих підприємств на тисячу населення, Україна значно відстає не тільки від розвинутих країн, а й від інших країн з перехідною економікою. Якщо в Україні у 2011 р. цей показник становив 7, то у США 74, у Польщі 35, в Естонії 25, Латвії 12. Стійка тенденція до зростання кількості малих підприємств в розрахунку на 10 тис. осіб населення спостерігалася в Україні до 2009 р. включно. У 2010 р. цей показник зменшився до 7 і в 2011 р. залишився без змін. В Україні в 2011 р. малим підприємництвом займалося лише 24,9% населення працездатного віку [Лаптії, 2012].

Попри відносно незначну чисельність підприємців у загальній структурі населення, вони справляють чималий вплив на суспільство в цілому, причому не тільки суто економічний. Оскільки цей прошарок для багатьох громадян є своєрідним еталоном, орієнтиром, постають закономірні питання про його якість, зокрема про те, наскільки інноваційним є цей клас, транслятором яких світоглядних, духовних, моральних та інших цінностей він є, якою мірою інші прагнуть приєднатися до нього, наскільки великою є кількість тих, хто бажав би працювати на приватних підприємствах, тощо. Відповіді на деякі з перелічених питань дають результати опитувань соціологів, на деякі ми спробуємо відповісти у другому розділі цієї монографії.

Результати вже згадуваного моніторингового дослідження Інституту соціології НАН України свідчать, що населення загалом усвідомлює значну роль підприємців та бізнесменів у житті українського суспільства. Так, у відповідях на запитання “Як Ви думаєте, які соціальні групи відіграють значну роль у житті українського суспільства?” підприємці і бізнесмени впродовж останніх 13 років завжди входять до трійки лідерів за рівнем впливовості серед пропонуваніх для оцінки чотирнадцяти груп. Більше того, у 2002 – 2011 рр. зростала кількість тих, на чию думку підприємці відіграють значну роль у житті українського суспільства (з 28 % до 37 %).

Така висока оцінка є цілком зрозумілою, адже частка зайнятих у приватному секторі протягом останніх 20 років неухильно зростає, а в державному, навпаки, знижувалася. Якщо у 1994 р. частка зайнятих у державному секторі була домінуючою (51,2 %) і мізерною у приватному (6,1 %), то у 2006 р. їх частки практично вирівнюються – приблизно по 25 %. Починаючи з 2008 р., кількість працівників приватного сектору переважає кількість працівників державного сектору й у 2010 р. сягає 19,6 % та 29,8 % відповідно [Українське суспільство..., 2010, с. 585].

При цьому спостерігається доволі цікава закономірність: чим більше стає зайнятих у приватному секторі, тим більше стає й тих, хто не бажав би працювати на приватного підприємця (див. рис. 1.6).

Ставлення громадян до приватних підприємств виявляється також у рівні довіри до них. Результати моніторингу свідчать, що, попри істотне зменшення кількості тих, хто тою чи тою мірою не довіряє підприємцям, останнім так і не вдалося помітно підвищити рівень довіри до себе. Особливо низький рівень довіри до власників великого бізнесу. За даними опитування, проведеного компанією Research & Branding Group у квітні 2013 р., їм не довіряли 41,2 % громадян, поважали – 12,2 % [Українці не хотять ..., 2013]. Загалом в українському суспільстві домінує невизначено вичікувальне ставлення до цієї соціальної групи (див. рис. 1.7).

Одна з можливих причин такого суперечливо-невизначеного ставлення до приватних підприємств полягає у тому, що, з погляду переважної більшості пересічних громадян, походження перших мільйонів вітчизняних багатіїв є сумнівним, оскільки засноване на незаконному привласненні ними суспільних багатств під час приватизації¹. Певних, що їхні капітали зароблені чесно, завдяки та-

¹ Під час опитування соціологічної служби Центру Разумкова у серпні 2011 р., відповідаючи на запитання “Хто виграв від проголошення державної незалежності України в 1991 році?”, варіанти відповідей “люди схильні до підприємництва” і “міжнародний капітал” обрали відповідно 31 % і 16,3 % респондентів. Варіанти “народ України”, “прийдешні покоління українців” згадувалися помітно рідше – 19,3 % і 18 % відповідно. Див.: [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=592.

ланту та новаторському мисленню, лише 2,6 %. Висловили згоду з судженням, що багаті люди в Україні “повинні сидіти у в’язниці”, 14 % населення. Утім, наразі суспільство здебільшого не налаштоване вороже до багатіїв. Значною мірою це може бути зумовлено ставленням до приватної власності як такої. Наприклад, згідно з результатами всеукраїнського опитування, проведеного Інститутом Горшеніна у квітні 2007 р., майже 84 % респондентів тою чи тою мірою визнали дотримання права приватної власності однією з найважливіших для суспільства громадянських свобод [Есть ли в Украине ..., 2007].

Більшість українців – 70 % – вважають, що багаті люди повинні сплачувати податки, інвестувати в економіку, медицину та освіту, створювати нові робочі місця. Ще 10 % очікують від багатих людей доброчинності та спонсорської діяльності. А от згодних з тим, щоб багаті люди йшли у політику й керували країною, виявилось лише 2 % [Матеріали до ..., 2013]. Низька оцінка суспільно-політичного та реформаторського потенціалу класу новоявлених багатіїв може свідчити на користь того, що великий український бізнес “не тільки зупинився у своєму розвитку, але й доволі швидко почав перетворюватися на консервативну силу. Переважна більшість його представників так і не стала підприємцями у шумпетерівському розумінні цього поняття, тобто новаторами, ініціаторами економічних та суспільних інновацій. Доказом цього є цілком об’єктивні показники: неухильне зниження частки інноваційної продукції (з 4,6 % у 2004 до 3,3 % у 2012) у загальному її обсязі, а також відсутність збільшення кількості інноваційно активних підприємств. У 2009 р. вони становили лише 10,7 %. І це не було наслідком кризи. У 2003–2004 рр., у період надвисоких прибутків бізнесу, показник був аналогічний. На Заході інноваціями займаються як мінімум 2/3 загальної кількості підприємств. Якщо додати до цього надзвичайно високий рівень тінізації української економіки – будь-які заперечення стосовно якості українського національного капіталу зникають” [Президентский проект ..., 2010].

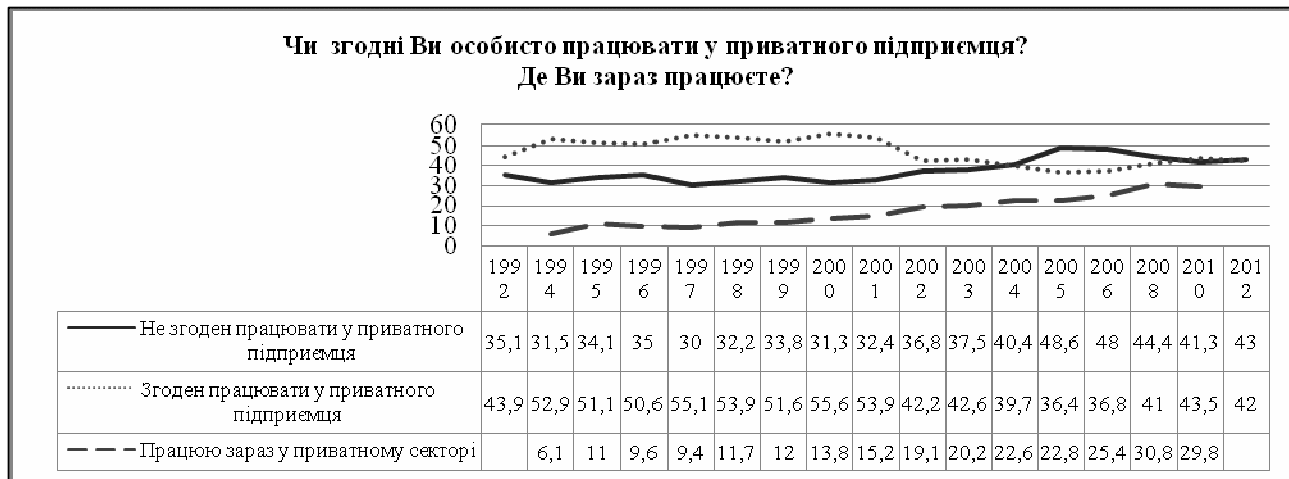


Рис. 1.6. Динаміка кількості бажаючих працювати на приватного підприємця та чисельності зайнятих у приватному секторі за результатами опитувань, %

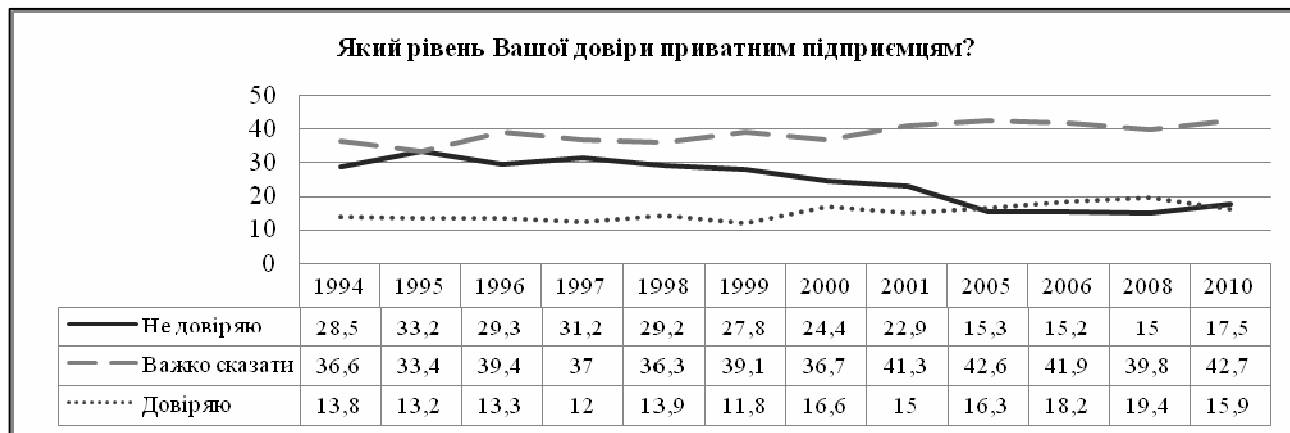


Рис. 1.7. Динаміка відповідей респондентів на запитання про рівень довіри приватним підприємцям, %

Щойно наведені оцінки А. Гальчинського підтверджують й результати соціологічних опитувань. Так, за результатами всеукраїнського опитування у серпні 2011 р. майже 65 % громадян переконані в тому, що ефективні економічні реформи не проводяться, або ж проводяться не так як слід. Найчастіше вони називають три причини цього: розкрадання (23,6 %), зацікавленість впливових фінансово-промислових груп у збереженні існуючої ситуації (22,4 %), відсутність єдності влади у питанні реформ (19,4 %) [Реформи Януковича ..., 2011].

Попри всі проблеми, клас приватних підприємців має непогані шанси на прийняття їх громадськістю. Одним із доказів готовності суспільства визнати молодий (в історичному вимірі) клас є бажання людей стати підприємцями. Моніторинг відповідей респондентів на запитання “Чи хотіли б Ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство тощо)?”, започаткований 2004 р., підтверджує поступове збільшення кількості тих, хто тою чи тою мірою виявляє таке бажання, і зменшення число тих, хто все ж таки не наважується започаткувати власну справу. При цьому варто враховувати, що для значної частини бажаючих це скоріше мрія, ніж реальна ціль. Так, за даними всеукраїнського дослідження, проведеного Інститутом Горшеніна у квітні 2007 р., на запитання “Чи хочете Ви мати власний бізнес?” відповіли, що у них він уже є 8,2 %, мають намір зайнятися 12,5 %, хочуть, проте навряд чи зможуть 31,4 %, не мають таких життєвих планів 47,9 % опитаних. Це означає, що серед бажаючих відкрити власну справу реальні плани має у кращому разі лише кожний третій (28,5 %) [Есть ли в Украине..., 2007].

Показовим є і те, що на започаткування підприємництва зорієнтовані передусім молоді люди. Так, за даними моніторингового опитування, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2010 р., “на запитання про те, чи хотіли б завести власний бізнес, більше половини молодих респондентів (53,1 %) відповіли “так”, а ще 25,3 % – “скоріше так”, і тільки 8,1 % упевнені, що не мають такого бажання. Наміри середнього покоління значно скромніші – 33,4 % відповіли “так”, а 22,4 % – “скоріше так” на це саме запитання; серед тих учасників опитування, кому 55 і більше років, про власну справу мріють 19 %” [Українське суспільство ..., 2010, с. 376–377] (див. рис. 1.8).

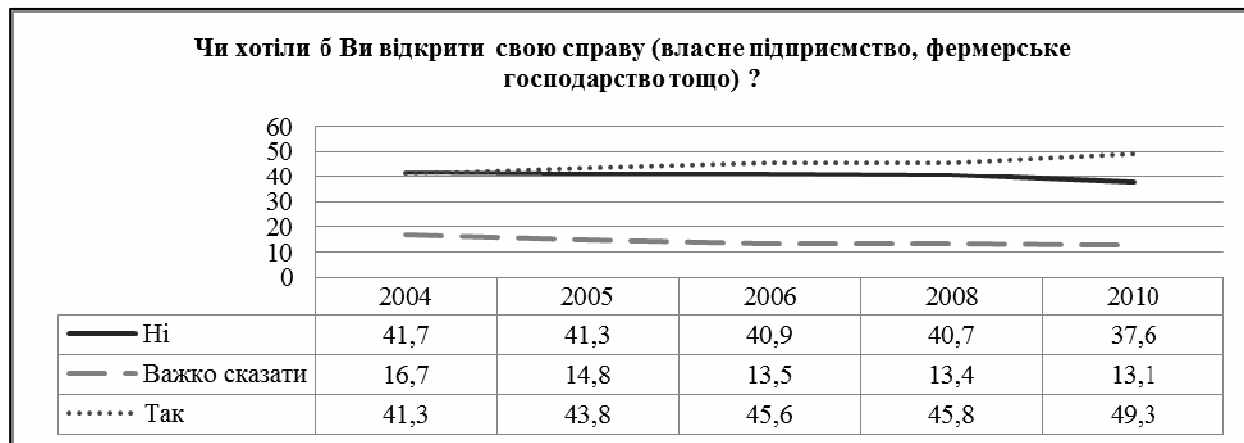


Рис. 1.8. Динаміка відповідей респондентів на запитання про бажання розпочати підприємницьку діяльність, %

Попри високі відсотки бажаючих створити власний бізнес, реальне збільшення лав підприємців є набагато скромнішим. І це не дивно, оскільки українці, охочі зайнятися підприємництвом, після створення власних підприємств стикаються з непривабливою реальністю. Це величезні бюрократичні перепони, корупція в середовищі численних чиновників (преференції “своїм фірмам”, “наїзди” на конкурентів, хабарництво тощо), відсутність довгострокових і дорожнеча будь-яких кредитів, складність, суперечність і нестабільність законів, постанов, інструкцій, дуже високі ставки податків, обов’язкових платежів, плата за ліцензії, патенти і т. ін. Тому в офіційно встановленому порядку займатися підприємницькою діяльністю хотіли б лише 27–32 % населення [Балакірева та ін., 2010]. Тобто майже половина бажаючих займатися підприємництвом розраховують працювати неофіційно, здійснювати діяльність у „тіні”, на основі самозайнятості, не реєструючи офіційно фірму або підприємство. Як зазначає В. Хмелько, значна залежність підприємців – і роботодавців, і самозайнятих – від керівного чиновництва, що виявляється, зокрема, у необхідності купувати їхнє заступництво, виключає можливість вважати підприємців таким соціальним класом, яким він є в інституційних структурах Західної Європи [Макросоціальні зміни ..., 2002].

Сумнів у тому, що підприємництво як соціальний інститут зможе здолати перешкоди на своєму шляху та стати чинником конкурентоспроможного розвитку суспільства і модернізації соціуму, висловлюють й інші дослідники. При цьому вони спираються на результати досліджень, які доводять, “що в суспільстві зберігаються й навіть загострюються негативні оцінки перспектив розвитку підприємництва. Так, 34 % вважають, що в перспективі підприємництво буде розвиватися передусім у тіньовій сфері, а 29 % дотримуються думки, що лише у віддаленій перспективі підприємництво в Україні набуде цивілізованих форм та бурхливого розвитку. Разом з тим через існуючі умови 16 % зневірені в перспективах підприємництва і вважають, що за нинішньої державної політики підприємництво не розвиватиметься. Частка респондентів, які погоджуються з думкою, що у підприємництва в Україні жодних перспектив розвитку немає і бути не може, становить 7 %” [Балакірева та ін., 2010]. Не менш

сумнівні перспективи стати якщо не “мотором” процесу модернізації, то хоча б потенційною групою підтримки мають й інші соціальні групи. Про це, зокрема, свідчить характер макросоціальних змін в українському суспільстві за роки незалежності. За результатами досліджень В. Хмелька, протягом 1991–1999 рр. “замість просування від індустріально-аграрної стадії макросоціальної еволюції, на якій наше суспільство знаходилося на час здобуття незалежності, до стадії індустріально-інформаційної фактично відбувся зворотний рух до попередньої стадії макросоціальної еволюції. Враховуючи загальну картину змін макроструктури суспільної праці в Україні, доводиться зробити висновок, що за цей період у нашому суспільстві відбувся відступ до аграрно-індустріальної стадії макросоціальної еволюції, до того етапу, на якому воно знаходилось у середині 60-х років минулого сторіччя. І тільки у 2000–2001 роках намітилася певна тенденція повернення до індустріально-аграрної стадії” [Макросоціальні зміни ..., 2002].

Не сприяє творенню інвестиційно-інноваційної моделі економіки й те, що, як зазначає М. Згуровський, “деградує економіка потягла за собою зменшення на 37% обсягу підготовки фахівців за інноваційною, креативною моделлю (розбудова нових технологічних укладів) на користь низькоінтелектуальної, репродуктивної освіти (обслуговування старих технологічних укладів та надання сервісів), що, зрештою, призвело до зниження освітнього цензу нації” [Вища освіта ..., 2013].

За даними національного фонду фундаментальних досліджень США, протягом останніх 10 років вища освіта і наука України, за сукупними показниками, перемістилася з 32 на 41 місце у світі. Зокрема протягом останнього десятиріччя Україна за кількістю наукових публікацій з високим імпакт-фактором швидко втрачала свої позиції, темп втрат становив приблизно 3,6 % на рік. Зниження якості підготовки людського капіталу справляло безпосередній вплив на втрату конкурентоспроможності країни у світі. Обсяги виробництва в Україні на основі нових знань, високотехнологічної продукції і її експорту протягом останніх 10 років постійно зменшувалися. Так, у 2001 р. частка високотехнологічного експорту в загальному експорті України становила 5,5 %, а в 2012 р. – близько 4 %, тоді як, наприклад, у Китаї цей показник за

відповідний відрізок часу стрімко зростав – з 18 до 33 % [Вища освіта ..., 2013].

Особливе занепокоєння викликає дуже незначна частка українців, які володіють іноземними мовами, а отже, мають можливість самостійно слідкувати за досягненнями зарубіжних колег – усього близько 4 %. Саме стільки налічується тих, хто не лише декларує (таких 20–30 %), а звертається при пошуку інформації до англомовних джерел [Лише 4% ..., 2013]. Не набагато більше й тих, хто має досвід роботи за кордоном – 13–15 % [Українське суспільство ..., 2010]. Проте ймовірність того, що цей надзвичайно “тонкий”, але цінний з погляду модернізації країни прошарок населення буде з часом зростати, фактично дорівнює нулю, адже дедалі більше українців прагне емігрувати. Виїхати працювати за кордон хотіли б 40 % українців. Серед молоді цей відсоток ще вищий – 70 % [Лише 4 % ..., 2013]. А частка студентів, які мають на меті працювати за кордоном, перевищує 80 %. Не хочуть повертатися на Батьківщину 60% нелегальних українських мігрантів, які працюють за кордоном [80 % студентів ..., 2012]. Не може не непокоїти й те, що різниця в оплаті праці в Україні та за кордоном є настільки значущою для виживання значної кількості наших співгромадян, що примушує навіть людей з вищою освітою та амбіціями перетворюватися на низькокваліфіковану робочу силу в інших державах, передусім сусідніх.

Протягом 1996–2011 рр. з України на постійне місце проживання за кордон виїхали 1622 вчених. Загалом за роки незалежності кількість українських учених зменшилася втричі [Україну стабільно ..., 2013].

Дослідження соціологів дають змогу з певними застереженнями оцінити розмір потенційної соціальної бази здійснюваних соціально-економічних реформ. Одним з індикаторів, який свідчить про те, що люди адаптувалися до нових умов життя, є кількість тих, хто навчився в них жити. Результати моніторингу Інституту соціології НАН України доводять: попри поступове зростання кількості тих, кому вистачає умінь жити у нових суспільних умовах, вони лишаються у меншості. За 1995–2010 рр. їхня питома вага зросла з 12 % до 28 %, а частка дезадаптованих протягом того ж періоду скоротилася із 47 % до 33 % [Українське суспільство..., 2010, с. 538].

Ставлення до інновацій різних соціально-демографічних груп українського суспільства (щоправда, при цьому не уточнювалося, про які саме інновації йдеться) вивчалось дослідниками Центру “Соціальний моніторинг” та Українського інституту соціальних досліджень ім. О. Яременка. Ними було встановлено, що позитивне ставлення до інновацій залежить від віку, статі, освіти, зайнятості, матеріального становища респондентів, а найбільш інноваційно сприйнятливими у ставленні до інновацій соціальними прошарками є молодь, чоловіки, матеріально забезпечені та освічені люди [Левін, Ноур, 2007].

В іншому дослідженні, ініційованому Інститутом економіки та прогнозування НАН України, група “новаторів” була оцінена у 15 %, а тих, хто тяжіє до них у 20 %. Натомість група “консерваторів” становила 27 %, а тяжіючих до них – 38 %. Аналіз соціально-демографічних характеристик респондентів засвідчив, що інноваційний потенціал більшою мірою накопичений економічно активною частиною населення. Автори вважають, що у країні наявний потенціал “мотору модернізації” (хоча лише потенціал), але бракує консолідації навколо позитивних спільних цілей. На сьогодні факторами, які об’єднують людей в українському суспільстві, виступають: невдоволення владою (41 %), спільні труднощі (38 %) та прагнення спільно долати життєві труднощі (24 %), відчуття втрати нормального життя (32 %), страх перед майбутнім (30 %) [Людський фактор ..., 2006].

Сподівання на те, що соціальною базою реформ зможе виступити так званий середній клас, також видаються доволі примарними, хоча б з причини його малочисельності. Попри те, що згідно з даними різноманітних соціологічних опитувань до середнього класу себе зараховують близько половини українців, за стандартами, що склалися у західному суспільстві, у нас середнього класу немає. “За двома головними ознаками – рівнем життя та освітою – до середнього класу в Україні можна віднести близько 10 % населення. Якщо ж додати до цього ще один визначальний чинник – політичні вподобання і політичну активність, – то частка українського середнього класу вийде не більшою ніж 5 %” [Середній клас ..., 2013]. Деякі шанси на збільшення його чисельності все ж існують. Вони ґрунтуються не тільки на зростанні рівня матеріального добробуту, а й на наявності доволі значного прошарку грома-

дян, які заради особистої свободи та гарантій дотримання громадянських прав готові терпіти матеріальні труднощі. За результатами опитування, проведеного Центром Разумкова у 2012 р., їх було понад 37 % [Що важливіше ..., 2012].

Факт обмеженої соціальної бази модернізації, її істотне скорочення доволі ясно усвідомлюється пересічними громадянами. У розмовах часто можна почути, що останніми роками українці перетворилися на націю хабарників, злодіїв, аферистів, алкоголіків, наркоманів, повій, пасивних пристосовувачів, які очікують, що хтось змінить їхнє життя на краще. На жаль, результати вивчення громадської думки підтверджують ці спостереження. На думку опитаних у 2011 р. в межах моніторингу НАН України, лише незначна їх частина визначила наш час як час моральних авторитетів (11 %), талантів (7,5 %) і професіоналів (7 %). Для більшості жителів усіх регіонів України сучасність уявляється як час злочинців і шахраїв (48 %), “політиканів” (44 %) та жебраків (40 %). Опитувані визнали, що провідну роль у житті нашого суспільства нині відіграють такі соціальні групи, як мафія і злочинний світ (39,6 %), підприємці та бізнесмени (37 %), лідери політичних партій (31 %) і чиновники (30 %). Порівнянно з 1994 р. значно зменшилося визнання населенням ролі робітників (з 23 % до 15 %), селян (з 21 % до 10 %), інтелігенції (з 16 % до 10 %), керівників державних підприємств (з 16 % до 11 %) і сільськогосподарських підприємств (з 11 % до 5 %) [Українцы считают ..., 2011].

За результатами опитування 2009 р., проведеного Інститутом соціології НАН України, дві третини респондентів не відчувають особистої відповідальності за стан справ у країні або навіть своєму поселенні, а дещо більше 10 % опитаним важко визначитися з відповіддю на це питання. Втім, майже кожний четвертий респондент все ж відчуває повну або принаймні часткову відповідальність за стан справ у країні і дещо більше – майже третина – у своєму поселенні [Степаненко, 2009]. При цьому лише чверть громадян (26 %) вважають, що у незадовільній ситуації в Україні винні передусім самі люди через їхню пасивність. Більшість головну провину за незадовільну ситуацію в Україні покладає передусім на Президента України (51 %) і уряд (51 %), а також на Партію регіонів (30 %) [Три чверті ..., 2013].

Отже, доводиться визнати, що створення інвестиційно-інноваційної моделі економіки залишається лише декларацією, віртуальним феноменом, міфом, у кращому разі – блакитною мрією. “На словах проголошується мета створення суспільства, де провідним економічно і соціально активним прошарком буде “середній клас” і де функціонуватимуть ліберально-демократичні інституції. Однак на практиці впроваджується модель латиноамериканського зразка, якій притаманні значне матеріальне розшарування, розквіт патримоніальної бюрократії, формування сімейно-кланових утворень у бізнесі й управлінському істеблішменті, ідеологія патерналізму щодо широких мас бідного населення.... Такий тип суспільства противиться якимось соціальним або технологічним інноваціям, його економічна структура тяжіє до розвитку сировинних галузей, у політичній сфері набувають розвитку авторитаристські тенденції. Відтак можна визначити тільки два економічно та політично активних прошарки, що вбачають свій інтерес у такій модернізації – це великий капітал та вища бюрократія. Усі інші соціальні групи не бачать у проголошених реформах свого інтересу” [Валевский, 2012].

Зазначене, на думку adeptів ринку, безумовно, дискредитує суть ринкових перетворень, не дає ринковим відносинам проявити системні переваги. Противники ж ринку, навпаки, вважають усі ці негаразди прямим наслідком ринкових перетворень і тішаються з того, що кількість людей, які втратили віру в ефективність та дієздатність ринкової економіки, поступово, але неухильно зростає. Про все це треба говорити прямо, оскільки це не тільки економіка, а й велика політика і, врешті-решт, наше майбутнє.

Підсумовують наш аналіз сприймання громадськістю економічних перетворень результати всеукраїнського опитування, проведеного соціологічною службою Центру Разумкова у серпні 2011 р. Вони свідчать, що ефективність економічних реформ відчують лише 17 % українців. Третина опитаних (34,2 %) переконані, що ефективні реформи не проводяться, 30,5 % респондентів вважають, що економічні реформи проводяться, але не так як слід, інші вагаються з відповіддю [Лише 17 % ..., 2011].

Думки громадян щодо успішності модернізації інших сфер життя українського суспільства також важко визнати оптимістичними. Результати опитувань громадян, що стосуються реформування пенсійної, медичної, судової чи податкової систем, підтверджують це.

1.2.3. Громадська думка щодо модернізації політичної системи

Після розпаду СРСР і набуття Україною статусу незалежної держави перед українським суспільством постало нагальне завдання реформувати власну політичну систему, привести її у відповідність до викликів часу.

Політична система сучасної України веде відлік свого творення від виборів до Верховної Ради УРСР 1990 р. на основі нового виборчого закону, що похитнув монопольне становище КПУ в країні. Політична система України складалася значною мірою стихійно, еkleктично. Перманентні протистояння між Президентом України та Верховною Радою України в умовах затяжної соціально-економічної кризи на кілька років відклали заміну радянської Конституції України зразка 1978 р. Нарешті 28 червня 1996 р. Верховна Рада України ухвалила і ввела в дію чинну Конституцію України. Певний час вона гарантувала спокій і стабільність у державі, але разом з тим виявилась міною уповільненої дії. З часом дедалі нагальнішою окреслювалась проблема гармонізації владних stosunkів: між Президентом України, урядом та парламентом. До дискусій довкола ідеї реформування Основного Закону держави було залучено громадськість.

Більшість українських громадян усвідомлювали, що модель політичної влади зразка 1996 р. є глибококонфліктною, нездатною ініціювати компроміси, а отже, потребує модернізації, приведення у відповідність до вимог часу. Кількість тих, хто вважав, що реформувати наявну політичну систему потрібно, за результатами опитування, проведеного Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України у червні 2001 р., становила 58 %. Протилежної думки дотримувалися 18 % опитаних.

Рецепти реформування державно-правового укладу країни пропонувалися прямо протилежні. Якщо в процесі ініціювання Всеукраїнського референдуму 2000 р. йшлося про зміну балансу гілок влади на користь Президента України, то після “касетного” скандалу опозиція спробувала повернути процес конституційної реформи в прямо протилежний бік – трансформувати українську політичну систему в парламентську республіку.

Ця боротьба істотно позначилася на динаміці уподобань населення до типу політичної системи, яка найбільшою мірою підходить для нашої країни, а також на кількості прихильників її реформування. Так, уже в березні 2002 р. частка тих, хто вважав, що форма правління в Україні змін не потребує, порівняно з червнем 2001 р. зросла вдвічі – до 36,9 %, а прихильників зміни існуючої президентсько-парламентської республіки поменшало майже на 19 % – до 39,4 % [Конституційна реформа ..., 2002].

Доволі швидко змінювалася громадська думка і щодо оптимальної форми правління. Якщо у січні 2000 р. (за даними Центру Разумкова) 42,3 % опитаних позитивно оцінювали модель президентської республіки, то вже у грудні того ж року за неї упевнено висловилися лише 23 % респондентів [Шангина, 2000]; у березні 2001 р. – 20%, у квітні 2002 р. – 14% [Оцінка громадянами ..., 2002].

Наприкінці 2004 р. другий тур виборів Президента України спричинив події, відомі як Помаранчева революція. З метою виходу із гострої кризи у парламенті було проведено так зване пакетне голосування, під час якого одночасно, “в одному пакеті”, було внесено зміни до Конституції України та до закону про вибори Президента України (це уможливило переголосування другого туру президентських виборів). Конституційні зміни передбачали перехід України від президентсько-парламентської до парламентсько-президентської форми правління. Внесені зміни набували чинності з 1 січня 2006 р. У повному обсязі зміни до Конституції України стали реальністю після виборів до Верховної Ради України у березні 2006 р.

Зміни до Конституції України, внесені в умовах гострої політичної кризи, не були сприйняті суспільством. Задеклароване так званою політреформою вдосконалення політичного механізму управління державою розцінювалось громадянами переважно як розподіл владного впливу між основними політичними групами за домовленістю. За даними проведеного в березні 2004 р. Центром Разумкова соціологічного опитування, відносна більшість (36,2 %) громадян України дотримувалася думки, що конституційна реформа здійснюється переважно для того, щоб у разі перемоги на президентських виборах опозиційного кандидата обмежити його можливості впливати на соціально-політичну ситуацію в Україні.

За результатами вересневого 2005 р. опитування, лише 14,5 % респондентів вважали, що впровадження цієї конституційної реформи матиме наслідком поліпшення ситуації в країні.

Протягом президентської каденції В. Ющенка сподівання, які покладалися прихильниками новообраної команди на демократичну модель державного устрою, доволі швидко змінилися розчаруванням у парламентаризмі. У його дискредитації чималу роль відіграв, зокрема, затяжний конфлікт між В. Ющенком та Ю. Тимошенко. Як наслідок, частка тих, хто вважав демократію найбільш бажаним типом державного устрою для України, зменшилася з 53,5 % у жовтні 2006 р. до 36,6 % у грудні 2009 р., а тих, на чию думку авторитарний режим за певних обставин може бути ефективнішим, ніж демократичний, навпаки, зросла з 20,8 % до 30 % [Ставлення населення ..., 2012; Яку форму ..., 2002–2009].

Після приходу до влади В. Януковича і Партії регіонів Конституційний Суд України восени 2010 р. скасував результати “пакетного голосування”, визнавши таким, що не відповідає Конституції України, Закон України “Про внесення змін до Конституції України” від 8 грудня 2004 р. у зв’язку з порушенням процедури його розгляду та прийняття, і поновив чинність Конституції України 1996 р. Після рішення Конституційного Суду від 30 вересня 2010 р. виникла нова політико-правова реальність, що передбачає зосередження конституційних політичних, економічних, адміністративних повноважень в руках Президента України. Громадська думка відреагувала на це збільшенням прихильників демократичного устрою. Вже у жовтні 2010 р. частка респондентів, які погоджувалися із судженням “демократія є найбільш бажаним типом державного устрою для України” порівняно з груднем 2009 р. зросла на 10 % – до 46,9 %. У квітні 2012 р. їх було 50,9 %, у березні 2013 р. – 54,6 %. Прихильників тих, на чию думку авторитарний режим за певних обставин може бути більш успішним, ніж демократичний, протягом цього часу залишалася стабільною – близько 20 % [Чи стала ..., 2013].

У 2012 р. Президент України В. Янукович дав старт черговому етапу конституційно-правової модернізації, метою якої проголошено формування справжнього народовладдя, подолання відчуження влади і суспільства. Радикальні зміни Основного Закону внаслідок боротьби політиків за владу в країні не могли не ви-

кликати у громадян побоювань, що чергова зміна Конституції України супроводжуватиметься суспільно-політичними ускладненнями чи може зумовити їх. Тому не дивно, що згідно із соціологічними опитуваннями майже половина (у жовтні 2008 р. – 47,1 %, у жовтні 2010 р. – 45,9 %, у червні 2012 р. – 45,6 %) громадян висловилися за збереження наявної на поточний момент моделі державного управління. На підтримку ініціативи В. Януковича в черговий раз переписати Основний Закон держави у червні 2012 р. висловилися 31,1 %, а 23,3 % опитаних не змогли визначитися. При цьому лише чверть (24,6 %) респондентів вважали, що ініційована Президентом України В. Януковичем конституційна реформа спрямована на поліпшення ситуації в країні, розширення демократії, вдосконалення правових механізмів захисту прав і свобод людини. На думку ж більшої половини громадян (58,2 %), за проголошеним удосконаленням Конституції України криється прагнення Президента України В. Януковича вибудувати систему державної влади “під себе”, посилити особисту владу, збільшити повноваження чинної влади, а також відволікти громадськість від нагальних проблем [На що насамперед ...]. Майже половина громадян переконані, що в країні поступово встановлюється авторитарний режим, а влада вдається до політичних репресій. Так у жовтні 2012 р. вважали відповідно 43,5 % і 45,6 % опитаних соціологічною службою Центру Разумкова в усіх регіонах України [Чи стала ..., 2013].

Під час всеукраїнського опитування, проведеного компанією Research & Branding Group у червні 2011 р., дві третини українців (62 %) погодились із твердженням, що Конституція України є якісним документом, до якого за необхідності можна вносити невеликі поправки. А кожен другий українець (52 %) був не згоден з тим, що нинішня Конституція України вичерпала себе й існує необхідність прийняття нової [Отношение украинцев ..., 2011].

Показовим при цьому є те, що зовсім не значна (4,1 %) частина наших громадян головною причиною складної соціально-економічної ситуації в Україні вважають недосконалість чинного Основного Закону. Згідно з соціологічними опитуваннями найбільш гострою та актуальною проблемою для переважної більшості громадян, незалежно від регіонів, де вони проживають, є невиконання законів [Степаненко, 2009]. Навіть Основний Закон, на дум-

ку населення України, в цілому ігнорують як представники влади (79 %), так і опозиції (71 %), тоді як відносна більшість пересічних громадян (52 %) його дотримуються [Отношение украинцев ..., 2011]. Суто декларативний характер конституційно закріпленої системи політичних відносин вже давно відзначають закордонні автори: “Існує дивний елемент символічних прикрашуючих шат, котрі бентежать і вводять в оману західних спостерігачів: конституції, парламенти, вибори, референдуми, місцеве самоврядування і т. ін. Ті, хто з ними стикаються, лише згодом розуміють, наскільки все це є нісенітницею і наскільки інструментальну роль воно виконує ...” [Фесенко, 2002].

Невідповідність декларованих та реально діючих правил не може не позначатися на уявленнях громадян про політичну систему України. Майже кожний четвертий український громадянин погодився з тим, що нинішня політична система України є системою цілком особливою, притаманною лише нашому суспільству [Чи стала ..., 2011].

Зважаючи на те, що рівень довіри українців до державних та політичних інститутів (а саме вони є ініціаторами реформ) знизився до історичного мінімуму і є фантастичним за європейськими мірками, не дивно, що у громадян сформувався образ Конституції України як об’єкта неефективних експериментів. Чи доцільно у такій ситуації владній команді наполягати на проведенні повномасштабної конституційної реформи, тобто на підготовці і прийнятті нової Конституції України саме тепер, коли половина українців вважають, що країні потрібні нові політичні лідери [Половина украинцев ...] та збільшується кількість занепокоєних некомпетентністю можновладців [Некомпетентность правительства ..., 2013]? Перед тим, як дати на це запитання ствердну відповідь, варто згадати слова французького історика і соціолога Алексіса Токвіля про те, що найнебезпечніший момент для поганого режиму, коли його починають реформувати. Схоже, цей момент настав в Україні, оскільки ні політична еліта, ні населення не готові зрозуміти й беззастережно прийняти президентські пропозиції щодо політичної реформи. Тим нагальнішою є постановка іншого, ще більш актуального питання: “Яку ціну заплатить наш народ за несвоєчасні реформи?”.

1.2.4. Ставлення громадян до змін в освітній сфері

Наздоганяюча, а тим паче випереджальна, модернізація країни неможлива без якісної освіти. Визнання значущості знань як рушія суспільного прогресу та добробуту дає підстави визначити століття, що розпочалося, століттям реформування освіти. У найбільш розвинутих країнах оновлення освітніх систем триває щонайменше останні 30 років. Чимало вже зроблено. У щорічній доповіді ООН за 2011 р. про стан молоді у світі зазначається, що сучасні тинейджери є найосвіченішими за всю історію людства. В українському суспільстві важливість якісної освіти для випереджального розвитку країни усвідомлюється достатньою, проте далеко не повною, мірою. Теза про те, що освіта – це двигун прогресу, фундамент майбутнього країни, заперечень не викликає [Про національну доктрину ..., 2002]. Але не більше. Найповніше усвідомлюють значення освіти як “стратегічного”, “ключового ресурсу соціально-економічного розвитку країни і підвищення добробуту громадян” самі освітяни. Щоб переконатися у цьому, достатньо порівняти тексти Національної доктрини розвитку освіти (2002) і Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012–2021 рр. з Програмою економічних реформ на 2010–2014 рр. У програмних освітянських документах освіта цілком обґрунтовано розглядається як стратегічний ресурс, ключова умова та основа не тільки соціально-економічного, а й стійкого демократичного, культурного і духовного розвитку суспільства, консолідації усіх його інституцій, поліпшення добробуту людей, забезпечення національних інтересів, зміцнення міжнародного авторитету й формування позитивного іміджу нашої держави, створення умов для самореалізації кожної особистості, формування її нових життєвих орієнтирів тощо. У цих документах наголошується, що завданням і результатом модернізації та розвитку освіти у тому числі мають бути “потужні позитивні зміни у системі матеріального виробництва”, “забезпечення економічного зростання країни”. А от у “Програмі економічних реформ України на 2010–2014 рр.” (розділ “Підвищення стандартів життя”) реформа освіти представлена як суто технічна, мета якої – підвищити конкурентоспроможність української освіти, інтегрувати її в єдиний європейський освітній простір, досягти більш ефективного використання коштів державного бюджету, підвищити якість відповідних послуг, розвинути інфраструктуру та інші сфери, які фі-

нансуються з державного бюджету. Саме в руслі технічної реформи були визначені її основні завдання: удосконалити систему управління освітою, поліпшити якість освіти, забезпечити доступність якісної освіти.

Цей приклад свідчить про недооцінку потенціалу освіти і науки як рушія економічного прогресу владною елітою, про те, що освіта і наука не стали у сучасній Україні ядром проекту розвитку суспільства, що система освіти функціонує паралельно з процесами суспільно-економічного та політичного розвитку країни в цілому. Про освіту як засіб підвищення економічної ефективності у програмі економічних реформ не йдеться. Наслідки пропонованих освітніх реформ в Україні не оцінюються в межах соціально-економічних категорій. Освіта фактично не розглядається як елемент, здатний пов'язати між собою продуктивну працю, матеріальний добробут, соціальне рівноправ'я та демократичний устрій.

Цілком можливо, що місце освіти у системі заходів з модернізації країни є саме таким унаслідок того, що і освітяни, і економісти, і політики за усталеною традицією звично вважають: освіта має лише відповідати вимогам та потребам економіки, стійкого розвитку суспільства, тобто, по суті, слідувати за змінами в економіці та суспільстві, а не спрямовувати їхній розвиток. Конкретним прикладом панування саме такої ідеології у Програмі економічних реформ на 2010–2014 рр. є, зокрема, пояснення причин наростання диспропорцій між підготовкою фахівців і попитом на них на ринку праці. Автори програми вбачають їх, зокрема, в неефективності *моніторингу* потреб ринку праці, у відсутності аналізу та врахування *сучасних* потреб роботодавців системою професійно-технічної та вищої освіти, неузгодженості дій державних структур при плануванні потреби у фахівцях (курсив мій. – Авт.) [Заможне суспільство ..., 2010]. Але ж *сучасні потреби* – це наявний нинішній стан, а через п'ять років¹, протягом яких студент навчається, ці

¹ На конференції міністрів освіти європейських країн у Мілані (2003 р.) комісар ЄС Вівіан Редінг зазначила: "...соціальне і економічне зростання у Європі значною мірою залежить від політики в галузі освіти. Порівняно з минулим ця політика повинна враховувати новий елемент: технології, які застарівають кожні п'ять років, потребують суттєвих зрушень у рівнях підготовки робітників та спеціалістів, їх відповідності вимогам перспективних технологій та техніки". Див.: Цілі Розвитку Тисячоліття: Україна 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukraine2015.org.ua/tsil2>.

потреби можуть змінитися. Не заперечуючи необхідність моніторингу потреб ринку праці, варто все ж відзначити його спрямованість у минуле, наголосити на тому, що він екстраполює тенденції сьогодення у майбутнє. У сучасних умовах, коли соціально-економічний розвиток інноваційних суспільств прискорюється, це не завжди виправдано. Темпи цього розвитку вже тепер є настільки швидкими, що традиційна освіта далеко не завжди встигає за ними. З усвідомлення цього випливає, що, по-перше, моніторинг потреб ринку праці має бути доповнений методами прогнозування та планування, адаптованими до умов невизначеності, а по-друге, освіта, орієнтована на поточні потреби економіки, прирікає на відставання не тільки себе, а й суспільство.

Отже, доводиться визнати, що потенціал освіти як інструменту не тільки виходу з кризи, а й джерела та ресурсу інноваційного розвитку в Україні явно недооцінений. Хоча у світовій практиці відомі й інші приклади. Саме ставка на освіту дала можливість Фінляндії успішно здолати кризу 70-х років XX ст. і завдяки збагаченим людським ресурсам (частка населення з вищою освітою у Фінляндії найвища у світі) посісти провідні місця у світових рейтингах. Саме тому Євросоюз вважає, що освітня система Фінляндії має стати ядром його освітньої системи. Не менш переконливим є досвід Японії та Тайваню. Перебуваючи у складних економічних і політичних умовах, не маючи власної наукової школи, Тайвань свого часу скеровував молодь на навчання до країн Європи та США за державний кошт. Це дало змогу цій острівній державі посісти провідні місця у виробництві електронної апаратури. Сучасна стратегія розвитку Японії передбачає зосередження зусиль тільки на розробці інтелектуального продукту і перенесення всього промислового виробництва до інших країн. Вже тепер більшість продукції японських торгових марок виробляється у країнах Тихоокеанського узбережжя. В Україні ж “система освіти не встигає реагувати на нові економічні потреби, працювати у випереджальному режимі, як це відбувається у розвинутих країнах. Освіта відстає від тенденцій суспільного розвитку і не готує випускників до успішної діяльності на сучасних ринках праці” [Модернізація України, с. 60]. На початку третього десятиріччя незалежності України понад 50 % української молоді не може здобути вищу освіту через наростаючу бідність більшості населення країни [Згуровский,

2013]. В умовах прогнозованого зменшення кількості населення країни та його старіння це загрожує браком висококваліфікованих працівників, ставить під сумнів можливість випуску високотехнологічної продукції.

На користь того, що система освіти України має цілком реальний шанс бути рушієм реформ, свідчить доволі значний рівень довіри до неї. Зазвичай провідні вітчизняні соціологічні центри наголошують на наявності в країні лише трьох суспільних інститутів, які мають виразний позитивний баланс довіри громадян – Церква, Збройні сили України та вітчизняні ЗМІ. Останнім часом до цього скромного переліку отримали можливість увійти громадські організації [Граждане Украины ...]. І це не дивно, адже про довіру до системи освіти соціологи респондентів просто не запитують. А дарма. Моніторингові дослідження, які вже понад десять років проводить Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, свідчать про наявність у нашої системи освіти стійкого позитивного балансу довіри громадян, який час від часу поступається лише рівню довіри до Церкви. В умовах тотальної недовіри громадян практично до всіх державних та суспільних інституцій цей факт має неабияке значення.

Проте для того, щоб освіта стала потужним двигуном соціально-економічного розвитку країни, вона сама має бути реформована. Важливість освітніх реформ як складової загальної модернізації країни важко переоцінити, адже, як влучно свого часу зауважив американський президент Дж. Кеннеді, “жодна країна не може бути більш розвинутою, ніж розвинута її освіта”.

Спрямованість та зміст освітніх реформ визначаються актуальними викликами сучасності. Освіта має відповідати не лише традиційним суспільним запитам, а й новим, пов’язаним із прискореними соціально-економічними трансформаціями, ресурсно-екологічними загрозами, техніко-технологічними змінами тощо. У вітчизняних та зарубіжних публікаціях останніх років висвітлено чимало проблем розвитку освіти у XXI ст. Серед них:

- посилення гуманізації освіти, гармонізація індивідуальних потреб та суспільних запитів, соціальна відповідальність, формування оптимальної мотивації індивідуальної пізнавальної діяльності, вдосконалення та розробка новітніх технологій навчання;

- забезпечення доступності якісної освіти впродовж усього життя, розв'язання нагальних проблем додаткової професійної освіти, освіти дорослих тощо;

- глобалізація, інтернаціоналізація капіталу, суспільних та соціально-економічних відносин. Поява освітніх просторів, що є ширшими за окремі держави, висуває на порядок денний питання стандартизації освіти і водночас збереження цінного розмаїття освітніх систем, адаптації людей до умов і потреб полікультурного суспільства, заохочення кругообігу “мізків” та унеможливлення (мінімізація) негативних наслідків їх відтоку;

- оптимізація взаємодії освітніх систем з ринком праці, усунення невідповідностей між попитом та пропозицією знань, розв'язання суперечностей між необхідністю прагматизації освіти і її фундаменталізації;

- подолання проблеми дефіциту ресурсів (адаптація системи фінансування освіти до наявних соціально-економічних реалій, оптимізація мережі освітніх закладів, вдосконалення дистанційної, у тому числі онлайн, освіти, розв'язання проблем кадрового забезпечення);

- вдосконалення системи управління і контролю за якістю освіти.

Гідні відповіді на ці та інші виклики уможливають розв'язання головної проблеми – підвищення якості освіти. Незважаючи на очевидність того, що являє собою якість освіти, однозначного розуміння у чому, власне, вона полягає, не існує. Вироблення консенсусного підходу до визначення якісної освіти потребує спеціальних зусиль. Тому не дивно, що кожне суспільство по-своєму вирішує цю проблему, прагнучи гарантувати освіту, яка б була (вважалася) якісною для конкретних суспільно-історичних умов. Зважаючи на це, навряд чи можна розраховувати на якісь універсальні, абсолютно ідентичні індикатори “кращості” тієї чи іншої системи освіти у суспільствах з різними соціальними системами (наприклад, індустріальні й аграрні, розвинуті капіталістичні і постсоціалістичні країни тощо).

Після розпаду СРСР Україна опинилася перед дилемою: виробляти власну парадигму освіти, яка б гарантувала максимально якісну освіту, чи скористатися для тієї самої мети зарубіжним досвідом, адаптувавши його до своїх реалій. Урешті-решт за зразок

обрано Болонську систему, що є загально визнаним у Західному світі ідеалом, хоча чимало провідних світових університетів не приєднуються до неї, зберігаючи самобутність та унікальність власного методу навчання.

Система освіти, отримана Україною у спадщину від СРСР, досі оцінюється неоднозначно. Для одних вона була і є гальмом прогресивного поступу незалежної держави. На думку інших, це була доволі ефективна, хоч і надто ідеологізована система освіти, яка на той час вважалася однією з кращих у світі [Система освіти ..., 2002, с. 2] (93 % зайнятого населення на початок 1990-х років мали середню або вищу освіту), і саме її залишки, попри розвал і деградацію багатьох інших сфер суспільного життя як головного результату експериментів горе-реформаторів, утримують суспільство від скочування у прірву малограмотності й остаточного здичавіння. Під час всеукраїнського опитування, проведеного компанією Research & Branding Group напередодні ювілейної річниці незалежності, дві третини (67,6 %) жителів країни вважали, що всі 20 років незалежності Україна існувала завдяки ресурсам, закладеним ще в радянські часи. Кожен п'ятий респондент не погодився з цією думкою, а кожен десятий не зміг відповісти. Найбільше українців, які погодилися із запропонованим твердженням – мешканці південного сходу країни (76,1 %), найменше – жителі західних областей (48,3 %) [Жити можна ...].

Процес формування власної освітньої системи в незалежній Україні розпочався у складних умовах політичної, соціально-економічної та духовної трансформації суспільства, великої фінансової скрути. Перший етап перетворень системи освіти загалом припав на перше десятиріччя незалежності України. За період з 1991 р. система освіти зазнала кардинальних змін, причому як позитивних, так і негативних. Тоді низкою законів, указів Президента України, постанов уряду та відомчих нормативних актів було законодавчо впроваджено гуманізацію і демократизацію вищої школи, діяльність приватних навчальних закладів, ступеневу освіту, систему ліцензування й акредитації ВНЗ, децентралізацію і регіоналізацію управління освітою, нову структуру напрямів та спеціальностей, розширено вплив громадськості на прийняття рішень у сфері освітньої політики тощо.

Водночас складна соціально-економічна ситуація призвела до стрімкого погіршення матеріально-технічного забезпечення навчального процесу, зниження загального освітнього рівня населення, розшарування громадян, зокрема, за ознакою доступу до освіти, неприпустимого приниження соціального статусу вчителя. У країні поступово розвивалися диспропорції між освітою, наукою, економікою і наростали тенденції відставання вищої освіти від внутрішніх потреб держави, світових процесів у цій сфері.

Проте, попри складні соціально-економічні умови, освіту вдалося зберегти й істотно реформувати. Останніми роками вітчизняну систему освіти, за оцінками її очільників, вдалося перевести з режиму “виживання” у режим ефективного поступального розвитку. Від початку ХХІ ст. Національною доктриною розвитку освіти було дано старт черговому етапу перетворення системи освіти в Україні, здійснено важливі кроки до реалізації ідей і положень реформування освіти згідно з потребами громадян і держави, підвищення її якості, доступності та конкурентоспроможності, зазначається у “Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки”¹. За цей час створено законодавче поле для функціонування усіх рівнів освітньої галузі, запроваджено державні освітні стандарти, модернізовано зміст та вдосконалено організацію усіх ланок освіти, створено національні підручники, впроваджено профільне навчання у старшій школі, зовнішнє незалежне оцінювання навчальних досягнень випускників загальноосвітніх навчальних закладів, здійснюється модернізація мережі навчальних закладів різних типів, понад 95 % загальноосвітніх навчальних закладів І–ІІІ ступенів забезпечено сучасними навчальними комп’ютерними комплексами, 85 % шкіл та 98 % ПТНЗ підключено до мережі інтернет, у вищій освіті впроваджуються принципи Болонського процесу, кредитно-модульна система навчання тощо. Успіхи України у модернізації освіти були належним чином оцінені міжнародною спільнотою. Міністр освіти і науки, молоді та спорту України Д. Табачник у березні 2012 р. інтерпретував їх так: “За оцінками, наведеними у Всесвітньому звіті з конкурентоспроможності дер-

¹ Указ, яким було схвалено Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 р., був підписаний Президентом України В. Януковичем 25 червня 2013 р.

жав Світового економічного форуму, що проходив у Швейцарії, освітня система України посідає 56 місце у світовому рейтингу 139 країн світу”, до того ж експерти оцінили нашу освіту вище за освітні системи в Польщі, яка посідає 62 місце, Російської Федерації (78 місце) та Грузії (119 місце). [Освітня система ..., 2012]. Зважаючи на те, що ще за два роки до цього, у 2010 р., за індексом глобальної конкурентоспроможності Україна посідала 89 місце¹ серед 133 країн світу [Тестування і моніторинг ..., 2011], важко не погодитися зі словами урядовця, що вжиті за два роки роботи уряду заходи з реформування системи освіти зробили її конкурентоспроможною. Тим більше, що “згідно з даними ООН за 2009 р. Україна за рівнем освіти випереджала Францію, Швейцарію та Велику Британію і мало поступалася Німеччині і Швеції” [Шершень, 2010]. На користь поступального розвитку освіти опосередковано вказує і те, що згідно з даними Програми розвитку ООН, оприлюдненими 15 березня 2013 р. у Доповіді про людський розвиток 2013, значення індексу людського розвитку (ІЛР) України з 1990 по 2012 р.² зросло на 2,6 % – з 0,714 до 0,740. Цей показник потрапляє у високу категорію людського розвитку, хоча він нижчий середнього по країнах Європи та Центральної Азії (0,771) [Україна опустилась ..., 2013].

Із тезою про перехід вітчизняної освіти до фази стійкого розвитку, і особливо з оптимістичними заявами міністра освіти, погоджуються далеко не всі. Зокрема, директор Центру освітнього моніторингу П. Полянський спростовує слова очільника освітнього відомства, посилаючись при цьому на ті самі джерела, що й міністр. За словами П. Полянського, рейтинги в щорічних звітах щодо глобальної конкурентоспроможності Світового економічного

¹ У 2006 р. за індексом глобальної конкурентоспроможності Україна посідала 69 місце. Див.: Тестування і моніторинг в освіті / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://timo.com.ua/node/7213>.

² Динаміка індексу ІЛР України виглядає так: 1990 р. – 0,714; 1995 р. – н.д.; 2000 р. – 0,673; 2005 р. – 0,718; 2006 р. – 0,725; 2007 р. – 0,732; 2008 р. – 0,736; 2009 р. – 0,728; 2010 р. – 0,733; 2011 р. – 0,737; 2012 р. – 0,740. Див.: International Human Development Indicators [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hdrstats.undp.org/en/countries/profiles/UKR.html>.

Форуму в Женеві свідчать, що лише за двома показниками (“Охоплення доуніверситетською освітою” і “Якість природничо-математичної освіти”) зафіксовано незначний прогрес української освіти. За іншими ж сімома важливими показниками українська освіта у 2010–2012 рр. порівняно з показниками 2008–2009 рр. сумарно втратила 59 позицій [Стрімке падіння..., 2012]. Ознайомлюючись зі згаданими звітами, неважко помітити, що протягом 2008–2012 рр. Україна втрачала (місце у рейтингу) як в абсолютних значеннях більшості показників, так і у відносних.

Окрім інформації щодо місця освіти України у світових рейтингах, не можуть не привертати уваги суспільства і не впливати на громадську думку про якість вітчизняної освіти й повідомлення ЗМІ щодо рівня грамотності населення. Вони також значною мірою здійснюють вплив на уявлення громадян стосовно координат України у світовому освітньому просторі, зокрема про те, хто є світовими лідерами освіти, як Україна виглядає на їхньому тлі, формує їхні оцінки якості вітчизняної освіти.

Показник грамотності розраховується щодо населення у віці 15 років і старше й передбачає вміння читати та писати нескладні тексти. Рівень грамотності може точно визначатися лише під час переписів населення, які зазвичай проводяться раз на десять років. На наступні роки його доводиться розраховувати експертно. У розвинутих країнах, де неписьменність вважається ліквідованою, це питання вже не включають до анкет перепису, і тому щодо нього умовно приймається показник 99,0 %. Цей показник вважається максимальним і використовується навіть для тих країн, де реально він вищий (наприклад, згідно з даними Доповідей ПРООН 2000 і 2001 р. він становив у Польщі 99,7 %, Латвії 99,8 %, Україні 99,6 %; Білорусі та Росії по 99,5 %). А от у Доповідях ПРООН 1993–1996 рр. по Україні вказувався значно нижчий показник грамотності – 95 %. Відповідно до нього виходило, що один із двадцяти жителів України у віці 15 років і старше не вмів читати і писати [Украина в ..., 2001].

У 2007 р. повідомлення Центру новин ООН про те, що в Україні понад 300 тис. дітей молодшого шкільного віку не відвідують школи, спричинило хвилю публікацій із скандальними заголовками на кшталт “В Україні зростає покоління неграмотних” [На Украине растёт ...], “В Україні більше неграмотних, ніж в Африці”

[В Украине больше ...] тощо. Це змусило Секретаріат Президента України звернутися із запитом до ООН з проханням надати інформацію стосовно її розрахунків кількості дітей в Україні, які не мають доступу до освіти, і наголосити на тому, що, за даними перепису населення 2001 р., для населення у віці 25–69 років питома вага неписьменних в Україні становила 1,1 %, і лише серед осіб віком 70 років і старше цей показник сягав 17,2 %. Згідно з даними Міністерства освіти і науки України та Державного комітету статистики України станом на 1 вересня 2006 р.¹ кількість дітей від 6 до 18 років, які не отримали повну загальну середню освіту, складала 46 395 осіб, з них – 11 925 дітей не відвідували освітні установи за станом здоров'я, 13 999 – з інших причин [Секретаріат Ющенко ..., 2007].

Результати соціологічних досліджень свідчать, що реальний рівень грамотності у розвинутих країнах, де неписьменність вважається подоланою, може відрізнятися від показників, які приймаються за умовчанням. Оприлюднення інформації про такі розбіжності стає своєрідною сенсацією. Зокрема, у Німеччині, яка є економічним “локомотивом” Європейського Союзу, згідно з результатами дослідження, проведеного університетом м. Гамбурга у 2011 р., частка цілком або частково неписьменних серед усього працездатного населення ФРН становила 14 %. Це означає, що 7,5 млн жителів Німеччини віком від 18 до 64 років погано володіють навичками письма та читання рідною мовою. У країні приблизно 300 тис. дорослих, які зовсім не вміють читати і писати. Попри наявність різноманітних державних програм, курси з ліквідації неписьменності відвідують тільки 5 % загальної кількості неписьменних [В Германии ..., 2011].

Національне управління з питань грамотності Великої Британії, провівши відповідне дослідження, змушене було визнати, що в Англії рівень грамотності 5 % дорослого населення залишається на

¹ Станом на 1 вересня 2011 р., за даними тих самих органів, отримували повну загальну середню освіту 98,8 % дітей віком від 16 до 18 років, не навчалися 41 975 осіб, щодо 12 682 осіб відомості були відсутні. Див.: Загальноосвітні навчальні заклади України на початок 2011/12 навчального року. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – С. 86.

рівні 7-річної дитини. Дослідники констатували, що в м. Лондоні росте покоління, “нездатне прочитати елементарні слова” у найпростіших побутових ситуаціях. Статистика підтверджує, що, закінчуючи початкову школу, кожна четверта дитина в британській столиці читає і пише насилу, кожен п’ятий не вмів читати зовсім. Не кращими є справи й у дорослих британців. Мільйон жителів м. Лондона ледь уміють читати. Близько 40 % голів компаній у цьому місті визнають, що їхні співробітники насилу пишуть і читають, що негативно позначається на бізнесі [В Англії ростет ..., 2011].

Проблема неписьменності існує не тільки у Німеччині та Англії, а й в інших країнах Єврозони. Про кризу грамотності у країнах ЄС була змушена заявити прес-служба Єврокомісії. Експерти, що вивчили проблему і підготували на замовлення Єврокомісії доповідь, констатували: кожен п’ятий підліток у віці 15 років, а також близько 75 млн дорослих у країнах ЄС не володіють базовими навичками в читанні і письмі; це створює тупикові ситуації у процесі пошуку роботи, посилює ризик бідності і виключення з суспільства [ЕС бьет ..., 2012].

Тим часом згідно з недавнім звітом Eurobarometer report більше половини громадян Євросоюзу в змозі підтримати розмову хоча б на одній із нерідких для них іноземних мов або читати іноземні газети. Чверть – володіють принаймні двома іноземними мовами, а 10 % – трьома і більше мовами [Преподаватель вуза ..., 2013].

Чи сягнула проблема неписьменності в Україні тих самих масштабів, що й у Євросоюзі, невідомо, але у Щорічному Посланні Президента України до Верховної Ради України “Модернізація України – наш стратегічний вибір” (березень, 2011 р.) визнається, що в державі якість освітніх послуг знижується. Причому відбувається це на фоні одних із найбільших у світі відносних суспільних витрат на освіту (7,5–7,6 %¹ валового національного продукту) [Модернізація України ..., 2011, с. 60].

Зрозуміло, що громадська думка щодо якості вітчизняної освіти і стану освітньої системи формується не тільки завдяки по-

¹ З 2010 р. витрати на освіту щодо ВВП знижуються. Якщо у 2009–2010 рр. вони становили близько 7,3 % ВВП, то на 01.10.2011 р. – 6,2 %.

відомленням ЗМІ, а й на основі власного досвіду чи досвіду родичів, друзів, знайомих тощо. Найбільш поширеним інструментом дослідження громадської думки є соціологічні опитування. Саме до їх результатів ми й звернемося. Але при цьому матимемо на увазі, що критерії оцінки освіти та освітньої системи під час опитувань задаються дослідниками. Що ж стосується критеріїв, якими послуговуються самі громадяни, то вони у такий спосіб зазвичай не виявляються. Свій огляд ми розпочнемо з аналізу рівня дражливості проблем освіти з погляду громадян.

