

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В ОСВІТНІЙ СФЕРІ

Українська освітня система стала повноцінним учасником загальноєвропейських процесів модернізації загальноосвітньої та вищої школи. Разом з тим, дослідження громадської думки показує неоднозначне ставлення більшості населення до освітніх реформ, у тому числі негативне ставлення до певних освітніх інновацій. Однією з головних причин такого неприйняття є психологічна неготовність до інновацій, в основі якої лежать стереотипи, консерватизм та інерційність мислення як учасників освітнього процесу, так і представників громадськості. Важливу роль у зміні громадської думки в бік створення позитивного іміджу освітніх реформ мають зіграти соціальні психологи та розроблені ними адекватні соціальні технології.

Мета статті – визначити особливості об'єктів та суб'єктів застосування соціально психологічних технологій.

Процес формування нової освітньої системи принципово залежить від характеру управління освітою, його соціальної ефективності. Особливу роль у підвищенні ефективності освітньої системи відіграють соціальні технології, зокрема технології соціально-психологічного супроводу освітнього процесу та технології впливу на громадську думку як у самому освітньому середовищі так і в соціумі, елементом якого є освітня сфера.

Філософським підґрунтям системи психологічного супроводу людини є концепція вільного вибору як умови розвитку. Початковим положенням для формування теоретичних основ психологічного супроводу став особистісно орієнтований підхід, у логіці якого розвиток розуміється нами як вибір і освоєння суб'єктом тих або інших інновацій, шляхів професійного становлення. Природно, кожна ситуація вибору породжує множинність варіантів рішень, опосередкованих соціально-економічними умовами. Супровід може трактуватися як допомога суб'єкту у формуванні орієнтаційного поля розвитку, відповідальність за дії в якому несе він сам.

Найважливішим положенням даного підходу виступає пріоритет опори на внутрішній потенціал суб'єкта, отже, на його право самостійно робити вибір і нести за нього відповідальність. Проте декларація цього права ще не є його гарантією. Для здійснення права вільного вибору різних альтернатив професійного становлення необхідно навчити людину вибирати, допомогти їй розбиратися в суті проблемної ситуації, виробляти план рішення і робити перші кроки.

Таким чином, психологічний супровід - це технологія, заснована на єдності чотирьох функцій:

- діагностики сутності існуючої проблеми, інформації про проблему і шляхи її вирішення;
- консультації на етапі ухвалення рішення;
- вироблення плану вирішення проблеми;
- первинної допомоги на етапі реалізації плану рішення.

Реалізація соціально-психологічного супроводу можлива за наявності цілісної комплексної програми. Її розробка ґрунтується на наступних принципах:

- враховується потреба особистості в самоорганізації, самовизначенні і саморозвитку;
- визнається пріоритет індивідуальності та самоцінності об'єкту супроводу;
- психотехнології супроводу співвідносяться із закономірностями професійного становлення особи [1].

Вирішення цих завдань психологічного супроводу співвідноситься з етапами професійного навчання і виховання: адаптації, інтенсифікації та ідентифікації.

На етапі адаптації колишні школярі (першокурсники) пристосовуються до умов і змісту професійно-освітнього процесу, засвоюють нову соціальну роль, налагоджують взаємостосунки один з одним і з педагогами. Провідна діяльність - навчально-пізнавальна - істотно відрізняється від колишньої.

Психологічний супровід полягає в наданні першокурсникам допомоги в адаптації до нових умов життєдіяльності. До технологій психологічного супроводу відносяться:

- діагностика готовності до навчально-пізнавальної діяльності, мотивів навчання, ціннісних орієнтацій, соціально-психологічних установок;
- допомога в розвитку навчальних умінь і регуляції своєї життєдіяльності;
- психологічна підтримка першокурсників у подоланні труднощів самостійного життя і встановленні комфортних взаємин з однокурсниками і педагогами;
- консультування першокурсників, що розчарувалися у вибраній спеціальності;
- корекція професійного самовизначення при компромісному виборі професії [2].