Незважаючи на те що більшість громадян турбують передусім економічні проблеми – рівень зарплат, зростання цін, страх втратити роботу тощо, а гуманітарні проблеми, у тому числі освітні, перебувають на другому плані, стала частка учасників соціологічних опитувань визнає їх існування. Кількість респондентів, яких непокоять проблеми освіти, коливається від 10 % до 25 % і залежить у тому числі від формулювання запитання, змісту і кількості запропонованих альтернатив [Биченко, 2002; Главные проблемы ..., 2007; Какие проблемы ..., 2010]. Прикметно, що 3,8% опитаних Центром “Социс” у 2008 р., віднесли низький рівень освіти до числа трьох найбільших загроз безпеці України, не побачили у цьому серйозної загрози фактично стільки ж – 4,8 % [Стегній, 2010, с. 107]. Що ж стосується місця проблеми якості освіти серед інших проблем загальноосвітньої школи, то масштабне дослідження, проведене групою науковців на чолі з директором Інституту соціальної та політичної психології НАПН України М. М. Слюсаревським на початку вересня 2006 р., засвідчило – у переліку 22 проблем якості освіти посіла восьме місце. Найчастіше вона турбує вчителів (38 %) та батьків (35,5 %), проте й серед учнів чимало тих, кого вона непокоїть – 29,5 % [Слюсаревський ..., 2006]. Результати телефонного опитування “Проблеми шкільної освіти”, проведеного Інститутом Горшеніна через п’ять років (у липні 2011 р.) у родинах, що мали дітей дошкільного і шкільного віку, підтвердили факт, що проблема якості освіти витісняється на периферію громадської думки більш дражливіми проблемами, переважно матеріально-технічними. Низьку якість освіти основною проблемою школи вважали 29,6 % опитаних. Фактично стільки ж респондентів вказали на низьку кваліфікацію педагогів (31,8 %), невідповідність освіти потребам суспільства, роботодавця (30,2 %). Водночас результати цього опитування засвід-

чили, що переважна більшість українських громадян (73,2 %) вважають головним критерієм хорошої школи саме високу якість освіти [Высокое качество ..., 2011].

Уявлення громадян про зміст поняття “якість освіти” було досліджено під час згаданого опитування під керівництвом М. М. Слюсаревського. Для цього респондентам ставилося запитання: “Що з переліченого нижче Ви вважаєте найважливішими показниками якості освіти?”. Як альтернативи для вибору пропонувався перелік ознак, що налічував 14 найменувань. В результаті було з’ясовано, що масові уявлення про особистісну орієнтацію навчально-виховного процесу як ціннісний пріоритет державної політики в галузі освіти суттєво не розходяться з науковими – найважливішим показником якості освіти респонденти вважали особистісний розвиток учня і студента, що збігається з головною метою української освіти, як вона визначена в Національній доктрині розвитку освіти. Майже так само значущим показником якості освіти виявилися для респондентів зв’язок знань із життям, здатність учнів (студентів) застосовувати їх на практиці. Серед найважливіших показників якості освітнього процесу опитані назвали й позитивну мотивацію навчання, уміння і готовність учня (студента) вчитися протягом усього життя. А от тих, хто надавав перевагу суто інструментальним аспектам і передумовам забезпечення якості навчального процесу (оснащеності навчальних закладів сучасними, передусім комп’ютерними, засобами навчання), абсолютизував значення рівня успішності школярів, висував на перший план такий одіозний показник, як кількість випускників, котрі вступили до вищих навчальних закладів, виявилось менше чверті. Ще рідше якість освіти пов’язувалася громадською думкою з дисциплінованістю учня (студента), чітким виконанням настанов учителя (викладача).

Занепокоєння викликала недооцінка опитаними відповідності змісту освіти вимогам часу, викликам доби інформатизації, досягненням світової науки і культури, а також те, що громадяни як показнику якості навчального процесу надавали перевагу не державним освітнім стандартам, а такому абстрактному, “розпливчастому” показнику якості навчального процесу, як “високий рівень одержуваних учнями (студентами) знань”. Не менш неприємним було й майже цілковите нехтування показника готовності керівних

і педагогічних кадрів до інноваційних процесів. На жаль, це було властиво не лише пересічним громадянам, а часто-густо й педагогічній спільноті. Спостерігався очевидний парадокс: люди прагнуть, щоб освіта у нас була якісна, сприяла становленню самодостатньої особистості, але нічого змінювати в ній не бажають або не бачать шляхів здійснення змін, хибно їх розуміють. Таке індивідуентне (якщо не сказати різкіше) ставлення до ідей модернізації освіти, оновлення її змісту зумовлено багатьма причинами, у тому числі й тими, що лежать поза межами освітньої сфери. Зокрема, не можна не зважати на негативний досвід громадян, зумовлений реформуванням інших сфер суспільного життя.

Дослідження громадської думки щодо рівня якості освіти проводилися соціологічними центрами епізодично, при цьому для її оцінки використовувалися різні шкали, що утруднює, а інколи робить неможливим порівняння отриманих результатів. І все ж певне уявлення про оцінку громадянами стану та рівня вітчизняної освіти, а також її динаміки ці опитування дають.

Переважна більшість респондентів, опитаних Центром Разумкова у 2002 і 2006 р., відзначила зниження освітнього рівня населення за роки незалежності [Соціологічні опитування ..., 2002–2006]. Проте з часом частка таких респондентів дещо зменшувалася – з 57,2 % у 2002 р. до 47,4 % у 2006 р. Натомість зростала чисельність тих, на чию думку освітній рівень не зазнав суттєвих змін – з 20,4 % до 30,1 % відповідно. Ті, хто вважав, що за роки незалежності загальний освітній рівень населення зріс, були у меншості і їх чисельність фактично не змінилася – 13,1 % у 2002 р. і 11,1 % у 2006 р. Практично таку саму динаміку демонструвала й оцінка змін системи освіти в Україні в цілому. Схожі результати були отримані й під час всеукраїнського опитування, проведеного наприкінці 2002 р. Центром “Соціальний моніторинг”. Респонденти оцінювали якість змін у системі шкільництва протягом 10 років незалежності за 10-бальною шкалою: від мінус 5 до плюс 5. Середня оцінка змін у системі шкільної освіти становила мінус 1,4 [Українці готові ..., 2003].

Неодноразово цікавились соціологи й тим, як громадяни оцінюють рівень освіти, що її забезпечує сучасна українська освітня система, а також рівень знань, які забезпечують різні типи навчальних закладів. Дослідження Центру Разумкова, проведені у 2002 і 2006 р., засвідчили, що близько половини громадян вважали рівень

освіти, яку забезпечували її середня, професійна та вища ланки, як середню [Соціологічні опитування ..., 2002–2006]. У 2002 р. майже кожний третій вважав низьким рівень середньої та професійної освіти, кожний п'ятий – вищої. Високим їх рівень вважали лише близько 7 %. Опитування 2006 р. зафіксувало незначне зменшення кількості тих, на чию думку середня та професійна освіта не забезпечують належного рівня знань, і таке саме зростання тих, хто оцінював цей рівень як середній і високий. Кількість тих, хто вважав рівень освіти, яку забезпечують ВНЗ, низьким або, навпаки, високим, була приблизно однакова і фактично не змінювалася – це був майже кожний п'ятий. Дослідники Центру Разумкова також виявили, що найбільш поблажливо до оцінки рівня отримуваних школярами знань ставляться учні, більш вимогливо – батьки та вчителі, а найсуворіше – викладачі ВНЗ. Із результатів опитувань Фонду “Демократичні ініціативи” випливає схожа картина: студенти схильні оцінювати рівень отримуваних у ВНЗ знань помітно вище, ніж доросле населення загалом.

Протягом 2009–2011 рр. думкою населення щодо рівня освіти у середніх та вищих навчальних закладах доволі регулярно цікавилися дослідники Інституту Горшеніна і час від часу – Фонду “Демократичні ініціативи”. Перші застосовували для цього телефонні опитування жителів обласних центрів віком 18 років і старше, а також всеукраїнські репрезентативні опитування громадян, у чийх сім'ях є дошкільнята, учні або студенти; другі – загальноукраїнські опитування. Рівень освіти, визначений респондентами оцінювався дослідниками за допомогою 4 або 5-бальних шкал. Результати цих досліджень свідчать про посилення поляризації ступеня задоволеності рівнем освіти у школах – якщо у 2009 р. якість знань, які вони забезпечують, оцінили на “3” (за п'ятибальною шкалою) 38,7 % респондентів, то у 2011 р. – 33,5 %. Водночас дещо зросла кількість тих, хто оцінив рівень шкільної освіти як низький або дуже низький та високий і дуже високий, відповідно – 47 % і 33,5 % [Україне нужна ..., 2010].

Прикметно, що частка тих, на чию думку рівень шкільної освіти низький, виявилася дуже близькою до кількості тих громадян, хто серед найгостріших проблем української освіти вказав на нестабільність і недостатню проробленість навчальних програм, підручників (58,1 %), слабку матеріально-технічну базу шкіл

(43,2 %), матеріальні проблеми педагогів (зарплата, житло) (39,4 %), низьку кваліфікацію педагогів (31,8 %), невідповідність освіти потребам суспільства, роботодавців (30,2 %), низьку якість освіти (26,9 %), хабарництво, корупцію (26,9 %), нестачу кадрів (25,8 %), а також на недоступність освіти (24,3 %) [Проблеми школьного ..., 2011].

На ступінь задоволеності громадян рівнем шкільної освіти не могло не вплинути істотне скорочення мережі загальноосвітніх навчальних закладів. Внаслідок демографічної кризи їх кількість за роки незалежності зменшилася на 1900, а кількість учнів – більш як на 2,8 млн. Як зазначали представники Міністерства освіти і науки України, у “низці областей близько п’ятдесяти відсотків шкіл з наповнюваністю до 10 учнів!” [Чи загрожує ...]. Звичайно, коли в одному класі навчається перший, другий, третій, п’ятий чи шостий клас одночасно і один викладач викладає всі предмети, забезпечити належний рівень знань стає практично нереальним завданням. Далося взнаки старіння педагогічних кадрів. Внаслідок низької оплати праці вчителів, яка ще й виплачувалася невчасно, в 1990-ті роки почався масовий відтік педагогічних кадрів. Зниження престижності праці вчителя призвело до того, що на сьогодні кількість учителів пенсійного віку становить 23 % загальної кількості педагогів (проти 9 відсотків у 1991 р.¹) [Новини освіти ..., 2012]. Особливих надій хоча б на призупинення цього процесу немає – лише 22 % громадян у 2009 р. погодилися з тим, що професія вчителя є престижною і тільки 7 % були абсолютно переконані в тому, що професія учителя у наш час забезпечує матеріально нормальне існування. Опитування, проведене два роки потому, не зафіксувало змін на краще [Мнение украинцев..., 2009] .

¹ Понад 28 % учителів в Україні не вміють навіть вмикати комп’ютер, заявив у липні 2013 р. заступник міністра освіти Б. Жебрівський. За його ж словами під час зустрічі з представниками ЄС з питань освіти, на кінець 2011 р. 100 % учителів оволоділи комп’ютерними технологіями. Див.: Более четверти украинских учителей не умеют даже включать компьютер. – Минобразования 24 июля 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://podrobnosti.ua/society/2013/07/24/919490.html>.

Загалом професії педагогів та науковців, як свідчать результати досліджень Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, мають середні показники престижності. У рейтингу професій (2010), складеному за оцінками старшокласників, середній бал престижності професії вчителя становив 5,6 (за 9-бальною шкалою). Вона розташовується на 32 сходинці (між аудитором і касиром банку), тоді як у дорослих посідає 28 сходинку (між туризмомзнавцем й інспектором патрульної служби). Професія вихователя дитячого садка (ясел-садка) оцінюється школярами в 4,19 бала; у рейтингу старшокласників вона посідає 46 позицію, яка є найнижчою з усіх запропонованих професій освітньої галузі (у рейтингу дорослих ця професія займає 39 позицію з оцінкою у 4,38 бала) [Найдюнов, Григоровська, 2010, с. 12].

Не може не позначатися негативно на якості освіти і те, що кожна четверта дитина в Україні змушена працювати. За словами дітей, через необхідність працювати кожний сьомий з них обмежений у можливостях відвідувати гуртки, секції, студії; кожний десятий змушений пропускати заняття в навчальному закладі [Каждый четвертый ..., 2012].

Що ж стосується вищої освіти, то, на думку 45 % респондентів, опитаних у 2011 р. Фондом “Демократичні ініціативи”, її рівень є посередній. Високою і дуже високою її вважають 18 %, низькою і дуже низькою – 25 %, решта вагалися з відповіддю. При цьому привертає увагу, що опитувані помітно частіше погоджувалися з тим, що вища школа забезпечує передусім світоглядними знаннями, і рідше, що вона дає добрі професійні знання – на це вказали відповідно 54 % і 41 % респондентів [Тестування та рівний ..., 2011]. Такий розподіл відповідей респондентів є сигналом того, що *“державна розглядає освітню систему, не в останню чергу, в якості ідеологічного апарату. Тим більше, що “патріотичне виховання” не потребує великих зусиль – достатньо зміцнювати бюрократичну вертикаль, яка директивно транлює зверху вниз примітивні пропагандистські міфи. І не важливо, що ці міфи змінюються в залежності від політичних уподобань людини, яка керує Міносвіти”. Якщо це не буде виправлено, «ми будемо приречені на відтворення моделі колоніальної або периферійної країни, інтелектуальне життя якої зводиться до дурної*

нескінченності суперечок про те, “хто більше батьківщину любить”» [Сюрпризи освітньої ..., 2011].

Можливо, саме через пріоритетність у вітчизняних вишах ідеологічних, а не професійних знань український бізнес з кожним роком все менше задоволений кваліфікацією робочої сили. Так, у 2010 р. низька кваліфікація працівників посідала 13 місце в списку найбільш проблемних факторів ведення бізнесу, а в 2011 р. вона посіла вже 10 місце з 18 [Отчет о ..., 2012, с. 30].

Збільшується й кількість громадян, незадоволених рівнем своєї освіти. Як свідчать результати моніторингу Інституту соціології НАН України, у 2002 р. тою чи тою мірою були незадоволені 29,4 %, а в 2010 р. – 39,5 %. Частка тих, хто задоволений власним освітнім рівнем, за ці роки фактично не змінилася і становила у 2010 р. 38,1 % [Українське суспільство ..., 2010, с. 594]¹. Натомість в усіх країнах-сусідах України аналогічний відсоток помітно вищий (від 42 % у Росії і 57 % у Білорусі до 60 % в Угорщині та 66 % у Польщі), не кажучи вже про розвинуті країни, наприклад, “Велику сімку” (від 53 % в Японії і 59 % в Німеччині до 70–71 % у Канаді, США, Сполученому Королівстві Великої Британії, Франції) [Проблеми моніторингу ..., 2011].

При тому, що рівень шкільної освіти оцінив як високий (більшою чи меншою мірою) кожний третій респондент, а вищої – майже кожний п’ятий, більше половини (54,6 %) українських громадян 18 років і старше погодилися з тим, що в Україні можна отримати якісну освіту; не погодилися – 15,9 %. За результатами цього ж опитування, проведеного компанією R & B Group навесні 2010 р., переважна більшість респондентів (52,4 %) хотіли, аби їхня дитина отримала освіту в Україні [Результати національного ...]. Батьківські настанови щодо місця здобуття вищої освіти доволі точно засвоюються дітьми. Опитавши у серпні 2012 р. за репрезен-

¹ Згідно з рейтингом національного добробуту країн у 2010 р., який склали експерти британського незалежного Науково-дослідного інституту Legatum спільно з Oxford Analytica і Gallup World Poll Service, задоволені своєю освітою 52 % українців. Див.: Своєю освітою задоволені більше половини українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prof.univ.kiev.ua/prof/home/2010-12-22-00-05-45/2-events/31-2010-11-05-08-22-45.html>.

тативною вибіркою 3000 українських дітей віком від 7 до 16 років, фахівці Інституту Горшеніна встановили, що в Україні планують здобувати вищу освіту 66,7 % з них, у Європі – 31,4 %, у США – 11,2 %, у Росії – 8,8 % [Ми – українці..., 2012].

А от пріоритети українських студентів виявились іншими. Більше половини з них (55 %) хотіли б навчатися за кордоном, не наважились на це 29 % [Студенти критично ..., 2011]. Як з'ясували науковці Інституту Горшеніна в межах міжнародного соціологічного дослідження “Студенти – образ майбутнього”, яке тривало з жовтня 2010 р. по березень 2011 р., однозначно бажання навчатися в Україні виявили лише 16 % українських студентів. Серед іноземних країн студентів найчастіше приваблювали університети Великої Британії – 45,9 %, США – 23,8 %, Німеччини – 15 %. А от польські та російські студенти надавали перевагу вітчизняним ВНЗ значно частіше – майже кожний третій поляк (34,1 %) і кожний четвертий росіянин (27,7 %) обирали університети у рідних країнах. І це за умови, що більшість студентів України, Росії та Польщі пишались тим, що є громадянами своєї країни. Прикметною особливістю українських студентів є те, що пишатися своєю Батьківщиною більшість з них прагне з-за кордону – в Україні хочуть жити лише 29 % з них. Найбільш патріотично налаштованими виявились молоді казахи – у Казахстані хочуть вчитися 9 %, а жити – 49 %.

Головними перешкодами для отримання освіти за кордоном українські студенти визначили нестачу грошей (51,5 %), недостатнє знання іноземних мов (33 %), відсутність інформації про такі можливості (21 %) і невизнання в Україні іноземних дипломів (9 %) [Студенти критично ..., 2011].

Різниця у виборі бажаної країни навчання “батьками” та “дітьми” значною мірою зумовлена тим, що батьки у своїх відповідях набагато більше орієнтовані на власні реальні можливості, в той час як студенти – на свої бажання, а також вірою у вищу якість навчання у закордонних вишах і вищі шанси на гідне працевлаштування.

Згідно з даними офіційної статистики частка осіб з повною вищою освітою у складі населення України за роки незалежності істотно зростає. За переписом 2001 р., повну вищу освіту мали 15,6 % осіб у віці 20 років і старше. Порівняно з 1989 р. у 2001 р. частка осіб з повною вищою освітою у складі населення України

зросла на 36,5 %, до того ж в усіх вікових групах. Зокрема, частка осіб з повною вищою освітою у складі населення вікової групи 60–64 роки зросла у 2,16 раза, 20–24 роки – у 2 рази [Болтівець, 2004]. Демографи прогнозують збільшення частки осіб з повною вищою освітою у складі населення на початок 2051 р. до 16,8 % за мінімальним сценарієм і до 18,3 % за максимальним¹ [Прогноз рівня ..., 2006].

Справдженню цих прогнозів сприяють бажання більшості українців, щоб їхні діти та онуки отримали повну вищу освіту. Як свідчать результати телефонного опитування, проведеного Інститутом Горшеніна у травні 2012 р., більшість громадян України (63,6 %) вважають достатнім для своїх дітей та онуків завершену вищу освіту. Не проти обмежитися базовою вищою освітою 13,6 % опитаних, середньою спеціальною – 10,6 %. Хотіли б, щоб їхні діти та онуки закінчили аспірантуру, отримали вчений ступінь, 4,7 % українців. При цьому вважають достатнім отримання лише повної середньої освіти 3,2 %, неповної середньої освіти 0,8 % опитаних. Важко відповісти на це питання виявилось 3,5 % респондентів [Большинство украинцев ..., 2012].

Доволі стрімкому зростанню частки осіб з повною вищою освітою за роки незалежності певною мірою сприяло не менш стрімке збільшення кількості вищих навчальних закладів. Якщо на момент розпаду Радянського Союзу в Україні працювало 149 вищих навчальних закладів, 742 технікуми і училища, в яких загалом навчалось 1,6 млн студентів, то у 2008 р. кількість ВНЗ III–IV рівнів акредитації сягнула максимуму – 353, студентів – понад 2,7 млн. Конкуренція між навчальними закладами, бажання привабити абітурієнтів породили сумнівну моду на отримання ними статусу “академії” чи “університету”, незалежно від профілю вузу, його

¹ Згідно з переписом 2010 р. закінчену вищу освіту мають 23 % жителів Росії віком старше 15 років. У 2002 р. таких людей було 16 %. За даними Росстату, у 2010 р. вищу освіту в Росії мали 27, 5 млн осіб. Таким чином, відсоток фахівців з вищою професійною освітою у РФ становить приблизно 21 %. Див.: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://rus.postimees.ee/1182672/itogi-perepisi-dolja-ljudej-s-vysshim-obrazovaniem-za-desjat-let-uvlechilas>.

кадрового потенціалу, від іміджу в ієрархії споріднених вузів, якості праці викладачів і студентів. Водночас жоден український ВНЗ досі не увійшов до 500 топ-університетів світу¹. Збільшення чисельності ВНЗ спричинило й зростання обсягів щорічного прийому. На сьогодні, за словами Прем'єр-міністра України М. Азарова, в країні щорічно закінчують школу 450 тис. учнів, а кількість місць у вищих навчальних закладах складає 520 тис. [Реформи Януковича ..., 2011]. Така ситуація не може не сприяти зниженню якості вищої освіти, породжує диспропорції на ринку праці.

Невідповідність освітнього рівня працівників характеру виконуваної ними роботи зафіксовано у загальнонаціональному дослідженні Інституту соціології НАН України 2007 р. [Тихонович, 2008]. Тоді працюючим було поставлено запитання щодо того, яка підготовка / кваліфікація необхідна для виконання їхньої роботи. З'ясувалося, що робота потребує вищої освіти респондентів тільки у 19 % випадків, а базову або повну вищу освіту мали 35 % з них. Невідповідність між попитом і пропозицією рівня і змісту отриманої освіти в Україні два роки тому підтвердило й дослідження Світового Банку, яке зафіксувало дефіцит кваліфікованої ручної праці ("синіх комірців") і відносний надлишок "білих комірців". У цьому ж звіті було наголошено на значному відсотку незаповнених вакансій кваліфікованих фахівців у державному секторі. Диспропорції на ринку праці частково пояснюються занепадом професійно-технічної освіти. Так, частка учнів професійно-технічних навчальних закладів у загальному числі студентів зменшилася з 62 % у 1990–1991 рр. до 27 % у 2010–2011 рр., а кількість державних професійно-технічних училищ – з 1246 у 1991 р. до 977 на початок ХХІ ст.

Незважаючи на значне перевищення пропозиції фахівців з вищою освітою над потребою у них на ринку праці, майже половина українців (45,8 %) вважають, що вища освіта сьогодні необхідна людині для кращого працевлаштування. Близько третини опитаних вважають вищу освіту корисною для кар'єрного зростання (33,8 %). А от як засіб отримання знань з обраної спеціальності

¹ У вересні 2011 р. два українських вузи – Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут" і Донецький національний університет – увійшли у рейтинг 700 топ-вузів світу за версією QS World University Rankings.

вищу освіту розглядають лише 32,1 % опитаних. Чимало й тих, хто вважає, що вища освіта потрібна людині для якихось інших цілей – наприклад, для розширення кругозору (19,7 %), для того, щоб не служити в армії (18,6 %), а також для підвищення соціального статусу (17,6 %). Майже кожен шостий громадянин України (15,7 %) вважає, що вища освіта потрібна тому, що “сьогодні так прийнято” [Большинство украинцев ..., 2012].

За наявності ставлення до вищої освіти як до засобу отримання гідної роботи (під якою чимало хто розуміє неважку, “непыльную”, працю), мабуть, не випадковим є те, що проблему вдосконалення якості вищої освіти в Україні відносять до першочергових 32,2% опитаних. (Серед молоді віком 18–29 років таких дещо більше – 36,7%) [Тестування та рівний ..., 2011].

Не можуть не сприяти такі настанови щодо цілей отримання вищої освіти посиленню значного розриву між системою освіти, підготовки та перепідготовки кадрів і потребами економіки та не спричиняти безробіття. На сьогодні цей розрив не тільки не подоланий, а й збільшується. Якщо на 1 січня 2006 р. випускники вузів становили 18 % загальної кількості безробітних (343 тис. осіб) [Гадмалієв ..., 2011], то на сьогодні вже 20 % молодих людей у віці до 25 років не мають роботи [Азаров ..., 2012]. Аналіз звернень до державної служби зайнятості свідчить, що щорічно залишаються без роботи 5 – 7 % випускників навчальних закладів (це близько 90 тис. молодих людей). Серед них 53 тис. – випускники вищих навчальних закладів, 33,5 тис. – професійно-технічних закладів і 6,3 тис. – випускники загальноосвітніх шкіл [Понад 90 тисяч ..., 2013]. Причому ця проблема не є лише українською. У країнах Центральної і Східної Європи рівень безробіття серед молоді є ще вищим. Якщо у 1993 р. безробітними там були 14,9 % молодих людей, у 2003 р. – 18,6 %, то на сьогодні частка молодих людей, які не вчаться і не працюють, становить 33,6 % [Современная молодежь ..., 2011].

Основною причиною безробіття серед молоді фахівці називають неможливість працевлаштуватися за набутою професією [Понад 90 тисяч ..., 2013]. Але ж при цьому дві третини студентів планують працювати саме за своєю спеціальністю (з них 41,1 % однозначно хочуть працювати і ще 33,3 % за умови, якщо оплата буде гідною) [Навчання у ВНЗ ..., 2011]. На жаль, шансів на вті-

лення цих планів молодих людей у життя не так багато. Попри перегляд структури державного замовлення на підготовку фахівців із вищою освітою, спрямований на приведення обсягів підготовки для кожного з профілів у відповідність до запитів і можливостей держави, потреб ринку праці та окремих громадян; попри приведення чинного переліку напрямів підготовки спеціалістів у відповідність до вимог Міжнародної стандартної класифікації освіти і входження України в міжнародну систему обліку й статистики, ефективних ринкових механізмів підготовки кваліфікованих фахівців за ці роки так і не створено – замовлення на їх підготовку формує держава, а не роботодавці. Через це в країні мали і мають місце суттєві стратегічні прорахунки у визначенні змісту та основних напрямів освітньої політики на різних рівнях управління освітньою системою. “Сьогодні ніхто не знає, скільки, за якими напрямами і з якими освітньо-науковими кондиціями мають бути підготовлені фахівці в Україні, щоб вирішувати нагальні проблеми держави, наприклад, у ближчій перспективі увійти до двадцятки найбільш розвинутих країн світу” [Згуровський, 2013]. Відчувають це й громадяни. Згодний з тим, що вища школа дає можливості знайти хорошу роботу, лише кожний третій українець [Тестування та рівний ..., 2011]. Прірва, що виникла між системою освіти та ринком праці, значною мірою є причиною змін у переконаннях громадян. Тих, хто вважає добру освіту і гарні знання запорукою влаштування на хорошу роботу після закінчення вузу, істотно менше за тих, хто покладається лише на знайомства, зв’язки та гроші – 38 % і 46,2 % відповідно [Навчання у ВНЗ ..., 2011]. Ставка майже половини випускників вітчизняних ВНЗ при працевлаштуванні не на власні знання, а на зв’язки та гроші опосередковано підтверджує позицію тих, хто вважає, що в Україні збудовано специфічну модель ринкових відносин, яку називають “мафіозною”, “сімейно-клановою” або “кумівською”. Справжні фахівці у такій системі часто змушені працювати за себе і за “того хлопця”, який нерідко є родичем якогось начальника, і при першій-ліпшій нагоді покидають країну.

Скорочення мережі дошкільних, загальноосвітніх, професійно-технічних закладів, старіння педагогічних кадрів, вимушений відхід від професії чималої кількості висококваліфікованих учителів, швидка зміна принципів господарювання, глибока економічна

криза в 90-х роках минулого століття, падіння до 41 % у 1999 р. порівняно з 1990 р. ВВП зумовили дефіцит фінансового забезпечення освіти і негативно позначилися на доступності якісної освіти. У 2002 р., за результатами моніторингового дослідження Інституту соціології НАН України, 67,3 % респондентів зазначили, що не мають можливості дати дітям повноцінну освіту. Могли це собі дозволити лише 6,2 % [Українське суспільство ..., 2010, с. 546]. У цих надзвичайно складних умовах важливо було зберегти обсяги підготовки спеціалістів з фундаментальних природничих наук, з підготовки яких Україна мала визнання у світі, а також забезпечити підготовку інших фахівців відповідно до запитів і можливостей держави, потреб ринку праці та окремих громадян. Одним з інструментів розв'язання перелічених проблем, передбачених комплексом заходів системного реформування освіти, стали навчальні заклади недержавної форми власності. Їх створення уможливив Закон України “Про освіту” (1991). Завдяки йому поряд із державними, створюються комунальні та приватні навчальні заклади, а до освітньої системи починають надходити кошти не лише з державного бюджету. Приватні школи, гімназії та ліцеї відрізнялися невеликою наповнюваністю класів, розмаїттям навчальних предметів, високою якістю викладання. Оцінюючи рівень загальної освітньої підготовки за 5-бальною шкалою, відмінну оцінку у 2002 р. поставили 72,7 % батьків, чиї діти навчалися у приватних школах, у державних – 16,7 %; “четвірку” – 18,2 % і 46,0 %, “трійку” – 9,1 % і 33,9 % відповідно. Оцінки “1” і “2” не поставив жоден з тих, чиї діти навчалися у приватних школах, і поставили лише 3,4 % тих, чиї діти навчалися у державних [Биченко, 2002]. Чергове опитування Центру Разумкова, проведене у вересні 2006 р., підтвердило переваги приватних закладів у наданні якісної освіти – тих, хто вважав, що більш якісну освіту дають гімназії та ліцеї, було 46,1 %, звичайні школи – 10,7 %, а тих, на чию думку цей рівень є приблизно однаковий – 27,8 %. Інші вагалися з відповіддю.

А от при порівнянні оцінки якості освіти державних та приватних вищих навчальних закладів виявилося, що більшість громадян надала перевагу державним. Згідно з результатами дослідження Центру Разумкова у вересні 2006 р. тих, хто вважав якіснішою освіту у державних закладах, було 43,2 %, у приватних – 12,5 %. Приблизно однаковою її вважали 28,2 %, інші вагалися з відповіддю.

Приватні навчальні заклади орієнтувалися на заможних людей, їх розвиток гальмувався низькою купівельною спроможністю населення. Тому не дивно, що держава була й залишається основним “постачальником” освіти. Частка вищих навчальних закладів недержавної форми власності становить 22 % (15% студентів) [Державне і ...], школярів ще менше – до 1,5 % [Биченко, 2002].

В цілому ставлення до діяльності недержавних закладів освіти та недержавних освітніх фондів, як свідчать результати опитувань Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, останнім часом поліпшується – якщо у вересні 2006 р. більшою чи меншою мірою позитивно їхню діяльність оцінювали 25,4 % респондентів, то у серпні 2010 р. – 31,8 %. Серед молоді та людей з вищою освітою частка позитивних оцінок була ще вищою – 43,5 % і 39,5 % відповідно. Кількість негативних оцінок при цьому не змінилася і становила близько 40 % [Актуальні проблеми ..., 2010]. Це дає підстави припустити, що значною мірою саме завдяки приватному сектору освіти, а також контрактним формам навчання у державних закладах кількість громадян, які не мали можливості дати дітям повноцінну освіту, зменшилася з 67,3 % у 2002 р. до 47,2 % у 2008 р., а кількість тих, хто міг це зробити, зросла з 6,2 % до 15,6 %. На жаль, ця позитивна тенденція була перервана економічною кризою 2008 р., і вже у 2010 р. частка спроможних дати дітям повноцінну освіту скоротилася до 11,2 %, а неспроможних зросла до 51,9 % [Українське суспільство ..., 2010, с. 546]. У 2011 р. недоступність якісної шкільної освіти як першочергову проблему сучасної школи зазначив кожний четвертий респондент (24,3 %) [Високе качество ..., 2011].

Рівень доступності якісної освіти істотно різниться залежно від її рівня і виду, а також місця проживання громадян. За результатами опитування, проведеного Центром Разумкова у вересні 2006 р., якісну середню освіту оцінили як доступну для всіх громадян України 65,4 % респондентів, середню професійну – 56 %, вищу – 13,7 %, а недоступну – відповідно 27,8 %, 34,4 % і 77,4 %. Як вельми проблематичну визнають можливість отримати повноцінну освіту дитиною жителі сіл. “Таку думку висловлюють 56,2 % респондентів-селян. Про обмеженість доступу до якісної сучасної освіти у Києві свідчать лише 41,0 % столичних мешканців. Батьки з інших міст оцінюють перспективу повноцінної освіти для своїх

дітей, як правило, не менш стримано: щодругий з них не певний, що його дитині поталанить виграти щасливий білет у лотереї освітніх послуг” [Українське суспільство ..., 2010, с. 401].

Заснування приватних навчальних закладів, контрактна форма навчання у державних ВНЗ, а також практика репетиторства сприяли утвердженню у масовій свідомості настанови на необхідність сплачувати за отримувані знання. За результатами всеукраїнського опитування, проведеного наприкінці 2002 р. Центром “Соціальний моніторинг”, 56 % українців, які мають неповнолітніх дітей, виявили готовність сплачувати за більш якісну освіту своїх дітей. Серед “бідних” родин, згодних платити за освіту, якість якої була б вища, ніж безкоштовна державна освіта, було 45 %, не згодних – 37 %, а серед аналогічних “небідних” родин – відповідно 67 % і 35 % [Українці готові ..., 2003]. Цікавим є факт: що молодші респонденти, то частіше вони погоджуються з необхідністю хоча б частково платити за освітні послуги. Звичайно, наявність готовності не означає спроможності платити і може свідчити, що для більшості українських сімей питання гідної освіти для дітей важить більше за зарплатню батьків. Навіть у 2007 р., коли економіка України переживала піднесення, отримання якісної платної освіти могли дозволити собі або своїм дітям лише 11,7 % громадян. Саме стільки їх було виявлено під час загальноукраїнського репрезентативного опитування, проведеного Інститутом Горшеніна у квітні 2007 р. За даними цього ж дослідження, оплату освітніх послуг могли собі дозволити за рахунок кредитів 20,7 %, не могли за жодних умов – 46,5 % респондентів, а загальна кількість громадян (або членів їхніх сімей), які протягом останніх 5 років користувалися освітніми послугами, становила лише 21,1 % [Есть ли в Украине ..., 2007]. У 2011 р., за даними дослідників цього ж інституту, безоплатність навчання була одним із найважливіших критеріїв вибору батьками хорошої школи для своєї дитини. На нього вказали 42,8 % опитаних [Высокое качество ..., 2011].

Утім, суспільство категорично не погоджується зі значним перекладанням витрат на здобувачів освіти. А вони є чималими. За даними Держстату України, кількість студентів, які навчалися в українських ВНЗ за кошти фізичних осіб на початок 2010/11 н.р., становила 57,7 % їхньої загальної кількості. Їх частка постійно збільшується, хоча у Законі України “Про освіту” зазначається, що

держава гарантує громадянам загальнодоступність і безкоштовність загальної середньої і початкової професійної освіти, а також на конкурсній основі безкоштовність середньої професійної та вищої освіти в державних навчальних закладах. Решта студентів здобувають освіту на державне замовлення коштом галузевих установ та місцевих бюджетів. Привертає увагу надто мала частка фінансування з боку юридичних осіб (0,3 – 0,2 %). Якщо зважити на те, що до їх числа належать підприємницькі юридичні особи, то доходимо висновку – приватний капітал фактично безкоштовно отримує фахівців, підготовлених за державний кошт та кошти самих найманих працівників¹. Беручи до уваги, що постійне зростання оплати за навчання призвело до того, що нині дешевше, ніж в Україні, вищу освіту можна здобути у низці державних ВНЗ Східної та Західної Європи [В госвузах Европы ...], зовсім не дивує, що 60% українців відносять високу плату за навчання до числа найбільш дражливих проблем вітчизняної вищої освіти [Вагнер, Стахив, 2012]. Спроба урядовців компенсувати бюджетні “прогалини” підвищенням плати за навчання спричинили на початку жовтня 2010 р. широкомасштабні акції протесту, в яких взяли участь понад 20 тис. студентів у 14 містах країни. У цьому сенсі Україна не унікальна. Аналогічні маніфестації у 2010–2012 рр. прокотилися країнами Європи [Протести в Європі ..., 2010].

Негативне ставлення до платного навчання² посилює поширення тіньових форм оплати освітніх послуг. Витрати на навчання нерідко не обмежуються лише офіційною платою за неї, а й перед-

¹ Серед проблем, які заважають бізнесу ефективно взаємодіяти з установами освіти в Україні, представники підприємницьких та фінансових структур зазначають насамперед відсутність їх фінансової самостійності, неефективність управління фінансами, правову неврегульованість питань взаємодії освітніх закладів із спонсорами, відсутність об'єктивних критеріїв оцінювання успішності роботи навчальних закладів, низький рівень обізнаності бізнесу та громадськості про стан справ у них, слабкий вплив батьків і громадськості на якість викладання.

² За результатами опитувань Центру Разумкова, у 2002 р. негативно оцінювали впровадження платної освіти 74,5 %, у 2006 р. – 78,1 % респондентів.

бачають добровільно-примусові внески на ремонт, охорону, купівлю обладнання, інвентаря тощо; різноманітні неформальні платежі – збори на свята, індивідуальні і колективні подарунки викладачам, плату за оцінки під час сесії, часто під виглядом репетиторства тощо. Про масштаби проблеми можна судити за результатами опитування Фонду “Демократичні ініціативи”, проведеного навесні 2011 р. Згідно з ними майже кожний третій українець (35 %) відніс корумпованість адміністративно-викладацького складу ВНЗ до числа найважливіших проблем вищої освіти. Тіньові форми оплати освітніх послуг ще більшою мірою поширені у школах. Постійні збори грошей на ремонт школи і подарунки вчителям та адміністрації серед першорядних проблем сучасної школи у 2009 р. назвали 49,4 %, у 2010 – 50,1 %, у 2011 р. – 53,8 % респондентів, які брали участь у дослідженнях Інституту Горшеніна [Україне нужна ..., 2010].

Істотним психологічним бар’єром упровадження платної освіти є те, що в умовах значного майнового розшарування вона стає своєрідним символом порушення принципу рівності¹. На думку майже кожного третього (29 %) опитаного у 2011 р., нерівність доступу до вищої освіти є однією з головних проблем вищої школи в Україні [Высокое качество ..., 2011]. Лише 12 % опитаних того ж року українців погодились, що вітчизняна система вищої освіти забезпечує усім рівні можливості безоплатного навчання [Украинцы признали ..., 2011]. Серед причин цього – недоліки запровадженого у 2000 р. кредитування навчання. Через незначну кількість кредитів та непрозорі схеми їх надання цей інструмент вирівнювання можливостей отримання вищої освіти обдарованими дітьми з небагатих родин є сьогодні надієвим.

¹ Головною метою після 2015 р. українці вважають забезпечення рівних можливостей та соціальної справедливості. 74,4 % опитаних переконані в необхідності зменшення існуючої різниці між людьми за доходами і майновою власністю. Див.: Після 2015-го українці хочуть бачити в країні соціальну справедливість [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/81243>.

Розуміючи, що вища освіта – це соціальний ліфт, який дає можливість найталановитішим піднятися вгору, громадяни, з одного боку, готові оплачувати якісну освіту, розглядаючи її як своєрідну інвестицію у власне майбутнє і майбутнє своїх дітей, а з другого – активно протестують проти перетворення знань на товар, політики скорочення бюджетних місць і дедалі ширшого впровадження платної освіти, цілком обґрунтовано сприймаючи такі спроби як такі, що загострюють соціальну нерівність¹ і порушують їхні права. Отже, реформи, пов'язані з упровадженням платних освітніх послуг, повинні бути гнучкими, мати чимало різноманітних механізмів на кшталт грантів, спеціальних податків із дипломованого фахівця, різноманітних варіантів надання освітніх позик (розмір позик і рівень відсотків, строк повернення мають залежати від рівня доходу позичальника, його віку) тощо, а також враховувати громадську думку².

У міру того, як українське суспільство дедалі ближче наближалося до межі, за якою збільшення відносного інвестування в освіту не гарантувало ефективного розвитку освітньої галузі, актуалізувалася проблема оцінювання якості освіти. Окрім виникнення цілком закономірних питань щодо ефективності вкладених в освіту коштів, на нагальність розв'язання проблеми оцінювання якості освіти впливали процеси глобалізації, підвищення мобільності учнів, студентів, викладачів. Без застосування ефективної системи оцінки якості знань порівняти результати функціонування україн-

¹ За даними Федерального статистичного управління Німеччини, серед дітей, чий батьки мають вищу освіту або науковий ступінь, студентами стає 71 %, серед дітей батьків без диплома – лише 24%. Див.: Высшее образование в Германии становится бесплатным. 27.04.2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://madan.org.il/node/7300> або <http://ubr.ua/labor-market/education/vysshee-obrazovanie-v-germanii-snova-stalo-besplatnym-213481>.

² Одним із прикладів досліджень, спрямованих на вирішення цього завдання є опитування компанії MAR Consult. Див.: Исследование MAR Consult: отношение россиян к платному и бесплатному образованию в России 31.03.2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/news/state/2010/03/31/2543>.

ської освітньої системи з національними освітніми системами інших держав неможливо. Важко переоцінити її роль як одного з інструментів викорінення хабарництва, забезпечення принципів рівного доступу до якісної освіти, стимулювання педагогічних колективів до підвищення реального рівня освіти учнів та студентів. Ось далеко не повний перелік причин того, чому проблеми якості освіти стають предметом поглибленої уваги керівництва освітньої галузі, а також того, чому вони із суто дидактичних і управлінських перетворюються на політичні.

Одним із центральних елементів системи оцінки якості освіти є зовнішнє незалежне оцінювання (ЗНО) навчальних досягнень учнів, яке здійснюється у формі тестів. Хоча перші спроби запровадити тестування випускників загальноосвітніх шкіл були здійснені в Україні ще у 1993 р., обов'язковою умовою для вступу у вищий навчальний заклад тести стають у 2008 р. До цього шість років методики та технологія тестування відпрацьовувалися на базі дедалі більшої кількості навчальних закладів. Спочатку ЗНО виконувало дві функції: зовнішнє оцінювання знань випускників загальноосвітніх навчальних закладів та вступників до вищих навчальних закладів. Планувалося, що в перспективі проводитимуть незалежне оцінювання за результатами здобуття початкової, неповної середньої, різних етапів вищої освіти. Але цього не сталося. З 2009 р. функції ЗНО було звужено лише до вступної кампанії, а з 2010 р. його роль у вступній кампанії обмежено запровадженням зарахування бала атестата про середню освіту. Від ЗНО було звільнено певні категорії вступників, уможливлено врахування результатів ЗНО попередніх років, надано додаткові преференції окремим категоріям абітурієнтів, реалізовано запровадження вступних іспитів разом із ЗНО.

Ставлення громадян до запровадження в Україні ЗНО характеризується доволі складною динамікою. Сама ідея запровадження у загальноосвітніх школах зовнішнього незалежного оцінювання навчальних досягнень випускників у формі тестування була позитивно сприйнята переважною більшістю українців – у квітні 2003 р. його підтримали 65 %, не підтримали – 16,8 % респондентів [Українська держава ..., 2011, с. 48]. Серед учнів 10–11 класів ця ідея була сприйнята із ще більшим захопленням – позитивно її оцінили 82 %, негативно – 7,8 % старшокласників [Проблеми осві-

ти ..., 2009, с. 49]. У міру того, як експеримент із впровадження ЗНО набирав дедалі більших масштабів, моніторингові дослідження Інституту соціальної та політичної психології НАПН України фіксували поступове зниження показників позитивного ставлення до ЗНО серед загальної маси населення. При цьому кількість тих, хто ставився до нього негативно, протягом семи років збільшилася лише на 4 %. Натомість зростала кількість тих, хто займав вибірково-невизначену позицію. В учнівському ж середовищі спостерігалася виразна тенденція перетворення позитивного ставлення на негативне.

Після того, як у 2008 р. тести стали обов'язковою умовою вступу у вищий навчальний заклад, було зафіксовано мінімальну кількість позитивних оцінок ЗНО – 30,4 %. Майже стільки ж виявилось тих, чиє ставлення до нього було невизначеним або негативним – 33,8 % і 30,8 % відповідно. А от частка учнів 10–11 класів, що позитивно оцінювали ЗНО, скоротилася до 28,8 %, а тих, хто ставився до нього негативно, зросла до 54,4 %.

У подальші роки ставлення змінювалося на більш позитивне. У серпні 2011 р. позитивно ставилися до ЗНО 45,6 %, негативно – 45,6 % опитаних. Решта вагалися з відповіддю або ж не чули про таке. При цьому що молодші були респонденти та що вищим був їхній освітній рівень, то позитивніше вони ставилися до ЗНО. Серед молоді 18–29 років та людей із повною вищою освітою позитивно оцінили ЗНО більше половини респондентів – 57,8 % і 56,8 % відповідно. Ті, хто довіряв результатам ЗНО, становили абсолютну більшість – 46 % загальної кількості опитаних. Тою чи тою мірою не довіряли результатам ЗНО тільки 21,3 % респондентів. Серед респондентів, члени родини яких взяли участь у ЗНО в 2011 р., а отже були краще обізнані з тонкощами роботи цього механізму, баланс довіри-недовіри виявився ще більший – 65,3 % проти 19,6 %. Після восьми років упровадження системи ЗНО лише 20,6 % респондентів, оцінюючи її перспективи, погодилися з тим, що “тестування – дуже недосконала форма оцінювання знань і нічого доброго з цього не вийде”. Більшість (майже половина) ці перспективи оцінила позитивно – кожний четвертий вбачав у ЗНО ефективний засіб подолання корупції, кожний п'ятий – спосіб забезпечення рівного доступу до освіти та/або підвищення мотивації учнів до здобуття знань, кожний шостий – стимул для педагогів упроваджувати в освітній процес новітні

технології. Найчастіше такі оцінки висловлювали більш молоді люди та особи із порівняно вищим рівнем освіти.

За роки існування ЗНО довело свою ефективність як засобу боротьби з корупцією. Моніторингові дослідження Інституту соціальної та політичної психології НАПН України переконливо доводять – з розгортанням ЗНО збільшувалася й частка респондентів, які погоджувалися, що завдяки заходам, ужитим державою, під час чергових вступних іспитів до вищих навчальних закладів вдалося уникнути проявів корупції. За 6 років їх кількість зросла на 13 % і по завершенні вступної кампанії 2011 р. становила 23 % загального числа опитаних. А от лави відвертих скептиків за цей період порідшали набагато помітніше – у 2005 р. їх було 59,6 %, у 2011 р. – 37,6 %. Прикметно, що у відсутності корупції під час вступних іспитів 2011 р. був переконаний кожний третій (32,3 %) серед тих, чії діти у поточному році вступали до ВНЗ і стали студентами; кожний четвертий (24,1 %) серед тих, чийм дітям вступити не вдалося, і кожний п'ятий (21,5 %) серед тих, у чийх сім'ях не було абітурієнтів.

Не менш переконливими є результати опитувань дослідників з Фонду “Демократичні ініціативи”. Якщо в опитуваннях Інституту соціальної та політичної психології НАПН України респондентам пропонувалося погодитись чи не погодитись із вельми категоричним твердженням, що вступна кампанія пройшла *“без корупції”*, то наші колеги використали значно пом'якшений варіант, ведучи мову лише про *“зменшення корупції”*. За їхніми результатами, частка згодних з тим, що впровадження ЗНО вплинуло на зменшення корупції, протягом 2010–2012 рр. коливається в межах 40 %. Дослідники також встановили, що перед початком вступної кампанії рівень довіри громадян до ЗНО дещо знижується, а після – помітно зростає.

Уявлення про масштаби зменшення корупції внаслідок запровадження ЗНО дають результати моніторингових досліджень Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, під час яких у респондентів, у чийх сім'ях на момент опитування були абітурієнти, цікавилися, чи доводилося їм особисто або їхнім родичам вдаватися до якихось неофіційних дій, які б сприяли зарахуванню до ВНЗ. З'ясувалося, що частка осіб, які визнавали, що платили потрібним людям гроші, розраховувалися з ними певною послугою або використовували зв'язки із впливовими людьми, протя-

гом 2008–2011 рр. скоротилася більш як удвічі – з 50 % до 22,8 %. Значно поменшало тих, хто платив гроші (з 21,6 % до 7,6 %), та тих, кому допомагали впливові люди (з 20,5 % до 10,6 %). Зважаючи на чималу кількість громадян, які звикли розв’язувати проблему, покладаючись на корупційні схеми, не варто розраховувати на їхню підтримку ЗНО та зацікавленість у посиленні його ефективності.

Належно оцінили громадяни України й чимало інших переваг ЗНО. Зокрема, опитування Фонду “Демократичні ініціативи” фіксували невпинне зростання кількості тих, хто вважав, що ЗНО забезпечує рівні умови доступу до якісної освіти. Якщо у 2008 р. вважали, що ЗНО ставить абітурієнтів у рівні умови 35,6 %, то у 2012 р. – 54,4 % респондентів. Серед абітурієнтів і їхніх батьків частка таких була ще вищою і протягом 2011–2012 рр. стабільно перевищувала 60 %. Чимало було згодних з тим, що ЗНО дає змогу обдарованим дітям вступати до бажаного вишу, а вишам – обирати кращих студентів, а також з тим, що впровадження ЗНО є кроком до встановлення справедливості в державі – відповідно 45 %, 44–52 %, 37–40 % опитаних. Частка тих, хто це заперечував, протягом усіх років спостереження не перевищувала 30 % [Ставлення населення України до зовнішнього ..., 2012].

Спроможність тестування бути більш об’єктивним інструментом оцінювання знань, переорієнтації учнів з отримання оцінок на отримання знань була оцінена помітно скромніше. Навіть серед респондентів, чиї члени родини брати участь у зовнішньому незалежному оцінюванні у рік проведення опитування, щойно згадані оцінки поділяли 22 % і 17,5 % [Проблеми освіти ..., 2009, с. 50].

Слід відзначити, що більшість громадян визнає дієвість ЗНО попри усвідомлення ними недосконалості цієї системи. Ті, хто брав участь у дослідженнях Фонду “Демократичні ініціативи”, наголошували на необхідності узгодження змісту тестів ЗНО з навчальною програмою у закладах середньої освіти, на потребі вдосконалення змісту, усунення помилок і невідповідностей у тестах ЗНО, а також проведення серед населення активної роботи з роз’яснення механізмів захисту й дотримання усіх процедур ЗНО [Ставлення населення України до зовнішнього ..., 2012]. Безперечно, що впровадження ЗНО спричинило чимало супутніх проблем. Зокрема, під час опитування, проведеного Інститутом Горшеніна, понад 40 %

громадян висловили занепокоєння тим, що запровадження ЗНО зосередило увагу учнів передусім на профільних предметах на шкоду іншим і позбавило сенсу проведення випускних іспитів у школі, а кожний п'ятий (19,9 %) відзначив, що ЗНО знецінило шкільні медалі [Большинство украинцев ..., 2012].

Майже кожний третій респондент (29 %), що брав участь в опитуваннях Інституту соціальної та політичної психології НАПН України і був членом родини, яка має учнів та/або студентів, погодився з тим, що під час тестування учень просто вгадує відповіді, що тестові завдання є занадто складними, виходять за межі шкільної програми, а тому з ними справляються лише ті, чиї батьки мають змогу найняти репетиторів; кожний п'ятий (20 %) вважав, що результати тестування можна підробити, а отже, його запровадження лише змінює форми корупції [Проблеми освіти ..., 2009, с. 50].

Незважаючи на існування певних вад ЗНО, більшість громадян не бачать необхідності в поверненні системи вступних іспитів. За результатами опитувань Фонду “Демократичні ініціативи”, у березні 2010 р. проти відновлення системи вступних іспитів висловилися 36,3 %, у березні 2011 р. – вже 45,7 %, у вересні 2011 р. – 43,3 %, у жовтні 2012 р. – 44,6 % респондентів. Прихильники старої системи зарахування абітурієнтів становили у березні 2010 р. 35,9 %, у березні 2011 р. – 24,5 %, у вересні 2011 р. – 27,9 %, у жовтні 2012 р. 26,8 % [Ставлення населення України до зовнішнього ..., 2012].

Усвідомлюючи недосконалість і системи вступних іспитів, і системи ЗНО, відносна більшість респондентів, що брали участь в опитуваннях Інституту соціальної та політичної психології НАПН України по завершенні вступних кампаній 2010–2011 рр., у відповідях на запитання “А як, на Вашу думку, найдоцільніше здійснювати в подальшому прийом до ВНЗ?”, обирали альтернативу “важко відповісти” (30 %–31 %). Думки інших розподілялися між варіантами “за результатами ЗНО з урахуванням середнього бала шкільного атестата” (22,5 %–20,5 %), “за результатами вступних іспитів, які проводить сам ВНЗ” (20,7 %–17,7 %), “лише за результатами ЗНО” (16 %–15 %), “за формулою, що передбачає врахування трьох складових: результатів ЗНО, середнього бала шкільного атестата та оцінок, отриманих на вступних іспитах” (10,9 %–15,9 %). Позиції респондентів, у сім'ях яких є учні та/або студенти, були більш ка-

тегоричні й альтернативу “важко відповісти” обрав кожний четвертий. По інших альтернативах спостерігались ті самі тенденції, що й по вибірці загалом – перевага надавалася варіантам, у яких результати ЗНО поєднувалися з результатами інших випробувань, проте не “розчинялися” в них. Найчастіше у 2010 – 2011 рр. перевага надавалася поєднанню результатів ЗНО із середнім балом шкільного атестата – 27,4 % і 23,3 % відповідно. Прихильниками цієї формули найчастіше виступала молодь та люди з вищою освітою – 24,5 % і 28,2 % відповідно.

Ще одним нововведенням, яке передувало запровадженню ЗНО і мало бути “невідкладним, революційним” кроком (за висловом тодішнього міністра освіти В. Кременя), своєрідним каталізатором, який би запустив освітню реформу, стала низка заходів із вдосконалення системи оцінювання досягнень учнів. Її стрижнем була 12-бальна шкала (система) оцінювання. Вона була впроваджена у 2000 р. і так само, як ЗНО, мала на меті сприяти підвищенню якості знань учнів. Одним із шляхів до реалізації цієї мети було більш точне вимірювання досягнень учнів унаслідок розширення діапазону шкали оцінювання. У радянській Україні офіційно діяла 5-бальна шкала, проте у так звані застійні часи вона, по суті, перетворилася на 3-бальну (“відмінно”, “добре” та “задовільно”). І лише у надзвичайних випадках вчителі наважувалися замінити “державну трійку” на “двійку”, або й “одиницю”. У 1993 р. було вирішено відмовитися від “одиниць” і перейти на 4-бальну систему. Багатьох учителів вона не задовольняла, що виражалося у додаванні до офіційних оцінок плюсів і мінусів. У такий спосіб учителі не тільки розширювали діапазон оцінювання досягнень учнів, а й заохочували їх до стараннішого навчання. Спираючись на цю традицію, 12-бальна система оцінювання мала оптимізувати мотивацію навчально-пізнавальної діяльності і в такий спосіб сприяти підвищенню якості знань. Дехто з ідеологічних натхненників 12-бальної системи навіть вбачав її суть саме у цьому. На їхню думку, вона мала підвищити самооцінку дітей проголошенням будь-яких балів позитивними оцінками, які мали вказувати лише на досягнутий рівень знань. Висловлювалися сподівання, що перехід до 12-бальної шкали оцінювання завдасть відчутного удару по вчительських стереотипах оцінювання учнів: дітей значно складніше розподілити на 12 груп, ніж на 4, та й межі кожної з таких груп будуть

більш розмиті, що унеможливить сприймання учня учителем як сталого представника однієї з них (“двісчника”, “шестірічника”, “дванадцятника”).

Але чи могла 12-бальна система стати справді точним інструментом для оцінювання рівня знань? І чи спроможна припинити таврування дитини клеймом нездари, недоумка? На ці питання нехай читач відповість собі сам. Ми ж спробуємо простежити динаміку ставлення громадян до цього нововведення, спираючись переважно на результати моніторингових досліджень Інституту соціальної та політичної психології НАПН України.

Перше знайомство з 12-бальною системою у вересні 2000 р. викликало у громадян реакцію, яку варто визначити як насторожену – частки тих, хто обирає варіант “важко відповісти”, і тих, хто позитивно оцінює нововведення, фактично майже однакові – 29,1 % і 26,2 %. Тих, хто негативно ставиться до заміни звичної 5-бальної системи на 12-бальну, не набагато більше – 37,6 %. А понад 7 % ще навіть не чули про таке. Протягом двох наступних років ставлення поляризується й у 2002 р. частка прихильників нової системи сягає 30,9 %, противників – 54,1 %, а число тих, хто не визначився, зменшується до 13,8 %. І це не дивно, адже навколо переходу на нову систему оцінювання спалахнули палкі дискусії, причому не тільки у педагогічному і батьківському середовищах. Доволі швидко вони набули політичного забарвлення. Найкатегоричніше висловилися проти здійснених змін комуністи. Вони закликали відстояти існуючу освіту, цю “своєрідну Брестську фортецю”, яку не можна “здати ні за яких обставин”. Певні труднощі виникли не тільки у батьків, яким спочатку важко було зорієнтуватися за 12-бальною шкалою в успіхах своїх дітей, а й у самих педагогів. Система критеріїв оцінювання виявилася складною і заплутаною, потребувала від педагога додаткових затрат часу та енергії на розробку завдань для тематичних робіт, їх перевірку, на групове консультування та проведення корекції знань окремих учнів тощо. Крім того, впровадженню нової системи оцінювання не передували робота з її обговорення і роз’яснення, навчання педагогів відповідних технологій діагностування навчальних досягнень учнів тощо. Ці та інші проблеми призвели до того, що у 2002–2005 рр. прихильників 12-бальної системи меншає і їхня кількість сягає мінімуму – 24,6 %, а лави противників, навпаки, максимуму – 58,6 %. У вересні 2004 р. Центр Разумкова проводить своє

опитування і також фіксує невтішні для ініціаторів цієї реформи цифри – ідею повернення до 5-бальної шкали оцінки знань у вересні 2004 р. готові підтримати 59 %, проти виступають лише 9 %, інші ставляться до цього байдуже або ж вагаються з відповіддю [П'ять чи ..., 2004]. Здавалося б, існувати 12-бальній системі лишилося зовсім недовго, адже до перемоги у президентських перегонах В. Ющенка, у передвиборній програмі якого значилася обіцянка повернути 5-бальну систему [Предвыборная программа ..., 2004], лишилося усього кілька місяців. Але цього не сталося. До того ж ставлення до 12-бальної системи почало поліпшуватися. У вересні 2006 р. позитивно оцінили її 29,2 %, негативно – 40,6 %, а в серпні 2010 р. – відповідно 37,6 % і 37,3 % опитаних. Нова колись система оцінювання усталилася, до неї адаптувалися і вчителі, і батьки, і учні. Саме вони, до речі, від самого початку найбільш позитивно поставилися до 12-бальної системи. Опитування учнів 10–11 класів, які з 2000 р. регулярно проводить Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, свідчать: вже за півроку від часу запровадження нової системи оцінювання позитивно ставилися до неї 36,7 % старшокласників, негативно – 50,2 %. Проте з кожним роком частка позитивно налаштованих учнів збільшувалася й у жовтні 2009 р. сягнула 62,7 %, а негативно налаштованих – скоротилася до 19,3 %.

Магія числа 12 поширюється не тільки на однойменну систему оцінювання. Не менш суперечливою і драматичною є доля 12-річного терміну навчання та пов'язана з ним профілізація освіти. “Дванадцятирічку” було запроваджено 1 вересня 2002 р., хоча закон про неї прийнято ще в 1999. Законом передбачено, що навчання дітей починається з 6-річного віку, а в старших класах (10–12) школярі мають отримувати профільну освіту. Ініціатори реформи виходили з того, що “входження України у світовий освітній простір зумовлює приведення вітчизняних освітніх стандартів, зокрема щодо тривалості здобуття загальної середньої освіти, у відповідність з нормами світового співтовариства (не менше 12 років)”¹

¹ У Фінляндії, яка є сьогодні лідером за якістю середньої освіти в Європі, тривалість навчання для здобуття середньої освіти складає 14 років, у Великій Британії, Франції, Італії, Польщі, Румунії та інших країнах – 13 років, в Австрії, Іспанії, Швеції, Болгарії, Латвії, Литві – 12 років, в Білорусі та Росії – 11 років.

[Постанова Колегії ..., 2001]. Планувалося залучити до навчання шестиліток за програмою 4-річної школи, використавши їхні вікові психологічні можливості для вирівнювання їхніх подальших шансів на отримання якісної шкільної освіти. Для учнів старших класів мали бути створені умови диференційованого навчання, що враховують їхні індивідуальні особливості, передусім нахили та здібності. Очікувалося, що це сприятиме розширенню життєвої і соціальної компетентності старшокласників, появи у них нових мотивів учіння, самоорганізації і самореалізації особистості, більш свідомому вибору професії, а отже, й підвищенню конкурентоспроможності випускників на ринку праці [Постанова Колегії ..., 2001].

Концептуальні засади 12-річної освіти розроблялися й приймалися в роки стрімкого економічного зростання країни, економічної кризи ніхто не прогнозував. Коли ж з'ясувалося, що загальна вартість 12 року навчання складає понад 4 млрд грн, а в бюджеті на це немає коштів, від реформи було вирішено відмовитись¹. Посилалися й на громадську думку. Мовляв, переважна більшість суспільства не відчуває необхідності переходу на 12-річний термін навчання: позитивно до цього ставляться близько 10 % учнів, 15 % батьків і 20 % учителів шкіл, тоді як негативно 70 % і більше респондентів. Висловлювалась і така думка: якби у 2000 р. влада перед початком освітянської реформи, врахувала думку громадськості, а не впроваджувала зміни на свій розсуд, то “сьогодні б не мали проблем, які, виходить, створили самостійно”. У липні 2012 р. закон про 12-річний термін навчання було скасовано. Школа повернулася до 11-річного терміну, достроково випустивши у світ тих, хто мав завершити дванадцятирічку наступного року. Перший випуск 12-річної школи, який очікували в 2013 р., так і не відбувся. Але фактично навчання все-таки триватиме 12 років – з урахуванням так званих нульових класів в дитсадках, адже, окрім скасування 12-річного терміну навчання у середній школі, Верховна Рада

¹ На перехід шкільної освіти до 12-річки витрачено чимало коштів. Тільки на підручники, за даними Міносвіти, майже 1,5 млрд грн. “Прийняття запропонованого законопроекту потребуватиме лише на заміну підручників для 1–9-х класів ще більшої суми”, – йдеться в заяві колегії Міносвіти. Див.: Герасимчук В. Назад у 1990-ті / В. Герасимчук. – 19.02.2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Publication/1802>.

України запровадила обов'язкову дошкільну освіту для дітей старшого дошкільного віку.

Пропозиція продовжити термін навчання переважною більшістю громадян була прийнята, м'яко кажучи, без ентузіазму. У 2001 р., за рік до запровадження 12-річного терміну навчання, негативно оцінювали цю ідею 44,8 % громадян, позитивно – 25,5 %, вагалися з відповіддю 23,6 %, а 6 % не чули про таке. Навесні 2002 р., за кілька місяців до початку реалізації реформи, кількість позитивно налаштованих до неї громадян скоротилася до 16,6 %, а негативно налаштованих зросла до 60,2 %. Однак уже через кілька місяців початок нового навчального року (2002/03 н. р.) відновив позитивні очікування від реформи у незначній кількості громадян і число її прихильників зросло до 23,5 %. Кількість противників не змінилася, а от тих, хто не чув про перехід до 12-річного терміну навчання у загальноосвітніх школах, практично не залишилося. Проте наприкінці навчального року ситуація знову погіршилася і протягом наступних років співвідношення громадян, позитивно та негативно налаштованих до цього нововведення, практично не змінювалося, аж поки рекламно-пропагандистська кампанія напередодні та під час президентських перегонів не завершила справу – тих, хто позитивно оцінював 12-річку у жовтні 2009 р. виявилось не більше 13 %, а кількість негативно налаштованих проти неї становила понад 65 %. Проте головними причинами того, що 12-річна освіта так і не здобула суспільного визнання, була не кон'юнктурна передвиборна пропаганда, а те, що громадяни не відчували позитивних зрушень у таких важливих напрямках, обіцяних реформою, як якість отримуваних учнями знань, поліпшення їхнього здоров'я, можливість випускників зробити успішну кар'єру. Наприкінці першого року реформи серед опитаних Центром Разумкова співвідношення тих, хто вважав, що продовження терміну навчання в загальноосвітній школі позитивно вплине на якість отриманих знань, і тих, хто вважав, що в результаті нічого не зміниться, а то й погіршиться, становило 21 % проти 67 %, а за чотири роки – 13 % проти 72 %. Аналогічні співвідношення щодо можливостей кар'єрного зростання та поліпшення здоров'я відповідно становили: 12 % проти 66 % у перший рік і 9 % проти 70 % через чотири роки; 11 % проти 75 % у перший рік і 7 % проти 77 % через чотири роки [Биченко, 2002; Як вплине...].

На користь того, що більшість громадян досить непогано розрізняє сутнісні зміни та формальні перебудови, свідчить їхнє ставлення до такої важливої складової 12-річки, як профільне навчання. Незважаючи на несприйняття 12-річного терміну навчання, частка громадян, які позитивно ставились до профілізації старшої школи, що передбачає розподіл учнів після дев'ятого класу за рівнем успішності для поглибленого вивчення певних предметів, протягом усіх років впровадження 12-річки у кілька разів перевищувала тих, хто оцінював її негативно. У 2003 р. позитивно ставилися до профілізації 63 %, негативно – 14,6 % респондентів. Щоправда, несприйняття 12-річного терміну навчання позначалося і на ставленні до профілізації, точніше, на конкретному втіленні цієї ідеї. Із року в рік число тих, хто ставиться до неї позитивно, поступово, але неухильно меншало, аж поки напередодні президентської кампанії 2010 р. не сягнуло 41 %. При цьому лави противників практично не зростали. Коли ж під впливом передвиборних обіцянок скасування 12-річного терміну набуло обрисів реальності, позитивне ставлення до профілізації почало відновлюватися й у 2010 р. сягнуло майже 60 %, а кількість тих, хто ставився до неї негативно, досягло рівня 2003 р.

Повернення до 11-річного терміну навчання, за даними опитування Інституту соціальної та політичної психології НАПН України 2010 р., схвалили 71 %, не схвалили – 10 % респондентів. Серед респондентів, у чиїх сім'ях є учні або студенти, рівень підтримки був ще більший – 76,3 % [Актуальні проблеми ..., 2010, с. 35]. А от ухвалена Верховною Радою України заміна 12 класу на обов'язковий рік навчання для дошкільників 5-річного віку була сприйнята переважно негативно. Позитивно поставилися до такого кроку 28,7 %, негативно – 41,9 % опитаних [Актуальні проблеми ..., 2010, с. 36]. Натомість громадяни, як свідчить опитування Інституту соціології НАН України, переважно позитивно ставляться до повернення 10-річної середньої школи. Доцільним вважають повернення до 10 років навчання у середній школі 63,5 %¹, недоцільним – 11,7 % респондентів [Українське суспільство ..., 2010, с. 595].

¹ Якщо пригадати результати вже згадуваного опитування Інституту Горшеніна, проведеного у 2012 р., згідно з якими більшість громадян України (63,6 %) вважає достатньою для своїх дітей та онуків завершену вищу освіту, то є привід задуматися.

Встановлений 11-річний термін навчання має не тільки економічний (зумовлений прагненням скоротити/оптимізувати бюджетні витрати на середню школу), а й політичний, точніше геополітичний, аспект, оскільки тісно пов'язаний з вибором Україною певних цивілізаційного, гуманітарного, освітньо-наукового просторів.

У різних регіонах світу (країнах ЄС, Північної Америки, азійських країнах тощо) сьогодні активно створюються освітньо-наукові системи, які вирізняються високим ступенем інтегрованості, відкритості та динамічності. На Європейському континенті наймасштабнішим прикладом такої освітньо-наукової системи є Болонський процес та низка програм ЄС, спрямованих на формування і розвиток єдиного простору вищої освіти (European Higher Education Area) та єдиного наукового простору (European Research Area)¹.

“Запровадження Болонської системи має на меті розв’язання проблеми “Європейського парадоксу”. Його сутність у тому, що світове лідерство Європи у виробництві інтелектуальних знань (освітніх послуг, наукових публікацій) не зумовлює домінантні економічні позиції в сучасному глобалізованому світі. Як свідчать новітні соціогуманітарні дослідження, Європа не лише дедалі більше відстає в економічній конкуренції від США та Японії, а й за багатьма параметрами її наздоганяють нові індустріальні країни, особливо “азійські тигри” та Китай. Саме для виправлення цієї ситуації і була розроблена “Лісабонська стратегія”, складовою якої виступає Болонський процес” [Болонський процес в Україні: плюси ..., 2011].

Україна приєдналася до Болонського процесу 19 травня 2005 р., сподіваючись у такий спосіб вирішити завдання випереджального розвитку національної освітньо-наукової системи. І тому повернення до 11-річного терміну багато хто розцінив як чергову спробу змінити європейський вектор розвитку України на євразійський, адже в Росії та Білорусі функціонує саме 11-річна модель

¹ Болонська декларація та основні документи щодо втілення її принципів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mon.gov.ua/main.php?query=education/higher/bolon/2>; Budapest-Vienna Declaration [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ond.vlaanderen.be/hogeronderwijs/bologna/2010_conference/.

середньої школи. Якщо оцінити імовірність такого сценарію з огляду на його підтримку громадською думкою, то вона є доволі значною, навіть якщо не брати до уваги результатів досліджень, виконаних у межах проекту “Інтеграційний барометр ЕАБР” [Євразійський монитор ...], і обмежитись лише аналізом ставлення українських громадян до входження України в європейський освітній простір. Результати моніторингових досліджень Інституту соціальної та політичної психології НАПН України 2004–2010 рр. зафіксували доволі своєрідну динаміку громадської думки з цього питання [Актуальні проблеми ..., 2010, с. 40]. Кількість тих, хто вважав входження вітчизняної освіти до європейського освітнього простору надзвичайно важливим і першочерговим завданням, протягом року, що передував приєднанню України до Болонського процесу, зросла з 21,5 % до 27,1 %; тих, хто вважав це завданням більш-менш віддаленої перспективи – з 23,9 % до 31,5 %. А от частка тих, хто поділяв думку, що наша освіта більш якісна, ніж на Заході, а тому інтегрувати її в європейський освітній простір не потрібно і шкідливо, майже не змінилася, хоча й зменшилася з 20,7 % до 17,2 %. Від часу приєднання України до Болонського процесу (травень 2005 р.) до парламентських виборів 2007 р. (відбулися 30 вересня), спостерігалася зворотна тенденція – лави прихильників прискореної та поступової євроінтеграції української освіти скоротилися до 15,1 % і 26,3 % відповідно, а чисельність її противників зросла до 30 %. На фоні політичної кризи у жовтні 2008 р. і загрози розпуску парламенту дещо зросла лише кількість тих, на чію думку входження в європейський освітній простір є завданням перспективи (до 32,4 %). Наближення президентських виборів 2010 р. відсунуло євроінтеграцію української освіти у віддалену перспективу, таку думку висловили 34,6 % респондентів. Водночас до 20 % зросла частка тих, хто вважав це завдання першочерговим. Число тих, хто вважав таку інтеграцію непотрібною і шкідливою, практично не змінилося і в серпні 2010 р. становило 27,4 %.

Ставлення громадян до входження вітчизняної освіти до європейського освітнього простору істотно залежить від віку та освіти. Чим молодша людина і чим вищий її освітній рівень, тим частіше вона відносить це завдання до першорядних або перспективних і рідше заперечує необхідність інтеграції вітчизняної освіти в європейський освітній простір. Загалом серед молоді тою чи тою

мірою поділяють необхідність входження України до європейського освітнього простору 65,8 % опитаних.

Що стосується найчисельніших соціальних груп, які є адресними (у даному випадку – це освітяни і студенти), то, за даними дослідження з питань Болонського процесу в Україні, проведеного Фондом “Демократичні ініціативи” (2012), 93 % студентів вищих навчальних закладів стверджують, що знають про принципи Болонської системи достатньо чи хоча б у загальних рисах. Так, зазначили, що добре розуміють ці принципи, лише 43 %, а 50 % зізналися, що уявляють суть цієї системи лише приблизно. Чули тільки назву, але не уявляють, що це таке, 7 % студентів. Попри високу самооцінку власної обізнаності з принципами Болонської системи та тими можливостями, які вона здатна відкрити, студенти мало що можуть назвати. Найчастіше вони згадують лише те, з чим їм доводилося стикатися безпосередньо під час навчання. Зокрема, половина студентів вказала на необхідність набирати бали впродовж семестру. А от про можливість отримати разом із дипломом про вищу освіту додаток до диплома європейського зразка знали 32 %; про можливість по закінченні бакалаврату вступити до магістратури інших ВНЗ – 28 %; про можливість мобільності всередині країни під час навчання на бакалавра – 20 %, а про право навчатися за кордоном і можливість формувати індивідуальний план навчання, вибирати самостійно частину курсів – 17 % і 18 % відповідно [Болонський процес ..., 2012].

Участь у програмах студентського обміну для українських студентів на сьогодні є фактично рідкісною практикою. Всередині країни у таких обмінах брали участь лише 2 % опитаних, у програмах обміну із закордонними ВНЗ – менше 5 %, 37 % студентів зазначили, що не мають можливості самостійно вибирати частину курсів, а 24 % висловили своє незадоволення реалізацією програм обміну студентами.

Не надто оптимістичний стан справ і серед очільників адресних (цільових) груп Болонського проекту. “Проведені 2008 року провідними співробітниками Національного інституту стратегічних досліджень опитування керівників системи управління освітою та ВНЗ свідчать, що більшість з них не розуміють основної ідеї сутності Болонського процесу і зосереджують увагу на проведенні пове-

рхових, неефективних змін” [Болонський процес в Україні: плюси ..., 2011].

Аналіз ставлення громадян до найбільш масштабних реформ української шкільної освіти засвідчує, що одні з них сприймаються доволі позитивно, інші негативно, а деякі – неоднозначно і суперечливо. А якщо взяти до уваги доволі складну динаміку ставлення до тих чи тих реформ, то виникає цілком закономірне запитання: а як же громадською думкою оцінюється хід реформування системи освіти в Україні в цілому? І взагалі, чи відчують громадяни необхідність її реформування? Існуючі дослідження деякою мірою дають відповіді на ці запитання.

Результати опитувань, проведених Центром Разумкова у 2002 і 2006 р., переконують що відносна більшість громадян оцінює хід реформування системи освіти в Україні як малокерований, непідготовлений процес, який скоріше є імітацією, а не справжнім реформуванням. Причому у 2002 р. так вважали 40,4 % опитаних, а в 2006 р. вже 46,4 %. Побільшало за ці роки й тих, хто не побачив унаслідок реформи жодних змін – з 11,8 % до 18,8 %. А от нечисельна група оптимістів, які вважали, що відбувається плановий процес реформування, зменшилася із 17,5 % до 10 %. Скоротилася і доволі значна частка тих, хто не мав визначеної думки з цього питання – у 2002 р. це був майже кожний третій (29,5 %), а в 2006 р. – кожний п’ятий (22 %) респондент [Биченко, 2002; Як вплине ..., 2006].

Більше половини українців (53,9 %) вважають, що при ухваленні змін у сфері шкільної освіти держава керується передусім макроекономічними чинниками (обсяги наявного бюджетного фінансування освітньої галузі) і значно менше враховує місцеві умови (регіон, тип населеного пункту, доступність шкіл і т. ін.) – 42,3 %; матеріально-технічну базу шкіл (наявність підручників, кількість і стан шкіл та дитсадків) – 32,2 %; наявність кваліфікованого педагогічного складу та навчальних програм – 29,2 %) (відповідні альтернативи обрали 42,3 %, 32,2 % і 29,2 % респондентів). На думку опитаних, не дуже переймаються реформатори якістю освіти – спрямованість ухвалюваних змін на здобуття освіти, що відповідає міжнародним стандартам, відзначив лише кожний третій (34,1 %) респондент. А тих, хто погодився, що в процесі реформування освіти враховується громадська думка і думка батьків, а та-

кож психологічна готовність дітей до школи, зовсім небагато – 19,6 % і 17,2 % відповідно [Проблеми школьного ..., 2011]. Такі результати дають підстави стверджувати, що задекларований освітніми реформами “дитиноцентризм” для більшості громадян залишається, на жаль, скоріше черговим красивим гаслом, яке доповнює чималу низку інших, не менш привабливих, проте порожніх “ізмів”. А от примітивний економічний детермінізм, що відсуває освіту, науку як основи розвитку інноваційних галузей на периферійні напрямки внутрішньої політики держави, відчуває кожний другий.

Невдоволеність громадян ходом реформування освітньої галузі не тільки не зменшила кількість переконаних у необхідності змін, а навіть дещо збільшила її. За результатами опитувань Інституту Горшеніна, тою чи тою мірою погоджувалися з тим, що Україні потрібна реформа шкільної освіти у 2009 р. – 65,3 %, у 2011 р. – 68,8 % респондентів, не погоджувалися – відповідно 29,6 % і 27,4 % респондентів [Як українці ...; Проблеми школьного ...]. Як бачимо, думка про те, що наша освіта потребує істотних змін, доволі широко вкорінена у масовій свідомості. При цьому, на жаль, достатню готовність до змін не демонструють ні широка громадськість, ні значна частина освітньої спільноти.

Запит на вдосконалення й інших сфер суспільного життя в українському соціумі дуже високий. Невдоволення перебігом та результатами реформ спричинює їх оцінку громадянами як “неправильних”, “несправедливих” або й “злочинних”, “бутафорських” тощо, породжує запит на реформи “справедливі”, “правильні”, “реальні”. Наявність таких прагнень час від часу фіксують відповідні опитування. Їх результати уможливили своєрідний рейтинг найбільш, найпроблемніших сфер суспільного життя, адже саме вони, на думку громадян, передусім потребують змін на краще. Дослідження Центру “Соціальний моніторинг” (2010), зокрема, засвідчили, що реформ, спрямованих на модернізацію соціально-економічної системи, потребує майже 90 % населення, політичної системи – 74 %, охорони здоров’я – 77 %, сільського господарства – 66 %, житлово-комунального господарства – 62 %, пенсійної системи – 58 %, промисловості – 54 %, освіти – 48 %, судової, податкової та правоохоронної систем – 44 %, 42 % та 41 % відповідно [Балакірева та ін., 2010].

Література

Азаров М.: В Україні 20 % молодих людей у віці до 25 років не мають роботи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukped.com/novini/novini-osviti-v-ukrayini/3015-mazarov-v-ukraini-20protsent-molodykh-liudei-u-vitsi-do-25-rokiv-ne-maiut-roboty.html>.

Акімова І. Бути чи не бути бізнесмену відповідальним перед суспільством? / І. Акімова, О. Осинкіна // Дзеркало тижня. – 2006. – 11–17 березня.

Актуальні проблеми українського суспільства на старті нового політичного сезону: Інформаційний бюлетень. Вересень 2010 / за ред. М. М. Слюсаревського; упоряд. Л. П. Черниш. – К., 2010. – 58 с.

Балабанов І. Т. Инновационный менеджмент: [учеб. пособие для вузов]. – СПб. : Питер, 2001. – 304 с.

Сприйняття населенням напрямів соціально-економічного розвитку країни як передумова готовності до системних реформ та модернізації / [Балакірева О. М., Головенько В. А., Дмитрук Д. А. та ін.] // Український соціум. – 2010. – № 4. – С. 7–30.

Бартків О. Готовність педагога до інноваційної професійної діяльності / О. Бартків // Проблеми підготовки сучасного вчителя. – 2010. – № 1. – С. 52–109.

Басовский Л. Е. Маркетинг / Л. Е. Басовский – М. : Инфра-М, 2001. – С. 108–109.

Безлепкин М. Н. Организационная культура как социальная технология развития инновационной активности персонала / М. Н. Безлепкин // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 69. – С. 30–34.

Биченко А. Українська освіта очима українців / А. Биченко // Національна безпека і оборона. – 2002. – № 4. – С. 42–46.

Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 88–125.

Болонський процес в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/ua/polls/2012-year/1755.htm>.

Болонський процес в Україні: плюси і мінуси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/bolonskij-proces-v-ukrayini-plyusi-i-minusi/p/>

Болтівець С. Про стан і перспективи розвитку освіти дорослих в Україні: V Міжнародний “Тиждень освіти дорослих в Україні” під девізом “Освіта дорослих для демократії” / С. Болтівець //Безпека життєдіяльності. – 2004. – № 11. – С. 3–6.

Большинство украинцев хочет, чтобы их дети и внуки получили высшее образование [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://institute.gorshenin.ua/news/803_bolshinstvo_ukraintsev_hochet_chtobi.html.

Вагнер И. М. Управление качеством в современном вуз / И. М. Вагнер, О. Я. Стахив // Труды X Международной научно-методической конференции “Управление качеством в современном вузе” (30–31 октября 2012 г.). – СПб. : Изд-во МБИ, 2012. – Вып. 10. – 163 с.

Валевський О. Л. Аналіз причин невдач реалізації реформ в Україні / О. Л. Валевський // Державне управління: теорія і практика. Електронне наукове фахове видання. – № 2. – 2012. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Valevskiy.pdf>.

В Англии растёт число неграмотных [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://madan.org.il/node/5006>.

В Германии 7,5 млн жителей являются неграмотными [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rosbalt.ru/main/2011/03/01/823979.html>.

В госвузах Европы образование дешевле, чем в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.segodnya.ua/life/education/v-hocvuzakh-evropy-obrazovanie-deshevle-chem-v-ukraine.html>.

Вища освіта на зламі суспільного розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/EDUCATION/vischa-osvita-na-zlami-suspilnogo-rozvitku.html>.

80% студентов хотят работать за границей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ubr.ua/labor-market/ukrainian-labor-market/80-studentov-hotiat-rabotat-za-granicej-126968>.

В Украине больше неграмотных, чем в Африке [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://obozrevatel.com/news/2006/10/31/142593.htm>.

В Украине в два раза нужно сократить количество будущих специалистов с высшим образованием [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://focus.ua/politics/205112/>.

В Украине упал объем производства инновационной продукции [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.ua/ru/articles/491616>.

Вчерашний Р. Инновации – инструмент экономического развития / Р. Вчерашний, О. Сухарев // Инвестиции в России. – 2000. – № 1. – С. 22–32.

Высокое качество образования – главный критерий хорошей школы для украинцев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://society.lb.ua/culture/2011/07/07/104697_visokoe_kachestvo_obrazovaniya_g.html.

Гадмалієв С. Реформування вищої освіти України 90-х років ХХ – початку ХХІ ст. як засіб державотворення / С. Гадмалієв [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2011_54/Gileya54/I28_doc.pdf.

Гамидов Г. С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Гамидов Г. С., Колосов В. Г., Османов Н. О. – СПб. : Политехника, 2000. – 323 с.

Генкин Б. М. Экономика и социология труда: учебник для вузов / Б. М. Генкин. – М. : Норма, 2007. – 448 с.

Главные проблемы украинцев: больше всего возмущают цены, меньше всего волнует образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.segodnya.ua/ukraine/hlavnye-problemy-ukraintsev-bolshe-vceho-vozmushchajut-tseny-menshe-vceho-volnuet-obrazovanie.html>.

Граждане Украины доверяют правительству еще меньше, чем милиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zn.ua/POLITICS/grazhdane-ukrainy-doverayut-pravitelstvu-esche-menshe-chem-milicii-125835_.html.

Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности / М. Грановеттер // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 3. – С. 44–58.

Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [підручник] / О. А. Грішнова. – К. : Знання, 2007. – 559 с.

Громцова О. В. Современные подходы к стимулированию инновационной активности персонала / О. В. Громцова // Философия образования. – 2008. – № 1 (22). – С. 295–299.

Даль В. И. Толковый словарь русского языка. Современная версия / В. И. Даль. – М. : Изд-во “ЭКСМО-Пресс”, 2001. – С. 420.

20-летие независимости Украины в оценках и мнениях украинцев 16 августа 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/7778/>.

Державне і недержавне фінансування вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uastudent.com/державне-і-недержавне-фінансування-в/>

Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології: [навчальний посібник] / І. М. Дичківська. – К. : Академвидав, 2004. – С. 247–295.

Дурович А. П. Основы маркетинга: [учебное пособие] / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2004. – 512 с.

Евразийский монитор – система регулярных межстрановых опросов населения [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>

Евросоюз выделил Украине 12 миллионов евро на инновации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ostro.org/news/article-76906/>.

Ермаханова С. А. Теория модернизации: история и современность / А. С. Ермаханова // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. – Новосибирск, 2005. – Разд. 2. – С. 233–247.

ЕС бьет тревогу: уровень неграмотности европейцев зашкаливает [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://podrobnosti.ua/society/2012/09/06/856714.html>.

“Есть ли в Украине средний класс?” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://institute.gorshenin.ua/researches/97_est_li_v_ukraine_sredniy_klass.html.

Жить можно и без очереди [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rb.com.ua/rus/company/publications/7826/>.

За 20 лет независимости количество ее сторонников сократилось вдвое [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2011/08/3/6445924>.

Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава. Програма економічних реформ на 2010–2014 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_2.pdf.

Занятость, рынок труда и социально-трудовые отношения: учебно-методическое пособие (практикум) / [под ред. Р. П. Колосовой, Г. Г. Меликьяна]. – М. : Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2004 (перездание 2008) (соавт.). – 623 с.

Збаржевецька Л. Д. Підвищення інноваційної активності найманих працівників в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.07 “Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика” / Збаржевецька Л. Д.. – К., 2010. – 20 с.

Згуровський М. Вища освіта на зламі суспільного розвитку / М. Згуровський // “Дзеркало тижня. Україна”. – 2013. – № 5. – 8 лютого.

Зинов В. Т. Управление интеллектуальной собственностью / В. Т. Зинов. – М. : АНХ : Центр коммерциализации технологий, 2002. – 106 с.

Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент: [учебник для вузов] / С. Д. Ильенкова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.

Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Р. Инглхарт // 'Полис' ('Политические исследования') 1997. – № 4. – С. 6–33.

Каждый четвертый ребенок в Украине вынужден работать [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://podrobnosti.ua/society/2012/06/01/839873.html>.

Какие проблемы волнуют украинцев больше всего (опрос) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.unian.net/news/373416-kakie-problemyi-volnuuyut-ukraintsev-bolshe-vsego-opros.html>.

Карпова Ю. А. Введение в социологию инноватики: [учебное пособие для студентов вузов] / Ю. А. Карпова. – М. ; СПб. : Питер, 2004. – 185 с.

Клочко В. Е. Инновационный потенциал личности: системно-антропологический контекст / В. Е. Клочко, Э. В. Галажинский // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 325. – Август. – С. 146–151.

Конституційна реформа в Україні: макіяж чи пластична хірургія? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=196.

“Концепція переходу Української РСР до ринкової економіки” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/n0001460-90>.

Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1991. – 698 с.

Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122–139.

Кравченко С. Исследование сущности инновационного потенциала / С. Кравченко, И. Кладченко // Научные труды Донецкого национального технического университета. – Донецк : ДонНТУ, 2003. – Выпуск 68. – С. 88–96. – (Серия : экономическая).

Латур Б. Дайте мне лабораторию, и я переверну мир / Б. Латур // Логос. – М., 2002. – № 5–6 (35). – С. 1–32.

Лаптії Т. М. Аналіз тенденцій розвитку малих підприємств в Україні / Т. М. Лаптії // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2012. – № 3 (15). – С. 178–187.

Левін Р. Я. Ставлення до інновацій різних соціально-демографічних груп українського суспільства / Р. Я. Левін, А. М. Ноур // Український соціум. – 2007. – № 3. – С. 54–62.

Лісогор Л. С. Освітні чинники забезпечення інноваційного розвитку НАТО / Л. С. Лісогор // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України [зб. наук. праць]. – Полтава, 2008. – № 2 (27). – Ч. 2. – С. 421–424.

Лише 17 % українців бачать ефективні економічні реформи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/news.php?news_id=376.

Лише 4 % українців володіють англійською на прийнятному рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/expert.php?news_id=4112.

Людський фактор інноваційного розвитку українського суспільства: звіт про науково-дослідну роботу / ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”. – К., 2006. – 173 с.

Макогон К. Діагностика готовності педагогів до пошукової діяльності (пед. інновації) / К. Макогон // Рідна школа. – 2002. – № 1. – С. 27–29.

Малянов Е. А. Социально-культурная инноватика и инновационный потенциал личности / Е. А. Малянов // Культурная жизнь Юга России. – 2010. – № 1 (35). – С. 39–43.

Макросоціальні зміни в українському суспільстві за роки незалежності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kiis.com.ua/materials/articles/macrosocial%20changes.pdf>.

Матеріали до круглого столу “Перспективи модернізації в Україні і тенденції змін суспільної свідомості”. – 2013. – 11 лютого.

Медынский В. Г. Инновационный менеджмент: [учебник]. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 14 с.

Медынский В. Г. Инновационный менеджмент: [учебник] / В. Г. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 295 с.

Ми – українці [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://institute.gorshenin.ua/researches/113_mi-ukraintsi.html.

Мнение украинцев о школьном обучении [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://institute.gorshenin.ua/researches/79_mnenie_ukraintsev_o_shkolnom.html.

“Модернізація України – наш стратегічний вибір”. Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Ре-

жим доступу : http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Poslannya_2011-96a56.pdf.

Модернізація України: пріоритети реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.zn.ua/SCIENCE/modernizatsiya_ukrayini_prioriteti_reform.html.

Навчання у ВНЗ очима студентів (Загальнонаціональне опитування студентів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dif.org.ua/ua/polls/2011-year/erthet5yk7tl.htm>.

Найдьонов М. І. Динаміка оцінок престижності професій, що користуються попитом на ринку праці. Чинники, умови та особливості вибору професії : інформаційний бюлетень. Листопад 2010 / М. І. Найдьонов, Л. В. Григоровська ; [упоряд. О. М. Лисенко] ; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. – К., 2010. – 128 с.

НАН: Ситуация с разработкой новейших технологий в Украине – катастрофическая 25.09.11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.bigmir.net/technology/226487/>.

На Украине растёт поколение неграмотных [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rosbalt.ru/ukraine/2007/11/30/436116.html>.

Наумова Н. Ф. Социальная политика в условиях запаздывающей модернизации / Н. Ф. Наумова // Социологический журнал. – 1994. – № 1. – С. 6–21.

Новейший философский словарь [сост. и гл. науч. ред. А. А. Грицанов; 3-е изд., испр.]. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – 1280 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/514/ИННОВАЦИОННЫЙ.

Про Національну доктрину розвитку освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.ua/legislation/other/2827/>.

На що насамперед спрямована ініційована Президентом України Януковичем конституційна реформа? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/journal.php/files/category_journal/poll.php?poll_id=616.

Некомпетентность правительства волнует украинцев в 1,5 раза больше, чем полгода назад [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zn.ua/POLITICS/nekompotentnost-pravitelstva-volnuet-ukraincev-v-1-5-raza-bolshe-chem-polgoda-nazad-126189.html>.

Непомнящий Б. Украинская инновационная политика. Что? Где? Когда? / Б. Непомнящий // Зеркало недели. – 2002. – № 45 (420). – 23–29 ноября.

Новини освіти в Україні. Д. Табачник: 23 % працюючих вчителів – пенсіонери [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukped.com/novini/novini-osviti-v-ukrayini/3018-dtabachnyk-23protsent-pratsiuiuchykh-vchyteliv-pensionery.html>.

Нужна ли Украине инновационная система [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.40a.kiev.ua/ideas/scandals/488f11f72c96f/>.

Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.

Освітня система України – на 56 місці у світові [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://education.unian.net/ukr/detail/192404>.

Отношение украинцев к Конституции 1996 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/7736/>.

Отчет о конкурентоспособности регионов Украины 2011. Раздел 3. Система высшего образования Украины: количество не переходящее в качество [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://competitiveukraine.org/docs/sistema.pdf>.

Оцінка громадянами суспільно-політичних результатів внесення змін до Конституції України, напрямків подальшого реформування системи органів державної влади в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/September/9.http>.

Паніотто В. Основні результати досліджень динаміки оцінок населенням свого матеріального стану / В. Паніотто [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kiis.com.ua/materials/articles/financial_situation.pdf.

Половина украинцев ожидают появления новых политических лидеров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zn.ua/POLITICS/polovina-ukraincev-ozhidayut-poyavleniya-novyh-politicheskikh-liderov-125829_.html.

Понад 90 тисяч українських випускників щорічно залишаються без роботи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zno.osvita.net/News.aspx?newsID=874>.

Порошенко П.: Экономика Украины изнашивается и не двигается [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://focus.ua/economy/206950/>.

Постанова Верховної Ради України “Про Концепцію роздержавлення і приватизації підприємств, землі та житлового фонду” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1767-12>.

Постанова Колегії Міністерства освіти і науки України, Президії Академії педагогічних наук України “Про концепцію загальної середньої освіти (12-річна школа)” № 12/5-2 від 22.11.2001 [Електронний ресурс]. – Режим

доступу : <http://www.licasoft.com.ua/index.php/component/lica/?href=0&view=text&base=1&id=136618&menu=111833>.

Предвыборная программа Ющенко. Полный текст [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2004/07/9/4379749/>.

Президентский проект реформ – на доработку [Электронный ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.zn.ua/ECONOMICS/prezidentskiy_proekt_reform_na_dorabotku.html.

Преподаватель вуза в ЕС должен владеть как минимум двумя иностранными языками [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://madan.org.il/node/7185>.

Проблемы моніторингу якості освіти [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://timo.com.ua/node/7213>.

Проблемы освіти на політичному тлі майбутніх виборів? Інформаційний бюлетень. – 2009. – Жовтень / [за ред. М. М. Слюсаревського; упоряд. Л. П. Черниш]. – К., 2009. – 64 с.

Проблемы школьного образования [Электронный ресурс]. – Режим доступу : http://institute.gorshenin.ua/researches/84_problemi_shkolnogo_obrazovaniya.html.

Прогноз рівня освіти населення України до 2050 р. [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/11681/08-Shevchyk.pdf>.

Протести в Європі: студенти вже захоплюють вокзали [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://www.holosua.com/news>.

Пригожин А. И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) / А. И. Пригожин. – М. : Политиздат, 1989. – 271 с.

П'ять чи дванадцять? Повернення до старої системи розвиває комплекс неповноцінності [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://www.day.kiev.ua/uk/article/panorama-dnya/pyat-chi-dvanadcyat>.

Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.; [6-е изд., перераб. и доп.]. – 2008. – 512 с.

Результаты национального исследования “Образование в Украине” [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/5065/>.

Реформи Януковича вважають ефективними 16 процентів українців, – опрос [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://focus.ua/politics/200089/>.

Сім з десяти українців не впевнені у власному майбутньому – дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://newsradio.com.ua/2013_02_11/S-m-z-desjati-ukra-nc-v-ne-vpevnen-u-vlasnomu-majbutnomu-dosl-dzhennja/.

Секретариат Ющенко: ООН рассказывает сказки о неграмотности на Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rosbalt.ru/ukraina/2007/12/05/437657.html>.

Семикіна М. В. Інноваційна праця в конкурентному середовищі: загальна методологія, мотиваційні основи регулювання: [монографія] / М. В. Семикіна, Л. А. Коваль. – Кіровоград : Степ, 2002. – 212 с.

Середній клас в Україні майже відсутній і зовсім не впливовий; 6 червня 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/expert.php?news_id=4068.

Система освіти в Україні: стан та перспективи розвитку (Аналітична доповідь Центру Разумкова) // Національна безпека і оборона. – 2002. – № 4 (28). – С. 3–21.

Сластенин В. А. Педагогика. Инновационная деятельность / В. А. Сластенин, Л. С. Подымова. – М. : Магистр, 1997. – 223 с.

Слюсаревський М. М. Проблеми якості освіти: соціально-психологічний контекст / М. М. Слюсаревський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=66&c=1502>.

События августа 1991 года и провозглашение независимости Украины: 20 лет спустя. 23 августа 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/7810/>.

Современная молодежь самая образованная за всю историю человечества [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.bigmir.net/technology/23153>.

Соціологічні опитування “Громадяни України. Освіта” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php?cat_id=178.

Ставлення населення України до демократії та авторитаризму (динаміка, 2004-2012) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=612.

Ставлення населення України до зовнішнього незалежного оцінювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dif.org.ua/modules/pages/files/1361891999_2428.pdf.

Старостин Б. С. Социальное обновление: схемы и реальность : критич. анализ буржуазных концепций модернизации развивающихся стран / Б. С. Старостин. – М. : Политиздат, 1981. – 18 с.

Стегній О. Складові національної безпеки України: можливості соціологічного моніторингу / О. Стегній // Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг / [за ред. д.е.н. В. Ворони, д.соц.н. М. Шульги]. – К. : Інститут соціології НАН України, 2010. – 636 с.

Степаненко В. Безвідповідальне суспільство? Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін / [за ред. В. Ворони та М. Шульги]. – К. : Інститут соціології НАН України, 2009. – С. 358–371.

Стоит потратиться на инновации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://donetskstat.gov.ua/pres/presreliz.php?dn=0509&number=0#13>.

Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів: Матеріали Парламентських слухань у Верховній Раді України 17 червня 2009 року. – К., 2009. – 253 с.

Стрімке падіння вгору, або Які насправді місця посідає українська освіта у світових рейтингах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://education.unian.net/ukr/detail/192419>.

Студенти критично оцінюють рівень освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.ua/vnz/news/17104/>.

Сюрпризи освітньої “реформи” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/society/2011/02/8/71597/>.

Тихонович В. Система образования и мир профессий и занятий / В. Тихонович // Социальные измерения общества: Сб. науч. трудов. Вып. 11. – К. : Институт социологии Национальной академии наук Украины, 2008 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.i-soc.com.ua/institute/svs-2008.pdf>.

Тестування і моніторинг в освіті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://timo.com.ua/node/7213>.

Тестування та рівний доступ до якісної вищої освіти: громадська думка про ЗНО, вступ до вишів, проблеми вищої школи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/ua/polls/2011-year/testuvannja-ta-rivnii-dostup-do-jakisnoi-vishoi-osviti-gromadska-dumka-pro-zno -vstup-do-vishiv -problemi-vishoi-shkoli.htm>.

Три чверті українців вважають Януковича, Азарова і ПР винними у незадовільній ситуації в країні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/News/83189>.

Трифилова А. А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А. А. Трифилова. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 304 с.

Украина в мировых координатах человеческого развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.zn.ua/ECONOMICS/ukraina_v_mirovyh_koordinatah_chelovechesko_go_razvitiya10_iyulya_sg_v_bolshinstve_stran_mira_v_tom_.html.

Украина опустилась в рейтинге человеческого развития, уступив Беларуси и Казахстану: опрос [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korrespondent.net/ukraine/events/1522836-ukraina-opustilas-v-rejtinge-chelovecheskogo-razvitiya-ustupiv-belarusi-i-kazahstanu>.

Украине нужна реформа школьного образования [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://institute.gorshenin.ua/news/30_ukraine_nuzhna_reforma_shkolnogo.html.

Українська держава на рубежі третього десятиріччя незалежності: думки та оцінки громадян. Вересень 2011 : інформаційний бюлетень / [за ред. М. М. Слюсаревського; упоряд. Л. П. Черниш]. – К., 2011. – 60 с.

Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг / [за ред. д.е.н. В. Ворони, д.соц.н. М. Шульги]. – К. : Інститут соціології НАН України, 2010. – 636 с.

Украину стабильно покидают медики, биологи и математики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.ua/ru/articles/496719>.

Українці готові платити за якість математики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.day.kiev.ua/uk/article/panorama-dnya/ukrayinci-gotovi-platiti-za-yakist>.

Украинцы не хотят видеть во власти богатых: опрос [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://podrobnosti.ua/society/2013/06/06/909475.html>.

Украинцы признали качество отечественного высшего образования средним [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/karera/all/novosti/2044690-ukraintsy-priznali-kachestvo-otechestvennogo-vysshego-obrazovaniya-srednim.htm>.

Украинцы считают, что сейчас в Украине время мафии, политиканов и нищих [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.bigmir.net/ukraine/438359>.

Ученые в Украине могут исчезнуть как вид через 5 лет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://inpress.ua/ru/society/10716-ukrainskie-uchenye-mogut-ischeznut-kak-vid-cherez-5-let>.

Фесенко В. Траектория политической реформы / В. Фесенко // День. – 2002. – № 166. – 12 вересня.

Чи загрожує Україні дефіцит шкіл? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24315079.html>.

Чи стала Конституція Основним Законом України? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/ua/polls/2013-year/kforfojrgjw4ogjkow4kgo.htm>.

Шангина Л. Народ золотой середины –3, или эскизы о главном / Л. Шангина // Зеркало недели. – 2000. – 30 грудня. – С. 1–15.

Шаульская Л. В. Стратегія розвитку трудового потенціалу України: монографія / Л. В. Шаульская. НАН України. Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2005. – 502 с.

Шершень А. За рівнем освіти Україна випереджає Францію, Швейцарію та Велику Британію – звіт ООН 10.11.2010 / А. Шершень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.in.ua/news/education/article_detail/5748.

Шульга М. О. Дрейф на узбіччя. Двадцять років суспільних змін в Україні / М. О. Шульга. – К. : ТОВ “Друкарня “Бізнесполіграф”, 2011. – 448 с.

Штомпка П. Социология социальных изменений / П. Штомпка [пер. с англ.; под ред. В. А. Ядова]. – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 416 с.

Що важливіше: свобода чи добробут? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=611.

Яголковский С. Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы / С. Р. Яголковский. – М. : НИУ-ВШЭ, 2011. – 267 с.

Як вплине подовження терміну навчання в загальноосвітній школі з 10 до 12 років? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=270.

Яковенко М. Л. Розвиток інноваційної активності студентства в умовах оновлення вищої школи України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук / М. Л. Яковенко. – Х. : Харківський національний ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2003. – 20 с.

Як українці оцінюють якість освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fcg.ck.ua/content/812/index.html>.

Яку форму державного правління Ви вважаєте найкращою для України за нинішньої ситуації? (динаміка 2002–2009) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=100.

Aregger K. Innovation in sozialen Systemen – Einfuehrung in die Innovati-onstheorie der Organisation, UTB fuer Wissenschaft / K. Aregger Bern; Stuttgart, 1976. – 178 p.

Barnett H. G. Innovation: The Basis of Cultural Change / H. G. Barnett. NY : McGraw-Hill, 1953.

Becker S. W. The innovative organization – a selective view of current theory and research / S. W. Becker, T. L. Whisler // Journal of Business. – 1967. – Vol. 40. – P. 462–469.

Brockhoff K. Forschung und Entwicklung – Planung und Kontrolle, Olden-bourg / K. Brockhoff. – Muenchen; Wien, 1992. – 187 p.

Hutchins E. Cognition in the Wild / E. Hutchins. Cambridge: MIT Press, 1994.

Hutchins E. How a Cockpit Remembers its Speed // Cognitive Science. – 1995. – Vol. 19. – P. 265–288.

Hollan J. Distributed Cognition: Toward a New Foundation for Human-Computer Interaction Research / Hollan J., Hutchins E., Kirsch D. // ACM Transactions on Computer-Human Interaction. – 2000. – Vol. 7. – № 2. – P. 174–196.

Roberts E. B. Introduction: managing technological innovation technology-based organization / E. B. Roberts // Sloan Management Review. – 1987. – № 22. – P. 19–34.

Rogers E. M. Diffusion of innovations / E. M. Rogers // Taking Care: Understanding and Encouraging Self-protective Behavior/ Weinstein, N.D. (Ed.), NY : Cambridge University Press. – 1983. – P. 79–94.

Rogers E. M. Diffusion of innovations. (4th ed.) / E. M. Rogers. – NY : Free Press, 1995.

Rogers E. M. Innovation, Theory of / E. M. Rogers // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. – 2004a. – P. 7540–7543.

Rogers M. Evolution: Diffusion of Innovations / M. Rogers // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. – 2004b. – P. 4982–4986.

Rothwell R. Successful industrial innovation: critical success factors for the 1990s // R&D Management. – 1992. – Vol. 22. – № 3. – P. 221–239.

Swan J. Knowledge management and innovation: networks and networking / Swan J., Newell S., Scarbrough H., Hislop D. // Journal of Knowledge Management. – 1999. – Vol. 3. – № 4. – P. 262–275.

Van de Ven A. H. Central problems in the management of innovation /
A. H. Van de Ven // Management Science. – 1986. – Vol. 32. – P. 590–607.

Wolfe R. A. Organizational innovation: review, critique and suggested re-
search directions / R. A. Wolfe // Journal of Management Studies. – 1994. –
Vol. 31. – № 3. – P. 405–431.

Zaltman G. Innovations & Organizations
/ Zaltman G., Duncan R., Holbeck J. – Malabar : John Wiley & Sons, 1984. –
154 p.

РОЗДІЛ 2

ПСИХОТЕХНОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД ОСВІТНІХ ТА СУСПІЛЬНИХ РЕФОРМ

2.1. Соціально-психологічне знання як теоретична основа розроблення ефективних психотехнологій

Важливість управління громадською думкою люди усвідомлювали задовго до того, як виник сам термін “громадська думка” [Гормонов, 1988; Грицанов, 1999; Грушин, 1997; Докторов, 2004; Коробейников, 1981]. А вперше, як вважається, він був ужитий англійським письменником та державним діячем XII ст. Д. Солсбері для позначення моральної підтримки парламенту населенням країни. Сама ж проблема визначення та інтерпретації терміна “громадська думка” вперше виникла ще в античній філософії. Щоправда, позначався цей соціально-психологічний феномен тоді дещо по-іншому – “публічна думка”.

Про технології формування громадської думки також заговорили відносно недавно [Политические технологии ...; Психотехнологии...], хоча деякі з них застосовувалися з давніх-давен. Єгипетські жерці та фараони вміли використовувати чутки, у стародавньому Римі існували стінні газети, що пояснювали громадянам дії влади. А брат славетного оратора Цицерона у листі до нього зауважив: “Велике значення можуть мати різні чесноти, якими кандидат володіє від природи, проте у передвиборній боротьбі, яка триває лише декілька місяців, штучно створений образ скоріше, ніж природна поведінка, приведе до перемоги”. Він, по суті, стверджував, що провідним фактором перемоги є імідж кандидата. Про те, що “государю немає необхідності володіти усіма чеснотами, проте є

пряма необхідність виглядати таким, що має їх”, писав свого часу й Н. Макіавеллі.

Саме слово “технологія” також дуже давнє. Воно рефлексивно обговорюється приблизно з V ст. до н.е. Як спеціальний термін для позначення окремої наукової дисципліни його використав у 1777 р. німецький учений Й. Бекман (1739–1811).

Як бачимо, і певні знання щодо громадської думки, і технології управління нею існували давно. Проте лише у наш час, коли виник запит на свідому розробку технологій формування громадської думки, вони “зустрілися”. Спробуємо з’ясувати, чому так сталося і які проблеми зумовлює ця “зустріч”.

Що таке технологія, технологізація? Одне з можливих значень слова “технологія” – обсяг знань і умінь, за допомогою яких ми можемо створювати будь-які матеріальні та нематеріальні об’єкти з наявних ресурсів. В іншому розумінні технологія – спосіб переробки енергії, інформації або речовин заради досягнення певної мети (як правило, для створення певного продукту). Технологія поєднує в собі методи, процедури, прийоми, різні операції і т. ін. Технологія спирається на технічне оснащення або устаткування, інструментарій, матеріал.

Технологія та мистецтво сприймаються сучасною людиною як смислова опозиція, хоча аналіз етимології цих слів переконує, що тривалий час ці слова були синонімами. Слово “технологія” (гр. *techne* “мистецтво, майстерність” + *logos* “слово”) найчастіше перекладається як “вчення про майстерність”. Сама ж майстерність розуміється, з одного боку, як ремесло, уміння, володіння навичками у певній галузі, а з другого – як високе мистецтво виконання будь-чого. Саме тому справжня майстерність не може бути ототожнена з якоюсь чітко визначеною сумою наявних професійних знань, умінь та навичок і визначається як високе та постійно вдосконалюване мистецтво.

Остаточне розмежування, відокремлення “технології” та “мистецтва” відбулося не дуже давно. Щоб у цьому переконатися, можна навести фрагмент з лекції М. В. Ломоносова “Слово о пользе химии”: “Учением приобретенные познания разделяются на науки и искусства. Науки подают ясное о вещах понятие и открывают потаенное действие и свойств причины; искусства к приумножению человеческой пользы оные употребляют. Науки доволь-

ствують вроджене і вкоренене в нас любопытство; художества снисканием прибытка увеселяют. Науки художествам путь открывают; художества происхождение наук ускоряют. Обои общею пользою согласно служат”. Судячи з контексту лекції, М. Ломоносов відносив до “художеств” усі сфери зі створення штучних об’єктів як матеріально-практичних, так і духовно-естетичних. Це добре пояснюють наступні його слова: “Между художествами первое место ... имеет металлургия, которая учит находить и очищать металлы и другие минералы. ...Ибо металлы подают укрепление и красоту важнейшим вещам в обществе потребным. Ими украшают храмы Божии и блистают монаршеские престолы, или защищаются от нападения неприятельского, или утверждаются корабли и, силою их связаны, между бурными вихрями в морской пучине плавают” [Ломоносов, 1950, с. 80].

У розвитку будь-яких технологій, на мій погляд, можна виокремити три основні етапи.

Першим етапом технологізації будь-якого процесу, який уможливорює появу технології як такої, є наявність індивідуальної майстерності. Вона ґрунтується на узагальненні особистістю насамперед власного індивідуального емпіричного досвіду, який часто навіть не може бути вербалізований чи означений (задокументований) у якийсь інший спосіб. Тому, мабуть, не випадково до XVIII ст. окремі ремесла називалися *mysteries* (таємницями), глибини яких могла досягнути тільки людина з багаторічним досвідом роботи у відповідній галузі. Часто секрети успішності окремих майстрів помирали разом з ними, оскільки вони виявлялися неспроможними передати набуті знання своїм учням.

Другий етап виникнення технології можна означити як етап “технологізації” певної діяльності. Технологізація – термін П. Щедровицького, запроваджений ним для позначення усвідомленої діяльності з вибудовування ланцюгів процедур та операцій, необхідних для досягнення прикладної мети і для відбудови моделей таких ланцюгів. Генетично технологія “вбудована” у певну діяльність. Технологізація ж “відриває, відокремлює, відчужує” технологію як певний обсяг знань і вмінь з якоїсь конкретної діяльності від самого процесу її здійснення. І вона ж дає змогу через деякий час знову повернутися до технології як певної послідовності дій та операцій.

Але технологізація уможливорює не тільки зазначене, а й також надає можливість і навіть передбачає побудову одиниць (модулів), яким притаманна властивість збиратися у різні комплекси і розбиратися, утилізуватися, а потім вбудовуватися в інші комплекси, в тому числі в інші технологічні ланцюжки. Причому у процесі цієї “зборки”-“розборки” одні елементи та навіть ланцюжки можуть замінюватися на інші.

Спочатку технологізація являє собою суто прикладну діяльність, вбудовану в практику. Проте навіть у такій, прихованій, неявній формі вона уможливорює відчуження способів певної діяльності чи окремих дій від особистості, що їх виконує, та їх тиражування. Метою технологізації на даному етапі є передача (трансляція) набутого досвіду якоїсь діяльності від однієї людини до іншої (або до інших). При цьому неявно припускається, що той (ті), хто приймає трансльований досвід, зацікавлений у його відтворенні і прагне засвоїти спосіб діяльності, що забезпечує передбачуваний результат.

Найпростіша форма технологізації – наслідування. Завдяки наслідуванню технологізація може навіть не фіксуватися свідомістю. Зародкові форми технологізації діяльності, її зачатки можна спостерігати у тварин.

Первісна людина також була *“стурбована питаннями фіксації, збереження приватного успішного і корисного досвіду, і багато магичних дій, ритуали виконували не передрелігійну функцію, а функцію фіксації досягнень. Справді, навіть за явної бідності позитивного знання первісній людині культивувати містичні, далекі від істини пояснення реального світу? Людина первісної епохи, як і сучасна людина, потребувала внутрішніх засобів утримання у свідомості важливих, здобутих досвідом істин. Міф, наприклад, це своєрідна спільна технологічна карта....”* [Климов, Носкова ..., 1992] .

Ритуали, обряди, церемонії, традиції виступали також засобом фіксації певної ідеї, корисного досвіду, своєрідним “знаряддям” оволодіння людиною власними психічними процесами.

Ще одним способом технологізації є команда “роби як я”. За тотожності застосовуваних інструментів вона може бути виконана іншою людиною (учнем) з умовно схожим ефектом тільки при виокремленні певних кроків та операцій.

Поява мови, підключення рефлексії пришвидшили темп “опредмечування” структури діяльності, розкладання її на складові “елементи” та “блоки”. Діяльність не тільки розкладається на складові елементи, а й відбувається її розподіл між різними людьми. Виконання окремих операцій доручається різним людям або й механізмам, технічним пристроям. Особливої значущості набуває послідовність і тривалість певних дій та операцій у часі. Утаємниченість виробничого процесу зникає, внаслідок чого індивідуальна майстерність певною мірою втрачає своє значення. Кілька підмайстрів тепер здатні зробити те, що раніше було під силу лише майстру. Проте на цьому етапі зазвичай відомо ЩО, як саме та в якій послідовності необхідно робити, аби досягти бажаного результату, але часто невідомим лишається ЧОМУ заради досягнення поставленої мети необхідно чинити саме так, а не інакше. Відповідь на запитання “ЧОМУ?” й покликана давати наука. Тому не дивно, що при обговоренні питання інновацій зазвичай вибудовують такий ланцюжок: формування нового знання; перетворення цього знання на технологію виробництва нового продукту або послуги; комерціалізація технології. Проте саме такий порядок розташування ланок у цьому ланцюгу вибудувався відносно недавно, хоча й видається багатьом очевидним. Ця очевидність ґрунтується на поширеному хибному уявленні про те, що наука набула свого нинішнього високого статусу у XVII–XIX ст. через свою “самоочевидну корисність”. Проте навіть короткий екскурс в історію природничих наук свідчить, що це далеко не так. Успіхи науки існували “самі по собі”, а успіхи техніки – “самі по собі”. Винахід парової машини, паровоза, пароплава, ткацького верстата... Чи зробив це хтось з учених? Ні! Це зробили самоуки-винахідники. До початку XX ст. включно науки і технології розвивалися практично незалежно одне від одного. Природознавство розвивається не для того, щоб “обслуговувати” технологію. Методологія, теорія, експеримент і власне знання в природознавстві застосовуються насамперед для пізнання тих самих природних об’єктів у тій самій предметній галузі, але на новому рівні або в ширшому наочному ракурсі. Технологія і технічна творчість також не завжди спираються на природничо-наукові знання. Якщо, наприклад, стосовно відповідного предмета технології природничо-наукові знання відсутні, то в цьому випадку технологія здійснює “тунельний перехід” через бар’єр природничо-

наукового незнання завдяки своїм теоретичним настановам, емпіричним та інтуїтивним методам – у цьому вона схожа на мистецтво. Наукою займалися одні колективи, а технологіями – інші. Ймовірно, вперше ці дві гілки об'єдналися у м. Лос-Аламосі (США) в 1943 р., коли в межах одного проекту для спільної роботи об'єдналися зусилля учених та технологів. Саме з середини ХХ ст. наука та техніка почали зливатися воедино, у технології, і світ заговорив про “науково-технічну революцію”. Інтеграція психології в суспільну практику також відбувається через залучення проектно-технологічної методології, яка вже довела свої переваги в процесі виборів, у галузі публік рилейшнз, реклами, соціальної і психологічної допомоги та реабілітації, в окремих галузях державного управління та інших сферах [Панок, 2003].

Третій етап, етап власне “технології” розпочинається з того моменту, коли стають відомими закони та закономірності перебігу відповідних процесів і з'являється можливість управління ними та використання їх для досягнення поставлених цілей. Такі технології ґрунтуються вже не стільки на практичному досвіді, скільки на теоретичних знаннях, що відображають внутрішню логіку процесу. Відповідні знання мають сягнути таких висот і такого ступеня деталізації, коли уможливується не тільки розуміння загальних закономірностей і тенденцій розвитку, а і їх докладний опис аж до кожної практичної операції, окремого етапу, форми, засобу і методу практичної діяльності людей. Стають можливими не тільки прогнозування, а й реалізація прогнозних даних через поетапне вирішення низки окремих завдань. Це дає змогу “втручатися” в об'єктивний хід процесів, змінювати їх порядок, встановлювати ту чи ту послідовність і темп процедур та операцій залежно від мінливих обставин заради якнайскорішого та найповнішого досягнення мети. Тому можна стверджувати, що з розвитком науки і вдосконаленням технологій баланс між об'єктивним і суб'єктивним зсувається у бік суб'єктивного.

Наприклад, деякі сучасні технології (зокрема у виробництві кристалів) дають змогу протягом кількох днів або годин отримати матеріали, які природа створювала роками або й сторіччями. Те саме роблять біогенетичні технології (наприклад клонування). Аналогічні можливості мають також психологічні та соціальні технології, які “стискають” соціальний час. Багатьом, мабуть, відома

технологія скорочитання, яка ґрунтується на усуненні з процесу аналізу зчитуваного тексту етапу внутрішнього проговорення, яке істотним чином гальмує переробку отримуваної інформації. Отже, технологізація сьогодні є неминуча для дуже багатьох галузей знань. Причому на даному етапі технологізація розуміється вже як спосіб перетворення технології як певного обсягу знань і умінь щодо якоїсь конкретної діяльності на технології як певної послідовності реальних дій та операцій, які надають людині можливість використовувати об'єктивні процеси для досягнення своїх цілей і навіть певною мірою підкоряти ці процеси власним бажанням.

Поява наукоємних технологій породжує чимало проблем з технологізації наявного знання, у тому числі й соціально-психологічного. Спробуємо якщо не окреслити їх коло, то хоча б перелічити деякі з них.

Відомо, що інтерес до результатів соціально-психологічних досліджень, що стосуються закономірностей формування громадської думки, виявляють політики, рекламисти, журналісти, служби PR тощо, і цей інтерес викликає у суспільстві певну тривогу. Це цілком закономірно, адже люди побоюються, що соціально-психологічні знання будуть використані для розробки технологій контролю за їхньою свідомістю. Якщо попередні технології загрожували фізичному існуванню людини, то нові пропонують змінити її природу. Тому **першу проблему можна позначити як морально-етичну**. Висвітленню цієї проблеми присвячено чимало літератури.

Другу проблему можна означити як **проблему “перевиробництва” соціально-психологічних знань**. Ні для кого не є секретом, яка кількість досліджень припадає пилком на полицях книгозборищ, магазинів, бібліотек, причому не тільки публічних. Це є загальною тенденцією і стосується не тільки психологічних досліджень. Кількість знання зростає швидше, ніж обсяги впровадження. І це пов'язано із специфікою наукових знань як таких. Адже наукове знання є завжди “фотографією” об'єкта, або фіксацією законів його життя безвідносно до наших цілей і способів впливу на нього. Звідси ідея усебічного, багатопланового опису об'єкта. Чим більше я про нього знаю, тим, я вважаю, краще. Для техника, технолога, навпаки, надлишок інформації є завжди недолік. Він потребує знання необхідного і достатнього, знання відповідного до

його цілей і завдань. Можна, звичайно, заперечити. Мовляв, немає нічого практичнішого за добру теорію. Проте це все ж таки далеко не завжди так. Наприклад, теорія відносності А. Ейнштейна, попри визнання її чи не найбільш видатним досягненням сучасної науки, лишається водночас найбільш марним, безкорисним відкриттям.

Третя проблема тісно пов'язана з уже згаданою проблемою “перевиробництва”, й у разі вдалого розв'язання, значною мірою уможливлується його подолання. Третю проблему можна означити як **проблему форми представлення соціально-психологічних знань, способів їх збереження та обробки**. Вона “розпадається” на низку “підпроблем”.

- **Проблема “розмитості”, недостатньої визначеності соціально-психологічного знання** (подолання надлишковості соціально-психологічних знань). Наприклад, у нашому випадку існує щонайменше чотири визначення того, що таке “громадська думка”, а деякі поважні вчені вважають, що її взагалі немає. Не менший діапазон позицій існує стосовно “соціальної настанови” тощо.

- **Проблема операціоналізації багатьох соціально-психологічних понять та конструктів**. (За якими показниками можна визначити, що у громадській думці справді стався “зсув”? Чи не є отримані нами результати артефактом, впливом особливостей формулювання запитання? І чи взагалі можна “вхопити” досліджувану реальність за допомогою запитань? Тощо.

- **Проблема представлення знання та маніпулювання ним (у позитивному сенсі)**. Вирішення завдань із формування громадської думки потребує певної, достатньо повної сукупності знань. Ця сукупність може мати різний ступінь упорядкованості, відрефлексованості, формалізованості і не тільки. Коли таких різномірних знань стає забагато, процес пошуку знання, необхідного для розв'язання завдання, може вийти за розумні межі, а тому інколи (дедалі частіше) легше винайти щось нове, ніж знайти потрібне у наявній “купі” знань. І хоча людство винайшло і здавна використовує спеціальні упорядковуючі сховища для здобутих “частинок” знань – бібліотеки, їхні можливості дедалі більше відстають від запитів користувачів. Проте існують й інші способи зберігання, акумуляції та структурування знань. Йдеться про менеджмент знань, а також про таку галузь теорії штучного інтелекту, як інженерія знань. І зокрема, про бази знань. Зазвичай тут містяться знан-

ня про закони, що діють у відповідній предметній галузі, а також про способи вирішення завдань, що в ній виникають, тощо.

● Інженерія знань дає можливість до певної міри розв'язати **проблему неявних, невербалізованих знань**, які містяться у будь-якій найсучаснішій технології.

Не менш важливою в технологізації соціально-психологічних знань у галузі формування громадської думки є **проблема переко-сів, асиметрії у їх використанні**. Виявляється вона у тому, що, коли йдеться про технології формування громадської думки, згадують переважно рекламу та паблік-релейшнз. Про те, що громадська думка формується не лише під впливом інформаційних чинників, а й реаліями соціального життя, наявною культурою, соціальними нормами тощо, часто забувають. Це стримує розвиток відповідних технологій.

Розв'язання згаданих проблем значною мірою залежить від позиції самих соціальних психологів. Вони мають вирішити, яка роль їм більше до вподоби – роль постачальника знань, інформації для ухвалення рішень та розробки технологій фахівцями з інших галузей чи роль соціального технолога, який сам проектує, конструює та змінює соціальну дійсність. На жаль, переважно гуманітарна освіта не дає можливості багатьом психологам повною мірою опанувати технічні прийоми проектування. Відомо, що соціальний проект набуває практичного значення лише у тому разі, коли він існує не тільки в головах своїх творців, а й адекватним чином документований: у словесних описах, схемах, графіках, методиках, формулах тощо. Документування традиційно є однією з найслабших ланок проектної діяльності, оскільки потребує від психолога спеціальної підготовки. В умовах становлення ринкових відносин особливо помітне невміння психологів доводити свої рекомендації до необхідного для практичного застосування ступеня конкретності – соціальної технології, соціального проекту, а також обґрунтовувати їхню ефективність. Як наслідок, такі рекомендації не видаються переконливими, а тим більше обов'язковими для впровадження. Ця обставина викликає необхідність вдосконалення підготовки студентів-психологів за відповідними напрямками.

2.2. Психотехнологічні складові супроводу модернізаційних процесів

2.2.1. Сутність, рівні та моделі соціально-психологічного супроводу

Попри те, що термін “супровід” усталений і вже набув значного поширення у сфері соціальної та психологічної роботи, його зміст досі не є загально визнаним і часто-густо трактується фахівцями по-різному. Не менша розмаїтість спостерігається у підходах до організації та здійснення цього процесу. У найбільш загальному вигляді соціально-психологічний супровід розглядають наразі як одну з найефективніших форм патронажу. Соціально-психологічний супровід полягає у наданні довготривалої психологічної допомоги як окремим особам, так і певним соціальним групам, організаціям тощо, які з тих чи тих причин опинилися у скрутній життєвій ситуації [Битянова, 1997; Коновалова, 1999].

Філософським підґрунтям системи соціально-психологічного супроводу є концепція вільного вибору як умови розвитку. Оскільки кожна ситуація вибору породжує множинність варіантів вирішення, супровід може трактуватися як допомога суб'єктові у формуванні орієнтаційного поля можливих альтернатив, у здійсненні самого вибору, а також у взятті відповідальності за його наслідки.

Супровід у педагогіці розуміють як діяльність, що забезпечує створення умов для прийняття особистістю оптимального рішення в різних ситуаціях життєвого вибору [Казакова, Тряпицына, 1997]. У психології супровід розглядається як система професійної діяльності, що забезпечує створення умов для успішної адаптації людини до обставин її життєдіяльності [Битянова, 1997]. Успішно організований супровід допомагає людині увійти в ту “зону розвитку”, яка досі була для неї недоступною [Казакова, Тряпицына, 1997].

У нашому розумінні соціально-психологічний супровід за своїм призначенням є механізмом “тонкого” налаштування здійснюваних перетворень, яке враховувало б соціально-психологічні особливості так званого людського чинника; за формою – це комплексна діяльність широкого кола фахівців, спрямована на спрощення та прискорення бажаних змін.

Підходи

Однією з визначальних характеристик соціально-психологічного супроводу є створення передумов для переходу особи (організації) до самодопомоги, тобто допомога фахівця в процесі супроводу має бути не надлишковою, а тільки необхідною і достатньою. Визнання доцільності саме такої допомоги не усуває деяких відмінностей у розумінні її сутності. Тут можливі щонайменше два підходи.

Перший підхід, який можна визначити як “просвітницький”, ґрунтується на переконаності в необхідності “озброєння” чи “доозброєння” того, хто потребує допомоги, певними знаннями, способами дій, поведінки тощо як передумови його подальшої самостійної активності. При цьому очікується, що той, кого супроводжують, готовий до співпраці і прагне засвоїти пропонуване, докладаючи для цього належних зусиль.

Другий підхід у певному сенсі альтернативний “просвітницькому” і його можна позначити як гуманістичний. Він передбачає, що суб’єкт, який потребує допомоги, володіє всіма ресурсами, необхідними для вирішення наявних проблем, і завдання фахівця полягає лише в тому, щоб активувати ці ресурси, створити умови для їх “пробудження” і таким чином “підказати” суб’єктові конструктивний “вихід” із кризової ситуації, зробити можливим ефективне розв’язання проблеми тощо.