Психологічними критеріями успішного проходження цього етапу є адаптація до навчально-пізнавального середовища, особистісне самовизначення і вироблення нового стилю життєдіяльності.

На етапі інтенсифікації відбувається розвиток загальних і спеціальних здібностей учнів (студентів), інтелекту, емоційно-вольової регуляції, відповідальності за своє становлення, самостійності. Провідна діяльність - науково-пізнавальна. Цей етап відносно благополучний.

Психологічний супровід зводиться до діагностики особового і інтелектуального розвитку, надання допомоги, підтримки у вирішенні проблем взаємостосунків з однолітками і педагогами, а також сексуальних відносин. До технологій супроводу відносяться розвивальна діагностика, психологічне консультування, корекція особистісного та інтелектуального профілю.

Психологічними критеріями продуктивності цього етапу становлення особистості є інтенсивний особовий і інтелектуальний розвиток, соціальна ідентичність, самоосвіта, оптимістична соціальна позиція.

На завершальному етапі професійної освіти - етапі ідентифікації - важливого значення набуває формування

професійної ідентичності, готовності до майбутньої практичної діяльності по одержуваній спеціальності. Стають все більш актуальними цінності, пов'язані з матеріальним і сімейним станом, працевлаштуванням.

Таким чином, продуктивний психологічний супровід професійної освіти можливий за умови створення психологічної служби в професійному учбовому закладі, здійсненні моніторингу особистісного розвитку повинен стати складовою частиною особистісно-орієнтованого соціально-професійного виховання.

Об'єктами впливу соціально-психологічних технологій виступають одночасно:

- 1) сфера освіти, як організація що зацікавлена в формуванні позитивного ставлення до себе та своєї діяльності;
- 2) громадськість як сукупність соціальних, професійних та інших груп та організацій.

Ефективний вплив соціально-психологічних технологій можливий за умови, що соціальний технолог, сфера освіти та громадськість у своїй взаємодії повинні виступати як елементи єдиної системи [3].

Громадськість як об'єкт впливу не є системою в класичному розумінні, на відміну від освітньої сфери. Якщо остання має ієрархічну чітку структуру та визначені функції, то громадськість об'єднана опосередковано, оскільки складається з різних соціальних груп (етнічних, професійних, вікових, політичних, формальних, неформальних тощо). Вони мають різні цілі, цінності, інтереси. Кожна група користується своєю системою комунікацій та схильна до психологічно близького їй інформаційного простору.

Ця особливість вимагає від соціального технолога здійснювати соціально-психологічну стратифікацію громадськості, сегментацію та моніторинг основних характеристик соціальних груп.

Соціально-психологічні характеристики об'єктів впливу складають певний психологічний простір, складовими якого є стійкі і динамічні настрої, емоції, установки, симпатії, цінності та відносини, характерні для основних груп населення. Психологічний простір можна описати за допомогою показників, що ґрунтуються на основі опитувань населення чи соціально-психологічних досліджень.

Ретранслятором соціально-психологічних технологій впливу виступають ЗМІ, яким виконують у цьому контексті наступні функції:

- інформаційну;
- соціальної орієнтації;
- формування громадської думки та суспільних настроїв;
- соціальної ідентифікації належності до певної групи;
- контактів з іншими людьми та групами;
- самоствердження;
- утилітарні (вирішення практичних задач);
- емоційної розрядки;
- виховну [4].

У кінцевому результаті результативність соціально-психологічних технологій залежить від професійності соціального технолога, наявності в нього комплексу основних компетентностей – психологічної, комунікативної та креативної – як головних засад для роботи з людським фактором.

Об'єктами і суб'єктами громадської думки виступають наступні:

1) особистості та групи, що формують освітнє середовище: школярі, студенти, учителі та викладачі вузів, технічний персонал, адміністрація, батьки, представники різних соціальних груп – етнічних, професійних, релігійних; місцева влада, політики тощо.