Ці підходи не варто протиставляти один одному Вони є радше взаємодоповнювальними.

У нашому розумінні основою соціально-психологічного супроводу як системи надання відповідної допомоги зацікавленим особам та організаціям має бути створення передумов для здійснення індивідуальними та груповими (корпоративними) суб’єктами вільного вибору і взяття відповідальності за ухвалені рішення. Проголошений принцип опори на внутрішній потенціал суб’єкта, на його право й спроможність робити самостійний вибір і відповідати за його результати на практиці передбачає надання допомоги в аналізі проблемної ситуації та осмисленні її суті, з’ясуванні множини наявних альтернатив і здійсненні вибору, а також у підтримці під час вироблення плану розв’язання проблеми, здійсненні перших кроків до його реалізації.

Окрім наведеного вище, існують інші аспекти визначення соціально-психологічного супроводу. Зокрема, він може розглядатися як професійна діяльність фахівця чи команди фахівців або ж як взаємодія супроводжувача і супроводжуваного, що відбуваються за певним алгоритмом (алгоритмами) різного ступеня визначеності; як певна система взаємопов'язаних і взаємозумовлених елементів: цільового, змістового, процесуального, результативного тощо. Тобто соціально-психологічний супровід може розглядатися як технологія, що охоплює низку видів та етапів діяльності залучених до неї сторін. Саме цей технологічний аспект соціально-психологічного супроводу освітніх реформ ми й плануємо тут детально висвітлити.

Рівні та моделі

Соціально-психологічний супровід як одна з умов успішної реалізації освітніх реформ може здійснюватися як на рівні суспільства в цілому, так і на рівні окремих цільових груп (територіальних чи соціально-демографічних спільнот, колективів конкретних організацій тощо), а також окремих осіб (дітей, батьків, учителів, викладачів, керівників навчально-виховних закладів тощо). Для кожного з цих рівнів відповідно до певних завдань і проектів розробляються та реалізуються моделі психологічного супроводу.

Чи не найбільше моделей індивідуального та групового соціально-психологічного супроводу пропонується сьогодні для сфери освітньо-виховної діяльності. Зокрема, активно розробляються та впроваджуються моделі психологічного супроводу головних суб'єктів освітнього процесу: педагогів, учнів та батьків. Ці моделі стосуються найрізноманітніших сфер їхнього життя – складних життєвих ситуацій, самовизначення і вибору життєвого шляху, передпрофільної підготовки та профільного навчання, професійного становлення, професійної діяльності, виховної роботи тощо.

Незважаючи на різноманітність пропонованих моделей супроводу, не так складно виокремити їхні типові структурні елементи. У найбільш загальному вигляді це об'єкт, предмет, суб'єкт психологічного супроводу, його мета, зміст, завдання та засоби (технології) їх вирішення. Але предметом моделювання можуть бути й окремі складові супроводу. Зокрема, це може бути й сам технологічний ланцюжок різноманітних програм, заходів та дій, спрямованих на розв'язання тих чи тих проблем. У цьому ланцюжку зазви-

чай виокремлюють кілька типових блоків: аналітичний (діагностика, моніторинг), організаційно-управлінський (обговорення, планування, нормативне забезпечення тощо), профілактично-корекційний (тренінги, консультації, просвітництво, створення сприятливого середовища тощо).

З огляду на суспільну значущість змін в освітній сфері ми зосередимося на соціально-психологічних технологіях формування образу освітніх реформ у громадській думці. Вибраний нами ракурс розгляду проблеми зумовлений усвідомленням того, що успіх освітніх реформ чималою мірою залежить від того, чи підтримуються вони громадською думкою, адже, як стверджував А. Лінкольн, “у союзі з громадською думкою можна зробити все, без неї – нічого” [див.: Душенко, 2003, с. 120].

2.2.2. Методичні засоби соціально-психологічного супроводу інноваційних процесів

Огляд методик вивчення інноваційної активності особистості, інноваційної культури та образу інновації

Методики вивчення інноваційної активності особистості.

Оцінка інноваційної активності особистості потребує відповідного методичного інструментарію, який поки що є доволі обмеженим, оскільки поняття інноваційної активності як психологічна категорія досліджується відносно недавно [Инновационный менеджмент ..., 1997, с. 99–104].

Широко застосовується **тест діагностики інноваційності М. Кіртона** (Kirton Adaption-Innovation Inventory, 1987). Він складається з 32 тверджень, спрямованих на з'ясування того, наскільки важко або легко людина зберігає ознаки інноваційної або адаптивної поведінки протягом тривалого проміжку часу. Досліджуваному потрібно позначити ступінь згоди з кожним із тверджень за 5-бальною шкалою. Після цього отримані бали підсумовуються. Показники коливаються в інтервалі від 32 до 160 з середнім значенням 96. Чим вищий в людини індекс інноваційності, тим більше підстав віднести її до інноваторів, і відповідно, чим він нижчий – до адапторів.

Опитувальник переживання новизни (Pearson Novelty Experiencing Scale – NES, 1970) оцінює рівень когнітивної та сенсорної інноваційності особистості за чотирма субшкалами: внутрішнє пізнання; зовнішнє пізнання; внутрішнє сприйняття; зовнішнє сприйняття. Цей тест складається з 80 пунктів.

Опитувальник пошуку відчуттів М. Закермана SSS (The Zuckerman Sensation Seeking Scale, 1971) спрямований на діагностику стійкої особистісної характеристики, пов'язаної з потребою отримувати нові відчуття, змінюючи при цьому рівень зовнішньої стимуляції. Ця методика ґрунтується на припущенні про існування особливої категорії досліджуваних, котрих відрізняє постійне бажання відчувати щось нове, незвичне, переживати почуття новизни й зміни. Такі люди схильні до нестандартної, оригінальної поведінки, яка часто виходить за межі соціальних норм і правил. Одним з основних видів активності для них може стати набуття нового досвіду. У деяких випадках вони “колекціонують” незвичайні відчуття, нестандартні життєві ситуації й тому тяжіють до них. Пункти опитувальника згруповані у 4 шкали: *прагнення до нових відчуттів* ES (experience seeking); *прагнення до ризику й пригод* TAS (thrill and adventure seeking); *прагнення до розваг* Dis (disinhibition); *стійкість до монотонії* BS (boredom susceptibility).

Недостатня кількість методичного інструментарію вивчення особистісної інноваційності інколи примушує дослідників використовувати окремі пункти з деяких особистісних опитувальників (див., наприклад, Mueller and Thomas, 2001) [Инновационный менеджмент ..., 1997].

Певні методики для вивчення інноваційної активності особистості створені й на пострадянському просторі. Існує, наприклад, російськомовна **експрес-методика діагностики потреби в пошуку відчуттів**, що складається з 16 пар тверджень. Досліджуваний повинен вибрати з кожної пари те твердження, що йому (їй) найбільш близьке [Инновационный менеджмент ..., 1997].

Українська дослідниця Ю. О. Власенко розробила **методику вивчення особливостей прояву інноваційного потенціалу особистості (ППО)** [Власенко, 2003]. Опитувальник містить 36 тверджень (18 прямих і 18 зворотних), ступінь згоди з якими досліджуваний має оцінити за 5-бальною шкалою. Ця методика спрямована на виявлення інтегрального показника ППО, його окремих компо-

нентів, типів та стилів реалізації різних рівнів взаємодії людини зі світом – природним; соціальним; культурним; організації власного життя.

Методика М. Басадура і П. Хаусдорфа [M. Basadur, P. Hausdorf, 1996] вимірює настанови щодо дивергентного мислення і креативності. Дослідження підтверджують, що за схильністю до інноваційної активності люди істотно різняться один від одного трьома основними чинниками: 1) відкритістю та інтересом до нових ідей і тенденцій; 2) прагненням продумувати можливості для практичного застосування нових ідей; 3) бажанням поширювати серед оточення інформацію про інновації і роз'яснювати цінність того або іншого нововведення.

У 2006 р. опубліковано **опитувальник, призначений для діагностики індивідуальної схильності до інноваційної активності** (Batinic, Haupt & Wieselhuber, 2006). Опитувальник містить 27 запитань-тверджень. У 2008 р. розроблено скорочену версію опитувальника (Batinic, Wolff, Haupt, 2008). У ній всього 9 запитань-тверджень: по три на кожний із трьох перелічених вище компонентів (чинників). Скорочений варіант опитувальника дає можливість проводити експрес-діагностику схильності до інноваційної активності.

Опитувальник П. Меррілла на виявлення соціальних ролей новаторського типу. П. Меррілл вважає, що в групі новаторів має бути розподіл ролей, у новатора ж одинака ці ролі повинні не лише гармонійно поєднуватися, а й у ході інноваційного процесу змінювати одна одну. Він виокремлює: 1) творців (що створюють можливості), 2) шукачів-випробувачів (що реалізують шлях від можливості до рішення), 3) вдосконалювачів (що апробовують рішення на практиці), 4) виробників (впроваджують рішення). Ці ролі ключові для інноваційного процесу і збігаються з його етапами. П. Меррілл запропонував опитувальник для виявлення домінуючої ролі, в якому респонденту необхідно проранжувати міру відповідності кожної фрази у рядку як власної особистісної характеристики від 1 бала (найменш відповідає) до 4 балів (найбільш відповідає). Бажаючи можуть тестуватися англійською мовою на сайті автора <http://www.petermerrill.com/self-assessment>.

Методика “Шкала самооцінки інновативних рис особистості” (Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко). Соціально-

психологічна методика, що вимірює настанови стосовно інновацій. Вимірювання настанов проводиться непрямим способом – через оцінку особистістю власних інновативних рис. Апробація методики дала змогу виокремити три основні фактори: креативність, ризик заради успіху, орієнтація на майбутнє. Пункти цього тесту є судженнями, що характеризують людину, яка позитивно ставиться до інновацій. Респонденту необхідно визначитись, наскільки він схожий на таку людину і дати відповідь по кожному з 12 запитань, використовуючи 5-бальну шкалу (зовсім не схожий – дуже схожий). Загальний індекс інновативності особистості розраховується як середнє арифметичне за всіма трьома шкалами.

Методика комплексного психологічного вивчення фахової інноваційної культури педагогічних працівників [Ігнатів, 2010] складається з п'яти блоків:

1. Процедура виявлення фахової компетентності являє собою самооцінку педагогічними працівниками особливостей застосування ними елементарних фахових знань і умінь.

2. Інноваційна компетентність визначається за результатами виконання педагогічними працівниками тестових завдань з педагогічної інноватики та інноваційної педагогічної діяльності.

3. Інноваційна спрямованість – самостійна оцінка педагогічними працівниками властивих їм у даний період професійної діяльності цінностей спеціальності, інноваційної культури, а також цінностей, що характеризують ідеального фахівця у зазначеній галузі (ставиться завдання проранжувати 10 цінностей).

4. Готовність до інноваційної діяльності – самостійне оцінювання ступеня вираженості необхідних для інноваційної діяльності особистісних властивостей (оцінка семи якостей за 10-бальною шкалою).

5. Інноваційна сприйнятливість – самостійне оцінювання особливостей сприйняття інновацій. (Шість запитань, три варіанти відповіді, за кожному нараховується тестовий бал).

Інтегративний показник фахової інноваційної культури (ФІК) визначається сумою показників у стенах та встановленням їх середнього арифметичного. Шкала стенив була створена за результатами дослідження.

Розглянуті приклади методик і їх застосування уможливають такі узагальнення: 1) не існує традиції вивчення безпосередньо

інноваційної активності особистості у її динаміці; 2) у фокусі уваги дослідників перебувають насамперед ті психологічні риси, які можуть вирізнити інноватора: готовність до змін, креативність, орієнтація на майбутнє тощо; 3) настанови до інновацій розглядаються як потенційна форма сприяння інноваційній активності.

Прагнучи урізноманітнити арсенал методик вивчення інноваційної активності особистості, нами було розроблено шкалу для експрес-оцінки настанови особистості щодо інновацій. При її розробці ми виходили з тези всесвітньо знаного соціолога Ф. Знанецького: “Настанова – це індивідуальна відповідність соціальній цінності. Діяльність будь-якого виду – ланка, що їх поєднує” [Thomas, Znaniecki; 1918, p. 22]. З огляду на те, що інновації у сучасному суспільстві стали цінністю й оцінюються переважно позитивно, нам було важливо позбутися впливу соціальної бажаності.

Для цього вербальні маркери, закладені в основу шкали “інноваційність – консерватизм”, добиралися таким чином, щоб на обох полюсах відповідного смислового протиставлення опинялися слова з позитивним або негативним оціночним забарвленням, і таким чином респондент був би змушений здійснювати вибір за принципом вибору найкращого з кращого, або ж меншого з двох зол. Підтвердженням того, що в цілому настанову на соціально бажані відповіді вдалося нейтралізувати, є наявність вираженої варіації відповідей за всіма досліджуваними пунктами. Сконструйована шкала складалася з восьми пар слів, що можуть розглядатися як певні цінності. Респондентам пропонувалося визначити, яке зі слів кожної пари уявляється їм більш привабливим та наскільки. Ступінь привабливості оцінювався за традиційною 7-бальною шкалою.

На етапі апробації шкали як респонденти були задіяні особи віком 18–30 років, переважно учнівська та студентська молодь. Чоловіків та жінок серед них було приблизно порівну. Загальний обсяг вибіркової сукупності складав 264 особи.

З метою визначення “внеску” кожного з восьми пунктів у загальний показник шкали був розрахований коефіцієнт вибіркості. Для цього відповіді кожного з пунктів корелювалися із сумарним балом. Для отримання сумарного балу за шкалою оцінки показників по пунктах, що входили до шкали з від’ємними значеннями, ці пункти піддавалися так званому обертанню. Як свідчать дані таблиці 2.1, сконструйована шкала не містить пунктів, які не “пра-

цюють” на неї. Найбільший показник вибіркості має пункт “перетворення – збереження”, найменший – “динамічність – непорушність”.

Таблиця 2.1

**Оцінка вибіркості пунктів шкали
“інноваційність – консерватизм”**

Пункти шкали	Коефіцієнт кореляції пункту із сумарним балом шкали
Перетворення – збереження	0,624**
Стабільність – прогрес	– 0,559**
Традиції – нововведення (інновації)	– 0,530**
Реформаторство – консерватизм	0,484**
Мінливе – вічне	0,470**
Постійність – мінливість	– 0,458**
Догматизм – безпринципність	– 0,344**
Динамічність – непорушність	0,256*

Примітка: * – $p > 0,95$; ** – $p > 0,99$.

Методичний інструментарій вивчення інноваційної активності особистості поки що доволі обмежений. Започаткована нами робота із створення шкали для експрес-оцінки “інноваційності – консерватизму” підтвердила перспективність подальших зусиль з її валідизації та психометричної стандартизації.

Окрім спеціально розроблених тестів, до методів діагностики готовності людини до інноваційної діяльності належать також технології творчого пошуку: організаційно-діяльнісні ігри (ОДІ), мозковий штурм, синектика, вирішення творчих завдань, моделювання, методика самоаналізу інноваційної діяльності та ін.

Методичний інструментарій вивчення образу інновацій. Щоб вивчати, яким саме чином у громадській свідомості формуються образи різноманітних новацій, потрібен відповідний дослідницький інструментарій. Забезпечення ним щойно згаданого напрямку досліджень зумовлює у соціальній психології чимало проблем. Розв’язати їх можна лише на основі систематизації та аналізу тих методик, які використовують дослідники в цій царині.

Проблема сприйняття суспільством соціальних змін знайшла відображення у працях таких дослідників, як П. Бергер, Т. Лукман,

С. Фіск, К. Герген. У вітчизняній соціальній психології вперше проблему вивчення категорії “зміни в суспільстві”, на противагу “стабільності”, порушила у своїх працях Г. М. Андреева [Андреева, 2005]. Схожу проблематику розробляли А. І. Донцов, Т. П. Ємельянова, Ю. О. Левада. В цілому проблема вивчення образу інновацій у громадській думці нова, тому для її розв’язання ще не напрацьовано специфічних методів. Дослідники користувалися тими методами, які досі застосовували здебільшого для вивчення образів найрізноманітніших об’єктів та їхніх іміджів. Але ж образ інновації є специфічним, оскільки це образ чогось нового, часто маловідомого, а то й зовсім не відомого [Микитюк, 2007]. Як можна досягнути, зафіксувати уявлення, яке ще тільки формується, постає? Як можна дослідити образ того, про що досліджувані мають дуже розпливчасті, невизначені, несформовані уявлення? За допомогою яких методів це можна зробити? Потреба пошуку відповідей на ці запитання свідчить про необхідність оглядового дослідження, що узагальнювало б існуючі методи дослідження образів. Також слід проаналізувати, чи доцільно застосовувати вже існуючі методи для вивчення образу інновацій – тобто того, про що люди ще не знають, про що не мають уявлення.

Найчастіше образ інновацій у суспільній свідомості вивчають за допомогою опитувань. У такий спосіб, наприклад, досліджували різноманітні аспекти сприйняття населенням реформ, започаткованих на пострадянському просторі в 90-х роках. Так, у моніторинговому опитуванні, проведеному Інститутом соціології НАН України в 1991–2005 рр., фахівці вивчали феномен суспільства, яке трансформується [Головаха, 1996; Панина, 2005]. Дослідження виявило, що на початку 1990-х років більшість опитаних або взагалі не помічали реформ (60 %), або вказували на непослідовність економічних перетворень (28 %). Однак поступово частка противників передачі землі у приватну власність зросла з 26,8 до 45,2 %. Натомість образ приватного підприємництва, навпаки, з роками поліпшувався: якщо на початку 1990-х лише 21,4 % населення схвалювало розвиток підприємництва, то в 2005 р. – уже 34,6 %. Загалом більшість опитувань, проведених наприкінці 1980-х – на початку 1990-х років, фіксували сприймання реформ як оновлення, прорив у відкриті цивілізовані світи. Проте наприкінці 1990-х образ реформ у свідомості переважної більшості населення

кардинально змінився. Їх сприймали переважно як знак біди, деградації і занепаду [Головаха, 1996; Панина, 2005; Політичний портрет ..., 1996].

Окрім загального ставлення до впроваджуваних економічних реформ, предметом дослідження були соціально-психологічні чинники, які гальмують їх утілення. Зокрема, під час згаданих вище досліджень було виявлено основні стереотипи економічної свідомості, які заважають утіленню реформ, а саме уявлення про необхідність однакового рівня споживання для всіх і незаконність нажитих капіталів; покладення відповідальності за свій добробут на державу та особиста відповідальність за державну власність. Виявлено також образ ідеальної реформи, що збігається із здійсненням адміністративного регулювання економікою. Досліджено особливості сприймання реформ представниками різних соціально-демографічних груп. Зокрема, з'ясовано, що ставлення респондентів до реформ залежить від віку: якщо старше покоління перебуває у полоні патерналістських настроїв та обережно ставиться до реформ, то молоде покоління, навпаки, сподівається скоріше на себе, власну активність та економічну ініціативу. Молодь найбільш активно долучається до малого бізнесу та підтримує інноваційні процеси в економіці.

У ході масових опитувань предметом вивчення стали не тільки образи тих чи тих конкретних реформ і їх прототипи, а також провідні критерії оцінювання реформаторських зусиль пересічними громадянами. Йдеться про образи, які актуалізуються в уявленнях пересічних громадян, коли мова заходить про реформи, особливості розуміння респондентами поняття “реформи” та пов’язані з ними очікування.

Прикладом такого опитування є дослідження, проведене соціологічним дослідницьким центром ФОМ (Росія) у 2004 р. Залежно від ставлення опитуваних до реформ було визначено три основні групи їхніх образів. Перша група образів – це сприймання реформ як позитивних змін, тобто змін на краще. Такі відповіді дали 18 % опитаних: вони розглядають реформи як спосіб поліпшення життя в цілому або вважають результатом реформ підвищення добробуту, рівня життя людей. Друга група образів – це сприймання реформ як негативних змін. Отож 15 % опитаних сприймають реформи як погіршення життя в цілому: зниження

життєвого рівня, ускладнення економічної ситуації, брак порядку і стабільності. Вони сприймають реформи як обман народу, як те, що спрямовано проти інтересів людей. І, нарешті, просто змінами вважають реформи 15 % опитаних; третина опитаних (34 %) вважають, що реформи взагалі не проводилися, ще 18% не змогли відповісти на запитання.

Окрім оцінного, важливим критерієм розрізнення образів реформ громадянами є швидкість їх проведення. Під реформами респонденти мають на увазі або еволюційні зміни, або динамічні трансформації. Також образи реформ у респондентів істотно різняться змістом: одні респонденти розуміють під реформами зміни в політиці, зміну влади; інші мають на увазі зміни у сфері економіки; треті ж під реформами розуміють зміни в законодавстві, у системі регулювання суспільних відносин тощо.

Останнім часом, крім звичайних, дедалі активніше в практику досліджень упроваджуються онлайнові (мережеві) опитування. Вони являють собою логічне і технологічне продовження звичайного опитування – з тією лише різницею, що дають можливість охопити значно більшу кількість респондентів, повністю виключають вплив інтерв'юера на респондентів у процесі опитування, підвищують рівень досяжності важкодоступних груп респондентів і збільшують валідність вимірювань.

Головні переваги онлайн-опитувань – простота, дешевизна і висока швидкість збору даних. Завдяки онлайн-опитуванням респонденти також мають можливість бути активними учасниками дослідження, зокрема, вибирати самостійно час для заповнення анкети. Крім того, у респондента з'являється впевненість у збереженні анонімності.

До недоліків онлайн-опитувань відносять неможливість уникнути залучення у дослідження ненадійних респондентів, імовірну недостатність репрезентативності вибірки тощо. За результатами опитування 38 американських дослідницьких організацій, проведеного Е. Харвей у період із січня 1997 по жовтень 1998 р. [Harvey, 1999], виявилось, що більше половини організацій (58 %) скаржилися на труднощі зі складанням вибірки та труднощі перевірки її репрезентативності, 40 % стурбовані проблемою конфіденційності опитування, кожен п'ятий відзначив низьку якість даних. Разом з

тим всі дослідники визнають перспективність онлайн-опитувань.

Т. В. Філіппова у статті “Інтернет як інструмент соціологічного дослідження” [Філіппова, 2001] виокремлює найбільш використовувані західними дослідниками технології проведення онлайн-досліджень: 1) розсилка анкет електронною поштою (E-mail-розсилки); 2) розміщення текстових анкет у групах новин (newgroups); 3) інтернет-форуми, блоги і телеконференції (bulletin boards); 4) веб-сторінка (акета у форматі HTML); 5) стандартний веб-опитувальник; 6) опитувальник, який сам завантажується; 7) online-фокус-групи.

Крім опитувань, які презентують так звані номотенічні методи, для аналізу образу інновацій застосовують ідіографічні методи, призначені для виявлення та фіксації унікальних (неповторних) особливостей досліджуваних образів.

Аналіз літературних джерел засвідчує, що для вивчення образу реформ можна використовувати також проєктивні і психосемантичні методи. Цікавим прикладом видається дослідження, проведене одночасно в містах Росії і України (Москва, Омськ, Київ, Івано-Франківськ). У цьому дослідженні для вивчення глибинного рівня сприйняття масовою свідомістю феноменів “стабільність” і “суспільні зміни” було використано проєктивний малюнок, часовий тест Т. Коттла (Т. Cottle) і кольоровий тест М. Люшера, а також застосовано психосемантичні методи – вільний асоціативний експеримент і семантичний диференціал. Опитування відбулося після Помаранчевої революції, наприкінці вересня – на початку жовтня 2005 р., коли дискурс українських засобів масової комунікації (ЗМК) був націлений на образ реформ, змін і нової України. Дослідження підтвердило бажаність реформ в Україні у період Помаранчевої революції і потяг до стабільності в інші часові проміжки.

Іншим прикладом є використання таких дослідницьких методик, як метод особистісних конструктів Дж. Келлі, контент-аналіз, метод семантичного диференціала. Ці методи українські дослідники використовували для вивчення сприйняття українським студентством в м. Одесі суспільних змін у період Помаранчевої революції [Тепляков, 2008]. Але такі приклади використання про-

ективних психологічних методик у масових дослідженнях є сьогодні скоріше винятком, аніж правилом. Перевага проєктивних методик – у можливості їх застосування для вивчення образів соціального несвідомого, виключення ефекту соціальної бажаності. Недолік цієї групи методик – складність структурування отриманих даних.

Методи, описані вище, придатні для вивчення образів інновацій, що склалися та існують у масовій свідомості. Щоб дослідити образ інновації, що твориться ЗМК, потрібні інші методи. Одним з них є добре відомий метод контент-аналізу текстів. Предметом аналізу в цьому випадку можуть бути як тексти спеціалізованих (наукові статті, монографії, підручники), так і масових видань (газет, журналів, інтернет-видань тощо). Можливості застосування цього методу для вивчення демонстрованого образу інновації ми спробуємо проілюструвати на прикладі власного пілотажного дослідження, метою якого було створення методики для вивчення образу зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО) – однієї із складових упроваджуваних в Україні освітніх реформ.

Джерельною базою дослідження став журнал “Фокус” в його інтернет-версії: www.focus.in.ua. Було проаналізовано зміст контенту сайту під час проведення зовнішнього незалежного оцінювання школярів у 2008 і 2009 р. У 2008 р. таких статей виявилася 31, у 2009 – удвічі менше – лише 15 (табл. 2.2). Тобто у міру того, як ЗНО ставало звичною, повсякденною практикою, фіксувалося зменшення уваги ЗМК до нього. Таким чином, контент-аналіз дає змогу оцінити ступінь уваги, яку приділяють ЗМК тим чи тим реформам, а також скласти певне уявлення про динаміку в часі суспільного інтересу до реформ.

Залежно від ставлення автора статті до тестування масив статей розподілявся на три групи – позитивні, негативні, нейтральні. Аналізуючи отримані дані, можемо зазначити, що у 2008 р. ставлення до ЗНО було значно емоційнішим, ніж у 2009 р., коли статті, присвячені ЗНО, були переважно нейтральними (вони описували хід ЗНО, досягнення та помилки, які поступово виправлялися).

Динаміка ставлення до ЗНО у статтях
(на основі контент-аналізу текстів)

Ставлення	Кількість статей (у % до їх загального числа)	
	2008 (N =31)	2009 (N =15)
Нейтральне	51,6	80
Позитивне	22,6	6,7
Негативне	25,8	13,3

У подальшому дослідженні статті було розподілено на групи за авторством експертних статей. У 2008 р. авторами коментарів були: Президент України В. Ющенко, міністр освіти і науки України І. Вакарчук, Прем'єр-міністр України Ю. Тимошенко та ін. Контент-аналіз дає також змогу виявити найбільш часто вживану аргументацію, яку висловлюють ті чи ті автори на підтримку чи заперечення реформ. Так, ставлення Президента України до ЗНО було цілком позитивним: він вважав, що ЗНО дасть змогу розв'язати проблему боротьби з корупцією у школах та вишах. Тестування, на його думку, має бути не конкурсом батьківських гаманців, а змаганням знань та інтелекту учнів.

Прем'єр-міністр України у своїх коментарях виразила як позитивне, так і негативне ставлення до ЗНО. Вона вважала, що тестування – кращий шлях і альтернативи йому немає, а також пишалася тим, що більшість учнів продемонстрували гарні результати тестування. Серед негативних оцінок Прем'єр-міністра України є такі тези: підготовку країни до ЗНО слід оцінювати як недостатню, перед запровадженням варто було б багаторазово апробувати ЗНО.

Ставлення Міністерства освіти і науки України до ЗНО виявилось цілком позитивним. Серед тез представників міністерства виокремимо передусім тезу про необхідність прозорості процесу ЗНО; вони також високо оцінили результати тестування.

Ставлення опозиції до ЗНО в цілому було негативним. Найчастіше з її боку лунали зауваження, що ЗНО позбавило можливості вступу до вишів випускників минулих років, та вимога зберегти альтернативні можливості вступу для абітурієнтів. Серед негативних коментарів інших спікерів – критика недосконалості

тестів (знайдено багато помилок у завданнях) та законодавча неврегульованість процесу тестування. Близько половини статей, присвячених зовнішньому незалежному тестуванню, були у 2008 р. нейтральними. Вони описували перебіг кампанії ЗНО, висвітлювали можливості апеляції щодо отриманих під час ЗНО результатів.

У 2009 р. серед авторів коментарів були міністр освіти і науки І. Вакарчук, Голова Верховної Ради України В. Литвин і, зрозуміло, самі школярі.

Ставлення міністра освіти до ЗНО було і залишається цілком позитивним. На думку І. Вакарчука, ЗНО дало змогу насамперед підвищити відповідальність абітурієнтів. Також у 2009 р. вдалося усунути недоліки, виявлені під час проведення ЗНО минулого року, зокрема, розширено можливості абітурієнтів вибирати предмети для тестування.

За результатами контент-аналізу можна виявити, як думку споживачів представлено в ЗМК. Так, у матеріалах зафіксовано негативне ставлення школярів до деяких елементів ЗНО, зокрема, неможливості вносити зміни у вибір предметів, визначати дату оцінювання; а ще велике занепокоєння появою нових способів шахраювання, особливо коли йдеться про вступ до вишу за пільговими квотами. У цілому ставлення до ЗНО в зібраному матеріалі є нейтральним – це опис реалізації цього річної кампанії ЗНО, повідомлення про законодавче закріплення статусу ЗНО Верховною Радою України та висвітлення статистичних даних 2009 р. щодо ЗНО.

Дослідження виявило, що у 2008 р. тестуванню було приділено в ЗМК значно більше уваги, ніж наступного, 2009 р. (табл. 2.3). Контент-аналіз ключових слів у текстах 2008 і 2009 р. засвідчив, що значно зменшилася у 2009 р. порівняно з минулим роком кількість повідомлень про порушення прав учнів у зв'язку з упровадженням процедури ЗНО та відміною іспитів при вступі до вишів. У текстах статей 2009 р. ЗНО сприймається вже як невід'ємний етап процесу навчання.

У 2008 р. висвітлення зовнішнього незалежного оцінювання було, на думку експертів, дуже політизованим, а в 2009 р. воно стало значно спокійнішим (привертало менше уваги політиків і було переважно описом проведення ЗНО). Якщо у 2008 р. увага зосереджувалася на обговоренні сприйняття ЗНО вчителями і батька-

ми, можливості відміни ЗНО, то в 2009 р. у фокусі уваги опинилися самі тести школи, законодавче закріплення ЗНО і сертифікатів. Значно більше у 2009 р. писали про право вибору школярами предметів для тестування, а ще проводилася така собі “робота над помилками” 2008 р. та обговорювалося впровадження нових оптимізаційних ідей.

Таблиця 2.3

**Частота вживання ключових слів у текстах статей
стосовно ЗНО**

Ключові слова	2008 р.		2009 р.	
	абсолютна кількість	частка, %	абсолютна кількість	частка, %
Тест	250	37,8	129	45,6
Права	69	10,4	27	9,5
Міністр	52	7,9	17	6
Школа	49	7,4	29	10,2
Тимошенко + прем'єр	40	6	3	1,1
Ющенко + президент	29	4,4	1	0,4
Закон	21	3,1	20	7,1
Сертифікат	19	2,9	12	4,2
Вчителі	14	2,1	1	0,4
Батьки	13	2	1	0,4

Отже, за результатами контент-аналізу можна оцінити ступінь уваги, яку засоби масової комунікації приділяють тим чи тим реформам, а також з'ясувати часову динаміку суспільного інтересу до реформ. Контент-аналіз дає змогу виявити, які реформи потрапляють у фокус суспільної свідомості, а які відтісняються на другий план. Таким показником може слугувати динаміка кількості публікацій, присвячених тим чи тим реформам. Крім того, контент-аналіз дає можливість встановити ступінь емоційності висвітлення реалізовуваних суспільних інновацій; для цього оцінки групують, поділяючи їх на позитивні, негативні та нейтральні. До переваг контент-аналізу як способу вивчення образу реформ слід віднести

можливість аналізувати ступінь підтримки інновацій представниками різних політичних сил, різними лідерами і гілками влади.

Отже, найчастіше для дослідження сприйняття спільнотами тих чи тих інновацій застосовують кількісні методи – різного виду опитування та інтерв'ю. В арсеналі дослідників також психосемантичні методики, контент-аналіз, фокус-групові дослідження. Останнім часом у практику активно входять онлайнові дослідження. Крім опитувань, для аналізу образу реформ використовують також проєктивні і психосемантичні методики. Цікавим видається застосування таких дослідницьких методик, як метод особистісних конструктів Дж. Келлі, контент-аналіз, метод семантичного диференціала. Але такі приклади використання в масових дослідженнях проєктивних психологічних методик є нині скоріше винятком, ніж правилом. Для вивчення демонстрованих образів інновацій у громадській думці може бути успішно застосований і такий добре відомий метод, як контент-аналіз текстів. Предметом аналізу в цьому випадку виступають як тексти спеціалізованих (наукові статті, монографії, підручники), так і масових (газети, журнали, інтернет-видання тощо) видань.

Способи та напрями збагачення громадської думки щодо інновацій

Невпинне зростання кількості та ролі інновацій у нашому житті породжує й чимало проблем. Далеко не всі пропонувані та запроваджувані інновації мають належну підтримку. Чимало з них викликають спротив, зумовлюють різноманітні конфлікти.

Проблеми формування образу суспільних інновацій обговорюються як урядовцями, так і широким колом фахівців (серед яких є і вчені, і практики), а також пересічними громадянами. Ці обговорення часто набувають форми палких дискусій і ведуться у багатьох площинах.

На думку Прем'єр-міністра України М. Азарова, першочерговим завданням урядовців у 2012 р. мало бути роз'яснення пересічним громадянам суті реформ команди Президента України В. Януковича. “Люди мають розуміти, в чому полягає їхня особиста вигода від реформ, і тут ситуація невтішна. Рішучі висновки ми повинні зробити вже зараз. Сьогодні понад 50 % громадян не розуміють суті реформи у сфері освіти та медицини. 65 % нічого не

знають про реформи у сфері трудових відносин і ЖКГ. Це шокуючі цифри. Як люди можуть повірити в реформи, якщо вони не знають, що в підсумку буде з ними і з їхніми дітьми. Природно, вони можуть припускати різне”, – наголосив М. Азаров на одному з урядових засідань [Азаров опроверг ..., 2012].

Недостатня обізнаність щодо суті впроваджуваних суспільних інновацій є проблемою не тільки для чиновників, а й для науковців, які досліджують громадську думку стосовно реформ. Зрозуміти, що саме відображають відповіді опитаних – реакцію власне на інновацію чи на щось, що уявляється респондентом замість неї – з’ясувати вдається не завжди. Дослідники, які вивчають психологічні особливості сприймання інновацій, вказують на труднощі формування їхнього адекватного образу і неминучість різноманітних викривлень. Останні можуть бути спричинені дефіцитом інформації про інновацію, прагненням вибудувати її образ, спираючись на вже наявний досвід, тощо. Відзначається, що важливим чинником формування образу суспільних інновацій є очікування громадян, а також ставлення до авторів реформ та тих, хто втілює їх на місцях.

Проблема співвідношення сутності суспільних реформ та їхнього демонстрованого образу турбує не тільки науковців. Зокрема, радикально налаштовані противники чинної влади ставлять під сумнів власне необхідність формування образу, оскільки їм видається (часто цілком обґрунтовано), що творення позитивного образу інновації має на меті приховати відсутність реальних змін [Большаков, 2011].

Як бачимо, дослідження образу інновації на підготовчому етапі, коли її впровадження лише планується або тільки-но розпочинається, стикається із серйозними труднощами. Традиційні технології зондування громадської думки на цьому етапі малоефективні через відсутність або дефіцит інформації про інновацію у респондентів. Тому складно визначити, якою мірою їхні відповіді відображають уявлення саме про інновацію, а якою є “реакцією олівця на запитання анкети”. Відтак існує об’єктивна потреба у нових методичних інструментах та технологіях вивчення і корекції громадської думки щодо інновацій.

Одним з таких інструментів є технологія збагачення громадської думки, запропонована американським соціологом Дж. Фішкіним. Ця технологія виявляє громадську думку, яка склалася б за

умови, якби населення було максимально та всебічно інформоване про певну інновацію і формувало б своє ставлення до неї у процесі її обговорення з фахівцями й представниками різних груп населення. Ця технологія також дає можливість зрозуміти, в якому напрямі рухатиметься становлення образу інновації за умови належним чином організованого інформування, діалогу між ініціаторами змін і громадськістю. Водночас її застосування здатне скоригувати уявлення щодо обговорюваної проблеми.

Суть цієї технології детально описана у низці відповідних публікацій [Докторов, 2004; Fishkin, 2005; Fishkin Deliberative Polling ...]. Стисло її суть викладено у розділі 3.2.1 цієї монографії. Для фахівців із формування громадської думки згадана технологія представляє інтерес ще й тому, що образ суспільної інновації не є дзеркальним відображенням ані її реальної сутності, ані того її образу, що транслюється ЗМК або ж твориться під час міжособового спілкування. Образ інновації, який складається у громадській думці, це результат конструювання, що постає під час обговорень. Вважається, що обговорення сприяє “збагаченню” громадської думки, а в ідеалі – виробленню певного консенсусного бачення. Таке розуміння сутності формування образу інновації не заперечує моделі “індоктринації”, або просвітництва, яка передбачає “трансляцію” образу інновації, виробленого її авторами, та його “засвоєння” цільовими аудиторіями, його “вкорінення” у свідомість реципієнтів, а доповнює її. Зокрема, йдеться про творчу здатність до емоційного передбачення подій та явищ дійсності, емоційної уяви як основи творення смислообразу (Я. Е. Голосовкер) інновації. Сміслообраз є не лише перехідною формою від уявлення до поняття, він являє собою своєрідну вихідну метафору, яка у подальшому піддається розшифровці. Для розробників технологій формування образу інновацій ідея збагачення має виняткове значення, адже, як уже зазначалося, спочатку громадська думка стосовно них або взагалі відсутня, або є несформованою, незрілою.

На сьогодні технологія збагачення громадської думки – це передусім дослідницький інструментарій, у якому чи не найдискусійнішим елементом є власне етап збагачення. Зокрема, незрозуміло, за яких умов збагачення відбувається, а за яких ні; що слід вважати критеріями збагачення; чи можна визначити певні універсальні напрями, за якими має відбуватися збагачення думки щодо

будь-яких суспільних інновацій, і якщо так, то за якими саме, тощо. Виокремлення таких напрямів, на нашу думку, має прикладне значення, бо уможливорює спрямування інформаційної роботи, полегшує зіставлення образів різних інновацій тощо. Саме тому нашою метою є пошук деяких універсальних смислових вимірів образу інновацій. Ми припускаємо, що, попри предметну специфічність кожної окремої суспільної інновації, мають існувати деякі загальні параметри їхньої оцінки.

На нашу думку, збагачення може відбуватися як під час стійких, так і спеціально організованих обговорень, у яких мають змогу брати участь і прихильники, і противники інновації. До умов продуктивності таких обговорень, зокрема, належать наявність суспільного інтересу до проблеми, що перебуває у їхньому фокусі, а також певне розмаїття оцінок, думок, рольових позицій. Обов'язковою умовою збагачення, за Дж. Фішкіним, є також участь у дискусіях фахівців з обговорюваної проблеми. Необхідність їхньої участі не обґрунтовується, але неявно припускається, що саме завдяки їхнім роз'ясненням “сира” громадська думка перетворюється на “зрілу”, “збагачену”. Підстави для такого припущення, що виконує роль аксіоми, видаються самоочевидними, адже, на відміну від інших учасників обговорення, фахівці (експерти) краще за інших обізнані з пропонованою інновацією. При цьому може виникати враження, що суть “збагачення” зводиться лише до передачі деякого “правильного” знання про інновацію невідомим або недостатньо обізнаним учасникам обговорення чи тим, у кого склалося “викривлене” уявлення про неї. Звичайно, такий підхід до розуміння та втілення ідеї “збагачення” не виключений. Проте він не є правильний з кількох причин. По-перше, до обговорення зазвичай залучаються експерти різних професій, завдяки чому об'єкт, створений у межах однієї професійної діяльності, оцінюється з іншої професійної позиції. По-друге, пересічні громадяни – учасники дискусії також можуть і повинні розглядатися як експерти, оскільки тою чи тою мірою відчувають (чи будуть відчувати) прямі та опосередковані наслідки впровадження інновації. Така експертиза визначається як суспільна, або споживацька. Світовий досвід застосування цього типу експертизи стосовно великих соціальних та економічних проектів на сьогодні налічує не один десяток років.

Що ж відбувається під час обговорень інновацій? Яким чином здійснюється “збагачення” уявлень про неї? За якими напрямками воно відбувається? Чи можна виокремити серед них деякі універсальні і використати їх з метою підвищення ефективності технології збагачення, її подальшого вдосконалення, а також для розробки методичного інструментарію, оцінки образів інновацій?

На нашу думку, розмаїття думок щодо інновації, погляд на неї з різних позицій, різноманітні аспекти її аналізу дають можливість розширити смислові виміри образу обговорюваної інновації, збагатити його. Проте збагачення не може бути зведене лише до підвищення когнітивної складності. Окрім когнітивної, збагачення має й не менш важливу емоційну складову. Вона полягає у розширенні спектра емоційних реакцій, що пов’язуються з інновацією, очікуваними наслідками її впровадження тощо. Уявлення про інновацію “сплавляються” і отримують відповідну спрямованість, значення та смисли завдяки найрізноманітнішим людським емоціям – страху, подиву, сподіванням, надіям, радості, розчаруванню, захопленню, огиді, благоговінню тощо. Під час обговорень завдяки творчому емоційному співчуванню та сприянню іншим стеничні й астенічні, альтруїстичні й егоїстичні, практичні і гностичні, моральні й естетичні емоції “сплавляються” з “видимим полем” у формі почуттєво-наочних і /або понятійних образів, породжуючи вихідне утворення подальшого розвитку образу інновації – систему її смислообразів. Обговорення сприяють взаємодії смислообразів, коливанню, мерехтінню смислів, актуалізації особистісних, надособистісних, екзистенційних смислів, їх перетіканню, розривам та розширенню. Предметом нашого подальшого аналізу буде переважно когнітивна складова.

Попри те, що під час обговорення тої чи тої суспільної інновації в центрі уваги перебувають її специфічні особливості, можна виокремити й деякі спільні, наскрізні теми, які щоразу наповнюються новим, предметно-специфічним змістом. Існування таких тем засвідчує наявність певних універсальних смислових вимірів сприйняття інновацій. Ці виміри не є сталими, раз і назавжди визначеними. Їх кількість та суб’єктивна значущість, пріоритетність може змінюватися, пульсувати. Не претендуючи на всеосяжність, спробуємо окреслити основні з них.

Актуальність, потрібність, своєчасність. Значущість суспільної інновації з погляду можливості розв’язання нагальних проблем сьогодення є однією з найважливіших її оцінок у часовому вимірі. Реформатори, пропонуючи змінити ті чи ті форми суспільного життя, нерідко стикаються з тим, що пропоновані ними інновації обговорюються саме у площині актуальності–неактуальності. Скажімо, протягом вже багатьох років тривають палкі дискусії з приводу актуальності розвитку фермерства. Його прихильники вважають, що майбутнє саме за фермерськими господарствами. На думку противників – це шлях у нікуди, вони вважають актуальним розвиток великого товарного виробництва.

Суспільні інновації можуть оцінюватися як потрібні, але не своєчасні. У таких випадках говорять, наприклад, про те, що реформи треба було розпочинати раніше, що реформатори спізнилися. До таких *запізнілих* реформ в Україні зазвичай відносять пенсійну реформу, реформу системи охорони здоров’я, ЖКГ тощо [Залецька, 2010; Панченко, 2011]. Інший варіант – оцінка реформи як *передчасної*. У цьому випадку наголошують на необхідності “визрівання” відповідних умов, проведення відповідної підготовчої роботи тощо.

Оцінка інновації у часових координатах може здійснюватися з позицій її відповідності не тільки проблемам сьогодення, а й завтрашнього дня. У цьому разі йдеться про *перспективність* пропонувананих чи здійснюваних суспільних інновацій.

Часовий вимір оцінки інновацій є надзвичайно важливим не тільки з погляду формування її образу, а й вибору між наздоганяючим та випереджальним шляхами інноваційного розвитку. У разі, коли реформатори надають перевагу вичікувальній стратегії, вимагаючи наявності всіх необхідних та достатніх умов запровадження інновацій, існує велика ймовірність опинитися на шляху суспільного розвитку, що визначають як “наздоганяючий”. Вибір випереджального шляху пов’язаний із значно більшими ризиками, невизначеностями, небезпеками і більшою мірою зумовлений орієнтацією реформаторів на майбутнє.

Важливою умовою ефективного реформування є *зрозумілість* реформ як для тих, хто має їх реалізовувати, так і для суспільства в цілому. Зазвичай у центрі уваги опиняються смислові розриви між елітою та широкими масами. Про значущість цього вимі-

ру суспільних інновацій свідчить існування глобальних дослідницьких проектів на кшталт “Розуміння реформ”, що виконувався Глобальною дослідницькою мережею (GDN) [Пасхавер, 2010]. На жаль, сьогодні найчастіше мову ведуть про нерозуміння урядових реформ. Ось лише деякі заголовки повідомлень, поширюваних ЗМІ: “Освітні трансформації в Україні без розуміння реформ?”; “Тігіпко вважає, що Україна повинна потихеньку зрозуміти реформи” [Освітні трансформації ...; Тігіпко вважає ...]. Незрозумілість реформ, на думку деяких експертів, провокує серед громадян якщо не панічні, то принаймні песимістичні настрої [Песимізм українців ...]. Доволі часто у повідомленнях ЗМІ йдеться про викривлене розуміння пропонованих інновацій. Так, для багатьох пересічних українців суть реформування ЖКГ вбачається лише у підвищенні тарифів. Щоправда, є надія, що “2012 принесе українцям розуміння реформ” [2012 принесе ...].

Одним із найбільш обговорюваних аспектів того, що мають зрозуміти про інновацію її ініціатори та пересічні громадяни, є **наслідки** впровадження інновації. Найчастіше йдеться про прямі наслідки, дещо рідше – про непрямі та віддалені. Наслідки реалізації суспільних реформ оцінюються також з огляду на те, наскільки вони є очікуваними, прогнозованими, продуктивними, безпечними тощо. Важливими для формування образу інновації є суспільно очікувані наслідки реформ, адже вони можуть бути не тільки реалістичними, а й завищеними, упереджено негативними.

Зрозумілість значною мірою забезпечується доступністю інформації, простою її викладу, проте це далеко не єдиний чинник. Крім цього, важливим, зокрема, є рівень особистої залученості до інноваційних процесів.

Іншим аспектом обговорень, який дає можливість зрозуміти сутність пропонованих суспільних інновацій, є **шляхи та конкретні механізми і способи їх втілення**. Дискусії ведуть з приводу пріоритетності тих чи тих пропонованих шляхів, доцільності запозичення чужого досвіду, пошуку власних “рецептів”, вияву власної ініціативи, необхідності врахування вітчизняних реалій, забезпеченості належними ресурсами, можливості реалізації у конкретних умовах тощо. Результатом цих дискусій є утворення таких смислових вимірів образу інновації, як *продуманість, реалістичність, ефективність, результативність*.

Не менш важливим виміром образу суспільної інновації, який постає під час обговорення шляхів та способів її впровадження, є відповідь на питання про те, буде її практична реалізація **на-
сильницькою** чи ні. Цей вимір інтегрує в собі чимало інших оцінок – *відповідність інновації потребам людей, рівень її громадської підтримки, ступінь популярності, обов'язковість використання* тощо. Загалом усі вони є своєрідними індикаторами дії більш глибинного фактора, пов'язаного з розумінням, що неявно нав'язується самим терміном “впровадження”. Останній передбачає наявність певної перешкоди, подолання якої потребує відповідних зусиль. Таке розуміння є природним для суб'єкт-об'єктної парадигми мислення. Воно передбачає явний чи неявний певного ступеня сили опір суспільного середовища. Народ при цьому розглядається як об'єкт “для здійснення над ним усіляких реформ, а не їх суб'єктом і творцем” [Задрский, 2012]. Але спроба реалізації суспільних інновацій за відомою формулою “для народу, але без народу” чи й того гірше “не для народу й без народу” спричиняє відчуженість людей від реформ, що може виявлятися не тільки в активному спротиві, актах саботажу, а й у їх цілковитому нерозумінні через небажання розбиратися у їхній суті. Усвідомлення ступеня своєї залученості (чи відчуження) до запровадження суспільної інновації людина зазвичай виявляє у формі оцінного судження “**сто-
сується мене особисто** чи ні”.

Відносно незалежним смисловим виміром образу суспільної інновації є її **масштаб**. Діапазон оцінок цього виміру варіює від нанореформ [Зубченко, 2011] до реформ глобальних, всеохопних тощо. Розміри останніх самоочевидні і пояснень не потребують. Коли ж ідеться про нанореформи, то мається на увазі, що “процес триває, а результати непомітні. Чому? Тому що вони дуже маленькі. У наноформаті”. Вплив масштабу на рівень привабливості образу реформ не є однозначним. З одного боку, громадяни, незадоволені наявною соціально-економічною ситуацією, прагнуть масштабних та радикальних змін, а з другого – не люблять, коли докорінно змінюються звичні правила гри. Часто умовою успішності масштабних суспільних інновацій є їх орієнтація на деяку глобальну цінність. По суті, йдеться про ще один вимір образу суспільної інновації – морально-етичний, ціннісний.

Морально-етичний вимір образу суспільних реформ виявляє себе в оцінках кожної реформи як справедливої – несправедливої, моральної – аморальної, гуманної – антигуманної тощо [Томенко, 2011; Тымчук, 2011]. Цей вимір образу реформ не завжди є проявленим, проте надзвичайно важливим. Ще у XIX ст. англійський письменник-філософ Т. Карлейль наголошував: “Будь-яка реформа, крім моральної – марна” [Свободная энциклопедия...]. Суперечки з приводу справедливості суспільних реформ між владою та опозицією є традиційними. Опозиція звинувачує владу у проведенні антинародних реформ, влада виправдовується і називає свої реформи справедливими. Проте навіть поверховий, зроблений “на око”, аналіз повідомлень ЗМІ свідчить, що оцінки реформ як несправедливих, антинародних трапляються частіше. Влада ж воліє говорити про реформи, які мають на меті прозаїчне “покращання” життя.

Наостанок варто згадати ще один вимір образу суспільної інновації, про який побіжно йшлося на початку. Своїм виявам цей вимір зобов’язаний посиленню тенденції до симулякризації дійсності. Йдеться про намагання розрізнити образ-імітацію і образ-відображення. У першому випадку за образом криються удавані, суто віртуальні реформи, псевдореформи, їх імітація, у другому – реформи реальні [Азаров опроверг ..., 2012; Будут реформы ..., 2012; В Украине ..., 2012; В энергосекторе ..., 2012; Евдоимов ..., 2011].

Неважко помітити, що всі означені виміри тою чи тою мірою містять емоційно-оцінну складову, яку можна розглядати як окремий вимір ступеня привабливості та довіри.

Зазначені виміри образу суспільних інновацій є взаємопов’язані, здатні “перетікати” один у другий. Суб’єктивна значущість цих вимірів не є однаковою, раз і назавжди встановлена, а визначений перелік не є сталий.

Підсумовуючи викладене, доходимо висновку, що, попри предметну специфічність кожної окремої суспільної інновації, можна виокремити деякі загальні параметри їхньої оцінки. Як універсальні, відносно незалежні смислові виміри образу суспільних інновацій, що їх задають, можуть, зокрема, виступати часові, емоційні, морально-етичні, когнітивні, праксеологічні та низка інших параметрів. Їхня сутність розкривається такими характеристиками як “своєчасна”, “запізніла”, “передчасна”, “перспективна”, “приваб-

лива”, “моральна”, “справедлива”, “зрозуміла”, “масштабна”, “удавана” тощо. Виокремлені смислові виміри слугують своєрідними координатами семантичного простору, в якому творять образ суспільних реформ вітчизняні ЗМІ. Вони також можуть слугувати напрямами обговорення інновацій в межах технології збагачення громадської думки, використовуватися з метою розробки методичного інструментарію, призначеного для оцінки образів інновацій. Оскільки смислові виміри взаємопов’язані, здатні “перетікати” один у другий, а їхня суб’єктивна значущість не є стала, їхня реконструкція у кожному окремому випадку має здійснюватися із застосуванням психосемантичних методів та контент-аналізу.

2.2.3. Методи оцінювання прогнозної ефективності технологій формування образу інновації

Усвідомлення залежності між ступенем привабливості інновацій та успішністю їх запровадження стимулює розробку технологій формування відповідних образів. Природно, що це породжує також проблему оцінювання їхньої ефективності. Думки фахівців із цього приводу наразі полярні. Ті, хто вважає управління громадською думкою мистецтвом, не схильні вірити у можливість об’єктивного оцінювання ефективності використовуваних технологій. Значно оптимістичніше налаштовані ті, хто вірить, що розвиток соціальної психології і соціології комунікацій, математичної статистики і теорії імовірностей, структурної лінгвістики і математичної теорії ігор зробив аналіз ефективності справою цілком професійною і достатньо точною.

Оцінювання ефективності технологій формування образу інновацій складається з прогнозного, поточного та підсумкового оцінювань. Прогнозне оцінювання здійснюється на етапі розроблення концепції рекламно-інформаційної кампанії з просування інновації, поточне – у процесі її реалізації з метою оперативної корекції результатів, їх наближення до запланованих показників, підсумкове – після завершення кампанії. Найчастіше вдаються до поточного та підсумкового оцінювань, проте їхня ретроспективна спрямованість зазвичай дає змогу лише фіксувати помилки, але не передбачати їх. До стартової аналітики вдаються не так часто, як це мало б бути.

Найчастіше прогнозне оцінювання ефективності технологій, які планується використати як інструмент формування бажаного образу інновації, здійснюється за допомогою експертних опитувань та за результатами фокус-групових досліджень. На жаль, відповідні прогнози часто є занадто суб'єктивними і поверховими. Підвищення їхньої об'єктивності та обґрунтованості залишається актуальною проблемою.

Найбільш ефективними методами й технологіями творення і корекції образу інновацій є ті, що враховують особливості природи образу, його будову, закономірності виникнення і трансформації тощо. Сучасна психологічна наука пропонує чимало методів реконструкції образів різноманітних соціальних об'єктів, не менш різноманітними є їхні моделі. Проте прогностичний потенціал цих напрацювань досі не ставав предметом спеціального аналізу. Саме тому й виникла потреба з'ясувати прогностичні можливості існуючих моделей та методів реконструкції образів інновацій.

Аналіз відповідної фахової літератури [Інформаційний вплив ..., 2011] свідчить, що прогнозне оцінювання ефективності інформаційних та інших формувальних впливів здійснюється звичайно за допомогою інтуїтивних (експертних) або формалізованих методів.

Інтуїтивні (експертні) методи можуть ґрунтуватися як на індивідуальних, так і на групових оцінках, а сама експертиза – бути професійною або ж споживацькою. Висловлюючи оцінкові судження, експерти керуються явними і неявними знаннями [Ларичев, 2003]. Неможливість оцінити внесок кожного із цих видів знань в експертні висновки дає підстави вважати експертні методи інтуїтивними. Критичним моментом в експертних методах є оцінювання прогностичної компетентності експертів. На практиці її зазвичай визначають за формально-статусними ознаками, хоча існує низка досліджень, які доводять, що ця здатність забезпечується різними ресурсами, до яких належать деякі особливості нервової системи й темпераменту, когнітивні ресурси (зокрема формально-логічний, соціальний та емоційний інтелект) тощо [Ничипоренко, 2007]. Попри суб'єктивність експертних оцінок, їхній ідеографічний характер дає змогу при побудові прогнозів враховувати унікальні особливості як самої технології формування образу інновації, так і умов її застосування.

Серед формалізованих методів для прогнозування інформаційних впливів активно використовуються математичні, які можуть базуватися на статистичних методах, іконологічному чи клітинному моделюванні або ж на нейронних мережах [Клеточные автоматы ...]. Найактивніше математичні методи використовуються для прогнозування поширення інформації. Ідеться передусім про спеціальні комп'ютерні програми з медіапланування, завдяки яким забезпечується оптимальне розміщення потрібної інформації у засобах масової комунікації. Прогноз складається на основі даних відповідних медіадосліджень. Він дає змогу, зокрема, порівнювати ефективність різних медіаканалів і на основі низки спеціальних показників з'ясовувати ступінь доцільності їх включення до медіаплану. Як свідчить практика, завдяки точним розрахункам грамотне медіапланування дає можливість заощадити 10–30 % рекламного бюджету, а також цілком усвідомлено обрати найефективнішу схему розміщення інформації у межах одного й того самого бюджету. Найінтенсивніше медіапланування розвивається у сфері телебачення, а останнім часом – й у сфері інтернет-комунікацій. У сфері радіо, друкованих видань та зовнішньої реклами медіадослідження і медіапланування також є поширеними практиками. Що ж до комп'ютерних програм, призначених для прогнозування поширення інформації каналами міжособового спілкування, то сьогодні вони залишаються скоріше дослідницьким інструментом, аніж комерційним продуктом [Колядин, 1999]. Проте підвищення уваги рекламодавців та інших гравців різноманітних ринків до використання онлайн-ових соціальних мереж, мабуть, докорінно змінить цю ситуацію вже найближчим часом.

Формалізовані методи дають можливість складати прогнози, придатні не тільки для оцінювання поширення інформації, а й для передбачення змін у свідомості реципієнтів, що виникають унаслідок споживання цієї інформації. До них, зокрема, належать методи автоматичного реферування текстів, когнітивне картування, репертуарні ґратки, фоносемантичний аналіз [Журавлев, 1991; Персональная система ...]. Чимало із цих методів можуть бути використані для оцінювання прогнозної ефективності технологій формування образу інновації.

Традиційні схеми оцінювання психологічної ефективності технологій формування у громадській думці образів тих чи тих

об'єктів або явищ передбачають, зокрема, їх реконструкцію дослідником до і після формувальних впливів. Зіставляючи реконструйовані образи, дослідник намагається виявити відмінності між ними й довести, що вони були спричинені саме формувальними впливами. Реконструйовані образи являють собою моделі – спрощені аналоги, замітники образів, що містять інформацію про їхні певні властивості. Оскільки модель у певному розумінні є замітник образу як реального психічного явища, вона може бути використана як об'єкт експериментування, що відкриває можливості для з'ясування імовірних наслідків тих чи тих впливів на образ досліджуваного об'єкта, а відтак і для прогнозного оцінювання ефективності відповідних технологій впливу. Особливо значущу роль моделювання здатне відіграти в ситуаціях, коли ефективність технології залежить від великої кількості чинників, які взаємодіють між собою, що утруднює або й унеможливує емпіричну перевірку їхньої дії шляхом традиційних експериментів.

Образ інновації як предмет формувальних впливів дослідники уявляють по-різному. Спільним є те, що ці уявлення утворюють інтегральну модель образу інновації, яка вибудовується на основі інтуїтивної та раціональної моделей.

Інтуїтивна модель вибудовується стихійно, її творення відбувається паралельно із творенням моделі раціональної, а наявність зазвичай навіть не усвідомлюється. Значення інтуїтивних моделей не варто применшувати, оскільки саме завдяки їм експерти приймають рішення, дають оцінки та роблять висновки в умовах дефіциту інформації, коли внаслідок великої кількості взаємозв'язків і розмаїтості чинників неможливо логічно “вирахувати” найбільш імовірний варіант змін.

Побудова раціональної моделі передбачає структурування уявлень про образ, його спрощення, розкладання на окремі складові з подальшим синтезом і представленням у вербальній або математичній формі. Тому для постановки експериментів придатними вважаються передусім раціональні моделі. Вибудовуючи їх, дослідники виходять з того, що образ є цілісним утворенням, проте відразу ж “розчленовують” його, виокремлюючи в ньому певні складові у вигляді компонентів, рис, ознак тощо, які надалі слугують елементами моделі. На наступному етапі виокремлені елементи певним чином структурують, адже передбачається, що форму-

вання образу певного об'єкта у свідомості реципієнтів відбувається відповідно до структурованих схем, які являють собою психологічні моделі образу.

Беручи до уваги процедуру побудови структури моделей, можна виокремити кілька їх типів. Структурні моделі першого типу є результатом теоретичного аналізу або узагальнення вільних описів модельованого образу, які отримують під час експертних чи масових опитувань або аналізу повідомлень ЗМК відповідної тематики. Уся розмаїтість характеристик, за допомогою яких описується образ, дає змогу вирізнити кілька груп. Результатом такого групування є біполярні, дво-, три-, п'ятипроменеві і навіть 16-факторні моделі. Моделі другого типу утворені внаслідок застосування методів експериментальної психосемантики. Вони також дають можливість будувати n-мірні моделі образів, проте групування тут відбувається не за допомогою логічних міркувань, а шляхом застосування спеціальних математичних процедур (найчастіше факторного аналізу).

Значно рідше порівняно з променево-факторними моделями трапляються моделі образів у вигляді ядра (центра) і периферійної частини. Елементи образу, що належать до ядра, сприймаються як сутнісні, смислотвірні, а периферійні – як поверхові, описові. Проте це зовсім не означає, що найбільш результативною завжди є “лобова атака” на “ядерну” частину образу, оскільки саме вона буває найстійкішою до змін. Бажаний результат часто досягається завдяки формувальним впливам на периферійну, відносно легко змінювану частину образу.

Моделі також можуть бути описовими або інформаційними, тобто такими, що відображають основні елементи образу, взаємозв'язки між ними і на основі цього здатні забезпечити перетворення вхідних даних на вихідні. Саме за допомогою інформаційних моделей можна оцінити прогностну ефективність впливу певної технології. В одних із цих моделей дослідник концентрує увагу на конверсії – процесі перетворення вхідних сигналів на вихідні, в інших – його цікавитиме лише вплив факторів на відгуки, а не на сам процес перетворення. В останньому випадку модель належить до класу моделей “чорної скрині”. Саме з ними найчастіше мають справу дослідники образів.

Нас цікавлять моделі образів, які дають змогу визначати в них ті структурні елементи, впливаючи на які можна змінювати інші елементи і в такий спосіб досягати трансформації образу в бажаному напрямку. Логічно було б припустити, що ті елементи образу, зміна яких зумовлює якнайбільше бажаних змін серед інших його складових, варто розглядати як основні “мішені” формувальних технологій. Визначити такі складові можна в різний спосіб – інтуїтивно, на око, або ж спираючись на існуючі наукові напрацювання, в основі яких лежать різні способи реконструкції образів.

Мабуть, найпростішим способом модельного представлення образу інновації, що склався у свідомості відповідної цільової групи впливу, є шкальний профіль, який має вигляд лінійної чи кругової діаграми. Така модель дає змогу наочно продемонструвати зміни, яких зазнали елементи образу під впливом застосованої технології, проте для прогнозування цих змін вона непридатна. За її допомогою також неможливо визначити, які елементи образу мали б стати головними “мішенями” впливу.

Останнім часом дедалі більшої популярності набувають психосемантичні методи реконструкції образів. Експериментальна психосемантика, як відомо, виходить з того, що суб’єкт активно структурує навколишній світ і створює для себе його проекцію у вигляді певної системи значень. Виявлення цих значень та їх представлення у вигляді тих чи тих моделей є основним завданням психосемантики.

Психосемантичну модель образу інновації можна подати кількома способами. Відповідно до першого це може бути таблиця факторних навантажень ознак чи опис змісту факторів, які розглядаються як основні компоненти досліджуваного образу. Другий спосіб представлення психосемантичної моделі того самого образу являє собою кругову діаграму; осі в ній відповідають виокремленим компонентам образу, а бали – ступеню їх вираженості. Третій спосіб полягає в тому, що образи можуть бути презентовані як цілісні одиниці (точки) в семантичному просторі ознак; за допомогою такого способу презентації можна зіставляти, порівнювати образи в просторі їхніх основних смислових параметрів, відстежувати динаміку зміни образів.

Безперечною перевагою щойно описаних факторних моделей образу інновації є їх компактність. Процедури факторного аналізу

дають змогу істотно зменшити розмірність простору ознак, з яких складається образ. Крім того, за допомогою факторних моделей можна з'ясувати, які з виокремлених параметрів образу є більш суб'єктивно значущими, а які – менше. За кількістю вирізнених факторів можна певною мірою судити про ступінь когнітивної складності образу. Слід також відзначити чутливість цих моделей до змін, яких зазнає образ у процесі впливу, оскільки основні параметри образу являють собою інтегральні оцінки основних його елементів і здатні завдяки факторним навантаженням враховувати “внесок” кожного окремого елемента в певний параметр. Проте ці моделі також призначені лише для фіксації змін, яких зазнає образ унаслідок того чи того впливу. Спрогнозувати, яких трансформацій зазнає образ, якщо спрямувати вплив, скажімо, на певний елемент образу, за допомогою цих моделей неможливо.

Ще один спосіб візуалізації структурної організації ознак, з яких складається образ – так звані кореляційні плеяди. Кореляційна плеяда являє собою граф, вершинами якого є елементи образу, а ребрами – кореляційні зв'язки між ними. Ці зв'язки, як відомо, можуть бути тісними і слабкими, статистично значущими і незначущими, позитивними і негативними. Вони також можуть вказувати на напрям впливу, допомагаючи досліднику зрозуміти, який із двох елементів образу впливає на інший більшою мірою. Якщо з кореляційної плеяди прибрати статистично незначущі і слабкі зв'язки між ознаками, то можна виокремити групу (або кілька груп) найтісніше пов'язаних між собою ознак (елементів) образу.

Дослідження, які здійснювалися за допомогою техніки репертуарних ґраток [Репертуарные решетки ...], свідчать, що елементи можуть утворювати монолітну, фрагментарну та артикульовану системи і в такий спосіб оцінювати ступінь “жорсткості” – “крихкості” образу, а також з'ясовувати зміст його “ядра” і “периферії”. Ці відомості можуть стати в пригоді і під час прогнозування імовірних наслідків впливу на образ, оскільки відомо, наприклад, що “ядерні” (центральні) елементи піддаються змінам найважче, тоді як периферійні – найлегше. О. П. Крупник у своїх дослідженнях довела, що за певних умов суперординатні конструкти, яким зазвичай притаманний високий ступінь спротиву змінам, у супереч теорії Хінкла можуть втрачати цю здатність, а субординатні, навпаки, набувати її [Крупник, 2000; Крупник, 2003]. Ці та інші закономір-

ності, виявлені дослідниками, використовуються для прогнозування імовірних наслідків впливу на ті чи ті елементи образу.

Використання кореляційних плеяд для прогнозування ефективності впливів на ті чи ті елементи образу донедавна стримувалося тим, що їх побудова зазвичай здійснювалася вручну і була справою трудомісткою, особливо в тих випадках, коли елементів виявлялося чимало. На сьогодні існує низка комп'ютерних програм, які можна застосовувати для вирішення цього завдання (UCINET, ORA, PAJEK, GEPHI) [Прохоров, 2006; Шатилов, 2008]. Вони дають змогу вибирати найбільш прийнятні для інтерпретації варіанти візуалізації досліджуваних структур. За допомогою згаданих програм можна, зокрема, візуалізувати відповідні плеяди з урахуванням належності елементів образу до тих чи тих факторів.

Факторні моделі образу інновацій та моделі у вигляді кореляційних плеяд спрощують процес вибору в образі тих елементів, які мали б бути головними “мішенями” впливу. Проте цей вибір все ж залишається інтуїтивним, оскільки “прорахувати”, що станеться з образом, якщо зосередити вплив на якомусь одному чи декількох його елементах, практично неможливо через велику їх кількість. Відтак багата емпірична інформація, отримана під час досліджень, часто виявляється надлишковою, а отже, фактично зайвою, непотрібною. У кращому разі її намагаються використати “на око”. Зарадити цьому могла б, на наш погляд, нейромережева експертна система Neuro Expert [Программа ...], яка допомагає отримати прогнозні оцінки, а точніше – відповідь на запитання “Що буде, якщо станеться те-то?”. Програма Neuro Expert призначена для прогнозування ситуацій, подій та явищ у різних предметних сферах за наявними даними. За її допомогою користувач може:

- задати об'єкти, елементи (концепти) предметної сфери, а також відповідні зв'язки між ними, які можуть являти собою причинно-наслідкові відносини між елементами, що встановлюються експертом (позитивні, негативні, немає відносин). Аналогами таких зв'язків можуть бути й емпірично виявлені коефіцієнти кореляції;
- здійснити прогнозування за схемою “якщо – то”;
- отримати в друкованій або екранній формі звіт (або графічне представлення) у вигляді напрямків змін заданих дослідником елементів (параметрів). Максимальна кількість оброблюва-

них елементів сягає кількох сотень і залежить від потужності використуваного комп'ютера.

Для розроблення цієї програми було використано нейронну мережу Дж. Хопфілда. В останній її версії кожний елемент розглядають як окремий нейрон, а коефіцієнти зв'язків між ними – як синаптичні ваги. У більш ранній версії зв'язки між елементами моделі могли набувати лише одного значення з трьох можливих: 1 – позитивний зв'язок, (- 1) – негативний зв'язок, 0 – зв'язку немає.

Застосування програми Neuro Expert для оцінювання прогностичної ефективності технологій формування образу інновації виглядає таким чином. Спочатку за допомогою семантичного диференціала чи техніки репертуарних ґраток виявляють уже існуючий образ інновації, який у подальшому має стати об'єктом формувальних впливів. На наступному етапі в реконструйованому образі визначають найбільш проблемні складові, які хотілося б змінити. Найчастіше таким параметром є ступінь привабливості образу. Далі на основі візуального аналізу кореляційних плеяд складають перелік елементів, прямо або опосередковано найтісніше пов'язаних із цільовою ознакою, яку потрібно змінити. Визначені елементи розглядають як потенційні “мішені” для формувальних впливів. Через те що їх зазвичай буває забагато, виникає необхідність оцінити, на яких із них варто зосередитися у процесі, наприклад, інформаційно-роз'яснювальної роботи. Завдяки програмі Neuro Expert з'являється можливість з'ясувати, мають це бути, приміром, “перспективність”, “безпечність”, “зрозумілість”, “забезпеченість ресурсами” чи якісь інші складові, здатні забезпечити зростання привабливості образу інновації, змінити якісь інші його цільові параметри. Визначені в такий спосіб ключові параметри образу в подальшому можуть бути об'єктом більш детальної емпіричної перевірки.

Як бачимо, сучасні комп'ютерні технології, що ґрунтуються на нейронних мережах, роблять можливим розроблення прогнозів, здатних враховувати знання про зв'язки між елементами певної предметної сфери. Це дає змогу, зокрема, визначати ті елементи образу інновації, впливаючи на які можна досягти бажаних змін інших його складових. Психологи, на жаль, майже не використовують потенціал цих технологій. З'ясування їхніх можливостей та обмежень ми бачимо як перспективу наших подальших досліджень.

2.3. Емпіричні дослідження сприймання модернізаційних процесів в освіті й суспільстві та формування їхнього позитивного образу

2.3.1. Модернізаційні процеси в Україні очима молоді

З огляду на сучасні світові тенденції Україною проголошено курс на інноваційний розвиток. Інноваційний потенціал є одним із головних чинників сприйнятливості до нововведень і може розглядатися як важлива складова іміджу держави. Для студентської молоді, що стоїть на порозі самостійного життя і намагається спроектувати власне майбутнє, неабияке значення має прогноз долі тієї країни, громадянами якої їм випало народитися. Оцінка інноваційного потенціалу власної Батьківщини та інших країн являє собою важливу складову такого прогнозу. Від того, яким він буде, врешті-решт, певною мірою залежить і доля самої країни. Адже не секрет, що чимало талановитої молоді, не бачачи перспектив у рідному краю, шукають застосування своїм талантам за його межами, посилюючи інноваційний потенціал інших держав, а не Батьківщини. Саме тому ми поставили собі за мету з'ясувати зміст уявлень студентської молоді про інноваційний потенціал України.

Поняття інноваційного потенціалу країни найбільш інтенсивно розробляється в економічній літературі. Проте й тут його тлумачення і визначення лишається суперечливо-неоднозначним [Безрудный и др., 1998; Многоликость инноваций ...]. У найзагальнішому розумінні інноваційний потенціал – це сукупність ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності [Стратегія інноваційного ..., 2009]. Серед цих ресурсів мали б бути і соціально-психологічні, проте у працях економістів із цілком зрозумілих причин вони відсутні. Хоча у низці робіт й наголошується на тому, що успіх інноваційної політики може ґрунтуватися лише на суспільній підтримці ідеї розвитку, заміні ідеології виживання та відтворення застарілих технологій і суспільних відносин на ідеологію та організацію інноваційно спрямованого суспільства, в цілому проблема

соціально-психологічних критеріїв оцінки інноваційного потенціалу суспільства ще чекає своєї розробки.

На нашу думку, важливими соціально-психологічними критеріями інноваційного потенціалу суспільства є рівень обізнаності населення щодо самого терміна “інновація”, імідж інноваційного суспільства як такого, оцінка інноваційних перспектив держави, ставлення до інновацій в основних сферах людського життя тощо. Певні розвідки у цій царині здійснювалися як українськими, так і російськими дослідниками [Яковец, 2004; Что означают ...].

Всеросійський центр вивчення громадської думки (ВЦИОМ), опитавши у березні 2008 р. 1600 респондентів з усіх регіонів Росії, з’ясував, що росіяни розуміють під інноваціями [Инновации ..., 2008; Яковлева, Владыкина, 2008]. Виявилось, що 80 % росіян практично не мають уявлення про те, що таке інновації. Причому кожний другий з опитаних взагалі не зміг визначити, що це таке. Найчастіше під інноваціями росіяни розуміють будь-які нововведення (27 %), а також упровадження сучасних технологій (15 %). Менше тих, хто вважає, що це – використання науки і техніки (3 %), інвестиції у перспективні галузі економіки, соціальні зміни і конкретні нововведення (по 1 %). Чим вищий рівень освіти опитаних, тим менше складнощів викликає в них визначення поняття “інновації” (частка тих, хто обрав варіант відповіді “важко відповісти” серед осіб з освітою нижче середньої становить 89 %, а в групі з вищою та незакінченою вищою освітою – 30 %). Попри низький рівень обізнаності про зміст поняття “інновації”, 60 % опитаних вважають, що інновації – це добре.

Спроби виміру ступеня інноваційності суспільства робилися і в Україні. Ставлення до інновацій різних соціально-демографічних груп українського суспільства було предметом соціологічного опитування “Інноваційний потенціал українського суспільства: вересень 2006 р.”, здійсненого в межах науково-дослідної роботи “Людський фактор інноваційного розвитку українського суспільства” Державною установою “Інститут економіки та прогнозування НАН України” та Центром “Соціальний моніторинг” [Левін, Ноур, 2007]. Результати загальноукраїнського опитування 2143 респондентів віком від 18 років і старше, проведеного у вересні 2006 р., засвідчили загалом сприятливе ставлення до інновацій в українському суспільстві: 71 % опитаних вважали, що інтенсивне впрова-

дження інновацій – це добре. Протилежної думки дотримувалися лише 5 %, байдуже ставилися до них 14 %, кількість тих, хто вагався з відповіддю або не відповів, становила 10 %. (При цьому під інноваціями малися на увазі нові (інноваційні) технології, товари та продукти).

Окрім ставлення до інновацій взагалі, російські дослідники громадської думки з'ясовували також, як громадяни оцінюють роль інновацій у житті країни, які галузі потребують їх упровадження насамперед, що думають громадяни про інноваційні перспективи Росії тощо [Инновации ...; Яковлева, Владыкина, 2008].

Аналогічних вітчизняних досліджень відповідного масштабу нам, на жаль, виявити не вдалося, хоча це й не означає, що ставлення населення до різноманітних інновацій не відстежуються українськими дослідниками. Усі провідні соціологічні центри України, а також Інститут соціальної та політичної психології НАПНУ регулярно з'ясовують ставлення громадян до запроваджуваних політичних, економічних та освітніх реформ, хоча й не вживають при цьому термін “інновація”. Загалом же соціологічні та соціально-психологічні аспекти проблематики інновацій, інноваційної діяльності досліджуються росіянами помітно інтенсивніше, ніж їхніми українськими колегами.

Зважаючи на недостатню дослідженість проблеми ставлення українських громадян до інновацій, ми спробували з'ясувати детальніше, яким чином інновації сприймаються у молодіжному середовищі, що, за даними згаданого вище дослідження Центру “Соціальний моніторинг”, ставиться до інновацій найпозитивніше. Крім того, з часу проголошення незалежності України з'явилося чимало інновацій, які стосуються найрізноманітніших сфер людського життя. Одні з них були сприйняті громадянами позитивно, інші – негативно, а деякі залишилися взагалі не поміченими. До деяких люди призвичаїлися, і вони перестали сприйматися як щось нове, незвичне, перетворившись на буденні речі, без яких неможливо уявити повсякденне життя. Чимало з того, що сприймалося і сприймається представниками старшого покоління як інновації, не є таким для молоді. Молодь, на відміну від людей старшого віку, навпаки, часто не уявляє того, що передувало тій чи тій інновації, адже значна частина її зростала в оточенні мобільних телефонів, комп'ютерів, мікрохвильовок тощо. Молодим людям важко уявити,

що колись не було комерційних банків, інтернету, що квартири, в яких проживали громадяни, були власністю держави, що іншим був її політичний та соціально-економічний устрій.

У нашому дослідженні ми намагалися з'ясувати коло буденних уявлень молоді, пов'язаних з інноваціями. Зокрема, нас цікавило, з якими сферами людського життя молоді люди асоціюють поняття “інновація” та споріднені з ним терміни, наскільки інноваційним порівняно з іншими державами уявляється їм українське суспільство, які сфери та галузі потребують упровадження інновацій насамперед, ким інновації підтримуються, а ким гальмуються тощо.

Загалом протягом квітня – травня 2010 р. було опитано 158 осіб віком 18–35 років, переважно студентів київських ВНЗ.

Отримані результати свідчать, що термін “інновація” вважають доцільним застосовувати до сфери економіки 63,4 % опитаних, до соціальної сфери – 25,7 % (табл. 2.4). Із сферою політики та духовною сферою “інновації” майже не асоціюються. Із сферою політики його пов'язали 10,3 %, духовною сферою – 0,6 % опитаних. Фактично так само часто, як “інновація” з економічною сферою молоддю пов'язується і термін “модернізація”. Доцільним застосувати його саме до сфери економіки вважають 62,6 %.

Таблиця 2.4

Розподіл відповідей на запитання “Як Ви вважаєте, до яких із зазначених нижче сфер людського життя найбільш доцільно застосовувати перелічені нижче поняття?”, %

Поняття	Економіка	Політика	Соціальна сфера	Духовна сфера
Інновація	63,4	10,3	25,7	0,6
Реформа	27,8	58,0	14,2	–
Нововведення	29,0	22,7	44,3	4,0
Трансформація	24,6	30,3	26,9	18,2
Модернізація	62,6	11,1	19,9	6,4
Зміна	20,8	43,7	26,8	8,7
Оновлення	23,1	25,4	20,7	30,8

“Реформа”, на думку опитаних, є найбільш доречним словом для сфери політики і помітно меншою мірою підходить до еконо-

міки і соціальної сфери. На це вказали відповідно 58 %, 27,8 % та 14,2 %. А от до духовної сфери термін “реформи” взагалі застосовувати не варто.

До соціальної сфери найдоцільніше застосовувати термін “нововведення”, а до духовної – “оновлення”. Такої думки дотримувалися відповідно 44,3 % і 30,8 % респондентів.

Імідж інноваційного суспільства серед молоді мають передусім США та Японія. Такими вважають їх відповідно 89,7 % та 76,8 % опитаних (табл. 2.5). Третє місце посідає Китай – 64,1 %. Це дещо більше за кількість тих, хто вважає інноваційними Німеччину, Францію та Швецію. А от Україна посіла передостаннє місце у рейтингу з 14 країн, дещо поступившись Росії та випередивши лише Монголію. Кількість тих, на чію думку Україна є інноваційним суспільством, становить 13,4 %. Традиційним вважають його 72,4 %, вагаються з відповіддю 14,3 %. Цікаво, що згідно з “індексом інновацій”, який характеризує рівень взаємодії науки та бізнесу, а також швидкість упровадження наукових розробок в економіку, світовими лідерами є США, Тайвань, Фінляндія, Швеція і Японія. Росія посідає 34 місце, а Україна – 38. Для порівняння: Ізраїль – на шостому місці, Німеччина – на десятому, Англія – на 14, Франція – на 18. Ці дані оприлюднені в Economist Intelligence Unit (“Дзеркало тижня”. – 2004. – № 44. – 30 жовтня).

Щоб конкретизувати імідж інноваційного суспільства, групі із 17 студентів було запропоновано заповнити репертуарні гратки. Елементами в них виступили 10 країн: Англія, Ізраїль, Китай, Монголія, Німеччина, Росія, США, Україна, Швеція, Японія. Кожну з цих країн респонденти мали оцінити за 32 параметрами, використовуючи традиційну 7-бальну шкалу, крайній лівий полюс якої позначався як “-3”, а правий – “+3”. Дані заповнених респондентами репертуарних ґраток усереднювалися. Отримана в результаті усереднення групова репертуарна ґратка аналізувалася за допомогою кореляційного та кластерного аналізу.

Кластерний аналіз групової репертуарної ґратки засвідчив, що навіть за умови класифікації країн не за одним, а за багатьма параметрами, які, на нашу думку, можуть бути пов’язані із ступенем інноваційності–традиційності суспільства, поруч опиняються країни з приблизно однаковим (на думку респондентів) співвідношенням інноваційності–традиційності. В одному кластері опини-

лися США та Японія, які сприймаються як найбільш інноваційні. Країни з найнижчим ступенем інноваційності – Монголія, Україна та Росія – також опинилися в одному кластері. Дуже схожими між собою виявилися Швеція, Німеччина та Англія, які утворили окремий кластер. В один кластер потрапили також Китай та Ізраїль. Усі ці держави сприймаються як такі, що поєднують у собі ознаки як інноваційних, так і традиційних суспільств. Близькість Швеції, Німеччини та Англії може бути пояснена їх належністю до європейських країн, тоді як Китай та Ізраїль сприймаються як країни з незвичною, специфічною культурою.

Таблиця 2.5

Розподіл відповідей на запитання “Відомо, що країни істотно різняться за ступенем традиційності – інноваційності. На Вашу думку, які з наведених нижче країн являють собою інноваційні, а які традиційні суспільства?”, %

Країна	Однозначно інноваційне суспільство	Скоріше інноваційне суспільство	Інноваційне (однозначно + скоріше)	Скоріше традиційне суспільство	Однозначно традиційне суспільство	Традиційне (однозначно + скоріше)	Важко відповісти
США	56,8	32,9	89,7	8,0	0,5	8,5	1,9
Японія	61,9	14,9	76,8	7,9	12,6	20,5	2,8
Китай	44,6	19,5	64,1	20,9	10,7	31,4	4,7
Німеччина	27,4	33,5	60,9	23,6	13,2	36,8	2,4
Франція	20,6	37,8	58,6	24,9	12,0	36,9	4,8
Швеція	28,1	27,6	55,7	25,7	12,4	38,1	6,2
Фінляндія	15,6	29,8	45,4	30,7	11,2	41,9	12,7
Ізраїль	9,3	30,9	40,2	30,4	17,2	47,6	12,3
Англія	19,4	19,9	39,3	30,3	26,1	56,4	4,3
Тайвань	17,9	18,8	36,7	28,5	16,4	44,9	18,4
Індія	8,1	15,2	23,3	19,0	50,0	69,0	7,6
Росія	5,7	12,4	18,1	48,1	27,1	75,2	6,7
Україна	1,0	12,4	13,4	47,6	24,8	72,4	14,3
Монголія	2,4	3,9	6,3	19,3	51,2	70,5	23,2

За допомогою кореляційного аналізу з'ясовувалося, які із запропонованих для оцінки параметрів суспільства пов'язані у свідомості респондентів із ступенем його інноваційності-традиційності. Як показник ступеня зв'язку використовувався коефіцієнт кореляції Пірсона між параметром "інноваційність-традиційність суспільства" та всіма іншими параметрами. Нас також цікавило, як з ними пов'язаний ступінь бажання жити у відповідному суспільстві. Опосередкований шлях з'ясування характеристик, притаманних інноваційному суспільству, був обраний нами для уникнення зміщення оцінок у позитивний бік. Адже під час попереднього опитування було зафіксовано майже винятково позитивне ставлення до інновацій. Далі наводяться отримані "портрети" інноваційного суспільства та суспільства, в якому респонденти хотіли б жити. У дужках поруч з відповідними характеристиками наведено коефіцієнти кореляції, а також рівень їх статистичної значущості. У разі, якщо рівень не вказано, коефіцієнт не є статистично значущим. Проте у разі збільшення вибірки деякі з них мають шанси стати такими.

Інноваційне суспільство – це суспільство з важкопрогнозованим майбутнім ($r=0,939$, $p<0,05$), швидким ритмом життя ($r=0,874$, $p<0,05$) та міжособистісними стосунками, які ґрунтуються передусім на матеріальному зиску, а не на безкорисливій взаємодопомозі ($r=0,816$, $p<0,05$). Це суспільство відкрите для найрізноманітніших культурних та духовних запозичень ($r=0,776$, $p<0,05$) і є скоріше розколотим, ніж монолітним ($r=0,674$, $p<0,05$). Перевага у ньому надається інтересам окремої особистості, а не суспільства ($r=0,663$), плюралізму ($r=0,584$), кожний живе тут сам по собі, не відчуваючи особливої причетності до спільноти ($r=0,632$), а контроль за поведінкою особистості здійснюється переважно самою людиною, а не суспільством ($r=0,314$). Допускається також великий розрив у статках між членами суспільства ($r=0,536$). Швидко змінюються в інноваційному суспільстві й форми людських стосунків ($r=0,510$). Так само швидко приживаються та розповсюджуються різноманітні новації ($r=0,474$).

Цікаво, що інноваційне суспільство виглядає дещо бажанішим за традиційне ($r=0,362$), не викликаючи в респондентів особливого бажання жити саме в ньому. Можливо, це відбувається то-

му, що в уявленнях респондентів інноваційне суспільство не постає як таке, де більшість громадян почуваються щасливими і задоволеними ($r=0,050$). Не виглядає воно й здатним забезпечити високий рівень комфорту проживання ($r=0,229$), спроможним гарантувати позбавлення від різноманітних техногенних, екологічних, економічних та інших загроз ($r=0,022$). Воно навіть не посилює здатності протистояти різноманітним викликам та загрозам ($r=0,022$), а скоріше, навпаки, створює загрози існуванню людини як біологічного виду ($r=0,337$).

Портрет суспільства, в якому респонденти воліли б жити, за результатами кореляційного аналізу, виглядає таким чином. Насамперед опитувані хотіли б бачити це суспільство здатним протистояти різноманітним викликам та загрозам ($r=0,766$, $p<0,05$), а також забезпечувати високий рівень комфорту проживання ($r=0,743$, $p<0,05$). Респондентів приваблює суспільство, де кожний живе сам по собі, не відчуваючи особливої причетності до спільноти ($r=0,711$, $p<0,05$), а інтереси окремої особистості ставляться вище за інтереси суспільства ($r=0,693$, $p<0,05$).

Отримані в результаті кореляційного аналізу дані, звичайно, потребують підтвердження на репрезентативніших вибірках. Проте й вони дають підстави припускати, що між усвідомлюваними і неусвідомлюваними чи погано усвідомлюваними компонентами образу інноваційного суспільства можуть існувати істотні суперечності. На теперішній момент позитивні характеристики в образі інноваційного суспільства усвідомлюються набагато краще, ніж негативні. Тому варто обережніше сприймати оцінки ставлення громадян до інноваційного суспільства, отримані за допомогою традиційних соціологічних опитувань.

Усвідомлення того, що Україна не є інноваційним суспільством й істотно відстає за параметром інноваційності від найбільш розвинутих країн, явно не задовольняє молодь, і тому переважна її більшість підтримує тезу про розробку інноваційної моделі розвитку як одного з головних стратегічних пріоритетів України. Незгодних з нею майже немає (див. табл. 2.6)

Таблиця 2.6

Розподіл відповідей на запитання “Сьогодні багато хто з політиків наголошує на тому, що одним із головних стратегічних пріоритетів України має стати створення інноваційної моделі розвитку. Чи згодні Ви з цим?”, %

Однозначно згоден	39,1	77,2
Скоріше згоден	38,1	
Скоріше незгоден	2,8	4,2
Однозначно незгоден	1,4	
Важко відповісти	16,7	
Не дуже розумію, що таке “інноваційна модель розвитку”	1,9	

Опитані молоді люди були майже одностайні у тому, що інновацій потребують передусім економічна, екологічна, політична та виробнича сфери. Понад 96 % з них поділяють цю думку. Помітно менше прихильників запровадження інновацій у побуті, публічний і приватній сферах – 70,6 %, 65,4 % і 60,7 % відповідно. Найменше тих, хто вважає за необхідне щось змінювати у духовній сфері – трохи більше половини (54,5 %). Натомість кожний третій є противником запровадження тут будь-яких інновацій (див. табл. 2.7, 2.8).

Майже три чверті опитаних воліли б кардинальних інновацій у сфері економіки, понад 70 % – у сфері політики, понад 63 % – у сфері виробництва та екології. Істотних змін, які лишали б недоторканими існуючі основи, потребує насамперед соціальна сфера. Такої думки дотримується майже половина респондентів – 46,9 %. Третина (34,3 %) налаштована більш рішуче і прагне у соціальній сфері кардинальних інновацій. Незначних за своїм масштабом локальних інновацій потребують духовна та приватна сфери. На це вказали відповідно 33,2 % та 26,6 %. Чимало серед молодих людей і тих, хто хотів би масштабніших змін у цих сферах. Істотні зміни, які не зачіпають основних принципів, у духовній сфері підтримують 33,7 %, у приватній – 30,4 %.

Таблиця 2.7

Розподіл відповідей на запитання “Як Ви вважаєте, чи потребують в Україні запровадження інновацій перелічені нижче сфери життя?”, %

Сфера життя	Однозначно потребує	Скоріше потре- бує	Потребує (однозначно + скоріше)	Скоріше НЕ по- требує	Однозначно НЕ потребує	Не потребує (однозначно + скоріше)	Важко відповісти
Економічна	83,9	14,3	98,2	0,5	–	0,5	0,3
Політична	75,2	21,0	96,2	1,9	–	1,9	1,9
Соціальна (Суспільна)	53,6	33,5	87,1	5,7	1,0	6,7	6,2
Духовна	27,0	27,5	54,5	27,0	6,6	33,6	11,9
Екологічна	75,4	20,9	96,3	2,4	–	2,4	1,3
Публічна	32,7	32,7	65,4	19,2	2,8	22,0	12,6
Приватна	30,8	29,9	60,7	12,8	10,4	23,2	16,1
Виробнича	75,8	20,4	96,2	0,5	1,4	1,9	1,9
Побутова	37,4	33,2	70,6	11,8	5,7	17,5	11,9

Таблиця 2.8

Розподіл відповідей на запитання “Як би Ви оцінили бажаний масштаб необхідних інновацій у тих самих сферах?”, %

Сфера життя	Інновації мають спричинити докорінні зміни у цій сфері, змі- нити її карди- нальним чином	Інновації мають привести до істо- тичних змін у від- повідній сфері, лишивши недото- ркованими її основи	Інновації мають зумо- вити незначні і локальні зміни	Важко відпо- вісти
Економічна	75,7	21,4	0,5	2,4
Політична	71,6	24,2	1,4	2,8
Соціальна (Суспільна)	34,3	46,9	10,6	8,2
Духовна	12,0	33,7	33,2	21,2
Екологічна	67,3	23,6	3,8	5,3
Публічна	18,0	39,0	20,0	22,9
Приватна	19,3	30,4	26,6	23,7
Виробнича	63,6	26,8	4,8	4,8
Побутова	26,4	37,0	19,7	16,8

Спроба деталізувати уявлення молоді щодо пріоритетності впровадження інновацій у галузях економіки та сферах суспільного життя засвідчила, що найневідкладніше інновацій потребують медицина, сільське господарство та політика. На них вказали відповідно 62,5 %, 55,1 % та 52,8 % респондентів. Від чверті до третини опитаних вважають за необхідність першочергове оновлення освіти (34,7 %), державного управління (30,6 %), охорони природи, екології (24,5 %).

Деталізація дає підстави стверджувати, що, визнаючи необхідність інновацій в економічній сфері, респонденти насамперед мають на увазі сільське господарство і значно рідше вважають пріоритетними такі галузі, як будівництво, нафтогазовий комплекс, торгівлю, енергетику, транспорт, зв'язок, хімічну промисловість чи космос. На потребу впровадження інновацій саме у ці галузі вказали від 12,5 % до 1,9 %. Прикметно й те, що потреба інновацій у сфері екології (у широкому сенсі) скоріше пов'язана з медициною, впровадження ж інновацій власне в природоохоронну сферу вважають першочерговим завданням значно менше опитаних – близько чверті – 24,5 % (див. табл. 2.9).

Результати опитування засвідчили істотне розходження між усвідомленням необхідності інноваційного розвитку держави та ступенем підтримки в Україні інноваційної діяльності. Потребу в інноваційній моделі розвитку держави відчують 77,2 %, а кількість тих, на чію думку інновації в Україні гальмуються, становить 75,9 %. Отже, переважна більшість опитаних переконана, що інновації в Україні гальмуються.

Відповідальність за це покладається молодими людьми насамперед на політиків та держслужбовців, а от “локомотивами” впровадження інновацій вони вважають передусім учених, а також представників середнього та малого бізнесу. Важливу роль у сприянні інноваціям молодь відводить також працівникам освіти (див. табл. 2.10, 2.11).

Таблиця 2.9

Розподіл відповідей на запитання “Як Ви вважаєте, які з перелічених нижче галузей економіки та сфери суспільного життя України потребують інновацій насамперед?”, %

Медицина	62,5
Сільське господарство	55,1
Політика	52,8
Освіта	34,7
Державне управління	30,6
Охорона природи, екологія	24,5
Наука	19,9
Армія	19,0
Система пенсійного забезпечення	17,6
Банки, фінанси	14,8
Система соціального страхування	12,5
Будівництво	12,5
Культура	9,7
Нафтогазовий комплекс	8,8
Торгівля	8,8
Енергетика	7,4
Транспорт	6,0
Електроніка, інформатика, зв'язок	5,1
Релігія	3,2
Хімічна промисловість	1,9
Космос	1,9
Інше	1,4
Всі	9,7
Жодна	—
Важко відповісти	—

Примітка. Сума перевищує 100 %, оскільки респонденти мали можливість вибрати кілька варіантів відповіді.

Таблиця 2.10

Розподіл відповідей на запитання “На Вашу думку, інновації в Україні гальмуються чи, навпаки, усіляко підтримуються?”, %

Однозначно підтримуються	3,7	14,8
Скоріше підтримуються	11,1	
Скоріше гальмуються	53,2	75,9
Однозначно гальмуються	22,7	
Важко відповісти	9,3	

Таблиця 2.11

Розподіл відповідей на запитання “А як Ви думаєте, хто насамперед сприяє впровадженню в Україні різноманітних інновацій, а хто їх гальмує?”, %

Категорія населення	Сприяють	Гальмують	Важко відповісти
Вчені	83,3	7,1	9,5
Представники середнього бізнесу	69,8	13,2	17,0
Представники малого бізнесу	68,4	10,5	21,1
Працівники освіти	55,2	18,7	26,1
Представники великого бізнесу	54,2	28,0	17,8
Менеджери різного рівня	52,2	13,7	34,1
Робітники	31,3	21,9	46,8
Законодавці	15,9	70,6	13,5
Державні службовці	9,6	73,6	16,8
Політики	9,3	78,2	12,5
Інші	24,0	8	68,0

На думку опитаних молодих людей, впровадженню інновацій в Україні найбільшою мірою сприяють учені. Цю думку поділяє 83,3 %. Кількість тих, хто переконаний, що інновації впроваджуються завдяки сприянню представників середнього та малого бізнесу, становить 69,8% і 68,4% відповідно. Доволі високо у впровадження інновацій оцінений респондентами внесок працівників освіти, представників великого бізнесу та менеджерів різного рівня.

ня. Як тих, хто сприяє впровадженню інновацій, їх визначили відповідно 55,2 %, 54,2 % і 52,2 %. Натомість політики, державні службовці та законодавці в уявленні молодих людей постають як гальмівники інновацій в Україні. Саме такими сприймають їх відповідно 78,2 %, 73,6 % і 70,6 % опитаних. Найважче респондентам було оцінити, яку роль у впровадженні інновацій відіграють робітники. Варіант відповіді “важко відповісти” стосовно них обрали близько половини опитаних (46,8 %). Робітників вважають такими, що сприяють впровадженню інновацій, 31,3 %, що гальмують – 21,9 %.

Наведені дані дають підстави для таких висновків.

Термін “інновація” в уявленнях молоді пов’язаний насамперед із сферою економіки. Зі сферою політики та духовною сферою “інновації” майже не асоціюються.

Найбільш виражений імідж інноваційних суспільств мають США, Японія та Китай. Україна не визнається молоддю як інноваційне суспільство. Сприймаючи Україну традиційним суспільством, понад три чверті молодих людей погоджуються з тим, що інноваційний шлях розвитку має бути одним із головних стратегічних пріоритетів України. В цьому сенсі інноваційний потенціал українського суспільства є доволі потужним. Молоді люди майже одностайні в тому, що запровадження інновацій потребують економічна, екологічна, політична та виробнича сфери. Найменше тих, хто вважає за необхідне щось змінювати у духовній сфері. Найкардинальніших змін молодь прагне у сфері економіки, політики, виробництва та екології. Інновації, які стосуються соціальної, духовної, приватної та побутової сфер, мають бути обережнішими і локальнішими.

Водночас образ інноваційного суспільства має чимало проблемних зон, до яких, зокрема, належать істотні суперечності між усвідомлюваними і неусвідомлюваними чи погано усвідомлюваними його компонентами, переконаність у тому, що інновації в Україні гальмуються політиками та держслужбовцями, тобто тими, хто мав би вивести країну на інноваційний шлях розвитку, тощо. Сподівання на розбудову інноваційного потенціалу України покладаються молоддю на вчених, представників середнього та малого бізнесу, працівників у галузі освіти.

2.3.2. Болонський процес в Україні: особливості уявлень студентів та інформаційно- промоційні заходи з їх корекції

Як уже зазначалося, Україна долучилася до Болонського процесу (БП) у 2005 р., підписавши Болонську декларацію. Ця освітня інновація є невід’ємною складовою модернізації українського суспільства, його євроінтеграції. Від початку впровадження Болонського процесу в Україні зроблено вже чимало, проте й проблем не бракує. Однією з них є недостатня поінформованість громадян, зокрема цільових груп – освітян, студентів та учнів. Як наслідок, чимало з важливих новацій, реальних та ефективних інструментів в освіті не задіюються тим прошарком населення, від якого залежить майбутня доля України [Товажнянський, 2004]. Тому ми поставили собі за мету вивчити, як студенти та викладачі ВНЗ уявляють сутність БП, та окреслити можливі шляхи формування його позитивного образу.

Об’єктивної інформації про БП та його впровадження не бракує. Ця тема широко висвітлюється в пресі та обговорюється у професійному середовищі. В Україні існує багато джерел, з яких можна дізнатися про БП [Болонський процес ..., 2005; Журавський, 2003; Корольов, 2006; Ніколаєнко, 2007]. Розроблено навчальні програми для студентів, за якими читаються спецкурси [Болонський процес і ..., 2005; Вища освіта ..., 2007; Вища освіта України ..., 2007]; видано навчальні посібники та хрестоматії [Болонський процес. Хрестоматія ..., 2005; Вища освіта ..., 2004; Чуйко, 2004]. У бібліографічному покажчику з БП налічуються сотні джерел [Корольов, 2006]. Тисячі викладачів прочитали сотням тисяч студентів спеціальний курс, проведено десятки конференцій та семінарів. Але все це, очевидно, мало впливає на ставлення до БП як освітньої інновації. Як слушно зауважив О. Беляков, “багато хто у ВНЗ більш стурбовані модульно-рейтинговою системою оцінювання, аніж тим, заради чого вона запроваджена” [Беляков, 2008]. Тому не дивно, що результати опитувань серед населення, зокрема серед фахівців і студентів, демонструють неоднозначне ставлення до БП, нерозуміння глобальних цілей, задля яких проводяться ці перетворення.

На нашу думку, це відбувається через відсутність в Україні чітко продуманої та спланованої програми промоції освітніх інновацій. Одним із її елементів може бути розроблена та апробована нами технологія супроводу Болонського процесу. Ця технологія являє собою інформаційно-промоційні заходи, що базуються на акціональних методах впливу: наданні повноважень, дослідженні дією, розвитку спроможності тощо.

Як активний елемент цієї технології було використано метод збагачення громадської думки, автором якої є американський дослідник Джеймс Фішкін (детальніше про цей метод див. розділ 3.2.1). Використання активних методів спрямоване на те, щоб залучити аудиторію до всебічного обговорення певної проблеми, а також надати учасникам можливість набути необхідних знань, умінь, компетентності, отримати певний досвід, обмінятися ним з іншими тощо. Зазвичай цей компонент активних методів визначається як дієвий, або поведінковий. Він не був задіяний у нашій програмі, оскільки студенти не є суб'єктом дій щодо БП. В інших ситуаціях – там, де інновація потребує оволодіння новими навичками та вміннями, цей компонент стає вирішальним. Інструментом їх формування є різноманітні тренінги, проектна діяльність тощо.

Щоб мати можливість оцінити результативність розробленої технології, нам необхідно було оцінити, чи наблизилися уявлення студентів про Болонський процес до того його образу, який є еталонним (таким, що відповідає його опису у відповідних нормативних документах).

В образі зазвичай виокремлюють когнітивний (знання), емоційний (оцінка) та поведінковий компоненти. Для оцінки ступеня сформованості перших двох компонентів з'ясовувався рівень поінформованості про те, що таке Болонський процес, у чому полягає його мета, які елементи входять до його складу; вивчалася оцінка (позитивна–негативна) окремих елементів, рівня впровадження в Україні тощо.

Для оцінки ступеня сформованості у студентів образу Болонського процесу було розроблено спеціальну анкету. Питання анкети групувались у блоки для вимірювання таких показників: 1. Поінформованість: а) загальне уявлення про Болонський процес; б) обізнаність про складові процесу. 2. Ставлення та оцінка: а) до окремих елементів Болонської системи, запровадженої у ВНЗ;

- б) оцінка досягнень країни у впровадженні Болонського процесу.
3. Поведінка: а) вплив Болонського процесу на власну кар'єру; б) загальна підтримка Болонського процесу.

План дослідження передбачав два етапи – базовий та основний. Базовий етап мав на меті розробку інструментарію (анкет, інтерв'ю), а також програми заходів з формування громадської думки за допомогою акціональних методів та попереднє (базове) опитування викладачів і студентів. Основний – передбачав проведення інформаційно-промоційних заходів, спрямованих на стимуляцію активності студентів та викладачів, підвищення рівня обізнаності студентів про Болонський процес, формування позитивного ставлення до нього. Після проведення промоційних заходів планувалося підсумкове опитування студентів. Інформаційно-промоційні заходи містили два компоненти: інформаційний – презентація Болонської системи (історія, документи, факти тощо) та промоційний – групова дискусія на тему «Болонський процес в Україні: “за” та “проти”».

Базове опитування студентів проводилося у квітні–травні 2010 р. в одному з обласних держуніверситетів. У базовому опитуванні взяли участь студенти першого курсу (ф-т іноземних мов), 15 осіб; четвертого курсу – усі факультети, 99 осіб; шостого курсу (магістранти) – усі факультети, 31 особа.

Основну вибірку склали студенти четвертого та шостого курсів, перший курс виступав як контрольна група. Студенти шостого курсу, які на той час вже прослухали курс “Вища освіта України та Болонський процес” (36 годин), можуть вважатися краще обізнаними з питань Болонської системи, ніж студенти четвертого курсу, оскільки навчальна програма передбачає ознайомлення студентів з інтегративними тенденціями в освіті, інформацію про входження України в європейське освітнє поле, Болонський процес саме на шостому курсі. Унаслідок засвоєння цього курсу студенти мають вміти, зокрема: формувати інформаційний пакет ECTS, індивідуальний навчальний план студента, змістовний модуль дисципліни, розробляти структуру залікового кредиту курсу тощо. [Болонський процес і ..., 2005].

На другому етапі взяли участь три групи студентів відповідно першого, третього та шостого курсів (60 осіб) різних факультетів того самого університету. Крім того, було проведено

анкетування 56 студентів із паралельних груп першого курсу, які не брали участі у програмі (контрольна група).

У кожній експериментальній групі було проведено: презентацію Болонського процесу; групову дискусію; підсумкове опитування. Після цього проводилася групові дискусія на тему: «“За” та “проти” Болонського процесу в Україні». Студенти поділялися на дві групи (за бажанням): умовних прибічників та противників інновації, які по черзі висували свої аргументи та намагалися дійти спільної позиції. Протягом 10–15 хвилин треба було підготувати свої аргументи, для чого дозволялося використовувати довідкову літературу та інформаційні матеріали про Болонський процес. Після дискусії студенти заповнили анкету. У підсумковому опитуванні використовувалася та сама анкета, що й у базовому.

Результати підсумкового та базового опитувань зіставлялися, на підставі чого робився висновок про рівень сформованості образу інновації у респондентів та ефективність проведених заходів.

Результати базового етапу дослідження засвідчили, що більшість студентів не мають або мають обмежене, часткове чи викривлене уявлення про Болонський процес. Найчастіше Болонський процес визначався одним з його елементів: “набирання балів”, “кредитно-модульна система”, “рейтингова система”. Також студенти пов’язували Болонський процес із “системою оцінювання”, “самостійною роботою студентів”. Серед першкурсників не змогли визначити, що таке Болонський процес, 53 % опитаних, студентів четвертого курсу – 20 %, шостого курсу – 6 %.

Правильну відповідь про заплановані терміни остаточного переходу на Болонську систему змогли дати лише 8 % опитаних. Дали неправильну відповідь 12 %, взагалі не відповіли на це запитання 80 % студентів. На першому курсі взагалі жоден студент не знає, коли має завершитися реформа системи вищої освіти; на четвертому курсі таких 90 %, на шостому курсі – 74 %.

Серед елементів Болонської системи, які зазначалися студентами як її складові, найчастіше були ті, що пов’язані з системою оцінювання знань: кредитно-трансферна система та рейтингова система (перший та четвертий курси). Результати шостого курсу, який прослухав курс “Болонська система”, дещо відрізнялися: тут частіше згадували про “взаємне визнання дипломів”, далі за частотою згадування були “два цикли освіти” та “кредитно-трансферна

система”. Про кредитно-модульну та рейтингову системи оцінювання знань студенти найчастіше згадували тоді, коли перелічували ті елементи Болонської системи, які запроваджені в їхньому університеті.

Ставлення до кредитно-модульної системи (КМС) серед студентів доволі не визначене: найбільш поширеним варіантом було “важко відповісти” – 42,7 %. В цілому позитивно ставляться до неї 36,5 % опитаних, причому їх кількість протягом навчання зменшується (з 40 % на першому курсі до 30 % на шостому), а тих, хто ставиться негативно – збільшується (з 13 % до 23 % відповідно).

Вплив КМС на якість навчання студенти вважають негативним: понад 40 % опитаних переконані, що якість освіти за нових умов погіршується, а майже 25 % – що Болонський процес на неї не впливає.

Ставлення до дворівневої системи навчання серед студентів переважно негативне (44,8 %), менше третини студентів ставляться до неї позитивно (28,2 %), а ще 27 % утруднюються з відповіддю. Найбільший внесок у категорію “незадоволених” дворівневою системою роблять студенти четвертого курсу (50 %); а вже на шостому курсі значно зростає кількість її прибічників – 41 % опитаних.

Як з’ясувалося, більшості студентів (58 %) невідомо, чи видають в їхньому університеті “Додаток” до диплома європейського зразка. Окремо по групах найбільшу частку необізнаних складають першокурсники, які взагалі не дали жодної позитивної відповіді, а відсоток тих, хто нічого про це не знає, становить 72 %. Протягом навчання цей відсоток поступово зменшується, але кількість таких, хто вважає що “Додаток” не видається, залишається стабільною, на рівні 30 %.

Ставлення студентів до тестування як методу перевірки знань неоднозначне: 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 %). Окремо по групах ставлення до тестування істотно не відрізняється; протягом навчання збільшується частка позитивно налаштованих до тестування.

При цьому більше половини студентів надають перевагу традиційним усному (45,5 %) та письмовому (20,7 %) іспитам. Тестування з предмета та тестування плюс есе обирають 23,5 % та 8,3 % відповідно. І що характерно, частка прибічників традиційного усного іспиту, починаючи з першого по шостий курс, зростає утричі: від 17 % на першому курсі до 70 % на шостому курсі; а всіх інших форм – відповідно зменшується.

Крім оцінки стану впровадження Болонської системи у їхньому університеті, студентам ставилося запитання про результати цього процесу в Україні. Враховуючи те, що студенти об'єктивно недостатньо обізнані з цього питання, їхні відповіді відбивають швидше не реальну ситуацію в країні, а уявлення, прогнози, а також виступають певною проекцією їхніх очікувань. Студенти найчастіше обирали відповідь “частково досягнуті”, а найменше – крайній відповіді “повністю досягнуті” чи “повністю не досягнуті”.

Загалом рівень досягнення результатів Болонського процесу студенти оцінили досить низько: повністю досягнутим студенти не вважають жодного з 10 пунктів (що, загалом, відповідає дійсності). Частка студентів, яка вважає ті чи інші результати досягнутими, становить від 6 % (“більш раціональні терміни підготовки кадрів”) до 25 % (“індивідуалізація навчання”). Приблизно третина студентів вважає ці результати частково досягнутими (21–41 %), а кожен п'ятий – скоріше не досягнутими (16–23 %) та не досягнутими (8–19 %).

Отже, знання студентів про Болонський процес обмежуються лише рівнем практичного застосування (рейтинги, бали), більшості студентів бракує інформації про мету запровадження болонської реформи (крім шостого курсу).

Результати свідчать про те, що студенти не дуже добре розуміють сутність Болонського процесу та не уявляють, для чого він потрібен. Відсутність інформації про основні принципи – мобільність студентів, привабливість освітянських послуг та можливість працевлаштування у європейських країнах – виступає для багатьох демотивуючим фактором. Крім того, у відповідях студентів виявилася негативна тенденція, яка засвідчує складність процесу впровадження БП і неготовність переходити на нові правила:

1) чимало студентів не знають про “Додаток” до диплома європейського зразка і не можуть сказати, для чого він потрібен;

2) майже половина опитаних незадоволена дворівневою системою підготовки;

3) студенти не бачать зв'язку між кредитно-модульною системою та якістю освіти, надають перевагу традиційним формам контролю отриманих знань (усний іспит).

Також бентежить той факт, що протягом навчання ці тенденції не зменшуються, а з деяких питань навіть посилюються. Тому студентам необхідно пояснювати, які переваги та можливості надає включення України у єдиний європейський простір для кожного з них.

Після проведення інформаційно-промоційної кампанії значно збільшилася кількість респондентів, що мають більш повне уявлення про цю інновацію, вірно називають його мету та обізнані з основними процедурами. Якщо у 2010 р. лише 12 % змогли визначити Болонський процес, то у 2011 р. – вже 42 % опитаних. Також значно більша кількість студентів правильно визначає термін завершення реформи вищої освіти: у 2010 р. 100 % першокурсників та 90 % четвертокурсників не знали, коли в Україні має завершитися перехід на Болонську систему; у 2011 р. цей відсоток скоротився відповідно до 60 % та 63 %. Серед шестикурсників у 2010 р. лише 26 % правильно назвали дату, до якої мають бути реформовані національні системи освіти; у 2011 р. ця цифра зросла до 90 %.

Поінформованість студентів про складові (елементи) Болонської системи також зросла. Якщо у 2010 р. найчастіше студентами називалися елементи, пов'язані з системою оцінювання знань (кредитно-трансферна та рейтингова системи), то в 2011 р. студенти пов'язували Болонський процес вже не лише з “балами” та “рейтингами”, а й зі спільною системою наукових ступенів, взаємовизнанням дипломів тощо.

Результати порівняння базового (2010) та підсумкового (2011) опитувань засвідчили, що кількість елементів Болонської системи, ідентифікованих студентами, значно зросла, за винятком “індивідуалізована програма” та “рейтингова система”, показники (–) яких майже не змінилися.

У 2011 р. побільшало й тих, хто позитивно сприймає КМС – від 36,5 % до 50 %, але показник негативного ставлення також зріс, хоча значно меншою мірою: від 20,7 % до 25 %.

Поліпшилося ставлення до дворівневої системи навчання. Оцінювали її як кращу за традиційну у 2010 р. – 28 %, у 2011 р. – 50 %, як гіршу – 45 і 22 % опитаних відповідно.

Зросла кількість тих, хто визнає позитивний вплив Болонської системи на якість навчання (з 15 до 26 %) і водночас зменшилася частка тих, хто вважає такий вплив негативним (з 40 % до 25 %). Проте також зросла частка таких, що не змогли визначитися з відповіддю (з 18,6 % до 23,3 %).

Більш ніж утричі зросла кількість студентів, обізнаних про те, чи видають в їхньому університеті “Додаток” до диплома європейського зразка (з 11,7 % до 38,3 %).

Поліпшилося ставлення студентів до тестування як методу перевірки знань. Кількість тих, на чию думку тестування є об’єктивним методом оцінки рівня знань, зросла з 6 % до 15 %; тих, хто вважає тести “непоганим методом, якщо тести складені професійно”, збільшалося з 46 % до 56 %. Відповідно, зменшилася кількість тих, хто вважає тестування малоефективним (з 10 % до 3 %), а також переконаних у тому, що воно “перевіряє не стільки знання, скільки метикуватість та везіння” (з 35 % до 26 %).

Промоційна кампанія сприяла підвищенню конкурентоспроможності тестування порівняно з традиційним усним екзаменом. Тих, хто надає перевагу саме йому, поменшало з 45 % до 38 %, натомість зросла кількість тих, хто позитивно ставиться до такої форми перевірки знань, як “тестування + есе” (з 8 % до 15 %).

Загалом після проведення інформаційно-промоційної програми було зафіксовано позитивну динаміку оцінок як Болонського процесу в цілому, так і значної кількості його складових.

Відбулися позитивні зрушення в оцінках досягнень країни у впровадженні Болонського процесу. Щоправда, під впливом промоційної програми оцінка студентами Болонського процесу в межах власного університету (повсякденної практики) та країни (більш абстрактному вимірі) змінювалася у різних напрямках: ставала більш позитивною щодо університету і більш критичною стосовно країни. В цілому ж рівень підтримки Болонського процесу серед студентів не змінився – на користь його впровадження висловлюються 53–60 % опитаних. Отже, під впливом проведених заходів зросла поінформованість та поліпшилося ставлення до інновації, але рівень її підтримки не змінився.

2.3.3. Образ медіаосвіти в уявленнях стейкхолдерів

Про необхідність упровадження медіаосвіти сказано й написано чимало. В багатьох країнах вона давно стала обов'язковим предметом викладання у школах, студенти університетів та коледжів слухають спеціальні курси на цю тему, а дорослих залучають до медіаграмотності за допомогою різноманітних програм. В Україні ці процеси лише розпочинаються. У 2010 р. лише рік як постановою Президії Національної академії педагогічних наук України було схвалено Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні [Концепція впровадження ...]. Термін “медіаосвіта” дедалі частіше вживають як у фахових виданнях, так і у мас-медіа, формуючи у громадській думці образ цієї освітньої інновації. З одного боку, образ медіаосвіти створюється завдяки впливу інформації про неї, а з другого – він постає як результат інтепретацій цього терміна, та асоціацій з ним пов'язаних. Ця складова образу медіаосвіти часто не має нічого спільного з її сутністю, проте істотним чином може позначатися на ставленні до неї, породжуючи своєрідні очікування та оцінки тих, кого нині прийнято означувати як стейкхолдерів у широкому сенсі цього терміна. Особливості змістового наповнення образу медіаосвіти визначають ступінь її привабливості, що є одним з важливих чинників успішності впровадження цього проекту. Іншим чинником успішності є ступінь узгодженості уявлень стейкхолдерів про неї. Усвідомлення цього й визначило наш інтерес до заявленої теми.

Відповідно до визначення фундатора теорії стейкхолдерів Р. Е. Фрімана “стейкхолдер – це група (індивідуум), яка може вплинути на досягнення організацією своїх цілей або на роботу організації в цілому” [Freeman, 1984, р. 45]. Отже, стейкхолдери – це групи людей, які прямо чи опосередковано причетні до діяльності організації. Тому за вітчизняний аналог цього терміна можна вважати словосполучення “причетна сторона”. Саме так рекомендує ГОСТ Р 51897-2002 [Стейкхолдер ...].

Однією із сторін, безпосередньо причетною до реалізації проекту “медіаосвіта”, є вчителі, учні та їхні батьки, а також суспільство в цілому. Тому цілком закономірний інтерес до того, як

вони поставляться до проекту, адже від цього значною мірою залежить ступінь успішності його реалізації.

Перша спроба вивчення громадської думки щодо впровадження медіаосвіти в Україні була здійснена співробітниками лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України у листопаді 2007 р. Загальноукраїнським опитуванням тоді було охоплено 1258 дорослих респондентів, а також молодь: окремо – 409 студентів стаціонару і 401 учень 8–11 класів.

Як зазначає один з учасників дослідження Г. Сергійчук, з огляду на те, що термін “медіаосвіта” досі маловідомий навіть серед фахівців [Сергійчук ... 2010], у формулюваннях запитань анкети він не вживався. Це не завадило дослідникам зібрати цікавий і корисний матеріал про ставлення українців до різних аспектів інновації, що має назву “медіаосвіта”. Чи можна вважати, що таке дослідження дало змогу з’ясувати ставлення громадськості до медіаосвіти? Так, але з певними застереженнями. Зокрема, не варто недооцінювати вплив на рівень підтримки медіаосвіти асоціацій та очікувань, пов’язаних у свідомості стейкхолдерів із самим цим терміном. Назва проекту, як свідчить практика неймінгу¹, є одним з важливих чинників його успіху.

У дослідженні ми намагалися визначити основні групи стейкхолдерів проекту “медіаосвіта” та з’ясувати особливості образу цієї інновації в уявленнях деяких з них.

Реалізація проекту з упровадження медіаосвіти потребує визначення кола його основних стейкхолдерів. До їх числа варто, мабуть, віднести учасників проекту – тих осіб та організації, які або беруть активну участь у ньому, або на чий інтереси він може прямо чи опосередковано вплинути. До учасників насамперед належить команда проекту, а також інші сторони, зацікавлені у ньому. До їх числа, на мою думку, слід віднести органи влади, освітні та виховні заклади, громадські організації, пресу, учнів, студентів та їхніх батьків, суспільство в цілому тощо.

¹ Неймінг (naming) – технологія вибору (творення) найбільш вдалих з погляду маркетингових завдань найменувань різноманітних об’єктів та явищ.

Не маючи можливості охопити всі категорії стейкхолдерів, зазначені вище, як респонденти були залучені представники студентської молоді, а також співробітники Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, зокрема лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти. Останні презентували команду проекту з розробки та впровадження медіаосвіти в Україні, студенти – майбутніх слухачів відповідних курсів, а можливо, й потенційних медіапедагогів.

Загальна кількість опитаних складала 67 осіб. З них 4 співробітники лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти. Усі вони оцінювали медіаосвіту за допомогою семантичного диференціала, який складався із 36 шкал. Таке оцінювання опитувані здійснювали тричі. Першого разу вони робили це, спираючись лише на свої уявлення. Другого разу оцінювання здійснювалося після знайомства з Концепцією медіаосвіти, третього – після її обговорення відповідно до спеціально складеного плану. Крім того учасники мали написати, що, на їхню думку, являє собою медіаосвіта.

Аналіз відповідей студентів на відкрите запитання стосовно сутності медіаосвіти уможлиблював визначення кількох її типових образів. Відповідно до першого, найбільш узагальненого з них, медіаосвіта – це інформаційний вплив на широку аудиторію медіа, інтернету, реклами і навіть міжособистісного спілкування. Типовими судженнями цієї групи визначень є, наприклад, такі: *“Медіа-освіта – просвіта народу”, “це знання, які поширюються скрізь – це монітори в метро, маршрутних таксі, інформаційна стрічка в автобусі”*; *“медіаосвіта – це освіта завдяки ЗМІ. Метро, радіо, білборди, ТБ, передачі, програми, інтернет”*; *“це якась пропаганда чи вплив на людей різноманітними засобами”*; *“учіння/научіння, яке відбувається поза межами загальних освітніх закладів, тобто ті знання, які людина отримує за допомогою мас-медіа”*.

Другий образ медіаосвіти за своєю сутністю наближається до дистанційної освіти, коли *“можна навчатися у вузі і при цьому не відвідувати його щодня, а за допомогою комп’ютера та іншої техніки”*; *“медіаосвіта – освіта на відстані, через якийсь технічний прилад”*, *“отримання знань за допомогою комп’ютерних (медіа-) технологій”*, *“здавання лабораторних і самостійних робіт за допомогою скайпа”*. Така освіта розрахована передусім на *“осіб*

похилого віку, інвалідів та інших людей, які з тих чи тих причин не можуть виходити з дому”.

Інколи медіаосвіта уявляється як “курс, що включає деякі знання з історії виникнення медіа” і “призначений для вироблення уміння представляти щось за допомогою мультимедійних засобів та технологій”.

Кожний із щойно описаних образів медіаосвіти може містити як позитивні, так і негативні характеристики. За своїм емоційним забарвленням *“медіаосвіта може бути гарною та поганою”*, а також суперечливою, неоднозначною. Одним респондентам медіаосвіта уявляється як *“освіта в русі з часом”*, *“сучасна”*, *“передова”*, *“комплексна”*, що дає людині можливість *“бути освіченою в різних питаннях”*, *“не витрачаючи при цьому на отримання інформації свій вільний час”*. *“Якщо традиційна освіта надає знання, що є вже частково застарілими, то знання, здобуті шляхом медіаосвіти, значно сучасніші, актуальніші”*. *“Медіаосвіта важлива для соціалізації людини, вона допомагає залучити людей до суспільних цінностей”*. До інших її переваг належать: використання *“сучасних інноваційних технологій”*, *“інтерактивність”*, *“наочність”*, а також спосіб подачі інформації, що визначається як *“ненав’язливий”*, такий, що *“впливає на свідомість та підсвідомість людини”*, *“задіює не тільки слухові, а й зорові аналізатори”*. Є серед респондентів і такі, які щиро зізнаються: *“Не маю жодного уявлення, що це, але на сучасному етапі штука потрібна!”*.

На думку інших, *“головний негатив йде від слова “медіа”*. Воно породжує асоціації з примусовим розповсюдженням величезної кількості інформації”. *“Цей тип освіти не цілком є ефективний, тому що освіта повинна бути повноцінною та комплексною”*, тоді як *“інформація, поширювана медіа, не обов’язково є наукова”*, *“знання нечітко визначені та структуровані”*, *“поверхові, попсові”*. До того ж *“процес навчання, котрий здійснюється за допомогою мультимедійних технологій, хоча й зручний, але не надто досконалий”*. Він, наприклад, може містити *“багато відволікаючих факторів, що будуть заважати навчанню, здобуванню нових знань”*. Оскільки *“медіаосвіта може здійснюватися на замовлення влади, важливо формувати критичне ставлення до неї”*. До числа небезпек, які можуть пов’язуватися з медіаосвітою, є *“ризик виникнення залежностей (від радіо, комп’ютера, телевізора), зменшен-*

ня активності індивіда (сидить весь час перед телевізором), надмірні переживання через властивість медіа “сгущати краски”.

Обробка даних, отриманих за допомогою семантичного диференціала, здійснювалася шляхом факторного аналізу. Перед його початком було проведено нормалізацію даних і виокремлено шість факторів, які пояснюють понад 64 % дисперсії. Першим, найбільш суб’єктивно значущим фактором оцінки медіаосвіти є ступінь її інноваційності. На нього припадає 37,1 % дисперсії (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Перелік шкал, які увійшли до першого фактора

Фактор 1 “СТУПІНЬ ІННОВАЦІЙНОСТІ”	Факторні навантаження
інноваційна – традиційна	0,899
сучасна – застаріла	0,885
перспективна – безперспективна	0,882
актуальна – неактуальна	0,771

Другий фактор пояснює 7,8 % дисперсії і стосується оцінки того, якою мірою медіаосвіта враховує вітчизняні реалії, а не сліпо наслідує зарубіжний досвід. Урахування вітчизняних реалій робить образ медіаосвіти ближчим, зрозумілим, а нехтування ними надає йому ознак технократичності (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Перелік шкал, які увійшли до другого фактора

Фактор 2 “ЧИ ВРАХОВУЄ МЕДІАОСВІТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ”	Факторні навантаження
сліпо наслідує зарубіжний досвід – враховує вітчизняні реалії	0,846
технократична – гуманітарна	0,580
тепла – холодна	-0,513

Третій фактор був інтерпретований як оцінка ступеня реалістичності проекту медіаосвіти. На нього припадає 5,6 % дисперсії. Окрім дескрипторів “забезпеченість належними ресурсами” та “реалістичність”, до складу цього фактора увійшли й такі шкали, як “ефективність”, “продуманість”, “привабливість”, “буде попу-

ляною – викликатиме спротив”, а також “всебічна – однобічна” (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Перелік шкал, які увійшли до третього фактора

Фактор 3 “РЕАЛІСТИЧНІСТЬ”	Факторні навантаження
забезпечена належними ресурсами – не забезпечена належними ресурсами	0,768
реалістична – прожектерська	0,627
всебічна – однобічна	0,560
буде популярною – викликатиме спротив	0,530
ефективна – неефективна	0,469
продумана – непродумана	0,467
приваблива – неприваблива	0,449

Оцінка центрованості на інтересах особистості або соціуму стала четвертим критерієм оцінки медіаосвіти. Назву цьому фактору, що пояснює 5,1% дисперсії, дала шкала “соціоцентрована – особистісноцентрована”. Центрованість на особистості виявилася пов’язаною з оцінкою того, якою мірою медіаосвіта стосується самого респондента, наскільки вона є потрібною його дітям, обов’язковою та складною (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Перелік шкал, які увійшли до четвертого фактора

Фактор 4 “ЦЕНТРОВАНІСТЬ НА ІНТЕРЕСАХ ОСОБИСТОСТІ ЧИ СОЦІУМУ”	Факторні навантаження
складна – проста	0,624
має бути обов’язковою – має бути факультативною	0,598
стосується мене особисто – не стосується мене особисто	0,567
потрібна моїм дітям – непотрібна моїм дітям	0,501
соціоцентрована – особистісноцентрована	-0,609

П’ятий фактор був інтерпретований як ступінь прогнозованості наслідків упровадження медіаосвіти. Прогнозованість оціню-

ється вище за умови зрозумілості та викладання медіаосвіти як основної, профільної навчальної дисципліни. На даний фактор припадає 4,4 % дисперсії (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Перелік шкал, які увійшли до п'ятого фактора

Фактор 5 “ПРОГНОЗОВАНІСТЬ (гарантованість) РЕЗУЛЬТАТУ”	Факторні навантаження
профільна, основна – непрофільна, другорядна	0,743
зрозуміла – незрозуміла	0,478
наслідки впровадження НЕ прогнозовані – наслідки впровадження прогнозовані	-0,561

Останній, шостий, інтерпретований нами фактор вказує на оцінку рівня безпечності медіаосвіти. Він пояснює 4,2 % дисперсії. До його складу, крім таких самоочевидних ознак, як “толерантність – войовничість”, “гуманність”, входять інші, не такі очевидні. Зокрема, пов’язаними з безпечністю виявилися упорядкованість, гармонійність, змістовність, глибина, оптимістичність (табл. 2.17).