У кожному конкретному випадку особистість може виступати своєрідним "агентом впливу" у своєму середовищі, маючи свої канали впливу та свої індивідуальні засоби впливу. Тому, залежно від цілі та ситуації, соціальний технолог визначає тактику й стратегію роботи з конкретною особистістю або групою, розробляючи та використовуючи адекватні соціально-психологічні технології впливу на об'єкт;

2) конкретні явища, проблеми, теми щодо яких може бути висловлена думка громадськості. Різноманітність явищ, фактів, ситуацій, процесів соціального життя породжує різноманітність людських суджень. Процес матеріального виробництва, духовне життя суспільства також можуть бути об'єктом громадської думки. У сферу її інтересів потрапляють як явища, що відбуваються в соціально-економічній, політичній сферах, так і проблеми освіти, виховання, охорони здоров'я тощо.

Вітчизняний та зарубіжний досвід створення сприятливих умов для поступового входження ВНЗ України в міжнародні освітні системи вимагає серйозних змін системи управління ВНЗ. Необхідною умовою формування механізму управління вищою школою в сучасних умовах розвитку суспільства є застосування нових форм і методів управління. Особливої актуальності і широкого поширення набуває такий елемент управлінської діяльності організації як паблік рілейшнз (PR). В Україні також використовується термін "зв'язки з громадськістю".

Паблік рілейшнз, – пише Сем Блек, – це мистецтво і наука досягнення гармонії:

- за допомогою взаєморозуміння, заснованого на правді і повному інформуванні;
- за допомогою поширення роз'яснювального матеріалу, розвитку обміну інформацією й оцінки суспільної реакції [3].

В.А.Мойсеев визначає паблік рілейшнз як різновид соціально-психологічного менеджменту, в якому на основі точної, вичерпної інформації, отриманої в результаті аналізу тенденцій політичного, соціально-економічного, психологічного розвитку країни (регіону, галузей економіки, сфер діяльності, фірм (організацій) та ін.), дотримання етичних норм і громадських інтересів планомірно реалізують соціально-технологічні та інформаційні заходи зі встановлення усвідомлених, гармонійних і взаємовигідних зв'язків між суб'єктами соціальної діяльності, між ними і громадськістю (її групами), владою задля впливу на громадську думку та прийняття рішень у процесі соціального управління і досягнення обопільної довіри і вигоди.

Сьогодні дослідники звертають увагу на актуальність застосування PR-технологій практично в усіх сферах життя і діяльності суспільства.

У контексті приєднання України до Болонського процесу роль PR-технологій стрімко зростає саме у сфері системи вищої освіти.

Вищі навчальні заклади, як і інші організації, які функціонують у нових для себе економічних умовах, мають потребу в науково обгрунтованій, орієнтованій на перспективу програмі управління. Необхідним елементом управління вищим навчальним закладом повинна бути грамотна діяльність по зв'язках із громадськістю, якою керують професіонали з публік рілейшнз, вирішуючи цілий ряд управлінських завдань, які стоять перед ВНЗ:

- адаптація виші до нових для неї умов конкуренції на ринку освітніх послуг;
- формування високого рівня довіри до ВНЗ;
- входження в міжнародне освітнє співтовариство, що відіграє особливу роль у формуванні позитивного іміджу України;

- досягнення авангардних позицій у сфері вищої освіти України;
- перетворення ВНЗ на центр культурного, просвітницького і наукового життя регіону;
- формування позитивної суспільної думки про діяльність виші;
- створення індивідуального образу освітнього закладу.

У процесі своєї діяльності вищий навчальний заклад постійно стикається з широкими колами громадськості: місцевими, регіональними та центральними органами державної влади, фінансовими установами, засобами масової інформації, працівниками та керівництвом сфери, для потреб якої ведеться підготовка студентів; випускниками загальноосвітніх шкіл; абітурієнтами та їх батьками; батьками студентів; суб'єктами підприємницької діяльності, громадськими організаціями; закладами культури і мистецтва, закладами-конкурентами тощо. Саме в цих колах формується громадська думка про заклад та якість послуг, які він надає. Раціонально організована робота PR дозволяє встановити ефективне співробітництво з громадськістю та формувати та зміцнювати позитивну громадську думку про заклад та якість його освітніх послуг.