Таблиця 2.17

Перелік шкал, які увійшли до шостого фактора

Фактор 6 “БЕЗПЕЧНІСТЬ”	Факторні навантаження
упорядкована – аморфна	0,715
глибока – поверхова	0,624
толерантна – войовнича	0,552
оптимістична – песимістична	0,486
гуманна – антигуманна	0,451
беззмістовна – змістовна	-0,476
незбалансована, негармонійна – збалансована, гармонійна	-0,556
небезпечна – безпечна	-0,627

Отримана в результаті факторного аналізу 6-променева модель образу медіаосвіти дає можливість порівняти сприймання її різними групами стейкхолдерів. У даному повідомленні зіставляються образи медіаосвіти, що існують в уявленнях команди проєк-

ту та її потенційних споживачів. Для того щоб порівняти оцінки образу медіаосвіти між цими двома групами, було обчислено середній бал по кожному з виокремлених факторів. Отримані дані представлено у вигляді діаграми (див. рис. 2.1).

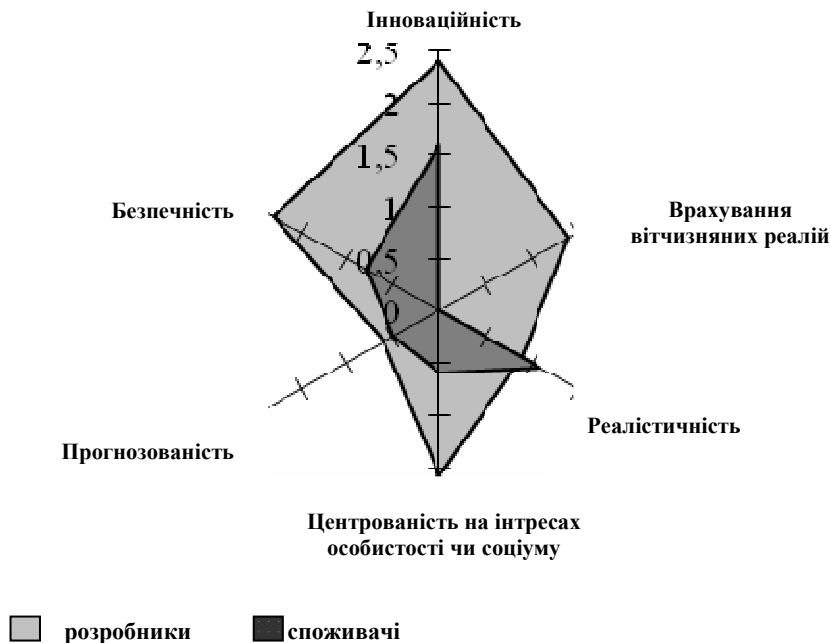


Рис. 2.1. Оцінка образу медіаосвіти розробниками та потенційними споживачами

Образи медіаосвіти розробників її концепції та тих, на кого вона розрахована, істотно різняться за більшістю з виокремлених параметрів. Розробникам концепції медіаосвіти вона уявляється значно інноваційнішою, безпечною, центрованою на інтересах особистості, ніж потенційним споживачам. Розробники також більшою мірою переконані у тому, що пропонований ними варіант медіаосвіти враховує вітчизняні реалії, натомість потенційним споживачам легше повірити у те, що цей проект лише наслідує зарубіжний досвід. Представники обох груп доволі низько оцінили прогнозованість можливих наслідків впровадження медіаосвіти та

реалістичність цього проекту. У прогнозованості наслідків дещо більшою мірою переконані розробники, а от у забезпеченість медіаосвіти належними ресурсами, її популярність більшою мірою вірять потенційні споживачі.

Отримані дані дали також можливість у першому наближенні оцінити кількість прихильників та противників запровадження медіаосвіти, а також з'ясувати параметри, за якими її образ у представників цих двох груп найбільше різниться. Для цього респонденти, які оцінювали медіаосвіту з використанням семантичного диференціала, за допомогою кластерного аналізу були розподілені на дві групи. Найчисельнішою виявилася група, яка вибирала для оцінок медіаосвіти позитивні полюси запропонованих шкал семантичного диференціала. Таких було 80,6 %. Противників істотно менше – 19,4 %. Отриманий розподіл цілком кореспондується з даними згаданого на початку цього розділу загальноукраїнського опитування [Сергійчук, 2010]. Згідно з ними кількість студентів, які негативно ставляться до навчання культури перегляду телепередач та запровадження на телебаченні аналітичних програм, які б допомагали глядачам краще знати і розуміти його, коливається в межах 16–18 %. Найбільші розбіжності між образами медіаосвіти, які існують в уявленнях її прихильників та противників, стосуються таких її параметрів: сучасність, потрібність, актуальність, перспективність, інноваційність; найменші – прогнозованості наслідків запровадження, врахування вітчизняних реалій, забезпеченості ресурсами, впорядкованості, гуманітарної спрямованості та центрованості на інтересах особистості. Детальніша інформація щодо відмінностей між групами прихильників та противників представлена на рисунку 2.2.

Виявлені розбіжності в образах медіаосвіти, що склалися у свідомості розробників та потенційних споживачів (студентів), дають можливість визначити основні напрями інформаційно-роз'яснювальної роботи серед потенційних споживачів, яка має на меті сформувати адекватний образ медіаосвіти. Зокрема, пріоритетним напрямом в інформаційній роботі має стати порівняння вітчизняної та зарубіжних моделей медіаосвіти. Детальнішого висвітлення потребують й очікувані наслідки впровадження/невпровадження медіаосвіти. Розробникам варто врахувати й те, що потенційні споживачі значно стриманіше за них самих сприймають медіаосвіту з погляду її безпечності, інноваційності та врахування інтересів особистості.



Рис. 2.2. Образ медіаосвіти в уявленнях прихильників та противників

2.3.4. Модернізаційний простір ЄС і НАТО чи Митного союзу і ЄЕП? Психотехнологічні аспекти вибору

З проголошенням незалежності Україна опинилася на світоглядному та історичному роздоріжжі. Творення власної зовнішньополітичної біографії виявилось справою дуже непростою як через специфіку геополітичного становища, так і комплексу зовнішніх та внутрішніх чинників. Протягом усіх років незалежності чи не найдражливішою проблемою України лишається вибір зовнішнього політичного та економічного вектора, який визначає її позицію щодо провідних політичних, економічних та військових міждержавних структур. По суті йдеться про вибір конкретної моделі модернізації. Зробити цей вибір доволі складно, оскільки головні стратегічні партнери України перебувають у різних цивілізаційних просторах, мають різні суспільні цінності та пріоритети, і вибір того чи того модернізаційного простору, тої чи тої моделі модернізації означатиме не тільки модернізацію економіки в сенсі нових технологій та функціонування державного апарату і суспільства, а й фундаментальні зрушення у вітчизняному гуманітарному просторі як світоглядній, ідейній, духовній та культурній оболонці.

Пропозиції вітчизняних та зарубіжних політичних гравців щодо зовнішньополітичного курсу України можуть бути зведені до трьох основних варіантів:

- 1) євразійська геополітична модель (реінтеграційні проекти, Митний союз тощо);
- 2) європейська інтеграція (включаючи суспільно-політичні та соціально-економічні перетворення);
- 3) самостійне просування на глобальні ринки та пошук власного місця у світовому розподілі праці, виходячи з наявних можливостей та ресурсів [Клочко, 2011].

Стратегії, спрямовані на реалізацію конкретного варіанта зовнішньополітичного вибору, мають чимало усталених назв – “багатовекторність”, “курс активного неприєднання”, “позаблоковість”, “політика ізоляціонізму”, “стратегії лавірування та балансування між сильними геополітичними гравцями”, “євроінтеграція”, “євроатлантична інтеграція”, “російський вектор”, “європейський век-

тор” тощо. Якщо до наведеного переліку додати ще й відповідні заголовки повідомлень у мас-медіа на кшталт “НАТО – формула модернізації України” (Карасьов), “Багатовекторність позбавляє Україну шансів на успішну модернізацію”, “Більдт: “Багатовекторність” приведе Україну до ізоляції”, “Митний союз тріщить по швах”, “Куди далі: зона вільної торгівлі з ЄС чи Митний союз?”, “Втягнути Україну в Митний союз для Путіна – питання особистого престижу” (російський експерт), “Українці тепер більше хочуть в Митний союз, ніж в ЄС” (опитування), “Митний союз, Європейський Союз чи позаблоковість?” тощо, то неважко помітити, що кожний з основних проєктів зовнішньополітичного розвитку за допомогою технології неймінгу “упаковується” зацікавленими сторонами у різноманітні “обгортки”, мета яких – сформувати в українських громадян певний емоційно забарвлений образ того чи того варіанта зовнішньополітичного курсу держави, сформувати до нього певне ставлення і в такий спосіб забезпечити йому належний рівень суспільної підтримки.

Ставленням громадян до основних варіантів зовнішньополітичного курсу держави доволі часто цікавляться соціологи. З цією метою респондентам пропонується відповісти на одне або й низку запитань, наприклад таких: “Яким інтеграційним напрямом має йти Україна? Чи треба Україні вступати до Європейського Союзу?”, “Чи повинна Україна вступати до таких організацій (ЄП, ЄС, НАТО)?”, “Що для України краще: укласти договір про політичну асоціацію з Європейським Союзом з подальшим вступом до ЄС, або ж стати повноправним учасником Митного союзу і Єдиного економічного простору з Росією, Білоруссю і Казахстаном?”, “В якому випадку в українських громадян буде більше можливостей знайти хорошу роботу – якщо Україна стане повноправним членом Європейського Союзу або стане повноправним членом Митного союзу і Єдиного економічного простору?”, “В якому випадку у продукції української промисловості та сільського господарства буде більше шансів добре продаватися – якщо Україна стане повноправним членом Європейського Союзу або стане повноправним членом Митного союзу і Єдиного економічного простору?”, “Якби у найближчу неділю в Україні відбувся референдум щодо вступу України до Європейського Союзу, як би Ви проголосували?” тощо [Референдуми: ...; Ставлення ...; Европейский Союз ...]. Результа-

ти опитувань свідчать, що на сьогодні громадська думка щодо бажаного вектора зовнішньополітичної інтеграції держави є суперечливою, і результати загальноукраїнського референдуму з цього приводу в разі його проведення визначатимуться тим, як саме буде сформульоване запитання. Боротьба за прихильність громадян щодо геополітичного майбутнього країни триває, а отже, існує й запит на відповідні технології, у тому числі соціально-психологічні. Предметом наших наукових пошуків є психологічні технології конструювання образів згаданих геополітичних проєктів.

Використання у контексті, обраному нами для аналізу, самого поняття “образ”, на наш погляд, є традиційним, оскільки воно є родовим для великого кола явищ, які відображають реальність з різним ступенем адекватності. Образ є початковою ланкою і водночас результатом пізнавального акту, його зміст задається набором характеристик об’єкта, організованих у певну структуру [Большой психологический ..., 2004]. Сучасні дослідники розуміють образ як когнітивну гіпотезу або модель, зіставну з об’єктивною реальністю [Обухов, 2003]. Розуміння того, що образ – це не механічно-дзеркальне відображення об’єкта, а результат своєрідного конструювання, робить процес побудови образів основною мішенню при здійсненні впливів на масову свідомість [Кабаченко, 2000, с. 216]. Цілеспрямоване втручання у процес побудови образів може здійснюватися за допомогою різноманітних технологій. Серед них особливого поширення набули технології іміджмейкінгу. При цьому під іміджем зазвичай розуміють цілеспрямовано створюваний образ певного об’єкта (товару, організації, людини, спільноти тощо), предметна специфічність якого задається відповідним набором певних якостей, які люди асоціюють з ним [Имидж лидера ..., 1994, с. 117]. Серед цих якостей можна виокремити реальні, притаманні об’єкту, а також фантомні, які лише приписуються йому. Зазвичай вважається, що образ об’єкта наділяється фантомними якостями цілеспрямованими зусиллями ЗМК, реклами, пропаганди. Проте вони можуть виникати і як результат відповідної самопрезентації, а також являти собою своєрідні проєкції очікувань та бажань реципієнтів. Значний вплив на формування іміджів справляють також наявні стереотипи масової свідомості тощо.

Одна із специфічних особливостей іміджу, цілком слушно зауважує Г. М. Андреева, полягає у навмисне зміщеному ракурсі

сприйняття, внаслідок чого увага реципієнтів акцентується лише на бажаних для відправника повідомлення властивостях та якостях об'єкта, а отже досягається ілюзорне відображення об'єкта чи явища [Андреева, 2000]. Бажаний ракурс сприйняття об'єкта іміджування може, зокрема, задаватися його розміщенням у певному контексті. Ця технологія має два основних варіанти, які отримали назви контекстуального коректування [Каменева, 2006] та контекстуального рефреймінгу [Бендлер, Гриндер, 1995]. Інший не менш дієвий спосіб зсуву ракурсу сприйняття полягає у зміні позиції самого реципієнта. Не претендуючи на повноту переліку, наголосимо, що оцінка може здійснюватися з позицій: бажаного майбутнього, наявних можливостей та очікуваних наслідків, минулого досвіду, відстороненого спостерігача, залученої, зацікавленої сторони тощо. Певне уявлення про можливості таких технологій дають зміщення оцінок респондентами бажаного зовнішньополітичного вектора України залежно від особливостей формулювання запитань. Проте найбільш повно їх можливості розкриваються у разі залучення громадян до різноманітних акцій, збагачення їхнього особистого досвіду. Не менш ефективними є технології, які досягають результату шляхом налаштування реципієнта на певний емоційний стан. Саме емоційний фон виконує функцію “рожевих”, “чорних” чи якихось інших “окулярів”, через які реципієнт починає сприймати потрібний об'єкт. Інколи дієвість технологій цієї групи досягається в інший спосіб – завдяки спрощенню, примітивізації образу об'єкта, заміщенню різнобічного, “різнокольорового” його бачення на “чорно-білу картинку”. Можливе застосування технологій, які, навпаки, сприяють більш тонкому, диференційованому сприйманню об'єкта. Такі технології відкривають у сприйманому об'єкті нові, невідомі, часто несподівані для реципієнта аспекти, грані, смислові виміри тощо. Проте часто інформаційно-комунікативні технології творення іміджу діють “в лоб”, наділяючи цільовий об'єкт потрібними замовнику оцінними характеристиками.

Зручним інструментом реконструкції образів різноманітних об'єктів та явищ є методи експериментальної психосемантики. Зокрема, йдеться про метод побудови суб'єктивних семантичних просторів, які розглядаються як операціональні моделі категоріальних структур індивідуальної і суспільної свідомості [Петренко, 1997]. Образи об'єктів у межах психосемантичного підходу явля-

ють собою точки, що розташовуються у тих чи тих ділянках семантичного простору. Розмірність цього простору визначається ступенем когнітивної складності існуючої у реципієнта (реципієнтів) системи уявлень про певну сферу дійсності. А зміст смислових вимірів задається констеляціями ознак, притаманних відповідним образам (об'єктам). Важливою перевагою цього методу дослідження образів є можливість аналізувати їх не тільки у статичі, а й у динаміці, розглядати їх як рухомі конструкції, змінювані образи мінливого світу. Оскільки метод семантичних просторів зарекомендував себе як чутливий інструмент фіксації впливів на індивідуальну, групову та масову свідомість, він був використаний у нашому дослідженні.

Перше емпіричне дослідження мало на меті реконструювати ті категоріальні структури, які опосередковують сприйняття різноманітних країн та міждержавних утворень, спрямовують інтерпретацію щодо них та визначають оцінки їхніх образів. Як міждержавне утворення був обраний військово-політичний блок НАТО, стосовно доцільності приєднання до якого в Україні ведуться палкі суперечки. У список оцінюваних країн були включені країни-сусіди України (Білорусь, Польща, Росія, Румунія, Туреччина), найбільші країни світу (Китай, США), країни Європи представляли Німеччина, Франція і Швейцарія.

У дослідженні взяли участь студенти другого і четвертого курсів психолого-педагогічного та історичного факультетів Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка – всього 243 особи обох статей, віком 19–23 роки. Вибір студентів об'єктом дослідження зумовлений тим, що у них вже сформовані не випадкові оцінки країн, внутрішньо обґрунтовані та погоджені з їхньою картиною світу [Митина, 2009]. Емпіричне дослідження проводилося в лютому–березні 2011 р.

Оцінювання характеристик, з яких складався образ тої чи тої країни, здійснювалося студентами за допомогою 5-бальних (від 1 до 5) уніполярних шкал. Шкали добиралися таким чином, щоб мати можливість охарактеризувати економічні, політичні, культурні особливості країн. Загалом було використано 18 шкал – прикметників жіночого роду однини – “сучасна”, “сильна”, “агресивна” тощо.

Статистична обробка даних передбачала факторизацію середньогрупових значень відповідей респондентів і здійснювалася з використанням комп'ютерної програми SPSS 17. Факторно-аналітична обробка даних проводилася методом головних компонент з поворотом факторних осей методом varimax. Була здійснена роздільна факторизація для прихильників НАТО (33 студенти), противників НАТО (92 студенти) і таких, які на момент дослідження не визначилися щодо вступу країни в НАТО (118 студентів).

У групах противників і прихильників вступу до НАТО було виявлено по два фактори, які пояснюють відповідно 89,5 % і 88,5 % загальної дисперсії. У групі тих, хто не визначився щодо вступу до НАТО, було виявлено три фактори, які разом пояснювали 94,2 % дисперсії.

Змістове наповнення першого фактора у всіх трьох групах виявилось практично ідентичним. Із факторними навантаженнями 0,7 і більше до нього увійшли ознаки: “прогресивна”, “багата”, “конструктивна”, “сучасна”, “стійка”, “творча”, “індивідуалістична”, “впливова”, “могутня”. Цей фактор був інтерпретований як “ступінь модерності” суб'єкта міжнародних відносин. Оцінка країни чи міждержавного об'єднання за критерієм “модерності” суб'єктивно найбільш значуща для противників вступу до НАТО. Найменш чутливими до неї є ті, хто не визначився. На це вказує відсоток пояснюваної дисперсії, що припадає на фактор. У противників він сягає 53,7 %, у прихильників – 49,8 %, тих, хто не визначився – 46,2 %.

Другий фактор у всіх трьох підгрупах виявився біполярним. Його зміст також був майже ідентичний у всіх трьох групах і являв собою опозицію ознак “конфліктна”, “агресивна” – “доброзичлива”. Відтак він був інтерпретований як “готовність застосувати силу”. Його суб'єктивна значущість для всіх трьох груп була практично однакова – мінімальний відсоток пояснюваної дисперсії становив 35,8 %, максимальний – 38,7 %.

Слід зазначити, що у групах прихильників та противників НАТО на одному полюсі з “доброзичливістю” опинилися й ознаки “світла” та “справедлива”. Таке поєднання можна інтерпретувати як суміщення параметрів “готовність застосувати силу” і “моральна оцінка”. Для прихильників обох цих груп будь-який конфлікт і застосування сили має оцінюватися скоріше як “темне” й “несправе-

дливе” і засуджуватися. А от для тих, хто не визначився, “готовність застосувати силу” і “моральна оцінка” виявилися окремими, незалежними один від одного смисловими вимірами. На користь цього свідчить той факт, що характеристики “світла” та “справедлива” у групі з невизначеним ставленням до НАТО утворили третій, окремий фактор. Оскільки на нього припадає 10,6 % дисперсії, рівень його суб’єктивної значущості не є надто значним.

Отже, семантичні простори сприймання НАТО як своєрідного зразка, еталона модернізації виявилися дуже схожими у всіх трьох групах студентів. Дещо більшою когнітивною складністю вирізнялася група тих, хто не визначився. Прихильники та противники НАТО послуговувалися простішим – двомірним – семантичним простором. Проте такий результат є цілком очікуваний, оскільки, як свого часу було доведено, зокрема, В. Ф. Петренком [Петренко, 1997], сильні емоції, виражене пристрасне ставлення призводять до зменшення розмірності семантичного простору, зумовлюють перехід до спрощених форм категоризації.

Реконструйовані семантичні простори відображають суб’єктивну логіку світового устрою, притаманну певним групам реципієнтів. Ця логіка, визначаючи зони тяжіння до певних країн та організацій і відштовхування від інших, дає змогу “побачити” світоустрій очима представників тої чи тої групи. Так, прихильники НАТО до числа наймодерніших країн відносять передусім США, Німеччину, Швейцарію, Францію та Китай. Цілком модерновим утворенням їм бачиться і НАТО. А от Україна, Румунія і Білорусь не мають жодних підстав претендувати на модерність. До них тяжіє Росія. Натомість Росія, не будучи модерною країною, уявляється як найбільш агресивна, готова до застосування сили. Значно поміркованішими на її фоні виглядають США, ще мирлюбнішим уявляється блок НАТО. За такого бачення світу цілком природним видається прагнення прихильників НАТО “захистити”, “убезпечити” Україну від “агресивної” і “майже дикої” Росії шляхом приєднання до табору “модернових” країн в особі НАТО, яке до того ж, на їхню думку, сповідує принцип “добро має бути з кулаками”.

Противники НАТО бачать світ по-іншому. Вони також виокремлюють групу наймодерніших країн, включаючи до неї передусім США, Німеччину, Швейцарію, Францію та Китай, і відмовля-

ють у модерності України, Румунії та Білорусі. Але при цьому рівень модерності Росії оцінюється ними помітно вище за прихильників вступу до НАТО, а модерність самого Північно-Атлантичного альянсу викликає в них сумніви. За цим параметром Росія і НАТО в їхніх уявленнях фактично не відрізняються. А от за параметром агресивності перше місце посідає саме НАТО. Імідж доволі агресивних країн мають також Росія та США. Отже, можна припустити, що противників вступу до НАТО лякає як “агресивність” самого блоку, так і загроза опинитися “між двох вогнів” у разі виникнення протистояння між НАТО (та/або США) і доволі агресивною Росією.

Головною особливістю геополітичної картини світу тих, хто не визначився, є бачення України абсолютним аутсайдером за критерієм модерності. Згідно з їхніми уявленнями Україна значно відстає навіть від тих країн, які не є модерними. Найбільш агресивною, схильною до застосування сили, вони вважають передусім Росію. Не надто істотно від неї відрізняються США та НАТО. Таке світобачення дає підстави вважати, що для представників цієї групи найбільш актуальна проблема – це передусім відставання України від сучасних, модернових країн, а питання ставлення до НАТО є проблема другорядна, така, що сьогодні не є актуальною, що й зумовлює, врешті-решт, невизначеність ставлення щодо НАТО.

Аналіз отриманих даних наводить на думку, що ставлення респондентів до вибору між модернізаційними просторами НАТО і Росії залежить не тільки від того, як вони оцінюють їхній модернізаційний потенціал та рівень агресивності, а й від оцінки модернізаційного потенціалу самої України. Якщо бути ще точнішим, то йдеться навіть не про сам ступінь немодерності України, а про уявний розрив, дистанцію відставання України від модернових країн. У разі, якщо цей розрив вважається занадто великим, сенс входження країни у будь-які модернізаційні простори може втрачатися, оскільки за такої ситуації певна частина респондентів почуває себе пасажиром корабля, що тоне, і починає діяти відповідно до гасла “Рятуйся, хто може!”. Шлях порятунку відомий – спроби пересісти з одного корабля на інший, більш сучасний та надійний, тобто емігрувати. З викладеного випливає, що предметом соціально-психологічних технологій, за допомогою яких здобуватиметься прихильність громадян до того чи того варіанта геополітичного

майбутнього країни, мають бути не тільки образи інших країн та міждержавних об'єктів, а й образ України.

Щоб переконатися у правильності припущення, що особи, які мають намір емігрувати, сприймають Україну абсолютним аутсайдером у питаннях модернізації, у березні 2012 р. було проведено чергове дослідження. Цього разу респондентами були студенти першого курсу медичного університету м. Києва обох статей віком 17–24 роки. Всього у дослідженні взяв участь 171 студент. Дослідження проводилося за тою самою методикою, що й попереднього разу. Єдина відмінність полягала в тому, що до списку країн та міждержавних об'єднань було включено ще одну міжнародну організацію – ЄС (Європейський Союз). З метою виявлення потенційних емігрантів студенти мали закінчити речення “Якби у мене була можливість виїхати на постійне місце проживання в будь-яку іншу країну, я б ...”, обравши один з наступних варіантів: “обов'язково поїхав би”, “скоріше поїхав би”, “скоріше не поїхав би”, “не поїхав би у жодному разі”, “важко відповісти”. Бажання емігрувати виявили 96 осіб (56,1 %), бажання лишитися – 36 осіб (21,1 %), інші вагалися з відповіддю. До аналізу були включені анкети лише перших двох груп респондентів. Тих, хто виявив бажання емігрувати, у подальшому для зручності називатимемо “емігрантами”, а тих, хто виявив бажання лишитися в Україні – “патріотами”.

Як і під час попереднього дослідження, обробка даних передбачала факторний аналіз з подальшим varimax-обертанням. У групі “емігрантів” та “патріотів” було виявлено по два фактори, які в сумі пояснюють відповідно 94,1 % і 88,8 % загальної дисперсії варіації ознак. Результати факторизації даних, отриманих на новій вибірці, підтвердили факт існування факторних структур, які були виокремлені під час першого дослідження. В обох групах першим фактором був “ступінь модерності суб'єкта міжнародних відносин”, другим – “готовність застосувати силу”.

Розташування країн у семантичних просторах, смислові виміри яких задавалися факторами “модерності” та “готовності застосувати силу”, у групі “емігрантів” та “патріотів” в цілому було схожим. Представники обох груп найвище оцінювали модерність Швейцарії, Німеччини, Франції та США. В обох групах Європейський Союз сприймався як більш модерна структура, ніж НАТО.

Схожими були й уявлення щодо групи країн-аутсайдерів, яка включала Україну, Росію, Туреччину, Білорусь, Румунію. До числа готових застосовувати силу представники обох груп відносили Росію, НАТО і США. Що ж стосується нашого припущення про відмінності в оцінках модерності України “патріотами” та “емігрантами”, то воно повністю підтвердилося. “Патріотам” Україна уявляється як така, що за рівнем модерності майже не поступається Туреччині і наближається до Росії та Польщі. При цьому Україна, на їхню думку, помітно випереджає за цим критерієм Румунію та Білорусь. “Емігранти” ж сприймають Україну як таку, що не просто “пасе задніх”, а плентається у модернізаційних перегонах останньою.

У боротьбі, що ведеться за прихильність громадян до того чи того зовнішнього вектора розвитку України, найбільш уживаними є різноманітні медіатехнології, передусім інформування. Найчастіше з метою формування медіаобразів та просування іміджу використовують однобічно спрямовані форми інформування. Інтерактивні формати лишаються доволі складними у використанні, хоча й вважаються більш ефективними.

Оцінка можливостей технологій інформування як засобу творення та корекції уявлень про міжнародні організації, за вступ до яких агітують представники різних політичних сил, була завданням ще одного нашого дослідження, яке проводилося протягом лютого-травня 2011 р. У ньому взяли участь 138 студентів обох статей четвертого курсу психолого-педагогічного та історичного факультетів Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка у віці 19–23 років. Предметом вивчення була динаміка ставлення до вступу України в НАТО в умовах інформаційних впливів. Порівнювався вплив групової дискусії, якій передувала звична інформаційна поведінка учасників, та дискусії, якій передувала самостійний пошук інформації з теми майбутнього обговорення. Відповідно було створено дві групи респондентів. Втручання в інформаційну поведінку першої групи (40 осіб) не було. Ці респонденти протягом часу, який передував дискусії, вибирали та споживали інформацію у звичному для себе режимі. Респонденти другої групи (98 осіб) мали самостійно шукати інформацію про діяльність НАТО, а потім брали участь у дискусії з приводу вступу України в цю організацію. Учасники обох груп час від часу відповідали на

запитання: “Якби сьогодні відбувся референдум про вступ України в НАТО, як би Ви проголосували?”. Це запитання ставилося учасникам чотири рази: на початку дослідження, перед дискусією, відразу по її завершенні та через два тижні після дискусії. Порівняння результатів обох груп на початку дослідження та після його завершення зафіксувало істотну відмінність у стійкості поглядів. Групова дискусія у групі респондентів, чия інформаційна поведінка лишалася звичною, не вплинула на позицію переважної більшості учасників щодо вступу України до НАТО – 90 % з них не змінили свого ставлення. А от серед тих, хто перед дискусією був залучений до пошуку інформації про НАТО, таких було лише 24,5 %.

Особливості інформаційної поведінки є не єдиним чинником, що опосередковує вплив медіатехнологій на вибір зовнішньополітичного вектора країни. Не менш дієвим має бути залученість громадян до інших форм політичної діяльності, таких як робота в громадських та партійних організаціях, участь у різноманітних акціях, заходах тощо. Це підтвердив більш детальний аналіз результатів другої групи студентів, які спочатку самостійно шукали інформацію про діяльність НАТО, а потім брали участь у дискусії з приводу вступу України в цю організацію. У цих студентів цікавилися, чи беруть вони участь у тих чи тих формах політичної діяльності. Чисельність тих, хто ствердно відповів на це запитання, була незначною – 16 осіб. Переважна більшість (82 особи) не мали досвіду залучення до політичної діяльності. І це істотним чином позначалося на їхній чутливості до впливу технологій інформування. Серед тих, хто не залучався до політичної діяльності, ставлення до НАТО після самостійного пошуку інформації та дискусії не змінив лише кожний п'ятий, а серед тих, хто мав досвід участі у політичній діяльності – кожний другий. На наш погляд, це свідчить про перспективність та доцільність розробки акціональних технологій формування образу модернізаційних змін.

Література

Азаров опроверг обвинения в бездействии и имитации реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [18.02.12 http://podrobnosti.ua/power/2012/02/28/823038.html](http://podrobnosti.ua/power/2012/02/28/823038.html).

Андреева Г. М. Социальная психология: [учеб. для вузов] / Г. М. Андреева. – М. : Аспект-Пресс, 2000. – 373 с.

Андреева Г. М. Социальная психология и социальные изменения / Г. М. Андреева // Психологический журнал. – 2005. – № 5. – С. 2–15.

Безрудный Ф. Сущность понятия инновации и его классификация / Ф. Безрудный, Г. Смирнова, О. Нечаева // Инновации. – 1998. – № 2/3.

Бэндлер Р. Рефрейминг: ориентация личности с помощью речевых стратегий / Р. Бэндлер, Д. Гриндер. – Воронеж : НПО “МОДЭК”, 1995. – 256 с.

Беляков О. О. Впровадження ідей Болонського процесу: чого бракує Україні? / О. О. Беляков // Вчені записки університету “КРОК”. – 2008. – Вип. 18. – Том 1. – С. 50–58.

Битянова М. Р. Организация психологической работы в школе / М. Р. Битянова. – М., 1999.

Болонський процес / Наукова бібліотека Харківського Національного університету радіоелектроніки / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lib.kture.kharkov.ua/ua/elekh22/3.php>.

Болонський процес і вища школа (для магістрів і аспірантів): навч. програма / [укладач: Н. О. Падун]. – Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2005. – 22 с.

Болонський процес. Хрестоматія / [укладачі: Ю. Беляев, О. Мішуков]. – Херсон : Видавництво ХДУ, 2005. – 276 с.

Большаков И. Невечный двигатель. Власть использует миф о модернизации для поддержания легитимности: / И. Большаков [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kasparov.ru/material.php?id=4D41230A5F3AF>.

Большой психологический словарь / [под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко]. – М. : Прайм-Еврознак, 2003. – 672 с.

Будут реформы или имитация реформ?: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.newsland.ru/news/detail/id/907070/>.

Вища освіта України і Болонський процес: навч. посіб. / За ред. В. Г. Кременя. [М. Ф. Степко, Я. Я. Болюбаш, В. Д. Шинкарук та ін]. – Т. : Навч. кн.; Богдан, 2004. – 384 с.

Вища освіта України і Болонський процес: навч. програма / МОН України / М. Ф. Степко (розроб.). – К. : Дельта, 2007. – 21 с.

Вища освіта України і Болонський процес: навч. програма / Прикарпатський національний ун-т ім. Василя Стефаника / [уклад. Т. К. Завгородня, В. В. Стинська]. – Івано-Франківськ : Гостинець, 2007. – 31 с.

Власенко Ю. А. Психологический анализ инновационного потенциала личности / Ю. А. Власенко // Ученые записки Таврического национального института – Выпуск № 12 (51) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www3.crimea.edu/tnu/magazine/scientist/edition12/ tom2/n01212.htm> (дата обращения 12.01.2012).

В Украине придумали очередную имитацию реформы охраны здоровья – электронную медкарту: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vsiyaprawda.com/news/news/id63815>.

В энергосекторе пока идет имитация реформ – мнение: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/all/tek/novosti/2181879-v-energo-sektore-poka-idet-imitatsiya-reform-mnenie.htm>.

Головаха Е. А. Трансформирующееся общество. Опыт социологического мониторинга в Украине / Е. А. Головаха. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 1996. – 143 с.

Гормонов М. К. Общественное мнение. История и современность / М. К. Гормонов. – М., 1988.

Грицанов А. А. Новейший философский словарь / А. А. Грицанов. – 1999.

Грушин Б. А. Мнения о мире и мир мнений / Б. А. Грушин. – М., 1997.

2012 принесе українцям розуміння реформ: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ura-inform.com/uk/politics/2011/02/10/janukov>.

Докторов Б. З. Обогащенное общественное мнение: понятие, социальная практика, опыт изучения / Б. З. Докторов // Мониторинг общественного мнения. – 2004. – № 3. – С. 58–70.

Душенко К. В. Универсальный цитатник политика и журналиста / К. В. Душенко. – М. : Эксмо, 2003. – 784 с.

Евдокимов Д. О кризисе и льготах, или псевдореформы за наш счет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minfin.com.ua/blogs/Evdokimov1/16834/>.

“Европейский Союз и Таможенный Союз” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=186&page=1>.

Журавлев А. П. Звук и смысл / А. П. Журавлев. – М. : Просвещение, 1991. – 160 с.

Журавський В. С. Болонський процес: головні принципи входження в Європейський простір вищої освіти / В. С. Журавський, М. З. Згуровський. – К. : Політехніка, 2003. – 200 с.

Задрский В. Народ не безмолвствует. Просто он – объект реформ, а не их субъект / В. Задрский [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://blog.liga.net/user/vzadorskiy/article/8879.aspx>.

Залецька І. Запізніла реформа / І. Залецька [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lvivpost.net/content/view/8621/408/>.

Зубченко А. Нанореформы / А. Зубченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://noviny.su/smi-00001712.html>.

Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / [под ред. В. Егоровой-Гантман]. – М. : Знание и Никколо, 1994. – С. 142.

Інформаційний вплив: теорія і практика прогнозування : монографія / [за ред. П. Д. Фролова] ; Національна акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2011. – 304 с.

Инновации: спасут ли они Россию? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/9890.html?no_cache=1&cHash=18fb5ccfba.

Инновационный менеджмент : учебник / [под ред. С. Д. Ильенковой]. – М. : Юнити, 1997. – 311 с.

Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия / Т. С. Кабаченко. – М. : Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.

Казакова Е. И. Диалог на лестнице успеха / Е. И. Казакова, А. П. Тряпицына. – СПб., 1997.

Каменева В. А. Контекстуальная корректировка – один из механизмов идеологических технологий (на примере репрезентации мусульман в публицистическом дискурсе американской печатной прессы) / В. А. Каменева [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.evcppk.ru/files/pdf/178.pdf>.

Клеточные автоматы – реализация и эксперименты [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.osp.ru/pcworld/2003/08/166226/>.

Климов Е. А. История психологии труда в России / Е. А. Климов, О. Г. Носкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://society.polbu.ru/klimov_history/ch01_i.html/.

Ключко В. Глобалізація та особливості сучасної економічної кризи / В. Ключко // Економіка України. – 2011. – № 9 (598). – С. 27–38.

Колядин Д. В. Моделирование распространения слухов с помощью клеточного автомата / Д. В. Колядин // Препринт Ин-та прикладной математики им. М. В. Келдыша РАН. – М. : РАН, 1999. – № 41. – С. 31–34.

Коробейников В. Пирамида мнений. Общественное мнение: природа и функции / В. Коробейников. – М., 1981.

Корольов Б. І. Вища школа України і Болонський процес: бібліограф. показник / Б. І. Корольов // АПН України; Інститут вищої освіти; Європейський ун-т. – К. : Видавництво Європейського ун-ту, 2006. – 144 с.

Коновалова Н. Л. Предупреждение отклонений в развитии личности при психологическом сопровождении школьников / Н. Л. Коновалова. – СПб., 1999.

Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/konceptsiya-vprovadzhennya-mediasoviti-v-ukrayini>.

Крупник Е. П. Психологическая устойчивость личностных конструктов в период взрослости / Е. П. Крупник, Е. Н. Лебедева // Психологический журнал. – 2000. – Т. 21. – № 6. – С. 12–23.

Крупник Е. П. Экспериментальное исследование механизмов целостного восприятия / Е. П. Крупник // Вопросы психологии. – 2003. – № 4. – С. 127–132.

Ларичев О. И. Теория подсознательных решающих правил и ее применение в диагностических задачах / О. И. Ларичев // Психологический журнал. – 2003. – Т. 13. – № 4. – С. 58–67.

Левін Р. Ставлення до інновацій різних соціально-демографічних груп українського суспільства / Р. Левін, А. Ноур // Український соціум. – 2007. – № 3. – С. 54–62.

Ломоносов М. В. Избранные философские произведения / М. В. Ломоносов. – М. : Госполитиздат, 1950.

Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент / П. П. Микитюк. – К. : Центр навч. літ., 2007. – 400 с.

Митина О. В. Психосемантический анализ имиджа государства: реконструкция и измерение / О. В. Митина, В. Ф. Петренко // Психологический журнал. – 2009. – № 3. – С. 6–27.

Многоликость инноваций. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://aeer.cctpu.edu.ru/winn/db_reg/articles/1.doc.

Ніколаєнко С. М. Болонський процес у фактах і документах: Сорбонна – Болонья – Саламанка – Прага – Берлін – Берген / С. М. Ніколаєнко (ред.); упоряд. В. Д. Шинкарук. – К. : Дельта, 2007. – 52 с.

Ничипоренко Н. Прогностическая компетентность в системе личностных свойств / Н. Ничипоренко // Вопросы психологии. – 2007. – № 2. – С. 123–130.

Обухов А. С. Исторически обусловленные модификации образа мира / А. С. Обухов // Развитие личности. – 2003. – № 4. – С. 51–68.

Пасхавер О. Описание / О. Пасхавер, Я. Ширмер. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://photo.unian.net/ukr/detail/263998.html>.

Опыт изучения. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pseudology.org/Gallup/Enriched_PO.htm.

Освітні трансформації в Україні без розуміння реформ? : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.civicua.org/news/view.html?q=1578095>.

Паніна Н. В. Українське суспільство 1994 – 2005: соціологічний моніторинг / Н. В. Паніна. – К. : Софія, 2005. – 160 с.

Панок В. Соціальне проектування і прикладна психологія / В. Панок [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=21&c=189>.

Панченко Л. Пенсионная реформа как запоздалая общественно-экономическая необходимость / Л. Панченко; онлайн газета “Провинция”. – № 05 (1048) 02.02.2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://konstantinovka.com.ua/node/13462>.

Персональная система автоматического анализа текста TextAnalyst 2.0 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.analyst.ru/index.php?lang=eng&dir=content/products/&id=ta>.

Песимізм українців породжують зростання цін, незрозумілі реформи та корупція [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.volynnews.com/messages/885/>.

Петренко В. Ф. Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – Смоленск : Изд-во СГУ, 1997. – 400 с.

Политические технологии [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politdumka.kiev.ua/index.php?tel=p>.

Політичний портрет України: Бюлетень Фонду “Демократичні ініціативи”. – К., 1996. – № 15.

Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер – 2001а. – 656 с.

Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 624 с.

Психотехнологии [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politdumka.kiev.ua/index.php?tel=p>.

Программа NEURO EXPERT [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://neuroengine.com/archives/258/>.

Прохоров А. Компьютерная визуализация социальных сетей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.compress.ru/article.aspx?id=16593&iid=771#begin>.

Репертуарные решётки Келли [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.petropal.narod.ru/kelly.rar>.

Референдуми: і за Європейський Союз, і за Митний союз – були б виграні, але молодь все ж за Україну в Європі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dif.org.ua/ua/events/referendumi-i-za-evropeiskii-soyuz_-i-za-mitnii-soyuz-buli-b-vigrani_-ale-molod-vse-zh-za-ukrainu-v-evropi.htm.

Сергійчук Г. В. Громадська думка про впровадження медіаосвіти в Україні / Г. В. Сергійчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/gromadska-dumka-pro-vprovadzhennya-mediaosviti-v-ukrayini>.

Ставлення громадськості до європейської інтеграції України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/ua/publications/press-relizy/kfvievijerjvioji.htm>.

Стейкхолдер // Матеріал из Википедии [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/стейкхолдер>.

Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. Матеріали Парламентських слухань у Верховній Раді України 17 червня 2009 року. – К., 2009.

Тепляков Н. Н. Психосемантический анализ политического выбора в период помаранчевой революции / Н. Н. Тепляков. – О. : Изд-во ТМСИ, 2008. – 234 с.

Тігіпко вважає, що Україна повинна потихеньку зрозуміти реформи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrgazeta.com/ua/11751/>.

Товажнянський Л. Л. Болонський процес: цикли, ступені, кредити / Товажнянський Л. Л., Сокол Є. І., Клименко Б. В. – Х. : НТУ “ХПІ”, 2004. – 143 с.

Томенко: Пенсионная реформа – несправедливая и неправильная [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.ukrhome.net/content/1055488/Tomenko-Pensionnaya-reforma---nespravedlivaya-i-nepravilnaya.html>.

Тощенко Ж. Т. Социология. Общий курс / Ж. Т. Тощенко. – М. : Прометей, Юрайт-М, 2001. – 511 с.

Тымчук Д. “Самая гуманная в Европе”: миф о пенсионной реформе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://hvyly.org/analytics/politics/11751-samaja-gumannaja-v-evrope-mif-o-pensionnoj-reforme.html>.

Филиппова Т. В. Интернет как инструмент социологического исследования / Т. В. Филиппова // Социологические исследования. – 2001. – № 9. – С. 115–122.

Что означают термины “инновации” и “инновационные процессы” в образовании [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://psylist.net/pedagogika/inovaci.htm>.

Чуйко Г. Болонський процес. Методичний посібник для викладачів та студентів. Херсон, 2004 / Г. Чуйко, Н. Чуйко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://almamater.com.ua/modules/smartsection/item.php?itemid=2> (12.10.2010).

Шатилов М. Инструменты для социальных сетей / М. Шатилов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.osp.ru/os/2008/04/5114182>.

Яковец Ю. В. Эпохальные инновации 21 в. / Ю. В. Яковец. – М., 2004.

Яковлева Е. Инновационное общество / Е. Яковлева, Т. Владыкина // “Российская газета” – Неделя. – 2008. – № 4589. – 14 февраля.

Fishkin J. Deliberative Polling : Toward a Better-Informed Democracy / J. Fishkin [Electronic source]. – Access mode : <http://cdd.stanford.edu/polls/docs/summary/>.

Fishkin J. The Voice of the People. Public Opinion and Democracy / J. Fishkin. – New Haven : Yale University Press, 1995. – 79 p.

Freeman R. E. Strategic Management: A stakeholder approach / R. E. Freeman. – Boston : Pitman, 1984.

Harvey A. What Researchers Think About Online Research / A. Harvey [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rockresearch.com/Articles/mr06/mr06.html>.

РОЗДІЛ 3

ІНТЕГРОВАНА СИСТЕМА ТЕХНОЛОГІЙ ТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ІННОВАЦІЙ ТА ЇЇ ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ

3.1. Соціально-психологічні засади створення інтегрованої системи технологій

Будучи переконаними в тому, що образ інновацій є доволі специфічним утворенням, ми маємо на меті проаналізувати можливості існуючих технологій з погляду використання їх для формування специфічного образу інновації, а також запропонувати можливі шляхи подальшого розроблення таких технологій.

За відправну точку пошуку системи технологій формування образу інновацій пропонуємо взяти певним чином переформульовану нами тезу відомого російського соціолога Б. З. Докторова про основні чинники, які визначають процес формування громадської думки [Докторов, 2004]. З огляду на нашу проблематику можемо зазначити, що образ інновацій – це складне утворення, а його формування – багатогранний і багат шаровий процес. Проте якщо його максимально узагальнити, то серед розмаїття чинників, що визначають формування образу інновації в громадській думці, можна умовно виокремити три основні. Це інформація про інновацію, яку люди отримують із повідомлень ЗМК та в процесі міжособового спілкування; власний досвід взаємодії з інновацією; культура, система норм і цінностей, прийняті в спільноті (суспільстві). Саме ці провідні чинники й слугуватимуть нам орієнтирами в пошуку системи технологій для ефективного творення образу інновацій.

Засадничими для нас є, утім, ще кілька тез. Перша: слід виходити з того, що образ інновації конструюється, твориться громадською думкою, а не є відображенням її деяких “об’єктивних”

властивостей. Друга: творення образу інновації в громадській думці може бути успішним лише за умови адресності впливу, зокрема чіткої сегментації аудиторії. Третя: технології формування образу інновацій мають враховувати внутрішній світ суб'єкта, на якого спрямовується вплив; слід брати до уваги не тільки позиції, відносини, ставлення, способи бачення суб'єктів, що піддаються впливу, а і їхню здатність до рефлексивних ігор¹ тощо. Тобто в основу цих технологій має бути покладений суб'єктно орієнтований підхід.

3.2. Психотехнологічні складові інтегрованої системи технологій

3.2.1. Можливості та перспективи вдосконалення технологій інформаційного супроводу

Незалежно від того, впроваджувальною чи трансфертною ідеологією керуються ініціатори інновації, її поширення потребує інформаційної підтримки. Традиційно така підтримка здійснюється в межах так званої індоктринаційної моделі. Остання передбачає трансляцію певних уявлень щодо інновації, які вважаються “правильними” (а по суті бажаними для зацікавлених у поширенні інновації осіб).

Як правило, коли мова заходить про формування якихось образів у громадській думці, то згадують такі медіатехнології, як реклама, паблік рилейшнз, пропаганда тощо. Через специфіку інновації як об'єкта, про який потенційним споживачам часто нічого або майже нічого невідомо, складається ілюзорне враження, що бажан-

¹ Рефлексивна гра – процес соціальної взаємодії, під час якої кожен з її учасників здійснює рефлексивне управління (автор терміна – О. Лефевр) іншими учасниками, намагаючись реалізувати свою управлінську стратегію для формування власного варіанта соціальної дійсності (реалізації соціального інноваційного проекту). У просторі рефлексивної гри випробовуються на ефективність соціальні технології управління, тому вигравшем у такій грі стає підвищення рівня майстерності. Див. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ru.wikipedia.org/wiki/Рефлексивная_игра.

ний образ інновації має легко “вкладатися” у свідомість шляхом надання потрібної інформації про неї. Проте насправді це далеко не так. Переконливим свідченням цього є положення моделі Е. Роджерса, згідно з якими за будь-яких умов інновацію зазвичай приймають спочатку не більше як 2,5 % потенційних споживачів. Однією з причин такого неприйняття можуть бути труднощі формування образу інновації. Що радикальніша інновація, то важче сформувати її адекватний образ. Скажімо, свого часу сприймання електричної енергії як інноваційного продукту спочатку істотно утруднювалося, тому що енергію неможливо відчувати безпосередньо. Коли ж немає можливості спертися на наявний досвід, порівняти, знайти потрібний аналог тощо, образ запроваджуваної інновації викривляється. Часто дуже істотно. Знання про закономірності формування образів об’єктів, послуг, процесів за дефіциту інформації про них відкриває широкі можливості для застосування маніпулятивних технологій з метою формування бажаних іміджів інновацій.

Арсенал методів, які дають змогу спрямовувати процес формування образів у потрібному напрямі, на сьогодні дуже потужний. У рекламі та журналістиці існує чимало прийомів, способів і технологій, за допомогою яких можна вплинути на сприймання повідомлення, нав’язати читачам, слухачам чи глядачам позитивну або негативну думку, переконати їх у правдивості певної ідеї, створити потрібний образ певної людини, події тощо. Наприклад, одну й ту саму подію можна назвати революцією, а можна – переворотом чи заколотом, масове закриття шкіл і лікарень – великою оптимізацією освітньої та медичної галузей або, навпаки, їх деградацією і занепадом [Закриття шкіл...].

Коли на телебаченні, на радіо та в друкованих виданнях домінує висвітлення реформ під певним кутом зору, це, звичайно, не може не позначатися на ставленні до них, адже ЗМК не тільки відображають громадську думку, а й формують її. Як приклад наведемо деякі заголовки інформаційних матеріалів з українських видань, які дають певне уявлення про висвітлення ЗМК освітніх інновацій:

- Закриття шкіл та лікарень: до чого призведе велика оптимізація?
- “Титаник” старої освіти тоне (експерт)

- Ми вступили в зону глобальної освітньої турбулентності
- Студенти протестують проти деградації освіти
- У Табачника паніку через тести зіпхнули на ЗМК
- Американських школярів не будуть учити писати
- В Україні будуть скасовані оцінки з фізкультури
- В українських школах на 28 учнів припадає один комп'ютер
- Інтернет в українських школах забезпечать в'єтнамці
- Навчання в Києві дорожче, ніж у Польщі і Чехії
- Закриттю шкіл в Україні є три альтернативи
- Регіонали не сумніваються, що піднімуть освіту.

Попри те, що добиралися перші-ліпші заголовки, у переліку явно домінують ті, які навряд чи здатні сприяти формуванню позитивного ставлення до впроваджуваних освітніх реформ. Звичайно, наведений перелік не претендує на об'єктивність, його цілком обґрунтовано можна вважати тенденційним. Проте він змушує замислитися про те, в якій тональності ЗМК переважно висвітлюють образ суспільних та освітніх інновацій, які прийоми для цього використовують і якою мірою впливають на ставлення до тих чи тих реформ.

Значно складнішим є альтернативне завдання – сформувати максимально точний, “об’єктивний”, неупереджений образ інновації. Вирішення цього завдання потребує застосування специфічних технологій. Серед них виокремлюють дві великі групи: просвітницько-переконувальні і маніпулятивні [Максимов, 1999; Родин, 2006]. Основна відмінність між ними полягає в тому, що переконування будується на зверненні до критичного мислення людей, тоді як маніпуляція є способом прихованого управління свідомістю та поведінкою людей часто всупереч їхнім власним інтересам. Попри, здавалося б, самоочевидність критерію, який відрізняє одну групу технологій від іншої, провести чітку межу між ними насправді не так уже й легко, оскільки в історії є чимало прикладів того, як переконувальні технології з успіхом перетворювалися на маніпулятивні. Варто згадати теорію об’єктивної журналістики В. Ріверса, відповідно до якої журналісти публікували об’єктивні репортажі, вільні від будь-яких партійних “пристрастей”. Завдяки цьому політична тенденційність преси явно зменшилася, із засобу вираження

думок вона почала перетворюватися на засіб “повідомлення новин”. Новини подавалися окремо, коментарі – окремо. Проте з часом громадськість помітила низку недоліків цієї технології. Зокрема, з’ясувалося, що “об’єктивний” репортаж може відігравати для сильних світу цього роль димової завіси, завдяки якій можна поширювати офіційну позицію без критичного аналізу [Lumbeth, 1992, p. 189]. Схожа доля спіткала й так звану прецизійну журналістику, адепти якої сподівалися, що соціологічні, статистичні вимірювання та аналіз зроблять публікацію точною і правильною, дадуть змогу не акцентувати увагу аудиторії на поточних швидкоплинних подіях, а зосередять її на справді соціально важливих явищах соціально-політичного життя. Однак і ця технологія виявилася не бездоганною, бо відкривала шлях для маніпуляцій громадською думкою не тільки фальшуванням рейтингів, а й багатьма іншими способами.

І переконувальні, і маніпулятивні технології часто-густо базуються на одних і тих самих закономірностях та засобах формування вражень за допомогою мови, візуальних образів, звуків тощо. Це дає підстави виокремлювати мовні та мовленнєві, інтуїтивні візуальні технології [Волинчик, 2007; Матеріали..., 2005] комунікативного впливу сучасних медіа. Їхня результативність ґрунтується на використанні відповідних теорій, ефектів та закономірностей сприймання та обробки інформації реципієнтом. У межах цього напряму творення технологій управління громадською думкою розроблено величезну кількість прийомів інформаційного впливу як на свідомість, так і на підсвідомість, і вони наразі активно розвиваються.

Стрімке входження комп’ютерної техніки в наше життя сприяло створенню та інтенсивному розвитку технологій управління процесами поширення певної інформації, насамперед за допомогою каналів мас-медіа. Завдяки медіадослідженням та медіаплануванню сьогодні існує можливість максимально точно розрахувати обсяг ресурсів, необхідних для того, щоб ознайомити цільові аудиторії із змістом повідомлення, досягти запам’ятовування потрібної інформації тощо [Шматов, 2005].

Однією з технологій, яка може бути альтернативою маніпуляціям, є вже згадувана *технологія збагаченої громадської думки*¹, що її запропонував у 1988 р. американський учений Джеймс Фішкін [Fishkin, 1995]. У чому ж суть зазначеної технології? Спочатку проводиться зондаж “сирої” думки (1000–3000 осіб). Потім із цієї сукупності випадковим чином вибирається менша кількість людей (250–500 осіб). Їх збирають разом; вони отримують компетентну інформацію з досліджуваної тематики та обговорюють проблему в дискусії з експертами. Цей етап визначається як “збагачення” громадської думки. Потім у вже інформованій групі проводиться повторне опитування, результати якого дають уявлення про стан збагаченої, більш зрілої громадської думки.

Доцільність використання технології збагаченої громадської думки як інструменту вивчення образу інновацій зумовлена тим, що традиційні опитування зазвичай виявляються мало- або й зовсім не придатними для цього через їхню низьку валідність, оскільки з огляду на саму природу досліджуваного явища під час їх проведення від респондентів часто вимагають висловити свою думку щодо явищ і проблем, з якими вони недостатньо ознайомлені або про які взагалі нічого не знають.

Однією із центральних проблем цієї технології є, власне, сам процес збагачення уявлень про інновацію, адже від того, як він буде організований, наскільки будуть враховані соціально-психологічні закономірності групової динаміки, які використовуватимуться психологічні технології роботи з інформацією, групою і т. ін., в кінцевому підсумку залежить, яким буде образ інновації.

Що ж до технології (у класичному її варіанті), запропонованої Дж. Фішкіним, етап збагачення громадської думки передбачає обговорення певної проблеми (у нашому випадку – інновації) так званими пересічними громадянами разом з експертами. Питання лише в тому, хто може бути таким експертом.

¹ Збагачена (деліберативна) громадська думка, за визначенням Б. З. Докторова, – це думка певної сукупності людей; це множина суджень, оцінок щодо тих чи інших фрагментів реальності, вироблених цією сукупністю за наявності необхідної інформації з відповідних проблем у процесі широкого міжособового обговорення. Збагаченій думці протиставляється думка “сира”, незбагачена, незріла.

Одностайності щодо цього поки що немає. Чи не найпоширеніша думка, згідно з якою експерт – це той, хто добре розуміється на якійсь конкретній справі або проблемі. Вважається, що ця людина успішно розв’язує певний клас практичних завдань, спираючись на певну теорію і власний досвід. За такого підходу поняття “експерт” фактично ототожнюється з поняттям “спеціаліст”, хай і найвищої кваліфікації, а експертиза є монопрофесійною (спеціалізованою).

Згідно з альтернативною думкою, експертом може вважатися будь-яка людина, що здійснює оцінювальну діяльність. Цей підхід базується на тому, що всі люди, незалежно від професійної належності та рівня кваліфікації, тією чи іншою мірою здатні прогнозувати наслідки втілення в життя певних інновацій. Правомірність такого підходу ґрунтується на усвідомленні того, що жодне судження або рішення не може бути єдино “правильним” або “істиною в останній інстанції”. Значною мірою це зумовлено тим, що кількість побічних результатів безпосередньо залежить від складності діючої системи, а їх передбачення в межах якоїсь однієї професійної позиції неможливе апріорі. Тому експертиза за такого підходу – поліпрофесійна. Ще одним типом експертизи, який цілком узгоджується із згаданим підходом, може бути суспільна, або споживацька, експертиза. У цьому разі як експертів залучають людей, що не є фахівцями в тих галузях, які прямо стосуються оцінюваного об’єкта, однак саме вони безпосередньо на собі відчують чи відчуватимуть наслідки його дії. Їхні оцінні судження та поведінкові реакції становлять основу цього типу експертизи. Зазвичай така експертиза відбувається у формі фокус-груп, глибинних інтерв’ю; у маркетингових дослідженнях вона застосовується вже давно [Ламбен, 1996; Еванс, Берман, 1990]. Розробляючи принципи і методи проведення такого типу експертизи, слід використовувати не тільки досвід маркетингу, а й колосальні здобутки досвіду організаційно-діяльнісних ігор [Щедровицкий, Котельников, 1995].

Перший варіант “збагачення”, який насправді ґрунтується на передачі деякого знання від обізнаних фахівців-експертів до дилетантів–представників громадськості, дуже нагадує звичні індоктринаційно-маніпулятивні технології, оскільки “збагачення” відбувається відповідно до певного еталона (явного чи неявного), саме під нього “підганяються” уявлення широкої (цільової) аудиторії. Разом з тим не можна не визнати, що маніпулятивний потенціал

цієї технології істотно обмежений, адже образ інновації перестав визначатися тільки тими, кого доцільно було б назвати “замовниками”, а значною мірою формується пересічними споживачами, користувачами, які активно діляться з іншими своїм баченням інновації, власним досвідом взаємодії з нею.

Другий варіант – процедура “збагачення” являє собою більш-менш рівноправний діалог, спільне конструювання образу інновації всіма зацікавленими сторонами, яке за певних умов здатне перетворитися на своєрідну майєвтичну, неманіпулятивну технологію.

В обох випадках маємо процес колективного обговорення, під час якого учасники обмінюються думками, отримують можливість поглянути на інновацію з нових, часто несподіваних для себе позицій, відкрити в ній нові аспекти, відкоректувати як свої погляди, так і погляди інших тощо. Окрім того, що під час колективного обговорення образ інновації отримує шанс стати більш багатограним, різнобічним, об’ємним, а отже, й когнітивно збагаченим, може змінюватися його особистісний смисл – те, що видавалося неважливим, далеким, відстороненим, таким, що ніколи не торкнеться, не зачепить, раптом виявляється надзвичайно особисто значущим. Як бачимо, йдеться про когнітивне та емоційне збагачення образу. До когнітивних аспектів збагачення можна, зокрема, віднести виокремлення реципієнтом основних принципів, які розкривають сутність інновації та шляхи її впровадження; розширення уявлень про можливе і неможливе; переосмислення власної рольової позиції; зміну уявлень про способи досягнення цілей; до емоційних аспектів – розширення спектра емоційних реакцій, що пов’язуються з інновацією, очікуваними наслідками її впровадження тощо.

Серед проблемних моментів процедури збагачення громадської думки слід, зокрема, відзначити зміст інформації, якою послуговуються учасники обговорень. Адже про збагачення громадської думки щодо інновації можна вести мову лише в разі використання релевантної, об’єктивної, доступної для розуміння інформації. Але відокремити її від різноманітних вигадок, чуток, перекручених фактів вдається далеко не завжди. Окрім цього, під час обговорень не виключені феномени групового тиску, конформізму, емоційного зараження тощо.

Важливою умовою збагачення думки є відповідний формат, алгоритм обговорення. На сьогодні якихось усталених вимог щодо

організації процедури збагачення не існує. Тому за такі можуть правити алгоритми та правила, вироблені для фокус-груп, мозкового штурму, дискусій тощо. [Поварник, 2009; Минеева, 1990; Павлова, 1991; Осборн, 1953]. Схожий стан справ спостерігається й щодо процедур, які застосовуються для аналізу змістового наповнення образу інновацій. Одним із можливих алгоритмів, що стане в пригоді під час складання переліку тем і питань, які варто було б порушити під час обговорення інновації і в такий спосіб сприяти збагаченню її образу, є SWOT-аналіз [Симкин, Дибб, 2001; Муравьев, 2002; Гвозденко, 2006]. Перелік традиційних для SWOT-аналізу запитань варто розширити, включивши до нього, зокрема, такі:

- У чому полягає (має полягати) специфіка інновації? Чи має вона якісь аналоги і чим від них відрізняється? З якими з них вона схожа найбільше?

- Яких ресурсів потребує впровадження інновації?

- До яких результатів (наслідків) у найближчому майбутньому має/може привести впровадження інновації? Якими мають/можуть бути віддалені (побічні) результати (наслідки) її впровадження?

- Чи може впровадження інновації мати якісь негативні наслідки? Які саме? Виникнення яких небезпек можливе в разі її впровадження?

- Хто найбільше зацікавлений у запровадженні інновації? У чому полягає їхній інтерес? На кого прямо чи опосередковано (позитивно чи негативно) може вплинути процес запровадження інновації та його результати?

- Хто виграє/програє серед тих, на кого впровадження інновації спрямоване безпосередньо (цільова група)?

- Хто виграє/програє серед тих, на кого впровадження інновації впливатиме опосередковано та в довгостроковій перспективі? (кінцеві бенефіціари)?

- У чому саме полягатиме виграш/програш цільової групи (тобто тих, на кого впровадження впливатиме безпосередньо і на рівні безпосередніх цілей)?

- У чому полягатиме виграш/програш тих, на кого впровадження впливатиме опосередковано та в довгостроковій перспективі?

- Хто буде прихильником/противником інновації? (Хто ці люди? Як вони виглядають? Які організації вони представляють?)

Отже, перспективи вдосконалення технологій інформаційного супроводу освітніх реформ полягають передусім у пошуку засобів максимально не упередженого і всебічного їх висвітлення.

Стрімкий розвиток медіатехнологій, постійний пошук медійниками нових форматів програм, передач – усе це, безперечно, мало б свідчити про подальше зростання ролі медіа як інструменту формування громадської думки. Проте загальне захоплення медіатехнологіями здатне породжувати у пересічних громадян бажання вирватися з тенет віртуальності, відродити цінність власного досвіду та досвіду близьких і знайомих, цінність безпосереднього спілкування, спільного вчинку тощо. Наявність такого бажання, такої потреби, на наш погляд, засвідчують результати одного з опитувань Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Згідно з ними кількість респондентів, які заперечують вплив ЗМК на свої політичні уподобання, протягом останніх десяти років зростала майже вдвічі – з 32 до 60 %.

Ми не єдині, хто зауважив те, що можливості впливу ЗМК на громадську думку останнім часом дещо зменшилися. До таких висновків дійшли, зокрема, російські дослідники, які зазначають, що тотального інтересу, уваги і довіри до повідомлень мас-медіа, які мали місце наприкінці 1980-х років, сьогодні вже немає [Абрамєйцева, 2006].

Що ж спричинило послаблення ефективності суто інформаційного впливу медіатехнологій? Можна припустити, що це явище зумовлене низкою причин, найважливішими серед яких є:

- *симулякризація буття сучасної людини* і, як наслідок, посилення її прагнення подолати фальсифікацію реальності;

- *трансформація способів сприймання людиною інформації* (з одного боку, зростання рівня освіченості та інформаційної культури населення як об'єкта впливу технологій, з другого – наявність так званого ризоматичного мислення, породженого гіпертекстуальною природою сучасних ЗМК);

- *стрімке зростання чисельності агентів впливу, посилення конкуренції в інформаційно-комунікаційному просторі* тощо.

У цілому слід визнати, що можливості медіатехнологій, орієнтованих на суто інформаційний вплив, обмежені, оскільки за-

діюють лише одне з можливих джерел формування громадської думки – відомості про ті чи ті події, явища тощо. Розвиток таких технологій бурхливо множить розмаїтість образів світу, породжуючи відчуття його ілюзорності, бажання вирватися з віртуального задзеркалля у “справжній” світ і ставить людину перед проблемою вироблення власного бачення. Це створює потребу і передумови для розроблення технологій формування громадської думки, орієнтованих на інші джерела її формування – власний досвід і досвід людини найближчого соціального оточення.

3.2.2. Технології соціального нетворкінгу

Сьогодні, коли ефективність традиційної реклами стрімко знижується, увагу дослідників і практиків дедалі більше привертають можливості соціальних мереж.

На жаль, для наших освітян мережі міжособових стосунків і спілкування досі залишаються “terra incognita”, на відміну від сучасного бізнес-світу, в якому вибудовування стосунків давно вже розглядається як ключовий чинник розвитку. Прагнучи збільшити присутність певного бренду, поділитися інформацією про свою компанію, представники бізнесових структур розміщують фотозвіти про здійснені заходи, відеотрейлери про заплановані заходи та іншу інформацію на своїх сторінках у *Facebook*, *LinkedIn* та інших соціальних мережах. Потім ці ж факти відображаються на персональних стрічках новин тих відвідувачів, кого вони зацікавили, і в такий спосіб інформація поширюється неначе вірус. Швидкість її поширення інколи може бути надзвичайно велика, адже соціальний світ є дуже щільним – згідно з неодноразово емпірично перевіреною теорією шести рукошляхів С. Мілгрема і Д. Треверса, будь-яких двох людей на Землі розділяють у середньому лише шість спільних знайомих [Теорія шести...].

У процесі міжособового спілкування громадяни, яких тою чи тою мірою стосується (або може стосуватися) певна інновація, отримують щонайменше чотири види знання про неї. Перший – це фактологічне знання щодо змісту аспекту певної інновації. Другий – це знання оцінне, що являє собою вербалізоване ставлення до інновації. Третім різновидом знання про інновацію є знання проце-

дурне, завдяки якому люди вчаться взаємодіяти з інноваційним продуктом, технологією тощо найбільш ефективним чином. Під ефективністю при цьому не обов'язково розуміють використання (застосування) інновації відповідно до призначення, передбаченого її розробниками. Нерідко співрозмовники діляться “секретами” – як скористатися інновацією, щоб досягти протилежного результату, ніж той, на який сподівалися розробники. Ще одним, четвертим, видом знання може бути знання про спільну діяльність, її форми, способи, просторово-часову організацію тощо. Одним із можливих результатів застосування такого знання є флешмоби (точніше – політмоби, соціальні моби)¹. Сьогодні цю технологію, схоже, швидше освоюють противники освітніх та суспільних інновацій, ніж їхні ініціатори [Во Львові...].

Сучасні наукові розробки в галузі соціальних мереж уможливають революціонізацію процесу поширення інформації. Ще однією перевагою використання потенціалу соціальних мереж є те, що за умови застосування відповідних розробок вони дають можливість розробникам сконцентруватися на інноваціях, а не на інфраструктурі. Створені на базі онлайн-ових соціальних мереж спеціальні програми-додатки (наприклад, соціальна система CRM, стрічки новин, системи голосування тощо) дають змогу, з одного

¹ З 2008 р. в Україні започатковано новий вид флешмобів, зорієнтованих на груповий вияв протесту. На відміну від класичного флешмобу, флешпротестмоб класифікують як завчасно сплановану масову акцію, у якій велика група людей раптово з'являється в громадському місці і протягом декількох хвилин виконує завчасно обговорені дії протестного змісту, після чого учасники так само швидко розходяться в різні боки. На флешпротестмобах заборонено популяризацію окремих персон, об'єднань громадян. Усе відбувається навколо ідей, їх інтерпретації. Під час організації флешпротестмобів наголошується на широкому інформуванні громадськості, ЗМК, оскільки вважається, що ідея протесту таким чином може бути поширена далеко за межі кола учасників заходу і випадкових перехожих. За останні кілька років флешпротестмоби проводилися в більшості областей України. Приклади флешпротестмобів: “Повернися до влади спиною”, “На молодь забили”, “Ми не будемо мовчати”, “Постав двійку міністру за Рік молоді в Україні”, “Спитай міністра, де Рік молоді”, “Удень з вогнем” та багато ін. – Див.: Флешмоб // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Флешмоб>.

боку, зробити взаємодії більш точними, персональними, індивідуально орієнтованими, а з другого – звертатися до тисяч і навіть мільйонів, а також керувати стосунками з тими, кого визначають як клієнтів, стейкхолдерів, цільові групи впливу тощо. Саме успішне налагодження та підтримання стосунків чи не найбільшою мірою сприяють поширенню інновацій.

Отже, розуміння того, що образ інновації формується також у процесі міжособового спілкування, природно, викликає бажання за його допомогою спрямувати формування такого образу в потрібне річище. Це можна зробити двома дещо відмінними способами.

Один з них полягає у використанні для формування образу інновацій наявних мереж спілкування і ґрунтується на теорії дифузії інновацій Е. Роджерса. Ідеї цього дослідника щодо новаторів і перших послідовників, або “трендсетерів” (англ. trendsetter; trend – тенденція, to set – призначати, встановлювати, визначати), сьогодні втілюються у технологіях трендсетингу (трендвотчингу, кулхантингу, трендхантингу) [Модная тройка...; Трендвотчинг...; Трендсеттинг...]. Ці технології виходять з того, що новатори, які створюють нові ідеї, речі, продукти, форми і норми поведінки, як правило, не мають у суспільстві особливої підтримки, оскільки, набагато випереджаючи його розвиток, не “вписуються” в нього. Натомість трендсетери є лідерами думок із широким колом спілкування; вони сприймають нові ідеї раніше за інших і є водночас активними, успішними та авторитетними. Трендсетери схильні до постійного пошуку інновацій і сприймаються як їх живе втілення. Відповідно технології трендсетингу спрямовані на виявлення, а також створення і впровадження в суспільстві якихось модних тенденцій, прищеплення нових “смаків” тим чи тим цільовим групам. Ці технології зародилися в 50-ті роки ХХ ст. у Франції, і їхньою метою спочатку було відстежування напрямів моди в Європі та США. У наш час цей термін використовується здебільшого для позначення діяльності вузькопрофільних відділів маркетингових компаній або самостійних трендвотчингових агенцій, які займаються постійним моніторингом нових трендів і прогнозуванням їх затребуваності та успішності у кінцевого споживача в майбутньому. Контекст досліджень “трендсетингу” охоплює вивчення часових проміжків, протягом яких формується покоління з його характерними рисами, а

також виявлення основних груп споживачів, що впливають на поширення інновацій.

Тренди – основні напрями, мейнстрими у фінансах, бізнесі, моді, громадській діяльності, умонастроях населення в цілому або окремих спільнот – виникають або спонтанно, або формуються штучно. Сформувавши тренд штучно доволі складно і дорого, проте за певних умов цілком можливо. Якщо ми хочемо, щоб штучно сформований тренд “жив” протягом тривалого часу, він повинен, як і більшість стихійних трендів, мати архетипове коріння. Набагато простіше і дешевше “осідлати” вже існуючий тренд. Саме тому основним завданням трендсетингу є не формування громадської думки (як, наприклад, у PR), а віднайдення та використання вже існуючого тренда в потрібній сфері.

З досвідом використання наявних соціальних мереж для поширення потрібної інформації можна ознайомитись у літературі, яка висвітлює технології вірусного і багаторівневого мережевого маркетингу [Голдсмит, 2003; Ледэн, 2010; Тяпухин, 2005].

Цікавим прикладом використання соціальних мереж як основи побудови достовірних прогнозів щодо політики, фінансів і навіть здоров’я є спеціально створювані системи автоматичного аналізу повідомлень користувачів Facebook Twitter [Твіттер дозволяє...]. Завдяки моніторингу їхніх висловлювань стосовно певної тематики в режимі реального часу з’являється можливість надзвичайно оперативно визначати реакцію будь-яких територіальних чи мовних спільнот на ті чи ті події, оцінювати особливості попиту споживачів, навіть відстежувати виникнення і поширення інфекційних хвороб. Аналіз повідомлень, якими обмінюються користувачі соціальних мереж, дає можливість також визначити, хто з них пише достовірні повідомлення з місця екстреної події (порівнюючи їх з реакцією інших людей з тієї ж місцевості на цю подію). Швидкий пошук таких джерел допомагає оперативно отримувати унікальну інформацію з місця подій. При цьому, на думку деяких аналітиків, беззаперечною перевагою є те, що у своїх розмовах у соціальних мережах (принаймні на даному етапі їх розвитку) люди більш щирі, ніж під час проведення соціологічних опитувань.

Другий спосіб як технологію формування образу інновації передбачає цілеспрямоване конструювання соціальних мереж. Соціальні мережі важливі не тільки як засіб формування образу інно-

вації, а і як інструмент її впровадження. Саме завдяки соціальним мережам, що виникають навколо інновації, вона перетворюється з ідеї, фантазії, мрії на реальність. Лампочка Едісона, на відміну від її попередниць, виявилася успішною тому, що винахідник створив нове співтовариство навколо своєї оригінальної інновації – співтовариство постачальників, інвесторів, інженерів, технічних фахівців. Цей приклад, до речі, переконує, що вирішальне значення в інноваційному процесі має не сама мережа, де зароджується інновація, а її конструкція. Для того щоб створити інновацію та її образ, потрібна технологія, здатна налагодити взаємозв'язки між різними людьми, ідеями та об'єктами.

Завдяки дедалі активнішому використанню розробниками соціальних мереж досягнень революції “хмарових обчислень”, які докорінно змінюють способи роботи, спілкування і співпраці, звичним та зручним стає цілеспрямований пошук потенційних кандидатів на певні посади за критеріями їхніх освіти, досвіду попередньої роботи, професійних інтересів та місцеперебування тощо.

Конструювання соціальних мереж як інструмент формування образу інновацій потребує розглядати потенційних адресатів не як абстрактно-аморфну аудиторію, а як чітко визначені соціальні групи, об'єднані за певними інтересами, діяльністю чи іншими ознаками. Оскільки інтереси та позиції таких груп часто-густо бувають діаметрально протилежними, вони можуть мати взаємозаперечні погляди на ті чи інші питання, щодо яких вивчається громадська думка. Підхід, що враховує позиції зацікавлених сторін в обговоренні суспільних проблем, називається “стейкхолдерським” і широко використовується протягом останніх кількох десятиліть в організаційному управлінні, державній політиці та діяльності неурядових організацій. У вітчизняній літературі рівною мірою використовується як калька англійського поняття “стейкхолдер”, так і формулювання “зацікавлена сторона”.

Стейкхолдерська концепція фірми вперше була викладена Р. Фріманом у книзі “Стратегічний менеджмент: стейкхолдерський підхід” [Freeman, 1984]. Згідно з цією концепцією менеджмент фірми має регулювати стосунки та враховувати інтереси груп або індивідів, що прямо або опосередковано впливають на функціонування підприємства. Останнім часом ця концепція набула визнання у зв'язку з поширенням у світі ідеології соціальної відповідальності

бізнесу [AA 1000 Stakeholder...]. Основний склад стейкхолдерів у бізнесовій сфері зазвичай визначається так: інвестори, що вкладають у компанію свій капітал; кредитори, що надають компанії кредити; менеджери та інші працівники фірми; постачальники фірми; споживачі (клієнти фірми); громадські і державні організації. З часів Р. Фрімана стейкхолдерська концепція фірми набула подальшого розвитку; у літературі ґрунтовно описано інструментарій аналізу стейкхолдерів – поділ їх на зовнішніх і внутрішніх, первинних і вторинних, матриці “вплив – інтерес” тощо [Клилэнд, 2004].

Поза сферою бізнесу стейкхолдерська концепція поширена у так званому третьому секторі¹, де вона є фундаментом стратегії діяльності неурядових організацій, які отримують фінансування з різних джерел – від держави, міжнародних організацій, бізнесових меценатів тощо. В Європейському Союзі її використовують з 2001 р. у процесі формування державної політики. Європейська Комісія розробила правила проведення консультацій із зацікавленими сторонами; цими правилами передбачено чіткі процедури визначення зацікавлених сторін. Згідно з рекомендаціями Єврокомісії до кола зацікавлених сторін належать:

- потенційні противники (ті, на кого дане рішення прямо або опосередковано впливає негативно);
- передбачувані прихильники (ті, на кого дане рішення прямо або опосередковано впливає позитивно);
- експерти/науковці з даного питання;

¹ “Третій сектор” – це поняття, що узагальнює весь спектр існуючих некомерційних організацій. В одних країнах їх називають неурядовими, в інших громадськими, у ще інших – добровільними, благодійними, неприбутковими. Відповідно до “секторної моделі” всі суб’єкти, які беруть участь у створенні валового національного продукту, розподілені на чотири категорії. Критерієм є основне джерело доходів для розвитку організації. Перший сектор – державні організації. Основне джерело коштів для розвитку – податки. Другий сектор – бізнес. Основне джерело коштів для розвитку – прибуток. Третій сектор – неприбуткові некомерційні організації. Основне джерело коштів для розвитку – пожертвування. Четвертий сектор – домогосподарства. Основне джерело коштів для розвитку – самоексплуатація членів сім’ї. Див.: Что такое НКО? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://portal-nko.ru/nko/what>.

- потенційні союзники (ті, на кого урядове рішення не впливає прямо, але хто виграє від його прийняття);
- посередники (представники громадян, об'єднання споживачів, торгові об'єднання, профспілки);
- інші організації [European, 2001].

Визначивши зацікавлені сторони, їх слід розподілити на групи за допомогою матриці влади та інтересу [Johnson, Scholes, 2005] (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Матриця влади та інтересу
[Johnson, Scholes, Whittington, 2005]

		Рівень зацікавлення	
		невисокий чи невизначений	високий
Впливовість	низька	А: мінімально задіяні групи інтересу	Б: ключові зацікавлені сторони, яких треба постійно інформувати
	висока	В: впливові агенти не завжди зацікавлені у прийнятті рішень	Г: ключові гравці, що мають великі можливості та рівень зацікавленості

Зацікавлені сторони *групи Г* мають високий рівень впливу і значущості для успішного прийняття та виконання рішення. Слід зосередити зусилля на роботі з пропозиціями цієї групи, адже її вплив є істотним для впровадження конкретного рішення. Як правило, до цієї групи належать політики і потужні бізнес-організації.

Зацікавлені сторони *групи Б* надзвичайно важливі, але мають низький рівень впливу. Це – ключові зацікавлені сторони, тому що образ/картинка майбутнього рішення залежить від сприйняття/несприйняття його/її цією групою. Група, як правило, численна і включає в себе здебільшого прошарки населення, не об'єднані в організації, як-то молодь чи пенсіонери.

Зацікавлені сторони *групи В* мають високий вплив, але не завжди – інтерес до прийняття того чи іншого урядового рішення. З огляду на їхній вплив вони здатні створювати проблеми під час підготовки самого рішення, оскільки останнє може йти врозріз з їхніми особистими інтересами. Як правило, цю групу представляють державні службовці чи політики, що мають доступ до бюджетного фінансування.

Зацікавлені сторони *групи А* мають низький рівень інтересу та низький рівень впливу. До цієї групи звичайно належать ті зацікавлені сторони, на яких рішення впливає опосередковано і не вельми істотно.

У літературі можна знайти різноманітну інформацію про аналіз стейкхолдерів, управління стейкхолдерами, стратегічне управління тощо [Петров, 2004; Clifton, Amran, 2011]. З огляду на нашу мету достатньо буде:

- 1) з'ясувати, кого слід вважати стейкхолдерами;
- 2) розподілити їх за категоріями і пріоритетами;
- 3) визначити необхідні дії щодо кожного стейкхолдера (ідентифікувати їхні інтереси).

Подальша робота з планування програми дій та заходів у межах інтегрованої технології формування образу інновацій має відбуватися з урахуванням уже визначених зацікавлених сторін або цільових груп.

Зробимо, втім, кілька зауваг стосовно цільових груп. Цільова група (*target group*) – також зацікавлена сторона, або стейкхолдер, але частіше це поняття використовується тоді, коли йдеться про великі групи населення, об'єднані за соціально-демографічними критеріями (пенсіонери, молодь, освітяни). Такі групи зазвичай є або бенефіціарами (такими, що одержують якісь вигоди) від нововведень, або, навпаки, групами, на які буде покладено основний тягар реформ (тоді вони з великою імовірністю чинитимуть спротив їх запровадженню). І, ведучи мову про громадську думку, нас передусім має цікавити думка саме цих цільових груп.

Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що, попри постійне вдосконалення інформаційних і нетворкінгових (мережевих) технологій, їхні можливості щодо формування та прийняття образу інновацій обмежені. Тому не можна робити ставку лише на роз'яснення суті освітніх реформ, поширення інформації про їхній

зміст тощо, як це пропонував, наприклад, Прем'єр-міністр України Микола Азаров [Українцы не понимают...]. Для того щоб люди зрозуміли, у чому полягає їхній особистий зиск від реформ, мало їх про це лише поінформувати. Переконати їх у цьому мають власний досвід, відчутність конкретних результатів.

3.2.3. Акціональні технології

Наступна велика група технологій формування образу інновацій ґрунтується на залученні цільової аудиторії до обговорення, дискусії, розробки стратегії, а найголовніше – до процесу впровадження тої чи тої інновації. Оскільки ці технології передбачають необхідність використання власної активності людей як основного каналу формування та впровадження образу освітніх інновацій, ми їх визначили як *акціональні* (від англ. *action* – дія).

За теоретичні джерела акціональних технологій пропонуємо взяти: 1) сучасні соціальні/гуманітарні метатеорії та дослідницькі парадигми; 2) теоретичні і методичні напрацювання психології громад/спільнот (*community psychology*).

Перша група джерел охоплює нові теорії, які пропонують переглянути традиційні епістемологічні і методологічні засади соціального та гуманітарного знання. Ідеться про дослідження, спрямовані на більш повне, позбавлене стандартизації, рефлексивне, діалогічне вивчення людських феноменів. Це парадигма конструктивізму та суміжні напрями – якісні дослідження і перформативна наука. *Друга група джерел* – дослідження з психології громад/спільнот, яка стрімко розвивалася останні 20 років у США. Цей напрям досліджень базується на соціальному втручанні й передбачає активну участь усіх зацікавлених осіб, груп та соціальних інститутів; теоретичною його базою стали теорія надання повноважень, теорія соціальних змін, поширення інновацій та екологічна теорія.

Конструктивістська парадигма. Протягом останніх десятиліть дедалі більшої популярності в соціальній психології набуває нова парадигма, яка ґрунтується на позиціях соціального конструктивізму. Ці пошуки конструктивістів зумовили зміну пріоритетів соціально-психологічних досліджень унаслідок переходу від екс-

периментальної епістемології, яка обґрунтовує класичну позитивістську науку, до епістемології соціальної та появи конструктивістської парадигми, що поєднує конструктивізм, соціальний конструкціонізм та якісні дослідження.

Поняття конструктивізму об'єднує групу теорій, які наголошують на конструктивній природі пізнання, мовній і культурно-історичній зумовленості пізнання та розуміння світу за допомогою індивідуальних конструктів. Центральна ідея – уявлення про пізнання не як про відображення та репрезентацію, а як про активну побудову образу пізнаваних предметів та подій у свідомості суб'єкта. Соціальний конструкціонізм є більш радикальним поглядом на проблеми особистості, свідомості, ментальних процесів та структур, який уникає визнання їх об'єктивною реальністю і закликає до аналізу мови, дискурсу, мікросоціальних процесів і стосунків, культурних практик.

До конструктивістських теорій належать теорія особистісних конструктів Дж. Келлі, радикальний конструктивізм Е. фон Глазерфельда, теорія автопоезису У. Матурана – Ф. Варела, генетична епістемологія Ж. Піаже. Як конструктивістські можна також розглядати культурно-історичну теорію Л. С. Виготського, символічний інтеракціонізм Дж. Міда, соціологічну феноменологію А. Шюца, теорію соціального конструювання П. Бергера – Т. Лукмана [Улановский, 2006].

Якісні дослідження – це група методів, які утворили певний підхід, що має свою традицію в західних соціальних науках і ґрунтується на таких засадах: польові методи роботи; контекстуальний аналіз; холістичний опис; інтерес до окремих випадків, ставлення до досліджуваного як до експерта; увага до мови, орієнтація на вивчення смислів і переживань, опора на рефлексивність дослідника.

Серед численних стратегій і методів якісних досліджень сьогодні виокремлюють передусім такі: біографічний, феноменологічний та етнографічний методи, метод “обґрунтованої теорії”, дослідження окремого випадку (кейс-стаді), дискурс-аналіз. Незважаючи на те що дати єдине визначення сучасної сфери якісних досліджень доволі складно, усе ж існують спільні ознаки, на основі яких можна певним чином узагальнити всю їх різноманітність. Визначальна спільна ознака – надання переваги якісним формам роботи з феноменом (опис, аналіз, інтерпретація) над вимірюванням

та надання переваги якісним даним (значення, сенс природної мови) над кількісними. Якісні дослідження зосереджують увагу на феноменах, які складно або неможливо вивчати шляхом експерименту, які не вимірюються кількісними показниками (величина, інтенсивність, частота повторення). Інші важливі ознаки – дослідження відбувається у природній обстановці (“польовій”), ставляться запитання “як?” і “що?” замість “чому?”; індуктивний спосіб роботи з даними, зосередження на мові та смислах досліджуваних, використання образної мови, виражальних засобів [Улановський, 2006].

Перформативна соціальна наука. Цей напрям досліджень завдячує своєю появою ідеї про те, що співпраця з іншими дисциплінами може стати творчим актом, який розширює наше розуміння світу і підштовхує до опанування нових та інноваційних способів подолання реальних перешкод у процесі поширення знання. Це розкриття різних форм артистичного представлення (перформансу) в науковому проєкті [Gergen, 2010].

Перформативна наука являє собою дослідницьку методологію і методику навчання, що досліджує, як перформанс (імпровазія, рольова драма) створює взаємодію між учасниками, середовищем і суб’єктом/темою та вивчає розвиток цієї взаємодії. Ключовими в перформативному дослідженні є драма та інші візуальні мистецтва, що реалізуються через перформанс як спосіб пізнання. Таке дослідження спрямоване на створення середовища, в якому діють принципи “грай”, “залучай” та “бери участь”.

Екологічна метафора. Як уже зазначалося, друге джерело активних методів – підходи, пов’язані з концепцією громадської участі і такими поняттями, як “соціальна справедливість”, “влада”, “соціальний капітал”. Цей підхід може бути визначений як екологічний (не слід плутати його з екологічною психологією!) через пояснення взаємозв’язку індивіда і його соціального оточення. Екологічна метафора визначається як взаємодія індивідів з множиною соціальних систем, до яких ці індивіди належать. Екологічна метафора поширює принципи екології на поведінку людей. Екологічні принципи взаємодії популяції, екосистеми та біосфери за аналогією застосовуються до взаємодії індивіда і громади, навколишнього середовища, суспільства та світу. Ці сфери впливу, або екологічні шаблі, метафорично можна уявити у вигляді

російської матрьошки, тільки шарами тут будуть політична, культурна, екологічна, інституційна та організаційна сфери [Bronfenbrenner, 1979]. Додатковий вимір такого контекстуального підходу – часовий, або історичний. Згідно з екологічним підходом саме соціальний контекст, а не психологічні або біологічні чинники, є головною причиною більшості соціальних проблем.

Об'єктом дослідницького інтересу американського психолога Дж. Келлі стали закономірності функціонування громад, він запропонував чотири *принципи* екологічного підходу:

1) взаємозалежність: громада/спільнота є система; зміни одного її компонента обов'язково впливатимуть на інші, а тому будь-яке втручання має передбачати вплив на систему в цілому і готовність до непрогнозованих, несподіваних наслідків;

2) циклічність ресурсів: кожна громада/спільнота має певні ресурси, які слід означити, і можливості для їх нарощування; ресурсний підхід передбачає важливість ефективного використання наявних ресурсів індивідів, груп, організацій усередині громади, а також те, що за потреби якихось змін будь-які втручання матимуть більший вплив, якщо спиратимуться не на якісь зовнішні механізми, а передусім на власні сили громади;

3) адаптація: усяка діяльність індивіда має бути адаптивною до вимог навколишнього середовища;

4) успадкування: кожна громада має власну історію творення існуючих структур, норм, настанов та політики, і за будь-якого втручання в життєдіяльність громади слід з повагою ставитися до цієї історії та розуміти, чому система існує саме в такій формі [Kelly, 1966].

Дж. Келлі порушив також питання, власне, про саме проведення дослідження: як зробити так, щоб зросла роль його учасників і була обов'язково ще й практична користь від дослідження. Він наголошував, що дослідницька діяльність є “учасницькою розвідкою”, і наполягав на необхідності проведення досліджень у форматі участі та співпраці, на підтримці духу екологічного втручання – роботи з людьми, а не про людей [там само]. Келлі висунув два принципи такого дослідження: 1) визнання автономії індивіда; 2) можливість самовідновлення та саморозвитку.

Психологія громад/спільнот використовує екологічну метафору, щоб вивисувати роль соціального контексту, тоді як

офіційна психологія приділяє увагу передусім індивідуальним психологічним процесам і мало зважає на внесок соціальних систем у людський розвиток. Тому дослідження соціального середовища все ще перебувають у зародковому стані, хоч уже й з'явилися праці, де в центрі уваги – посилення ролі громад, зростання їхньої компетентності, підвищення якості життя тощо. Розроблено, зокрема, концепції, що ґрунтуються на підході участі та понятті громадської участі.

Спробуймо визначити внесок кожного розглянутого теоретичного напрямку або підходу у процес розроблення “активних” методів:

- парадигма конструктивізму: конструювання знання, плюралізм істини, перенесення акценту з прогнозування подій на процес їх творення;
- якісна методологія: холістичний опис, ставлення до досліджуваного як до експерта;
- екологічна метафора: поєднання дослідження і практики, формування конструктів (понять) громадами/ спільнотами;
- підхід участі: дослідник бере участь у реальному житті громади; досліджувані стають співучасниками і співавторами дослідження;
- надання повноважень: дослідження спрямоване на реальні соціальні перетворення; учасникам відводиться більш значуща роль, влада/сила та свобода, тобто вони мають голос і вибір (voice and choice).

Основна ідея використання акціональних технологій полягає в тому, що формування власної, а потому й громадської думки в цілому відбувається ефективніше, коли людина має змогу безпосередньо “доторкнутися” до предмета уваги, бере участь у прийнятті рішень або на практиці застосовує нові знання та навички. Аудиторія з об'єкта впливу перетворюється на суб'єкт і таким чином вирішується питання про маніпуляції, оскільки громадська думка формується за участі тих, на кого спрямовано цей вплив.

Акціональні технології (дехто називає їх також інтервенційними) передбачають залучення громадян до реалізації програм та заходів, пов'язаних з упровадженням інновації. Завдяки такій участі громадяни набувають того рівня компетентності у взаємодії з інновацією, яка забезпечує виникнення позитивних вражень від

контакту з нею. Один з важливих аспектів цих технологій влучно передає відомий вислів: любити можна лише те, що дуже добре знаєш. Скажімо, якщо образ музичного інструмента для новачка, який тільки-но починає його освоювати, часто асоціюється із знаряддям катування, то для майстра своєї справи спілкування з тим самим інструментом є справжньою насолодою. Як бачимо, акціональні технології завдяки залученню людини до взаємодії з інновацією, озброєнні відповідними знаннями та вміннями користуватися нею змінюють її позицію з об'єктної на суб'єктну. А це в ідеалі означає перетворення людини з користувача інновації на її вдосконалювача. Практика підтверджує, що інновації в організаціях підтримуються за умови, якщо працівники самі активно долучаються до їх розробки.

Активні методи використовуються в різних дисциплінах, з різних теоретичних позицій і в різних соціальних контекстах. Наприклад, маркетологи, добре розуміючи, що між рекламним зображенням продукту і ним самим існують вельми істотні розбіжності, розробили чимало технологій, щоб їх якимось подолати, і передусім – шляхом надання можливості споживачеві набути власного досвіду взаємодії з інноваційним продуктом чи послугою. Це і різноманітні промоакції, під час яких споживачі можуть самі дегустувати продукти, тестувати їх; і сенсорний маркетинг, й арома-маркетинг, й усім добре відомі пробні уроки, різноманітні виставки тощо. Що складніша і радикальніша впроваджувана інновація, то вища потенційна ефективність технологій цієї групи.

Приклади успішного застосування акціональних технологій сьогодні можна побачити не тільки у сфері торгівлі. Вони широко використовуються і в інших галузях. Ці технології вже давно і плідно працюють у сферах охорони здоров'я громадян, громадянського суспільства, розвитку громад та ін. У сфері охорони здоров'я громадян, наприклад, вони довели свою ефективність у боротьбі з раком, профілактиці ВІЛ, в антиютюнових кампаніях тощо.

Розглянуті технології мають спільні ознаки, які є підставою, щоб характеризувати їх як “акціональні”:

- досліджувані стають співучасниками і співавторами дослідження;
- результати роботи не визначаються заздалегідь, не задаються наперед, а конструюються спільно з досліджуваними;

- наголос переноситься з прогнозування подій на процес їх творення;

- використовується широкий арсенал засобів – мистецтва, літератури, медіа – для пошуку та збирання матеріалу, його аналізу та представлення результатів.

Спільним для акціональних технологій є також те, що вони ставлять у центр уваги такі соціально-психологічні питання, як лідерство, співпраця, рефлексія, суспільний діалог тощо.

Ці технології розрізняються ще й за рівнем активності самих учасників. За мінімального рівня активності заходи проводять спеціально підготовлені фахівці. Одним із таких методів є адвокація (advocacy), коли вплив здійснюється на осіб, що приймають рішення. Іншим методом, згідно з яким до участі залучаються представники цільових груп, є надання повноважень (empowerment). Максимальний рівень активності – розвиток спроможності, коли індивіди, організації і навіть громади виявляють здатність до самостійної діяльності, активного формулювання політики та прийняття рішень. Розглянемо особливості окремих технологій.

Перформативне дослідження. Перформативна соціальна наука виробила власний метод дослідження – перформативне дослідження (performative inquiry). Ця дослідницька методологія та методика навчання найчастіше використовується в освітніх дослідженнях. Ключовими у перформативному дослідженні є драма та інші візуальні мистецтва. Воно вивчає креативні дію і взаємодію, які реалізуються через перформанс. До форм такого дослідження можна віднести живопис, театр, поезію, музику, танок, фотографію, фантастику, мультимедійні презентації. Перформативне дослідження може бути представлене у вигляді тексту; втім, воно часто виконується і перед живою аудиторією або за допомогою медійних засобів (фільм, фотографія, інтернет-презентація).

Перформативне дослідження визначає перформанс як локалізацію дії, що надає учителю можливості для дослідження та пошуків. Дослідження починається з питання, проблеми, фрагмента історії, досвіду або феномена, які вчитель та учні хотіли б дослідити. Перформативне дослідження застосовує елементи рольової гри та імпровізації, що творяться його учасниками. Наприклад, потрібно разом з учнями дослідити проблему цькування

дітей у школі. Замість проведення групової дискусії вчитель вирішує вивчити це питання за допомогою перформансу. Він використовує рольову гру про вигадане місце, де цькування є проблемою місцевої школи. Діти у ролі дирекції школи, вчителів, соціальних працівників або батьків збираються для створення плану дій. Які питання вони обговорюють? Які рішення пропонують? Після проведення рольової драми учні за допомогою рефлексії з'ясовують, що вони дізналися про цькування, обов'язки громади і чим можна допомогти дітям, які стали жертвами цькування. Під час виконання ролей та в ході рефлексії по завершенні гри вчитель та учні можуть зробити відкриття для себе щодо причин і наслідків цькування, знайти відповіді на порушені питання. Важливим компонентом перформативного дослідження є колективний обмін думками та враженнями після завершення перформансу: що відбулося? Які засоби або заходи було обрано? Чи можливі були інші шляхи? Які почуття чи думки виникли? Який досвід отримано? Рефлексія може проводитися у формі групової дискусії, виступів по колу, заповнення журналу або програвання ситуацій, що виникали під час вистави [Fels, McGivern, 2002].

Можливості перформативного дослідження не обмежуються шкільною проблематикою. Воно може використовуватися різними громадами та широким загалом і торкатися широкого кола тем – від проблем особистого здоров'я до глобальних змін клімату.

Дослідження дією, або дослідження за дієвої участі (Action research, participatory action research – PAR) – метод, за допомогою якого дослідник працює з досліджуваною групою. Від групи він отримує інформацію про те, що, де і яким чином має досліджуватися. Відтак дослідник навчає групу корисних навичок, які потім дають змогу учасникам групи продовжити дослідження самостійно. За такої практики залучення не так просто визначити інтереси та пріоритети всіх членів групи, сутність дослідження та зацікавленість інших учасників. Метод походить з експерименту та акцентує прямий вплив дослідника на залучену громаду з метою підвищення ефективності діяльності цієї громади або певної сфери її діяльності.

Витоки методу PAR знаходимо в соціальній психології: він бере початок від досліджень дії та групової динаміки К. Левіна початку 1900-х років. PAR базується на трьох видах стосунків:

1) між індивідами всередині груп і громад; 2) між групами і громадами; 3) між людьми і їхнім природним середовищем. Центральна роль у процесах PAR відводиться, як бачимо, управлінню груповою динамікою. Цей метод знайшов застосування в педагогіці як відповідь на традиційну формальну модель, за якої вчитель, стоячи перед класом, передає інформацію пасивним реципієнтам – учням. Відповідно до методу PAR дослідник навчається разом із членами досліджуваної групи. За допомогою PAR стало можливим інтегрувати компонент “дії громади” в дослідницькі плани традиційних дослідників.

Дослідження дією відоме також як “дослідження за участі”, “дослідження у співпраці”, “емансипаційне дослідження”, “активне навчання”, “контекстуальне дослідження дією”, але це все – варіації на одну тему. Простіше кажучи, дослідження дією – це навчання у процесі виконання, коли група людей визначає проблему, ров’язує її, відтак аналізує, наскільки успішними були дії учасників і, якщо останні незадоволені, усе проробляється ще раз.

Дослідження дією відрізняється від інших за кількома ознаками. Перша – воно спрямоване на людей, які також залучені до дослідження: люди краще запам’ятовують та більш схильні застосовувати нові знання, коли вони щось зробили самі. Друга – існує соціальний вимір: дослідження проводиться в реальній ситуації та має на меті розв’язання конкретної проблеми. Нарешті, дослідник, який здійснює дослідження, не намагається бути об’єктивним, як це вимагається від нього в інших науках, а відверто залишається на боці учасників.

Дослідження дією використовується у реальному житті, а не в контрольованих експериментальних умовах, і спрямоване на розв’язання конкретної проблеми. Його також можуть використовувати соціальні дослідники для попереднього або пілотного дослідження, особливо якщо ситуація видається занадто дражливою, щоб поставити пряме дослідницьке запитання. Найчастіше цей метод вибирають, коли обставини потребують гнучкого підходу, а залучення учасників або зміни мають відбутися швидко і масово.

Серед досліджень дією вирізняють чотири основні його форми: 1) традиційне, яке бере початок від К. Левіна; 2) контекстуальне (активне навчання); 3) радикальне, пов’язане з марксистсь-

ким ученням; 4) освітнє дослідження дією. Дослідження дією – це радше цілісний підхід до розв’язання проблеми, ніж єдиний метод збирання та аналізу даних. Але він поєднує в собі низку методів – здебільшого якісних: ведення щоденника, аналіз документів, спостереження за учасниками, опитування, структуровані та неструктуровані інтерв’ю, дослідження випадків [O’Brien, 1998].

Складником дослідження дією є систематичний циклічний метод планування, виконання, спостереження, оцінки та критичної рефлексії перед початком наступного циклу. Дії мають на меті визначення проблем на робочому місці, наприклад: підвищення рівня грамотності студентів або комунікації у студентському середовищі; за допомогою нових стратегій поліпшення роботи кабінету невідкладної допомоги в госпіталі. Цей метод підходить для тестування нових ідей; він поєднує пряму участь у дослідницькому процесі, моніторинг та оцінку ефектів дій дослідників з метою позитивного впливу на практику. За своєю суттю дослідження дією є шляхом до кращого розуміння того, як зміна чийхось дій та практики може позначитися на спільноті, громаді.

Дослідження дією в освіті бере початок від праць американського філософа Дж. Дьюї, який вважав, що вчителі мають долучатися до розв’язання проблем громади. Цей метод використовується під час розроблення навчальних планів, у професійній освіті та прикладному навчанні в соціальному контексті.

Якісна методологія: фокус-групи, групова дискусія. Якісні дослідження пропонують великий арсенал методів, що потребують широкого залучення досліджуваних. З погляду використання цих методів у соціально-психологічному супроводі освітніх інновацій найбільший інтерес для нас становлять фокус-групи і групова дискусія.

Метод фокус-груп – фокусованого інтерв’ю – найчастіше застосовують у рекламних та маркетингових дослідженнях. Його перевага полягає в тому, що таке інтерв’ю дає можливість “витягти” з респондента інформацію, яка не лежить на поверхні. Головний результат групових обговорень – виявлення існуючої розмаїтості поглядів щодо обговорюваної проблеми. Саме тому цей метод може бути використаний для впровадження освітніх інновацій: він дає змогу з’ясувати, як буде сприйнята та чи інша інновація, які існують аргументи “за” і “проти”, оцінити ефективність та причини

можливого гальмування її впровадження. Що ж до формування громадської думки, то за допомогою фокус-груп можна не лише з'ясувати, чому аудиторія вважає саме так, а й сформувати відповідні стратегії впровадження інновації для різних цільових аудиторій.

Надання повноважень – це процес, за допомогою якого індивіди отримують можливість контролювати власне життя і брати участь у справах своєї громади [Zimmerman, Rapoport, 1988]. Це процес, що сприяє участі людей, організацій та громад, а отже, тягне за собою підвищення індивідуального та громадського контролю, зростання політичної ефективності, поліпшення якості громадського життя та досягнення соціальної справедливості [Wallerstein, Bernstein, 1998]. Надання повноважень виявляється на чотирьох рівнях: на особистісному – через отримання контролю та впливу у повсякденному житті, участь у громадському житті; на рівні малих груп – через спільний досвід, аналіз та діяльність малої групи; на організаційному рівні – через зростання спроможності прийняття рішень; на рівні громади – через отримання та використання ресурсів і стратегій громадського контролю.

М. Ціммерман та Дж. Раппапорт використовували для вимірювання надання повноважень різні особистісні, когнітивні, мотиваційні та поведінкові змінні: локус контролю, віру у владних інших, контроль ідеології, самоефективність, політичну ефективність, прагнення контролю, громадський обов'язок, лідерство, відчуження, громадську активність та рівень залучення в організації. Пізніше почали вивчати соціополітичний контроль, лідерську компетентність та контроль політики. Дослідники виявили зв'язок між показниками залучення до громадського життя та участі й показниками психологічного надання повноважень. Вони зробили висновок, що психологічне надання повноважень пов'язує набуту компетентність, мотивацію до дії та дієву участь заради громадського добра. А ще – що рівень участі прямо та опосередковано підвищує надання повноважень, хоча причинний зв'язок між ними не до кінця з'ясований. Більшість учених вважають, що участь передусь наданню повноважень [Zimmerman, Rapoport, 1988].

Одним із прикладів застосування технології надання повноважень у сфері освіти є проект “The Empowered School District Project”, який реалізовувався протягом 1989–1992 рр. у дев'яти

шкільних округах США. На думку його кураторів, надання повноважень учителям, адміністраторам і студентам є невід’ємною складовою освітніх реформ [Murphy, Evertson, 1990].

Складний конструкт “надання повноважень учителям” включає шість груп показників: 1) залучення до прийняття рішень, 2) внесок учителя, 3) статус учителя, 4) автономія, 5) можливості для професійного зростання, 6) самоефективність учителя. Показник залучення до прийняття рішень стосується участі вчителів у прийнятті важливих рішень щодо їхньої праці. У багатьох випадках це означає відповідальність за рішення, пов’язані з бюджетом, відбором учителів, розкладом, навчальними планами та ін. Показник можливостей для професійного зростання стосується почуття вчителів, що школа забезпечує їм можливість професійного вдосконалення, постійного навчання, набуття нових навичок. Показник статусу стосується почуття вчителів, що вони викликають професійну повагу та захоплення у колег; що вони мають підтримку колег і що інші поважають їхню думку та знання. Учителі, які отримали повноваження, зазвичай більш вільно експериментують з новими ідеями, програмами, підвищують кваліфікацію, беручи участь у програмах професійного розвитку. Вони також виконують нові для себе ролі лідера команди, дослідника, тренера.

Надання повноважень – це процес, завдяки якому вчитель стає спроможним поділяти відповідальність, впливати на події та заклад, організацію, установу. Наразі надання повноважень учителям – дуже популярна тема в США. Крім великої кількості публікацій, досліджень на цю тему, створено чимало тренінгів і навчальних програм для вчителів. Наприклад, одна з програм так і називається – “Empowering Teachers”; її можна купити в тренінговому центрі на спеціальному веб-сайті. Як переконує рекламний проспект, це “одна з найбільш інноваційних програм, розроблених для вчителів. Вона містить понад 150 понять та ідей, які можна впроваджувати одразу ж; вона зручна і недорога. Програма не лише допоможе вчителям під час роботи в класі, вона надасть усеохоплюючу інформацію, яка позитивно впливатиме на їхнє особисте життя, їхні родини і, що найважливіше, на їхніх учнів”¹.

¹ Див.: Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://empoweringteachers.com/>.

Розвиток спроможності (capacity building) – це процес розвитку та вдосконалення навичок, виявлення спроможності і збагачення ресурсів, необхідних організаціям та громадам для виживання, адаптації і діяльності у світі, що швидко змінюється [Philbin, 1996].

Термін “розвиток спроможності” було сформульовано в Програмі розвитку ООН 1991 р. З того часу він набув визнання і вживається як державними, так і недержавними організаціями в різних сферах. Часто його пов’язують з допомогою, яку надають суспільствам, що розвиваються, для подолання економічних та гуманітарних проблем. Більшість таких спроможностей розвивається у громадському, неприбутковому, або приватному секторах. Але з’являються і державні програми, як, наприклад, у Великій Британії, де у 2003 р. було започатковано урядову програму розвитку спроможності місцевих органів влади.

Розвиток спроможності можливий на індивідуальному, інституційному та соціальному рівнях і передбачає:

- розвиток людських ресурсів, процес набуття індивідами розуміння, навичок та доступу до інформації; знання та навчання, які дають їм змогу діяти ефективно;
- розвиток організацій, управлінських структур, процедур і менеджменту стосунків різних організацій та секторів (громадського, приватного і соціального);
- інституційні та юридичні заходи, що зумовлюють законодавчі зміни і посилення дієздатності організацій, інститутів та агенцій.

Розвиток спроможності громад використовує участь і надання повноважень як компоненти стратегії. Надання повноважень має місце тоді, коли люди розуміють, що вони можуть розв’язати проблему або принаймні зробити певний внесок у її розв’язання; що вони мають право на це і готові до відповідальності. Багато чинників працюють проти цього: брак впевненості в собі та досвіду, несприятливе середовище. Розвиток участі має допомогти людям і громадам подолати ці перешкоди. Підхід участі акцентує увагу на сильних чинниках – навички, знання, ресурси, які вже доступні, – і через успіх будує впевненість, мотивацію, стратегії розв’язання проблем (соціальний капітал). Надання повноважень дає можливість людям, організаціям та громадам здійснювати кон-

троль за своїм життям, переходити від статусу безправних неучасників до статусу активних та ефективних громадян. Досвід застосування програм з розвитку спроможності засвідчив, що у разі, коли програми не пов'язані з потребами громади, а учасники процесу не беруть участі в оцінці результатів, програми не досягають своєї мети.

Отже, розвиток спроможності громад дає змогу формувати громадську думку щодо впроваджуваних інновацій через безпосередню участь громади у визначенні пріоритетів, обговоренні та прийнятті рішень, які сприяють зміцненню громади та зростанню її добробуту.

Організаційно-діяльнісні ігри (ОДГ) – технологія рефлексивного розв'язання проблем різного типу (наукових, господарських, управлінських) розроблена групою російських учених на чолі з Г. П. Щедровицьким. Аналіз досвіду проведення ОДГ довів, що вони можуть використовуватися для розв'язання різноманітних проблем та завдань, зокрема, для впровадження системних новотворень [Щедровицький, 1995].

У вітчизняній освітній практиці наразі широко використовуються такі акціональні методи:

- залучення педагогів до підготовки освітньо-виховних програм, методичних розробок, статей і публікацій;
- проведення педагогічних, методичних, виробничих нарад у формі різноманітних ділових ігор, тренінгів, де думка кожного стає складовою колективного рішення та впливає на стратегію і тактику розвитку навчального закладу;
- поширення практики майстер-класів як форми впровадження в навчально-виховний процес інноваційних педагогічних технологій;
- налагодження співпраці з науково-дослідними установами, іншими державними і громадськими центрами освітнього спрямування.

Отже, акціональні технології дають змогу зробити досвід взаємодії цільових груп з інновацією позитивним і спрямованим на залучення аудиторії до активного обговорення та використання цієї інновації, а відтак формують відповідні уявлення. Обмеження цих технологій полягає в тому, що активність, співпраця і рух до поставленої мети можуть бути скоріше декларативними, аніж реаль-

ними, і тоді всі зусилля, на жаль, зводяться до формального звітування. Істотною вадою цих технологій є тривалий час, якого вони потребують, а саме цього ресурсу завжди чи не найбільше бракує.

3.2.4. Технології формування інноваційної культури

Ще однією групою технологій формування позитивного образу інновацій мають бути технології формування інноваційної культури як однієї з важливих характеристик середовища, сприйнятливої до інновацій. Доцільність виокремлення культуротворчих технологій зумовлена розумінням того, що успішність “приживлення” новачки залежить не тільки від її значущості, а й від стану “готовності” соціокультурного середовища сприйняти і структурно-інституційно її закріпити. Діапазон цієї готовності лежить у межах від стану ейфоричного захоплення до стану байдужості, ворожості до нового, спротиву, страху перед ним (ноофобія). Надмірний опір, як і поспішність упровадження нового – ознака невисокої інноваційної культури.

Формування інноваційно сприйнятливої середовища є надзвичайно складним процесом. Одним із перших, хто спробував з’ясувати причини, які гальмують, унеможливають або й узагалі знищують інноваційні розробки, був К. Е. Ціолковський. На думку вченого, причина неправильного ставлення до відкриттів і винаходів криється в людських слабкостях. Він визначив систему чинників, що стоять на заваді реалізації нововведень: поклоніння авторитетам, інертність, відсталість, консерватизм; недовіра до невідомих імен, себелюбство, вузький егоїзм, нерозуміння загальнолюдського і власного блага; тимчасові збитки, протидія незвичному з боку працівників, небажання перенавчатися, корпоративні інтереси, професійна заздрість [Ціолковский, 1980]. К. Ціолковський також спробував означити обриси суспільного устрою, за якого винаходи та інноваційні розробки не знищувалися б, не гинули, не відходили в небуття, а були б затребувані. Фактично він зробив спробу вийти за межі індивідуально-особистісних чинників і визначити суспільно-культурні [Ціолковский, 2004].

Підстави припускати, що образи інновацій у носіїв різних культур значуще відрізняються не лише за емоційним забарвлен-

ням і змістом, а й за способами побудови та внутрішньою організацією, справді існують. Скажімо, для Китаю тривалий час характерним було негативне соціальне сприйняття інновацій, оскільки даосизм розглядав їх як чинник впливу зовнішнього середовища, який викривлює або збурює природний хід суспільних процесів. Звідси робився висновок, що інноваційні процеси потрібно не підтримувати і, тим більше, ініціювати, а лише по змозі згладжувати їхню негативну дію і забезпечувати якомога плавніші і м'якші зміни в суспільстві. Панування таких поглядів у середовищі правлячої Цинської династії призвело до того, що Китай, який наприкінці XVIII ст. за економічною потужністю посідав перше місце у світі, протягом усього наступних 100 років перетворився на відсталу й слабку країну.

У науковій літературі склалися різні підходи до вивчення *культури*. Налічується кілька сотень визначень культури, пов'язаних з іменами відомих філософів, соціологів, етнографів, культурологів, істориків тощо. Аналіз цих тлумачень дає можливість визначити культуру як результат діяльності людини, котра в процесі оволодіння силами природи і суспільства створює свою “другу природу” й одночасно формує себе, розпредмечуючи створене попередніми поколіннями, опановуючи різні способи діяльності, цінності та ідеї, вироблені в процесі історичного розвитку. Культура зберігає, транслює і генерує програми діяльності та поведінки людей, вона є складною семіотичною структурою, що включає предмети матеріального і феномени духовного життя. Програми діяльності, поведінки та спілкування являють собою тривісну організацію: реліктові програми; програми, що забезпечують сьогоденне відтворення суспільства; адресовані в майбутнє програми соціального життя, що утворюють рівень культурних феноменів [Иваницкая, Самохин, Чернолес, 2007].

Інноваційна культура постає як характерна для певної соціокультурної спільноти історично стійка система норм, правил і способів утілення новацій (відкриттів, винаходів тощо), що передбачає дотримання принципу наступності, динамічної єдності традицій і сучасності в різних сферах життя суспільства. У цьому контексті інноваційна культура є механізмом інноваційної поведінки як особливого типу індивідуальної або групової поведінки, для якої характерні ініціативність і систематичне освоєння нових способів

діяльності. Відповідно виокремлюють інноваційну культуру суспільства, тої чи тої професійної спільноти, організації, трудового колективу, а також інноваційну культуру особистості як цілісну орієнтацію людини на інноваційну діяльність, що виявляється в мотивах, знаннях, уміннях і навичках, у способах і нормах поведінки. Саме інноваційна культура забезпечує сприйнятливність людей до нових ідей, їхню готовність і спроможність підтримувати й реалізовувати нововведення у всіх сферах життя. Інноваційна культура відображає цілісну орієнтацію людини, закріплену в мотивах, знаннях, уміннях і навичках, а також в образах і нормах поведінки. Як система моделей і алгоритмів інноваційних дій інноваційна культура відіграє роль соціокультурного механізму регуляції інноваційної поведінки соціальних суб'єктів, формує їхню специфічну якість – інновативність. Сутність останньої полягає в особливій здатності людини сприймати, розуміти, прагнути і вміти запроваджувати (знаходити і використовувати) новації у різноманітних сферах життя.

Формування інноваційної культури передбачає, з одного боку, розвиток творчих здібностей і реалізацію креативного потенціалу її суб'єкта – людини, а з другого – необхідний рівень толерантності в суспільстві (спільноті, організації) до невизначеності, творчого хаосу, непередбачуваності, нестандартності, відхилення від норм, традицій тощо. Норми інноваційної культури центровані на креативній особистості і віддають перевагу свободі самовираження, самоорганізації, а не зовнішній дисципліні, примусу, бюрократизму, неспішному поступальному розвитку. Основна мета створення соціального середовища з такими нормами – “розбудити” в людині творця, розвинути закладений у ній творчий потенціал, виховати сміливість думки, впевненість у своїх творчих силах, здатність генерувати нові нестандартні ідеї, що мають загальнолюдську цінність, виховати потребу у творчому способі життя, тобто сприяти розвитку тих якостей, які характеризують рівень особистісної інноваційної культури.

Значущість інноваційної культури як чинника успішного впровадження інновацій та соціально-економічного розвитку добре усвідомлюють суспільства розвинутих країн. Так, скажімо, у 1996–1997 рр. країни Євросоюзу ухвалили Меморандум про інновації (Green Paper of Innovation in Europe) і План європейського іннова-

ційного розвитку (The First Action Plan for Innovation in Europe). Ці програмові документи покликані стимулювати інноваційні процеси і передбачають створення відповідної інфраструктури та сприяння розвитку інноваційної культури. В нашій країні розвиток інноваційної культури суспільства визначено одним із стратегічних завдань Законом України “Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні” від 10 лютого 2003 р.

Інноваційна культура виконує низку важливих функцій, серед яких:

трансляційна – передача з минулого в сьогодення і з теперішнього часу в майбутнє усталених типів інноваційної поведінки соціальних суб’єктів-типів; ці типи пройшли тривалу апробацію і набули певного ціннісного забарвлення в суспільстві;

селекційна – відбір новостворених чи запозичених інноваційних поведінкових моделей, які найбільшою мірою відповідають потребам суспільства на певному етапі його розвитку;

інноваційна – розкриття креативних можливостей певного соціокультурного механізму, вироблення нових типів інноваційної поведінки на основі зразків інноваційної діяльності, що виникли всередині самої культури або були прищеплені ззовні.

За порушення цих функцій, невиробленість або незрілість інноваційної культури суспільству доводиться платити високу ціну. Свого часу через низьку інноваційну культуру радянської політичної еліти, її нездатність відділяти “зерна від половини” огульно піддавалися критиці праці Р. Арона, Дж. Гелбрейта, У. Ростоу, Я. Тінбергена та інших західних учених, які на основі аналізу переваг і недоліків західних та радянського суспільств намагалися розробити моделі конвергенції соціалізму і капіталізму. (При цьому радянських ініціаторів реформ важко запідозрити в недостатній ерудованості). Інноваційна культура тогочасного суспільства також була доволі специфічною. Як наслідок, недоліки ринкової системи у гіпертрофованому вигляді були перенесені на пострадянський ґрунт, а переваги соціалізму – знищені. І за останні 20 років негативні наслідки цього не тільки не були усунуті, а й істотно посилювалися. Тому не дивно, що сьогодні в українському суспільстві, з одного боку, існує запит на модернізацію, оновлення основних сфер суспільного життя, а з другого – невдоволення запроваджуваними реформами, їх бойкот, а часом активний спротив їх упрова-

дженню. Скажімо, за результатами проведеного нами у 2010 р. опитування майже 200 представників студентської молоді, кардинальних інновацій у сфері економіки воліли б майже три чверті опитаних, у сфері виробництва та екології – понад 63 %, у соціальній сфері – 34 %. Навіть у духовній та приватній сферах істотних змін, які б, однак, не зачіпали основних принципів, прагне практично кожний третій респондент. Водночас більшість з них переконані, що потрібні реформи в Україні гальмуються. Відповідальність за це покладається молодими людьми насамперед на політиків і державних чиновників. Можна вважати, що ми маємо справу з проявами антиінноваційної культури, якщо цей термін у даному випадку взагалі прийнятний.

Інноваційна культура як особлива форма людської культури передбачає тісний взаємозв'язок з іншими її формами, насамперед з правовою, управлінською, підприємницькою, корпоративною. За високого рівня інноваційної культури суспільства через взаємодію, взаємозалежність її частин зміна однієї складової зумовлює швидку зміну інших. За низького рівня – потрібен потужний організаційно-управлінський та правовий імпульс, який запустив би процес інституціоналізації інноваційної культури, організував і впорядкував її розвиток, вибудував потрібну структуру відносин, правила поведінки, систему взаємної відповідальності.

Психологічні закономірності та механізми формування інноваційної культури поки що недостатньо вивчені. Тому, розробляючи технології її формування, вважаємо за доцільне спиратися на дві групи чинників, які визначають процес становлення цієї форми людської культури. Перша група охоплює внутрішні чинники – ментальність нації, особистісні риси, мотиви, звички і суспільні практики тощо; друга – являє собою національну інноваційну систему, ціннісно-змістове наповнення інформаційного простору, особливості локальної (наприклад корпоративної) культури в певній організації, соціальній групі тощо. Ці чинники взаємопов'язані і взаємозумовлені. Так, дослідження голландського вченого Г. Хофстеда довели, що норми, які діють у суспільстві, спричиняють виникнення певних політичних, організаційних та інституційних структур і процесів, які їх відповідно зміцнюють [Hofstede, 1980].

З огляду на існування цих двох груп чинників, що визначають становлення інноваційної культури, виокремлюють і дві групи технологій її формування. *Перша група технологій робить акцент на формуванні нового культурно-історичного типу людини, який отримав назву “homo innovaticus”, друга – на середовищі її існування.*

Поняття “homo innovaticus” запровадив до наукового дискурсу в 1962 р. Е. Хаген [Hagen, 1962]. Він виходив із припущення, що існують різні “особистісні синдроми”, полярність яких відображає типові ознаки, характерні для традиційного суспільства і суспільства сучасного. У першому – це авторитарна особистість, у другому – інноваційна. Щоб відповідати вимогам сучасного інноваційного суспільства, людині мають бути притаманні відповідні особистісні настановлення, риси, цінності, мотиви тощо. Можна вести мову про різні типи інноваційної особистості, оскільки одні особистісні синдроми забезпечують готовність існування людини в умовах інновацій, інші – готують її до участі в інноваційній діяльності, а також до самостійного продукування інновацій. Відтак розроблення технологій формування особистості відповідного типу потребує чітко визначеного орієнтира у вигляді певної моделі такої людини, адже необхідно уявляти, які саме особистісні риси та компетентності потрібно формувати, які звички і моделі поведінки прищеплювати тощо. Визначити науково обґрунтований комплекс таких рис зовсім не просто, адже для цього потрібно перейти від інтуїтивних та умоглядно-спекулятивних уявлень про них до чітко окресленого переліку, підтвердженого емпіричними дослідженнями.

На сьогодні склалися різні стратегії виявлення комплексу рис інноваційної особистості.

Чи не найпростішою з них є перетворення пересічних громадян на фахівців із даної проблеми [Восприятие “нового” ...]. Її реалізація передбачає проведення різноманітних опитувань, фокус-груп, фронтірних дискусій, глибинних інтерв'ю, за результатами яких дослідники намагаються скласти “базовий” профіль інноваційної (сучасної) людини. Такий підхід, безумовно, викликає повагу та може надати чимало цікавої і корисної інформації щодо уявлень про інноваційну особистість у масовій свідомості, проте він навряд чи здатний допомогти у виокремленні науково обґрунтова-

них рис інноваційної особистості, адже далеко не всі з них можуть бути самоочевидними.

Значно привабливішою уявляється інша стратегія, відповідно до якої виокремлення критеріїв та емпіричних показників інноваційної особистості здійснюється у процесі вивчення особистості інноваторів – людей, які проявляють схильність до підприємницької діяльності або досягли значних успіхів у ній. У цих дослідженнях припускається, що підприємець за своєю природою є інноватор, тобто людина з особливим психологічним профілем [Клочко, Галажинский, 2009]. Інша стратегія виявлення комплексу рис інноваційної особистості передбачає порівняльний аналіз ментальних вимірів інноваційної культури, притаманних суспільствам, що різняться своїм інноваційним потенціалом, оскільки саме ці риси задають своєрідний “генетичний” код людини нового типу. При цьому припускається (як правило, неявно), що цінності інноваційної культури універсальні. Обґрунтованість цього припущення залишається питанням відкритим. Мабуть, можна стверджувати, що наявний досвід етнометричних досліджень свідчить про фактичний “європоцентризм”, який полягає у встановленні відповідності ментальності представників різних націй західноєвропейському стандарту [Латова, Латов, 2008]. Якщо бути більш точним, то йдеться про центрованість на західній культурі загалом. Утім, навіть серед західних дослідників єдності щодо переліку культурних універсалій досі немає. Одні з них вважають ці універсалії стабільними, інші – динамічними. Г. Хофстед, наприклад, виокремлює п’ять ментальних цінностей: індивідуалізм, дистанцію влади, уникання невизначеності, маскулінізм, довгострокову орієнтацію (початкова назва – конфуціанський динамізм) [Hofstede, 1980].

Р. Хоуз, ґрунтуючись на концепції Г. Хофстеда, розширив перелік показників до дев’яти, а також дещо змінив змістове наповнення деяких запозичених у Г. Хофстеда параметрів. Незмінними залишилися два показники – “дистанція влади” та “уникання невизначеності”. Замість показника маскулінізму було запропоновано два – “гендерний егалітаризм” та “напористість”. Було також розщеплено показник індивідуалізму-колективізму: вимірювалися “суспільний колективізм” та “сімейний колективізм”. Крім того, додалися три нові – “гуманістична орієнтація”, “орієнтація на май-

бутнє” і показник, який можна перекласти як “досяжність” [House, Hanges, 1999].

У проєкті під керівництвом Р. Інглхарта вивчалися передусім динамічні культурні цінності [Инглхарт, 2002]. Результати цього дослідження засвідчили існування двох великих груп значущих відмінностей у цінностях між багатими і бідними суспільствами. Відмінності першої групи виявляються в тому, що бідні суспільства орієнтовані на традиційні, а багаті – на протилежні їм секулярно-раціональні цінності. Друга група відмінностей стосується цінностей, орієнтованих на виживання або самовираження. Перші характерні для бідних, другі – для багатих суспільств.