Цілеспрямований комплекс заходів PR сприятиме підвищенню авторитету вищого навчального закладу в його навколишньому оточенні та створенню його позитивного іміджу. Цей імідж будь якого підприємства або закладу підвищує конкурентоздатність на ринку, приваблює споживачів та партнерів, збільшує обсяг діяльності і, як наслідок, прибутки підприємства чи закладу.

Крім формування позитивного іміджу, основними завданнями та напрямками роботи PR у діяльності вищого навчального закладу є:

- розробка системи прийомів та методів, спрямованих на покращення взаєморозуміння між закладом та його численним "цільовими аудиторіями" (спеціальний PR-термін, що означає соціальні групи, організації, інші заклади, з якими взаємодіє вищий навчальний заклад);
- реалізація заходів, спрямованих на усунення бар'єрів, що перешкоджають поширенню інформації про заклад, та зайвих перепон, що виникають у процесі комунікаційного зв'язку закладу з його цільовими аудиторіями (неправдиві, шкідливі слухи, дезінформація тощо);
- посилення впливу на одержувачів інформації при зниженні рівня розуміння суспільних цілей діяльності вищого навчального закладу та шляхів їх досягнення;
- розробка системи заходів, що мають уживатися в конфліктних та кризових ситуаціях;
- постійний моніторинг ситуації, що складається в середовищі співробітників та студентів закладу та розробка заходів щодо її контролю та оптимізації;
- створення яскравого індивідуального образу закладу, відмінного від конкурентів.

Реалізація зазначених вище напрямів діяльності переслідує наступні цілі:

- позиціонування закладу, тобто надання йому оригінального, сприятливого іміджу, а також подолання "бар'єра недовіри" до закладу;
- піднесення над закладами-конкурентами;
- створення стійкої позитивної громадської думки щодо високого авторитету закладу та якості його освітніх послуг;
- збільшення кількості абітурієнтів, підвищення вступного конкурсу, і, як наслідок, зростання якісних показників студентів закладу через можливість відбору найкращих серед більшої кількості бажаючих навчатися саме в цьому закладі;
- зростання кількості бажаючих навчатися за контрактом, а відтак збільшення надходження коштів на рахунок закладу;
- зміцнення матеріально-технічної бази закладу, збільшення можливостей для придбання сучасного обладнання та залучення модернових технологій навчання та розвитку науки;
- підвищення добробуту та соціального захисту працівників закладу.
- зростання якості навчання та цінності диплому закладу в очах роботодавців та потенційних абітурієнтів;
- вихід навчально-наукової діяльності закладу на якісно новий, вищий рівень розвитку;
- отримання поштовху для розвитку вищої освіти в державі в цілому .

Головним засобом досягнення цих цілей є розвиток комунікації (громадських зв'язків) вищого навчального закладу з його соціально-економічним середовищем: абітурієнтами, їх батьками, органами влади, засобами масової інформації, бізнес-структурами, громадськими організаціями шляхом проведення широкого кола різноманітних заходів, які мають повернути якомога більшу увагу учасників цього середовища до діяльності закладу, викликати повагу і розуміння суспільного значення цілей, які ставить перед собою вищий навчальний заклад, стимулювати поглиблення довіри до якості освітніх послуг, що їх надає заклад тощо.

Тому будь-яка подія, до якої має відношення заклад, повинна не залишатися в його стінах, так би мовити "для внутрішнього використання", а ставати відомою якомога ширшим колам громадськості, стимулюючи подальший інтерес до діяльності вищого навчального закладу і формуючи стійку позитивну громадську думку по відношенню до нього.