Ф. Тромпенаарс запропонував “Семиіндексну культурну модель” [Тромпенаарс, Хампдентернер, 2004]. Вихідною точкою цієї моделі слугують процеси, які конституують ціннісну систему суспільства. Цінності розглядаються як похідна розв’язання семи базових дилем. Перша культурна дилема Ф. Тромпенаарса “універсалізм – партикуляризм” стосується вибору орієнтації – на закони, спільні правила або ж на міжособові стосунки і конкретну ситуацію. Друга культурна дилема “індивідуалізм – комунітарність” відображає вибір між інтересами групи і спільноти, суспільства. Інші культурні дилеми, якими послуговується Ф. Тромпенаарс, такі: “специфічність – дифузність” (як люди сприймають навколишній світ – як суму самостійних компонентів чи як єдине ціле); “афективність – нейтральність” (наскільки люди соромляться публічного прояву сильних почуттів та емоцій); “досягнуте – зумовлене” (як оцінюється індивід в суспільстві за особисті досягнення чи оцінюється за соціальним статусом, отриманим від народження); “зовнішній контроль – внутрішній контроль” (чи вважають люди, що зовнішнім середовищем треба управляти, чи вони прагнуть жити в гармонії з навколишнім світом); “послідовність – синхронність” (відмінності між культурами стосуються особливостей структурування часу та орієнтації на минуле, теперішнє чи майбутнє).

Зіставлення цих найбільш відомих етнометричних методик Н. Латовою і Ю. Латовим [Латова, Латов, 2008] свідчить, що в цілому спільними для різних етнометричних методик є показники, які характеризують ментальні цінності індивідуалізму та ієрархічності (“індивідуалізм” і “дистанція влади”, за Г. Хофстедом). І це

закономірно, адже саме зазначені цінності вважаються базовими неформальними інститутами західноєвропейської цивілізації.

Як бачимо, попри певну схожість, про якусь універсальну систему етнометричних координат, яка давала б змогу оцінити вплив ментальних чинників на інноваційний розвиток суспільства та вибудувати модель інноваційної людини, вести мову поки що передчасно. Проте перші розвідки в цьому напрямі вже зроблено. Зокрема, у 70-ті роки XX ст. американець А. Інкелес запропонував аналітичну модель інноваційної особистості. Модель ґрунтується на порівняльному дослідженні шести країн, що розвиваються – Аргентини, Чилі, Індії, Ізраїлю, Нігерії та Пакистану [Inkels, 1977]. Основними складовими цієї моделі особистості є:

- відкритість до експериментів, інновацій та інших якісних змін;
- визнання і схвалення плюралізму думок без побоювання змінити власне бачення світу;
- орієнтація на сьогодення і чітка спрямованість у майбутнє;
- уміння заощаджувати свій і чужий час, точність, пунктуальність;
- тверда впевненість у собі і здатність долати будь-які перешкоди (екологічні, політичні, економічні, соціальні та ін.);
- уміння планувати власні дії для досягнення як кар'єрних, так і інших соціально значущих цілей;
- правова впевненість у регульованості і передбачуваності соціального життя (включаючи закони економіки, торговельні правила, державну політику);
- почуття справедливості при розподілі матеріальних та інших благ, впевненість у залежності винагороди від рівня майстерності і внеску;
- визнання цінності освіти, науки та інформації;
- повага почуттів і гідності інших, включаючи людей з нижчим статусом або тих, що мають меншу владу.

У працях ряду зарубіжних дослідників [Паперт, 2001; Фукуяма, 2004] класифікація рис сучасної особистості, запропонована А. Інкелесом, доповнюється виокремленням її інтегральної риси – здатності до різноспрямованого двоєдиного сприймання особистісного оточення. Ця здатність, на відміну від стандартного адаптивного пристосування до соціуму, одночасно живить прагнення до

зміни умов соціального життя і персональної самозміни, що, власне, є атрибутивною ознакою інноваційного типу особистості.

На відміну від згаданих авторів, які визначали характерні риси інноваційної особистості переважно умоглядним чином, російський дослідник О. А. Давидов спробував оцінити вплив ментальних цінностей на інноваційний розвиток за допомогою статистичних методів [Давыдов ...]. Для цього він порівняв результати опитувань за методикою Г. Хофстеда у 61 країні з показниками їхнього узагальненого індексу інноваційного розвитку. Отримані результати свідчать, що найбільшою мірою на інноваційний розвиток впливає ментальний вимір, позначений Г. Хофстедом як індивідуалізм – цінність індивідуальних досягнень. Що більша готовність людей приймати нерівномірність розподілу влади в суспільстві (дистанція влади), а також що більше цінуються однозначні й чіткі правила діяльності (ухиляння від невизначеності), то нижчий індекс інноваційного розвитку. Цінність напористості і жорсткості в досягненні цілей, зосередженість на матеріальному успіху (маскулінність) не справляють статистично значущого впливу на індекс інноваційного розвитку.

Окреслені вище ментальні виміри інноваційної культури мають стати основою для розроблення *національної моделі інноваційної особистості*. Окрім моделі інноваційної особистості, розроблення технологій її формування має передбачати, безумовно, відповідні складові, зокрема систему підготовки (перепідготовки) вчителя, здатного виховати інноваційну людину; технології та методи навчання інноваційної діяльності (як зразок їх розробки можна використати створену свого часу Г. С. Альтшулером систему “ТРИЗ” (Теория Решения Изобретательских Задач).

Формуванню інноваційної особистості мають також сприяти *технології виявлення та підтримки креативних, обдарованих особистостей, новаторів*, які ми пропонуємо розглядати як елемент національної інноваційної системи. Необхідність створення на основі цих технологій соціальних ліфтів видається самоочевидною, адже що більше буде виявлено і просунуто креативних талантів, то більше матимемо відкриттів та інновацій. Можливості доступу до цих ліфтів мають бути рівними для всіх молодих людей, незалежно від статусу і ступеня заможності їхніх батьків. Ці вимо-

ги не нові, але вони особливо актуальні для інноваційної економіки.

Технології виявлення особистостей новаторського типу потребують відповідних *діагностичних методик оцінювання інноваційної активності особистості, її інноваційного потенціалу, рівня її готовності брати участь в інноваційній діяльності* тощо. Методичний інструментарій, придатний для вирішення завдань відбору людей новаторського типу, поки що доволі обмежений, оскільки поняття інноваційної активності як психологічну категорію почали досліджувати порівняно недавно [Яголковский, 2011, с. 99–104]. Огляд найпоширеніших методик, здатних допомогти у вирішенні зазначених завдань, зробено нами у розділі 2 (див. с. 159–173).

Творення інноваційної особистості може бути максимально ефективним лише за умови сприятливих макро- і мікросередовища. У поєднанні таке середовище має бути визначене як інноваційне, а його формування – завдання національної інноваційної системи. Інноваційне середовище, з одного боку, являє собою сукупність різноманітних умов (соціально-економічних, правових, інформаційних, адміністративних, соціально-психологічних тощо), в яких здійснюється людська (у даному випадку інноваційна) діяльність, а з другого – сукупність суб'єктів, на яких покладено місію реалізації інноваційного потенціалу певної особистості, підприємства, установи, організації, країни в цілому. У ролі таких суб'єктів можуть виступати фізичні особи (викладачі, підприємці, керівники установ, підрозділів та ін.), а також різноманітні установи (компанії, університети, технопарки, бізнес-інкубатори і т. ін.), фінансові і правові інститути. Включаючись у єдину інноваційну систему, згадані елементи формують разом з тим інноваційне середовище для власного саморозвитку.

Формування інноваційної особистості починається в освітньому середовищі. Це поняття (так само, як “освітній простір”) у психолого-педагогічній науці наразі фактично тільки осмислюється, хоча як мовний зворот вживається з кінця 80-х років минулого століття і вже навіть увійшло до деяких нормативно-правових документів. Не маючи можливості обговорювати проблеми визначення цих понять та їх співвідношення, наголосимо на необхідності розроблення технологій їх формування.

Технології формування інноваційних освітніх середовищ передбачають можливість кожного суб'єкта середовища впливати на іншого суб'єкта, виробляти нові способи взаємодії з ним і змінювати власну позицію. При цьому середовище постає як момент безпосередньої участі в процесі його спільного конструювання всіма задіяними суб'єктами взаємодії і водночас як його спільний продукт. Тому його не можна розглядати окремо від подій, у яких воно відтворюється, і тих нових ефектів, які виникають у процесі його народження. Середовище вміщує безліч практик тих суб'єктів, які в ньому перебувають. Унаслідок їхньої взаємодії існуючі практики модифікуються, видозмінюються, а також породжують нові.

Спираючись на аналіз праць, у яких розроблялася проблематика освітніх середовищ [Слободчиков, Исаев, 2000; Слободчиков, 1997; Сергеев, 2011; Петровский, 1993; Беляев, Рубцов, 1996; Ясвин, 2001], можна виокремити низку формальних параметрів, від яких залежить, чи матиме середовище розвивальний ефект. До них, зокрема, належать: широта і надлишковість, спосіб організації, мобільність, ресурсний потенціал, усвідомлюваність і рефлексивність, емоцій- та мотивогенність, агентність та інтерактивність, імерсійність та залученість, векторність та модальність, домінантність, когерентність.

Технології формування організаційного клімату і групової (корпоративної) культури. В огляді праць іноземних дослідників з цієї проблематики, зробленому С. Р. Яголковським у книзі “Психологія інновацій” [Яголковский, 2011, с. 143], наголошується, що культура відображає більш стійкі, довготривалі і глибокі норми, а клімат – більш поверхові і короточасні настановлення членів групи. Що ж до впливу організаційної культури на рівень інноваційності, то, на думку Р. Херлі, він може здійснюватися двома шляхами [Hurley, 1995]:

- посилення мотивації та орієнтації співробітників на інноваційну активність завдяки високій оцінці нововведень усією групою чи організацією;
- встановлення, фіксації і розвитку всередині організації цінностей, пов'язаних з продукуванням і використанням нових ідей.

Рівень інноваційності організаційної культури визначається чотирма чинниками.

Перший чинник пов'язаний з колегіальністю в ухваленні рішень. Він характеризує ступінь відкритості та залучення працівників у процес прийняття рішень. Цей чинник виявляє, чи можуть вони висловлювати свою позицію у процесі прийняття рішення і, отже, впливати на цей процес. В деяких організаціях, наприклад у процесі прийняття рішень, беруть участь представники різних відділів і підрозділів, а іноді – всі охочі працівники.

Другий чинник – це розподіл влади. Він виявляється в розподілі інформації, ресурсів та впливу між різними рівнями і підструктурами організації. Культура в ній може розумітися в одних випадках як збереження повноважень і влади лише в певних ланках структури, а в інших – як максимальна флюїдність цих параметрів у межах всієї структури.

Третій чинник характеризує рівень співпраці в організації і пов'язаний зі ступенем взаємної підтримки між колегами (товаришами по службі). Насамперед це стосується взаємин у професійних питаннях. Але з огляду на вітчизняні традиції професійної діяльності та ведення бізнесу в умовах домінування колективістських принципів цей параметр може виявлятися й у сфері позапрофесійного спілкування. У таких випадках організація стає місцем спільної творчої діяльності та інноваційної активності її працівників. Прикладом цього можуть бути дружні колективи, члени яких виступають єдиною командою як у професійній діяльності, бізнесі, так і на відпочинку, у складних життєвих ситуаціях тощо. І навпаки, у деяких організаціях пропагуються і підтримуються “ізоляціоністські” та “індивідуалістські” принципи, коли на перше місце ставиться особиста ефективність працівника.

Четвертий чинник пов'язаний з кар'єрним зростанням. Він відображає, яким чином в організації відбувається професійне вдосконалення працівників: завдяки взаємодопомозі колег та передачі досвіду одних працівників іншим або участі в освітніх програмах і процедурах підвищення кваліфікації [Hurley, 1995].

У цілому культурні детермінанти інноваційності найчастіше виявляються чинником, який визначає ефективність продуктивної діяльності суб'єкта, організації або команди, пов'язаної з процесами генерування нових ідей, а також їх доопрацювання, впровадження і поширення. У вітчизняній практиці застосовуються такі технології розвитку корпоративної інноваційної культури:

- 1) визначення об'єктів уваги, оцінки і контролю керівника;
- 2) розроблення інноваційно орієнтованих критеріїв розподілу заохочень і винагород;
- 3) створення зразків для наслідування;
- 4) стратегії розв'язання інноваційних конфліктів;
- 5) застосування відповідних критеріїв відбору при прийомі на роботу, підвищенні в посаді й звільненні;
- 6) формування у працівників спеціальних компетенцій у сфері інноваційної діяльності шляхом відповідного навчання, тренінгів тощо.

Технології формування привабливого образу носіїв соціальної ролі інноваторів – учених, винахідників, дослідників, підприємців, учителів-новаторів тощо – зорієнтовані на продукування відповідних образів у медійному середовищі шляхом створення різноманітних художніх і документальних фільмів, літературних творів, висвітлення досягнень інноваторів у новинах тощо. Нині такі образи з медійного простору, на жаль, практично зникли, а їхнє місце посіли злодії, грабіжники, наркаторгівці, повії і кримінальні авторитети.

3.2.5. Технології рефлексивного управління

У цьому розділі спробуємо проаналізувати феномен рефлексивного управління і психотехнологічні можливості його реалізації, здійснити класифікацію технологій рефлексивного управління і з'ясувати можливості їх застосування у процесі управління образом освітніх інновацій.

Варто зазначити, що суб'єкт управління мусить зважати на те, що об'єкт, на який спрямовані його впливи, є суб'єктом власного життя і діяльності, а отже, здатний передбачати можливі наслідки здійснюваних на нього впливів, ухилятися від них, протидіяти їм тощо. Тому не дивно, що процес реформування зазвичай виходить з-під контролю його ініціаторів. Адже “об'єкт” управління усіляко намагається бути неадекватним тому знанню про нього, яким послуговується управлінець; він постійно “прораховує” це знання й “ухиляється” від нього, що робить знання неправильним. Відповідно, щоб управляти таким “об'єктом”, потрібні технології, які враховували б особливості його світосприймання, його здат-

ність вибудовувати свої теорії і способи діяльності. Саме такою технологією є рефлексивне управління. На жаль, сьогодні в процесах реформування суспільства рефлексивне управління не виходить за межі локальних PR-акцій. Тому наразі особливо актуальним є питання переходу *від рефлексії і рефлексивності до технологій рефлексивного управління*.

У загальноприйнятому визначенні *рефлексія* (від пізньолат. reflexio – звернення назад, відображення) – це форма теоретичної діяльності людини, спрямована на осмислення власних дій і їхніх законів; діяльність самопізнання, яка розкриває специфіку духовного світу людини. У розмаїтості підходів до розуміння сутності рефлексії можна виокремити два полюси, дві позиції. Відповідно до першої рефлексія пов'язується з процесуальними явищами, відірваними, незалежними від суб'єкта. Безсуб'єктність постулюється тут як основа. Цей напрям у розумінні та вивченні рефлексії бере початок від Гегеля. Однією із центральних постатей у становленні та розвитку проблематики філософського аспекту рефлексивних процесів у згаданому ракурсі є Г. П. Щедровицький. Друга позиція, навпаки, пов'язує рефлексію з її носієм – суб'єктом. Це лінія С. Л. Рубінштейна і В. О. Лефевра. Попри виражену опозицію цих двох підходів, вони взаємодоповнюють один одного.

Рефлексія властива практично всім суб'єктам, які є чи потенційно можуть вважатися рефлексивними системами – індивідам, соціальним групам і спільнотам, організаціям, державам, людству, системам штучного інтелекту тощо. Рефлексія включена в усі механізми регуляції діяльності й функціонування цих суб'єктів і є неодмінною ознакою будь-яких їхніх дій, що претендують на доцільність і розумність. В. Є. Лепський вважає рефлексію однією з трьох провідних форм людської активності (інші дві – діяльність і комунікація), яка забезпечує індивідуальний розвиток людини та соціальний прогрес людства в цілому.

Загальносистемне уявлення про рефлексію сформулював В. О. Лефевр, який розумів під нею здатність соціальних систем вибудовувати моделі самих себе і тих систем, з якими вони взаємодіють, та бачити себе авторами цих моделей. В умовах інформаційно-плюрального та інноваційного сьогодення взаємне моделювання суб'єктами соціальних відносин один одного не лише уможливило рефлексивне узгодження взаємодії суб'єктів, включення їх у діяль-

ність одне одного, співвіднесення актуальних суб'єктних позицій і суб'єктивних реальностей, а є необхідною умовою життєздатності й оптимального існування соціальних систем. Тож рефлексія – це індивідуальний і водночас надіндивідуальний процес, кожний учасник якого – один із багатьох персонажів у системі рефлексивних відносин [Лепский, 2010; Лефевр, 1973].

В. Лефевр розглядав рефлексію як особливе пізнавальне ставлення соціальних суб'єктів один до одного, здатність їх займати позицію “дослідника”, “спостерігача”, “контролера” щодо власних почуттів, думок і дій, а також думок, почуттів і дій інших людей [Лефевр, 1973]. У процесі рефлексії суб'єкт аналізує, оцінює, інтерпретує середовище, інших його учасників, себе самого, зіставляє оцінку наявної ситуації та оцінку власних можливостей у ній діяти і з огляду на це будує свою реальність, яка є для нього репрезентацією буття. Таким чином, він стає одним із персонажів особливої гри, яку В. Лефевр називає рефлексивною.

Нині рефлексія – фундаментальна, “наскрізна” категорія багатьох наук, предметом яких є самоорганізація живих (соціальних) систем, і саме цим значною мірою пояснюється багатоаспектність даного феномена – як складника і функції людської свідомості, базової ознаки суб'єкта, чинника психічного і психосоціального розвитку (В. П. Зінченко, Г. О. Голіцин, В. О. Лефевр, С. Л. Рубінштейн), психологічного і психосоціального механізму (А. С. Шаров, В. Є. Лепський), механізму регуляції діяльності (В. П. Зінченко, Н. Д. Гордєєва), способу функціонування смислів, процесу продукування нових смислів та їхньої об'єктивації у вигляді знань, предметів і об'єктів діяльності, особливої функції соціальних – політичних, економічних, інформаційних – систем (В. Є. Лепський), співбуття з іншими (В. І. Слободчиков) тощо. Багато дослідників відзначають онтологічну сутність рефлексії. Згідно з онтологічним розумінням рефлексія – це “універсальний прийом” живої природи, який гарантує, за визначенням Г. О. Голіцина, “якісний стрибок” її на нові шаблі еволюції.

З позицій системного підходу самоорганізаційні (самовпорядкувальні) соціальні системи – це наділені мисленням саморефлексивні системи, в яких рефлексивне мислення критикує, структурує і нормує саме себе. Кожний елемент таких систем виконує функцію відображення всієї системи. Рефлексивність соціальних систем

різного рівня організації – це їхня здатність і готовність діяти в ситуаціях з високим ступенем невизначеності, гнучкість у прийнятті рішень, постійна готовність до пошуку шляхів вирішення творчих завдань у кризових ситуаціях, спроможність переосмислювати стереотипи власного досвіду, можливість адекватно ситуації реалізовувати особистісні, комунікативні та інтелектуальні якості. Рефлексивність виявляється, зокрема, у тому, що людина і вся соціальна система, елементом якої людина є, репрезентована в її свідомості.

Якість рефлексивності залежить від низки чинників. Один із них – рефлексивна культура (індивідуальна чи колективна, тобто рефлексивна культура організації, суспільства тощо), яка задає способи організації рефлексії, а також інтелектуальні і ціннісні її критерії. Високий рівень рефлексивної культури набуває особливо значення в умовах “безмежних комунікацій”, характерних для сучасного інформаційного світу, що став на шлях глобалізації. За цих умов співпраця з представниками інших культур є повсякденним досвідом, а в процесі широкої соціальної взаємодії на перший план виходять такі характеристики, як ідентичність, етичність, духовність, міра свободи та соціальна відповідальність.

Поняття “*рефлексивне управління*” впроваджено в теорію і практику понад 30 років тому, проте досі єдності щодо його розуміння не досягнуто. Багато в чому це пояснюється самим феноменом рефлексії, яка вивчається різними науковими дисциплінами. Виникнення ідей рефлексивного управління пов’язане з переходом від суб’єкт-об’єктної до суб’єкт-суб’єктної парадигми. Згідно з останньою найактивнішим елементом складних соціальних систем є людина, а тому на перший план виходять конкретні суб’єкти та їхні суб’єктивні світи [Бергер, Лукман, 1995; Лепский, 2010].

На пострадянському просторі дослідження рефлексивного управління здебільшого ґрунтуються на ідеях неklasичної раціональності В. О. Лефевра, які з’явилися на початку 1960-х років у зв’язку з необхідністю реалізації великих проєктів у військовій сфері. Ці ідеї були втілені дослідником у створених ним математичних моделях “внутрішнього світу” людини, які враховують образи себе й інших осіб, сформовані у свідомості: а) активної сторони (агентів, ініціаторів) рефлексивного управління; б) адресатів управлінського впливу [Лефевр, 2002]. Ці моделі дають змогу зіставляти внутрішні світи та етичні системи суб’єктів управління

(суб'єктів соціальної взаємодії), прогнозувати їхню поведінку, узгоджувати взаємодію між ними в різних умовах і ситуаціях.

Найпростішим типом рефлексивного управління, за В. Лефевром, є управління рішеннями адресата впливу за допомогою “потрібної” інформації та вправлення його у чомусь [Лефевр, 1967]. Таке управління передбачає раціональний спосіб передачі адресатові впливу (опонентові, партнеру) “підстав” для прийняття ним такого рішення, яке вигідне ініціаторові впливу. Йдеться передусім про створення в адресата впливу найвигідніших для його ініціатора уявлень про власні цілі, можливості, ситуацію і картину світу загалом та прийняття ним відповідних – вигідних ініціаторові управлінського впливу – рішень.

Проте феномен рефлексивного управління можна трактувати й ширше, якщо, крім прямого інформаційного впливу на процеси прийняття рішень, враховувати можливості цільового впливу на рефлексивні структури усвідомлення для формування в адресатів так званих операторів свідомості [Лепский, 2010]. У такому разі управлінський вплив відбувається з урахуванням індивідуально-психологічних особливостей адресатів, особливостей соціокультурної ситуації, в якій вони існують і діють, та інших, у тому числі “фонових”, чинників.

Загалом рефлексивні технології мають дуже широкий спектр. Це різні види управління; вони можуть бути дуже складними, багаторівневими, зустрічними, подвійними тощо, бо залежать від моделей, для яких розробляються, від різноманітних операціональних характеристик. Головне завдання рефлексивного управління – створення підстав для розвитку ситуації в бажаному для ініціатора впливу напрямі за допомогою інституціональних, мотиваційних, інформаційних та інших методів.

Рефлексивне управління постає як рефлексивна взаємодія, комунікація, суб'єкти якої приймають рішення, виходячи з: а) власних уявлень про реальну ситуацію; б) уявлень про неї іншої сторони. Кожна зі сторін цієї взаємодії, крім загальних знань, має власні уявлення про ситуацію і намагається поставити себе на місце іншого, що є передумовою для впливу їх одна на одну і, власне, рефлексивного управління іншою стороною.

Рефлексивні технології управління можуть як формувати, посилювати суб'єктність адресата впливу, так і послаблювати, руйну-

вати її. В обох випадках це пов'язано із впливом цих технологій на рефлексивні структури свідомості.

Відправною точкою розрізнення спрямованості впливу рефлексивних технологій є два базових способи буття людини як суб'єкта життя, виокремлені С. Л. Рубінштейном. *Реактивний спосіб буття* передбачає існування суб'єкта в межах його безпосередніх зв'язків. Не маючи можливостей для детального аналізу проблемного простору, суб'єкт формує простір можливих рішень, який охоплює лише окремі аспекти проблемного простору. Тобто, коли суб'єкт стикається з якоюсь перешкодою, проблемою, труднощами, він шукає рішення, “перебираючи” всі відомі йому алгоритми дій, накопичені попереднім досвідом. І якщо в результаті цього “перебирання” потрібне рішення знайти не вдається, то він так і залишається в глухому куті або ж вдається до компромісного варіанта, який остаточно не розв'язує проблеми.

Рефлексивний спосіб буття являє собою вихід із повної поглиненості безпосереднім процесом життя для вироблення відповідного ставлення до нього, зайняття позиції над ним, поза ним, аби скласти судження про нього. У цьому випадку суб'єкт спочатку, звичайно, перевіряє, чи немає заготовок, а коли їх не виявляється, швидко виходить за межі цієї діяльності, ніби “розпредмечується”, вивиснується над цією діяльністю, дивиться на неї зверху і з позицій дослідника шукає шляхи перебудови як діяльності, так і себе, ситуації, щоб якимось чином усе-таки розв'язати проблему.

Рефлексивний спосіб особливо актуальний у мінливому інноваційному світі, що пов'язано з високою динамікою процесів самовизначення людини і співорганізації індивідів для здійснення владних повноважень, розвитку особистості, суспільства і держави. Стимулювання та підтримка рефлексивного способу існування людини (групи) як суб'єкта життя постає найважливішою психологічною проблемою інноваційного суспільства.

Усю множину рефлексивних психотехнологій управління залежно від предмета, на який вони спрямовані, В. Є. Лепський поділяє на три базові групи [Лефевр, 1967, с. 9–10]:

- 1) рефлексивне управління моделями прийняття рішень суб'єктами, які не здійснюють рефлексивного управління;

- 2) рефлексивне програмування (стимулювання чи, навпаки, блокування рефлексії, нейтралізація існуючих та формування

нових рефлексивних позицій, формування операторів свідомості, організація керованого хаосу);

3) керування рефлексивним управлінням (імітація процесу прийняття рішень, прогнозування розвитку і поведінки складних соціальних систем).

Деякі типові прийоми рефлексивного управління моделями прийняття рішень В. О. Лефевр описує у книзі “Конфликтующие структуры” [Лефевр, 1973]. До них, зокрема, дослідник відносить передачу іншому суб’єктові інформації про самого себе, про іншого суб’єкта, про свою думку щодо поглядів партнера, про так званий плацдарм (наприклад, про можливості і ресурси суб’єкта управління) тощо. До цієї ж групи технологій належать і прийоми управління процесом формування цілей іншого суб’єкта, його доктрини (тобто алгоритмом вироблення ним певних дій і рішень), а також схеми рефлексивного управління, розгорнуті в часі (наприклад маневрування).

Більш “досконалим” видом рефлексивного управління є рефлексивне програмування, оскільки воно спрямоване не на досягнення якогось предметного результату, конкретної мети в конкретній ситуації, а на стимулювання чи, навпаки, блокування рефлексії суб’єкта-партнера по взаємодії. У разі якщо, скажімо, процес блокування рефлексії увінчався успіхом, керований суб’єкт виявляється замкнутим у колі нав’язаних йому рефлексивних алгоритмів і його рішення у різних ситуаціях можуть бути з достатньою впевненістю передбачені тим, хто здійснює таку процедуру управління. Технології активації рефлексії, навпаки, спрямовані на вивільнення та поглиблення індивідуальної і колективної (групової) рефлексії та саморефлексії.

Оскільки ініціювання рефлексивної позиції суб’єктів, на нашу думку, є однією з найістотніших передумов інноваційних змін, розглянемо це питання детальніше. Розблокування рефлексії і підвищення рівня рефлексивності суб’єктів інноваційних змін відбуваються шляхом інформування їх щодо стратегічних орієнтирів і завдань організацій, членами яких вони є, створення підстав для виникнення у них свідомої мотивації підтримувати ці зміни, безпосереднього включення їх у суспільні надзавдання та посилення в них почуття впевненості у власній спроможності впливати на

прийняття рішень, формування переконання, що їхнє майбутнє залежить від них самих.

Одним із механізмів активації рефлексії та стимулювання надситуативної активності, тобто здатності суб'єкта виходити за задані конкретними вимогами межі “зовнішньої доцільності” і долати межі актуально діючого “емпіричного Я”, є, на думку В. Є. Лепського, так званий рефлексивний вихід [Лепський, 2010]. За Г. П. Щедровицьким, рефлексивний вихід – це “вихід у принципово нову рефлексивну позицію” [Щедровицький, 2001]. Реалізація такого виходу є завданням спеціальних технологій рефлексивного виходу, що вирішується протягом п'яти основних етапів: перший – активація смислових структур Я через входження суб'єкта в проблемно-конфліктну ситуацію та її осмислення; другий – схвалення одних і дискредитація інших активованих нових смислів із застосуванням наявних стереотипів досвіду та дій у контексті виявлених суперечностей; третій – переосмислення та переоцінка ситуації і себе в ній; четвертий – реорганізація змісту особистого досвіду; п'ятий – реалізація нового смислу. На кожному з означених етапів застосовуються спеціальні засоби активації рефлексії і творчої її реалізації у практичній діяльності чи грі. Розмаїття цих засобів С. Ю. Курганов поділяє на кілька основних груп:

1) “занурення”: моделювання певного (історико-культурного, інформаційного, освітнього та ін.) рефлексивного середовища;

2) “конфлікт текстів”, тобто одночасне вивчення кількох (один з яких сучасний) текстів, що описують одну проблему на різних логічних засадах;

3) “монстробудування”, за якого звичайне явище природи чи звичний ідеальний об'єкт, що стає предметом рефлексії, умисно перетворюють на загадковий, неймовірний, щоб активувати процес дослідження та усвідомити потребу в Іншому для успішного розв'язання проблеми;

4) “активація діалогу”: всебічний розгляд наявної проблеми;

5) “фокусування центрального і галузевих напрямів”: упродовження системи завдань і дій для активації знань, які суперечать реально існуючим і ставлять під сумнів їхню логіку, внаслідок чого неактуальні ситуації стають центральними і навпаки [Курганов, 1989].

Управління рефлексивним управлінням, за висловом В. Є. Лепського, своєю суттю є рефлексивне управління самоорганізацією і потребує продуманих рішень, систематичного відстеження ефектів, корекції правил і законів управління, а отже, завжди є інноваційний процес [Лепский, с. 105]. Реалізація такого управління потребує, на думку дослідника, активізації групового інтелекту і можлива лише за цієї умови, коли, зокрема, у процесі творчої взаємодії людей відбувається органічне поєднання колегіальності з автономією людської креативності, які розгортаються і взаємодіють за принципами і завдяки механізмам соціальної самоорганізації. Один із таких принципів – утримання стійкої нерівноваги самоорганізаційних систем. Цю нерівновагу 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 значною мірою вносить чутливість системи до найбільш оптимальних рішень [там само, с. 106].

Технології управління самоорганізацією належать до груп тих, які В. Є. Лепський називає “технологіями сьомого укладу”. По-перше, вони орієнтовані не так на вирішення “внутрішніх завдань” (забезпечення інформування і пізнавальної діяльності суб’єктів соціального життя), як на принципово нові (за масштабами, змістом, методологічним та методичним забезпеченням) системні “зовнішні завдання”. По-друге, вони соціогуманітарні за змістом і характером. Умови буття в інформаційних суспільствах активують новий ресурс – постнекласичну, креативну індивідуальність, яка не лише активно творить власні суб’єктивні світи, причому у різних каналах реальності, а й здатна одночасно існувати в цих множинних реальностях. Постнекласичний суб’єкт аналізує і синтезує доступні йому реальності та їхні закони, розширює для себе спектр допустимих альтернатив і є не сторонній спостерігач, а людина в усій повноті її буття, навігатор у просторі множинних позицій, активне творче начало [там само, с. 83].

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 та операціями діяльності, власними цільовими структурами і цінностями, цілями й цінностями інших учасників соціальної взаємодії, цілями і

цінностями своєї культури. З другого боку, він створив умови і можливості для розвитку 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 сенсу подіям та обставинам і забезпечують соціальну координацію високого рефлексивного рівня. Реалізація соціогуманітарних технологій потребує впровадження у теорію і практику рефлексивного управління поняття “полісуб’єктне середовище” і визнання ключовим 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.

Одними з найпоширеніших і найбільш ефективних соціогуманітарних рефлексивних технологій, що спрямовані на конструювання нових соціальних уявлень і нової соціальної поведінки, у тому числі й на подолання опору, який звичні „старі” рефлексії чинять рефлексіям інноваційним, є *технології моделювання* [Дичківська, 2004; Найдьонов, 2008]. Реалізація цих технологій забезпечується дією психологічного механізму наслідування (у даному разі – свідомого, рефлексивного), який забезпечує засвоєння адресатами рефлексивного впливу спеціально створених (змодельованих) думок, ідей, зразків поведінки тощо. Рефлексивне моделювання дає підстави сподіватися, що в разі, коли результати психотехнологічного впливу виявляться не такими, як це планувалося, буде можливість з’ясувати причини неуспіху і відшукати нові шляхи досягнення бажаних результатів.

Для реалізації рефлексивного управління ситуацією, образом, прийняттям рішень і т. ін. спочатку прогнозуються й моделюються варіанти розвитку ситуації і дії адресата (пряме завдання) та вибудовуються стратегія і план дій з досягнення означених цілей (зворотне завдання) [Таран, Шемаєв, 2004]. У зв’язку з цим виникає потреба в побудові моделей цілей і моделей можливостей. Моделі цілей (цільових настанов) репрезентують ієрархію цілей та уявлення агента управління про бажаний психологічний стан його адресатів. Моделі можливостей формалізують і репрезентують уявлення

суб'єктів управління про можливості одне одного з погляду досягнення заявлених цілей та можливостей взаємного впливу задля 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 бути доцільними.

Рефлексивне управління складними соціальними системами передбачає застосування *методу імітаційного динамічного моделювання* (System Dynamics Simulation Modeling), або *системної динаміки* (System Dynamics), основи якого розробив Дж. Форрестер у 50-х роках минулого століття [Форрестер, 1974]. Згідно із загальними положеннями цього методу певну систему можна уявити у вигляді складної структури, елементи якої взаємопов'язані і впливають один на одного. Складність структури, внутрішня взаємодія елементів зумовлюють особливість реакції системи на вплив зовнішнього середовища і траєкторію її поведінки в майбутньому, адже через внутрішні причини поведінка системи може змінитися, відхилитися від очікуваної або й бути протилежною їй. За допомогою методу імітаційного динамічного моделювання розробляються моделі, які враховують внутрішню структуру модельованої системи і дають змогу досліджувати окремі складники (елементи) системи, прогнозувати її поведінку в цілому.

До цієї ж групи технологій можна віднести й *технологію форсайту*. Форсайт (від англ. foresight – передбачення) – це метод прогнозування майбутнього, що віддавна був засобом узгодження позицій осіб, яким доводиться приймати управлінські рішення. За процедурою це своєрідний “круглий стіл”, учасники якого обмінюються баченням перспектив розвитку в тій чи тій сфері. Вільний формат дискусії дає можливість висловлювати найрізноманітніші припущення і гіпотези та обговорювати можливі наслідки певних подій і реакції на них. Зрештою в учасників формується спільне уявлення про перспективи розвитку чи напрями дій у тій чи тій ситуації. Для врахування можливих варіантів та отримання якомога повнішої картини залучається велика кількість експертів. Так, у довгострокових прогнозах науково-технологічного розвитку, які щоп'ять років проводяться в Японії, беруть участь понад 2 тис. (до 10 тис.) експертів з усіх найважливіших напрямів науки, техніки і технологій.

Методологія форсайту узгоджена з базовими положеннями філософського конструктивізму про: 1) множинність суб'єктних реальностей, їхню співвимірність, 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 “втільють” образ узагальненої реальності, у тому числі образ реальності майбутнього; 3) розуміння реальності як продукту людського спілкування. Одні напрями форсайту орієнтовані на “м'які” форми філософського конструктивізму, коли в центр уваги потрапляють комунікативні процеси суб'єктів формування реальності, і вплив цих процесів на обмеження їхньої свободи; інші ж напрями роблять акцент на взаємодії, налагодженні широких інформаційних зв'язків, збиранні думок та інформації з багатьох джерел. При цьому форсайт має виражену суб'єктну орієнтацію.

Підсумовуючи наш стислий огляд рефлексивних технологій управління, зазначимо: концепція рефлексивного управління передбачає, що “об'єкт” не позбавляється свободи, але в процесі вироблення рішення приймає підстави, які дають йому змогу нібито дедуктивно “вивести” рішення, запрограмоване управлінцем. Використовуючи технології рефлексивного управління, важливо усвідомлювати не тільки їхні можливості, а й обмеження, які впливають з узятих за основу припущень щодо тлумачення терміна “рефлексія”. Згідно з першим із них свідомість, “відображувальною здатністю” якої є рефлексія, — це *tabula rasa*, свідомість, нездатна розуміти Іншого, а лише спроможна “взяти його до уваги”. По-друге, “розум” управлінця і “об'єкта” мають бути “однієї природи”, належати до одного типу раціональності або до таких типів, щоб управлінець міг розуміти і “прораховувати” керованого. По-третє, “об'єкт” має бути або єдиним, або популятивним, тобто являти собою множину однорідних об'єктів, аби задовольнялася попередня умова [Марача ...]. Що ж до суспільних реформ, то ці три умови порушуються, а відтак запропонована В. О. Лефевром концепція рефлексії потребує відповідного доповнення.

Література

Абрамєйцева В. В. Средства массовой информации в процессе формирования общественного мнения в современной России : дис. ... канд. социол. наук : спец. 23.00.02. / В. В. Абрамєйцева. – Саратов, 2006. – 139 с.

Балушкина Е. Б. Влияние личностных особенностей на восприятие инноваций / Е. Б. Балушкина, С. А. Стельмах // Научное творчество молодежи: проблемы и перспективы развития : тез. докл. – Усть-Каменогорск : ВКГУ, 2002. – С. 108–109.

Беляев Г. Ю. Формирование термина “образовательная среда” в психолого-педагогической литературе конца XX – начала XXI века / Г. Ю. Беляев. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dzd.rksmb.org/science/bel06.htm>.

Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания : [пер. с англ.] / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, Academia-Центр, 1995. – 323 с.

Битянова М. Р. Организация психологической работы в школе / М. Р. Битянова. – М. : Совершенство, 1997. – 298 с.

Власенко Ю. О. Психологічний аналіз інноваційного потенціалу особистості : автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 “Загальна психологія, історія психології” / Ю. О. Власенко ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Одеса, 2003. – 20 с.

Волинчик О. С. Мовні технології гендерної психографії в російських публіцистичних текстах мас-медіа : автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 / Волинчик Ольга Сергіївна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т філології. – К., 2007. – 17 с.

Во Львове люди восстали против машин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bagnet.org/news/society/172280>.

Восприятие “нового” и старого социальными инноваторами: обзор мнений [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://fst.myl.ru/load/vospriятие_novogo_i_starogo_socialnymi_innovatorami_obzor_mnenij/1-1-0-1.

Гвозденко А. Н. Использование методики многофакторного SWOT-анализа для разработки стратегических направлений деятельности / А. Н. Гвозденко // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 4. – С. 13–16.

Голдсмит Р. Вирусный маркетинг / Расел Голдсмит. – М. : Баланс-Клуб, 2003. – 128 с.

Гринюк Ж. Современная стратегия продвижения – интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] / Ж. Гринюк. – Режим доступа : <http://www.hr-portal.ru/article/sovremennaya-strategiya-prodvizheniya-integrirovannye-marketingovyie-kommunikatsii>.

Гринфельд М. Новая попытка рекламных агентств объяснить, зачем они нужны: лейбл “интегрированные маркетинговые коммуникации” как последний вздох рекламных агентств / М. Гринфельд [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.grinfeld.ru/documents/mihdim/?grnf=16d829addf3ea560e8e3742d46415692>.

Давыдов А. А. Размерности культуры и инновационное развитие [Электронный ресурс] / А. А. Давыдов. – Режим доступа : http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=38.

Диффузные модели распространения инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.science.wikia.com/wiki/>.

Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології / І. М. Дичківська. – К. : Академвидав, 2004. – 351 с.

Докторов Б. Обогащенное общественное мнение: Понятие. Социальная практика. Опыт изучения [Электронный ресурс] / Б. Докторов. – Режим доступа : http://www.pseudology.org/Gallup/Enriched_PO.htm.

Душенко К. В. Универсальный цитатник политика и журналиста: 6000 цитат о политике, правосудии и журналистике / К. В. Душенко. – М. : ЭКСМО, 2003. – 782 с.

Закриття шкіл та лікарень: до чого призведе велика оптимізація? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://glavkom.ua/articles/3049.html><http://glavkom.ua/articles/3049.html>.

Иваницкая Л. В. Инновационная культура личности и общества в контексте приоритетов образовательной деятельности / Л. В. Иваницкая, В. Ф. Самохин, В. П. Чернолес // Вестник Российской академии естественных наук. – 2007. – Т. 7. – № 1. – С. 19–24.

Инглхарт Р. Культура и демократия / Р. Инглхарт // Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. – М. : Московская школа политических исследований, 2002. – 320 с.

Инновационный менеджмент: учебник / [под ред. С. Д. Ильенковой]. – М. : Юнити, 1997. – 327 с.

Казакова Е. И. Диалог на лестнице успеха: Школа на пороге нового века / Е. И. Казакова, А. П. Тряпицына. – СПб. : Питер, 1997. – 126 с.

Качество образования в Украине ухудшается с каждым годом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://delo.ua/education/kachestvo-obrazovaniya-v-ukraine-uhudshaetsya-s-kazhdym-godom-168864/>.

Клилэнд Д. Управление заинтересованными сторонами в проекте / Д. Клилэнд // Управление проектами / [под ред. Дж. К. Пинто]. – М. : Питер, 2004. – 463 с.

Клочко В. Е. Инновационный потенциал личности: системно-антропологический контекст / В. Е. Клочко, Э. В. Галажинский // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 325 (август). – С. 146–151.

Коновалова Н. Л. Предупреждение отклонений в развитии личности при психологическом сопровождении школьников / Н. Л. Коновалова. – СПб. : СПбГУ, 1999. – 232 с.

Курганов С. Ю. Ребенок и взрослый в учебном диалоге: Книга для учителя / С. Ю. Курганов. – М. : Просвещение, 1989. – 127 с.

Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.

Латова Н. В. Этнометрические подходы к сравнительному анализу хозяйственно-культурных ценностей / Н. В. Латова, Ю.В. Латов // Вопросы экономики. – 2008. – № 5. – С. 80–102.

Лепский В. Е. Рефлексивно-активные среды инновационного развития / В. Е. Лепский. – М. : Когито-Центр, 2010. – 255 с.

Лефевр В. А. Алгебра совести ; [пер. с англ.] / В. А. Лефевр. – М. : Когито-Центр, 2002. – 426 с.

Лефевр В. А. Конфликтующие структуры / В. А. Лефевр. – 2-е изд., перераб. и дополн. – М. : Советское радио, 1973. – 158 с.

Максимов А. А. “Чистые” и “грязные” технологии выборов / А. А. Максимов. – М. : Дело, 1999. – 448 с.

Марача В. Г. Рефлексивное управление общественными изменениями и социокультурные институты / В. Г. Марача [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.fondgp.ru/lib/mmk/41>.

Ледэн М. Вирусный маркетинг / Марен Ледэн. – М. : Книжный клуб 36.6, 2010. – 352 с.

Минеева С. А. Полемика – диспут – дискуссия / С. А. Минеева. – М., 1990. – 64 с.

Модная тройка: Трендсеттинг, кулхантинг и трендхантинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.znanie.info/portal/ec-terms/32/1201.html>.

Москалев И. Технологические основы социально-инновационного государственного управления [Электронный ресурс] / И. Москалев // Проекты будущего: междисциплинарный подход : материалы Междунар. форума, 16–19 октяб. 2006 г., г. Звенигород / Интернет-сайт С. П. Курдюмова “Синергетика”, 11 июля 2007. – Режим доступа : <http://spkurdyumov.narod.ru/Moskalev23.htm>.

Муравьев А. И. Общая теория инновационных технологий / А. И. Муравьев. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2002. – 84 с.

Мухина В. С. Развитие, воспитание и психологическое сопровождение личности в системе непрерывного образования: концепция и опыт работы ИРЛ РАО / В. С. Мухина, В. А. Горянина // Воспитание и развитие личности : материалы междунар. науч.- практ. конф. – М., 1997. – С. 4–12.

Найдьонов М. І. Формування системи рефлексивного управління в організаціях / М. І. Найдьонов. – К. : Міленіум, 2008. – 484 с.

Научное открытие и его восприятие / [под ред. С. Р. Микулинского, М. Г. Ярошевского]. – М. : Наука, 1971. – 311 с.

Павлова Л. Г. Спор, дискуссия, полемика / Л. Г. Павлова. – М. : Просвещение, 1991. – 389 с.

Панфилова А. П. Мозговые штурмы в коллективном принятии решений. – М. : Флинта, 2007. – 320 с.

Паперт С. Образование в просвещенном обществе / С. Паперт // Компьютерные инструменты в образовании. – 2001. – № 1. – С. 3–8.

Петров М. А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / М. А. Петров // Вестник С.-Петербургского ун-та. – СПб., 2004. – С. 51–68. – (Серия : Менеджмент).

Петровский В. А. Принципы построения предметно-развивающей среды / В. А. Петровский. – М. : Просвещение, 1993. – 191 с.

Поварнин С. И. Спор: О теории и практике спора / С. И. Поварнин. – М. : Флинта; Наука, 2009. – 117 с.

Приходченко О. А. Инновационный продукт: особенности его восприятия потребителем / А. О. Приходченко // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – 2007. – № 2. – С. 173–186.

Приходченко О. А. Психологические особенности восприятия инновационного продукта потребителем / О. А. Приходченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cae.nsu.ru/files/articles/Prikhodchenko>.

Проблеми освіти на політичному тлі майбутніх виборів: Інформаційний бюлетень. Жовтень, 2009 / [за ред. М. М. Слюсаревського ; упоряд. Л. П. Черниш]. – К., 2009. – 64 с.

Родин А. Г. Манипулятивные технологии средств массовой информации в избирательном процессе: теоретические и прикладные аспекты : дис. ... канд. полит. наук : спец. 23.00.02. “Политические институты этнополитическая конфликтология, национальные политические процессы и технологии” / А. Г. Родин. – Н. Новгород, 2006. – 204 с.

Рубцов В. В. Основы социально-генетической психологии / В. В. Рубцов. – М. : Ин-т практической психологии ; Воронеж : НПО МОДЭК, 1996. – 384 с.

Сергеев С. Ф. Введение в инженерную психологию и эргономику иммерсивных сред : учеб. пособие / С.Ф. Сергеев. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2011. – 258 с.

Симкин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка / Л. Симкин, С. Дибб. – СПб. : Питер, 2001. – 240 с.

Слободчиков В. И. Основы психологической антропологии. Психология развития человека: Развитие субъективной реальности в онтогенезе : учеб. пособ. для вузов / В. И. Слободчиков, Е. И. Исаев. – М. : Школьная пресса, 2000. – 421 с.

Слободчиков В. И. Образовательная среда: реализации целей образования в пространстве культуры / В. И. Слободчиков // Новые ценности образования. – 1997. – Вып. 7. – С. 177–184.

Советова О. С. Социальная психология инноваций (основания, исследования, проблемы) : дис. ... д-ра психол. наук : спец. 19.00.05. “Социальная психология”. – СПб., 1998. – 315 с.

Сучасні мовленнєві технології: Новітня філологія : матеріали міжнар. наук. конф. / Південноукраїнський держ. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського. – Одеса, 2005. – № 2 (22).

Таран Т. А. Когнитивное моделирование рефлексивных процессов / Т. А. Таран, В. Н. Шемаев // Штучний інтелект. – 2004. – № 2. – С. 173–178.

Твітер дозволяє робити вдалі прогнози з приводу політики, фінансів та здоров'я [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://texty.org.ua/pg/news/devrand/read/34691/Tviter_dozvolaje_robyty_vdali_prognozy_z_privodu.

Теорія шести рукопожатий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ru.wikipedia.org/wiki/Теорія_шести_рукопожатий.

Трендвотчинг (trendwatching): тренд и его метод работы [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http://dninauki.ucoz.ru/publ/katalog_statey/trendvotching_trendwatching_trend_i_e_go_metod_raboty/1-1-0-76.

Трендсеттинг – оружие информационного пролетариата [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.pr007.ru/01_trendsetting.html.

Тромпенаарс Ф. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Ф. Тромпенаарс, Ч. Хампдентернер. – Минск : Попурри, 2004. – 288 с.

Тяпухин А. П. Многоуровневый сетевой маркетинг / А. П. Тяпухин. – М. : Маркетинг, 2005. – 470 с.

Украина заняла 25-е место по качеству образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vsekommentarii.com/news/2012/05/14/6243817.htm>.

Украинцы не понимают личной выгоды от реформ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://news.eizvestia.com/news_economy/full/ukraincy-ne-ponimayut-lichnoj-vygody-ot-reform-%E2%80%93-udivlen-azarov.

Улановский А. М. Качественная методология и конструктивистская ориентация в психологии / А. М. Улановский // Вопросы психологии. – 2006. – № 3. – С. 27–37.

Форрестер Дж. Динамика развития города / Дж. Форрестер. – М. : Прогресс, 1974. – 340 с.

Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию : [пер. с англ.] / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ ; Ермак, 2004. – 730 с.

Ху Бо. Социальные аспекты управления жизненным циклом инновации (на примере сотовой связи в КНР) / Ху Бо, С.А. Барков // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2010. – № 1 (13). – С. 110–119.

Циолковский К. Э. Двигатели прогресса / К. Э. Циолковский // Изобретатель и рационализатор. – 1980. – № 3. – С. 32–34.

Циолковский К. Э. Космическая философия. Сборник / К. Э. Циолковский. – М. : Сфера, 2004. – 496 с.

ЦРУ щоденно моніторить до 5 мільйонів повідомлень з Твіттеру [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://texty.org.ua/pg/news/devrand/read/34552/CRU_shhodenno_monitoryt_do_5 mln_povidomlen.

Шведов А. А. Психология инноваций: основания, подходы и проблемы / А. А. Шведов // Ананьевские чтения – 97. – СПб. : СПбГУ, 2003. – С. 45–46.

Шматов Г. А. Медиапланирование: эвристический подход: учеб. пособие / Г. А. Шматов. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2005. – 332 с.

Щедровицкий Г. П. Организационно-деятельностная игра как новая форма организации и метод развития коллективной мыследеятельности / Г. П. Щедровицкий, С. И. Котельников // Избранные труды. – М., 1995. – С. 115–142.

Щедровицкий Г. П. Рефлексия и ее проблемы / Г. П. Щедровицкий // Рефлексивные процессы и управление. – 2001. – Т. 1. – № 1. – С. 47–54.

Эванс Дж. Р. Маркетинг / Дж. Р. Эванс, Б. Берман. – М. : Экономика, 1990. – 351 с.

Юшков А. Восприятие инноваций: феномен сопротивления внедрению / А. Юшков // Вестник Института биологии Коми НЦ УрО РАН. – 2007. – № 11. – С. 28–30.

Яголковский С. Р. Психология креативности и инноваций : [учеб. пособие] / С. Р. Яголковский. – М. : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2007. – 157 с.

Яголковский С. Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы / С. Р. Яголковский. – М. : НИУ-ВШЭ, 2011. – 267 с.

Яголковский С. Р. Инновационность как предмет психологического исследования / С. Р. Яголковский // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2007. – Т. 4. – № 2. – С. 123–133.

Яничева Т. Психологическое сопровождение деятельности школы. Подход. Опыт. Находки / Т. Яничева // Журнал практического психолога. – 1999. – № 3. – С. 101–119.

Ясвин В. А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию / В. А. Ясвин. – М. : Смысл, 2001. – 365 с.

AA 1000 Stakeholder Engagement Standard, October 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.accountability.org>.

Bronfenbrenner U. The ecology of human development / U. Bronfenbrenner. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1979. – 348 p.

Clifton D. The Stakeholder Approach: A Sustainability Perspective / Clifton D., Amran A. // Journal of Business Ethics. – 2011. – V. 98. – P. 121–136.

European Governance: White book. – Brussels : Comission of the European Communites. – 2001. – 25.7. – 35 p.

Fels L. Intercultural Recognitions Through Performative Inquiry / L. Fels, L. McGivern // Body and Language. Intercultural Learning Through Drama. Gerd Bräuer (ed.) – Westport : Ablex Publishing, 2002. – P. 19–35.

- Fishkin J. S.* The Voice of the People. Public Opinion and Democracy / J. S. Fishkin. – New Haven : Yale University Press, 1995. – 252 p.
- Freeman R. E.* Strategic Management: A stakeholder approach / R. E. Freeman. – Boston : Pitman. 1984. – 275 p.
- Gergen M.* Performative Social Science and Psychology / M. Gergen, K. Gergen // Forum: Qualitative Social Research. – 2011. – Vol. 12. – № 1. – 9 p.
- Hagen E.* On the Theory of Social Change / E. Hagen. – Homewood, IL : Dorsey Press, 1962. – 127 p.
- Hofstede G.* Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values / Hofstede G. – L. : Beverly Hills, 1980. – 327 p.
- House R.* Cultural influences on Leadership and Organizations. Project GLOBE / R. House, P. Hanges // Advances in Global Leadership. – 1999. – Vol. 1. – P. 171–233.
- Hurley R. F.* Group culture and its effect on innovative productivity / R. F. Hurley // Journal of Engineering and Technology Management. – 1995. – Vol. 12. – № 1. – P. 57–75.
- Inkeles A.* The International Evaluation of Educational Achievement / A. Inkeles // Proceedings of the National Academy of Education. – 1977. – № 4. – P. 139–200.
- Johnson G.* Whittington R. Exploring Corporate Strategy / G. Johnson, K. Scholes. – Harlow : Financial Times Prentice Hall, 2005. – 1072 p.
- Kelly J. G.* Context and process: An ecological view of the interdependence of practice and research / J. G. Kelly // American Journal of Community Psychology. – 1986. – № 14. – P. 581–589.
- Kirton M. J.* KAI manual. – 2nd edn. / M. J. Kirton. – Hatfield : Occupational Research Centre, 1987. – 132 p.
- Lumbeth E.* Committed Journalism: an ethic for the profession / E. Lumbeth. – Indiana. : Indiana University Press, 1992. – 242 p.
- Murphy J.* Restructuring schools: Capturing the phenomena / J. Murphy, C. Evertson // Paper presentation at the annual meeting of the American Educational Research Association. – Boston, 1990. – P. 128–135.
- O'Brien R.* An overview of the methodological approach of action research [Электронный ресурс] / R. O'Brien // Theory and Practice of Action Research. João Pessoa / R. Richardson (ed.). – 2001. – Brazil : Universidade Federal da Paraíba. – Режим доступа : <http://www.web.ca/~robrien/papers/arfinal.html>.
- Osborn A.* Applied imagination: Principles and procedures of creative thinking. – NY, 1953– 400 p.

Pearson P. H. Relationships between global and specified measures of novelty seeking / P. H. Pearson // Journal of Consulting and Clinical Psychology. – 1970. – Vol. 34. – P. 199–204.

Philbin A. Capacity Building in Social Justice Organizations / Philbin A. – Washington : Ford Foundation, 1996. – 250 p.

Regers E. M. Diffusion of Innovations / E. M. Rogers. – New York ; London : Free Press, 1983. – 453 p.

Wallerstein N. Introduction to community empowerment, participatory education and health / N. Wallerstein, E. Bernstein // Health Education Quarterly. – 1994. – № 21 (2). – P. 141–148.

Zimmerman M. A. Citizen participation, perceived control, and psychological empowerment / M. A. Zimmerman, J. Rappaport // American Journal of Community Psychology. – 1988. – № 16. – P. 725–750.

Zuckerman M. Sensation Seeking: Beyond the Optimal Level of Arousal / M. Zuckerman. – NJ, Hillsdale : Lawrence Erlbaum, 1979. – 449 p.

ПРИКІНЦЕВЕ СЛОВО

Модернізаційні процеси, які відбуваються в Україні, сприймаються громадянами, м'яко кажучи, неоднозначно. Результати численних соціологічних опитувань свідчать, що більшість респондентів, оцінюючи загальну спрямованість тих трансформацій, яких зазнали практично всі сфери суспільного життя від часу проголошення незалежності, висловлюють переконаність у тому, що країна розвивається у неправильному напрямку, а поточна ситуація в Україні визначається ними як ситуація виживання, кризи, і навіть як катастрофа, занепад, хаос. Ті, хто сприймає зміни в країні як розвиток або модернізацію, перебувають в абсолютній меншості, їх кількість у кращому разі сягає 5 %. Образ більшості наймасштабніших суспільних та освітніх реформ, як правило, негативний. А позитивні очікування щодо окремих інновацій доволі швидко змінюються розчаруванням. За таких умов постають цілком закономірні питання щодо причин, які зумовлюють несприйняття громадянами суспільних та освітніх інновацій. Чимало питань постає й щодо моральної виправданості, доцільності та можливості формування позитивного образу тих чи тих соціально-економічних, політичних та освітніх реформ.

Пояснень переважно негативного сприйняття громадянами суспільних та освітніх реформ не бракує. Представники влади вбачають головну причину у недостатній обізнаності людей із сутністю пропонованих змін. Відповідно, основним рецептом формування позитивного образу реформ у суспільній свідомості вважається інформаційно-просвітницька та роз'яснювальна робота. На думку чималої кількості політологів та експертів, відсутність суспільної підтримки реформ зумовлена передусім неспроможністю можновладців сформулювати чітку, зрозумілу і привабливу мету модернізаційних перетворень; відсутністю у нинішньої політичної еліти системного їх бачення, конкретних механізмів реалізації, а

також справжньої зацікавленості у їх реалізації, підміною конкретних практичних дій красивими, але порожніми гаслами тощо.

Водночас не можна не враховувати консервативність менталітету українців, низьку залученість громадян до модернізаційних процесів, відсутність у них знань і досвіду самоорганізації, зневіру у власну можливість щось змінити, недостатню обізнаність в існуючих інструментах впливу на процеси прийняття рішень. Не заперечуючи важливість цих та багатьох інших причин, зазначимо, що зазвичай за їх допомогою намагаються пояснити невдачі “приживлення” змін, ініційованих “зверху”. Модель упровадження “зверху” настільки проникла у свідомість і підсвідомість, що в народі питають лише, як він ставиться до пропонованих змін, чи “зручно” йому під час чергового експерименту з реформування країни. Раніше, звичайно, і цього не було. До світлого майбутнього заганяли “залізною рукою”, а тих, хто відкрито протестував і опирався, просто знищували. Але ж модернізація в кінцевому підсумку – це не рішення еліти, яке вона нав’язує населенню, що чинить спротив, а масове бажання громадян змінити власне життя та життя суспільства. І ця найпотужніша сила, що є носієм і рушієм соціальних змін, не втрачена українським суспільством.

Попри розчарування та зневіру, українці усвідомлюють необхідність модернізації країни та проведення реформ, зберігають оптимізм і віру у щасливе майбутнє. А значить, можуть і готові сприймати й бачити не тільки негатив, а й позитив. Це створює сприятливі соціально-психологічні передумови для формування позитивного образу по-справжньому необхідних, затребуваних суспільством реформ. Сприяти успішному формуванню такого образу мають і відповідні технології супроводу, у тому числі соціально-психологічні. Більшість з них зводиться до різноманітних заходів з інформаційної підтримки реформ. Традиційно така підтримка здійснюється в межах так званої індоктринаційної моделі, яка передбачає трансляцію певних уявлень щодо реформ та різноманітних інновацій, які апріорі вважаються “правильними”. Завданням інформування, реклами, паблік рилейшнз, пропаганди та інших медіа-технологій є формування у громадській думці привабливого образу впроваджуваних змін. Арсенал методів, які дають змогу спрямовувати цей процес у потрібному напрямку, на сьогодні дуже потужний. У рекламі та журналістиці існує чимало прийомів, способів і

технологій, за допомогою яких можна вплинути на сприймання повідомлення, нав'язати читачам, слухачам чи глядачам позитивну або негативну думку, переконати їх у правдивості певної ідеї, створити потрібний образ людини, події тощо. Не заперечуючи ефективність медіатехнологій, ми прагнули показати, що вони задіюють лише один із чинників формування образу реформ та інновацій у громадській думці – інформацію засобів масової комунікації. Але, крім ЗМК, не менш потужними чинниками формування відповідних образів є міжособове спілкування; власний досвід взаємодії з інновацією; культура, система норм і цінностей, прийнята в спільноті (суспільстві). Крім того, образ інновації конструється, твориться громадською думкою, а не є відображенням її деяких “об’єктивних” властивостей. Отже, важливе значення має внутрішній світ тих, на кого спрямований формувальний вплив, а також їхня здатність до рефлексії тощо.

Прагнення врахувати розмаїття існуючих чинників, механізмів та закономірностей формування образів соціальних об’єктів та процесів з метою їх поліпшення (часто штучного) спонукає до розробки дедалі витонченіших технологій прихованого управління свідомістю та поведінкою людей всупереч їхнім власним інтересам. Ми ж намагалися наголосити на необхідності творення неманіпулятивних технологій роботи з громадською думкою. Ці технології ми визначаємо як майєвтичні. До технологій з найбільшим майєвтичним потенціалом, на нашу думку, належать технології збагачення громадської думки, акціональні та рефлексивні технології. У цій роботі ми спробували узагальнити чималу кількість напрацьованих продуктивних технологій, методів та прийомів, які можуть бути використані для формування позитивного образу освітніх та суспільних інновацій. На жаль, ці напрацювання наразі є доволі розрізненими і несистематизованими, явно бракує практичного досвіду їх інтеграції, а потреба в ній інколи не тільки ставиться під сумнів, а й активно заперечується. Навіть у тих випадках, коли потреба в інтеграції різних технологій усвідомлюється, її сутність часто зводиться лише до необхідності дотримання стилістичної єдності всіх комунікаційних матеріалів незалежно від способу їх поширення тощо. Відкритим залишається й питання щодо принципової можливості визначити ефективність окремих технологій у разі їх комплексного застосування. Незважаючи на це, най-

більш перспективним напрямом розроблення технологій творення образу інновацій нам видається той, що інтегрує вплив таких чинників, як інформація про впроваджувані інновації, поширювана каналами ЗМК та міжособового спілкування; особливості побудови соціальних мереж, власний досвід взаємодії з інновацією; особливості інноваційної культури та рефлексивні здібності учасників інноваційного процесу. Доцільність інтеграції описаних у монографії технологій ґрунтується на закономірностях виникнення так званого синергетичного ефекту. Цей ефект виявляється у тому, що кінцевий результат застосування комплексу технологій відрізняється від простого сумування результатів застосування кожної окремої технології. Вивчення закономірностей виникнення таких ефектів унаслідок застосування комплексу описаних технологій має бути центральним напрямом подальших досліджень.

Наукове видання

**Модернізаційні процеси
в освіті та суспільстві:
психотехнології супроводу**

Монографія

За редакцією кандидата психологічних наук
П. Д. Фролова

Літературне редагування *В. О. Коваленко*

Адреса Інституту: 04070, м. Київ, вул. Андріївська, 15

Підписано до друку 10.10.2013 р. Формат 60х84 1/16.
Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 15,5.
Замовлення № 1189. Наклад 300 прим.

Поліграфічно-видавничий центр ТОВ “Імекс-ЛТД”
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 195 від 21.09.2000 р.
25006, м. Кіровоград, вул. Декабристів, 29.
Тел./факс (0522) 22-79-30, 32-17-05
E-mail: marketing@imex.net

[illegible]