Для кращої реалізації цілей, пов'язаних з впливом на громадську думку потрібно визначення цільових груп, тобто окремих сегментів громадськості, на які буде здійснюватися диференційований ПР-вплив.

Такими цільовими групами (сегментами) були визнані:

- Учні загальноосвітніх шкіл.
- Випускники загальноосвітніх шкіл.
- Студенти і випускники навчальних закладів.
- Батьки студентів та потенційних абітурієнтів.
- Вищі навчальні заклади - потенційні конкуренти.
- Засоби масової інформації:
 - а) телебачення,
 - б) радіо,
 - в) преса,
 - г) Інтернет;
- Органи управління освітою:
 - а) районні,
 - б) міські,
 - в) обласні,
 - г) центральні;
- Органи молодіжної політики:
 - а) районні,
 - б) міські,
 - в) обласні,
 - г) центральні;
- Органи місцевого самоврядування;
- Органи регіональної влади;
- Інші державні органи;
- Громадські організації;
- Політичні партії;
- Бізнес-структури;
- Громадськість у цілому.

У 2002 році була прийнята національна доктрина розвитку освіти, а у 2003 році запропонована Концепція розвитку професійної освіти, які визначали стратегію та основні напрями розвитку освітньої сфери в Україні. З огляду на те, що Україна у 2006 році остаточно приєдналась до Болонського процесу, українськими вченими – психологами та соціологами – постійно відстежувалась реакція громадської думки до здійснюваних у країні освітніх реформ. Зокрема, фахівцями Інституту соціальної та політичної психології АПН України з вересня 2000 року по жовтень 2008 року здійснювався постійний моніторинг ставлення населення до основних нововведень в освітній галузі [5].

У процесі моніторингу відстежувалась динаміка ставлення респондентів різних вікових груп до запровадження 12-річного терміну навчання в загальноосвітніх школах, переходу до профілізації старшої школи, 12-бальної системи оцінювання знань учнів та інтеграції національної освіти до європейського освітнього простору.

Статистичний аналіз еволюції громадської думки здійснено за наступними темами:

1. Ставлення до запровадження в школах 12-річного терміну навчання (у %) з вересня 2001 по жовтень 2008 року:
 - позитивно: від 25,5 до 16,4;
 - негативно: від 44,8 до 58,4.
2. Ставлення до 12-бальної системи оцінювання знань у школах:
 - позитивно: від 26,2 до 36,9;
 - негативно: від 37,6 до 36,6
3. Ставлення до профілізації старшої школи:
 - позитивно: від 63,0 до 43,7;
 - негативно: від 14,6 до 18,4.
1. Ставлення до запровадження незалежного оцінювання учнів:
 - позитивно: від 65,1 до 30,4;
 - негативно: від 16,6 до 33,8.
2. Ставлення до інтеграції вітчизняної освіти до європейського освітнього простору:
 - є актуальним: від 21,5 до 14,8;
 - не є актуальним: від 23,9 до 32,4;
 - не потрібно: від 20,7 до 28,2.

Приведена статистика свідчить, що з шести поставлених питань, пов'язаних з реформуванням освіти та інтеграцією української освітньої сфери до європейського освітнього простору, позитивну динаміку має тема введення 12-бальної системи оцінювання. Інші показали негативну динаміку, що свідчить про негативне сприймання суспільством освітніх реформ.

Висновки. 1. Оскільки освітня сфера є відкритою соціальною системою та постійно взаємодіє з соціальним середовищем, вона знаходиться під постійним впливом цього середовища. Наслідком цих взаємодій і впливів стають певні зміни якісного та кількісного характеру. Особливого значення в цьому процесі набуває використання соціально-психологічних технологій, які формують нові тенденції в освітньому середовищі. Ці тенденції насамперед стосуються інноваційних змін у системі сучасної освіти. Відбувається зміна освітньої парадигми: розробляються або запозичуються нові навчальні та педагогічні технології, будуються нові відносини, формуються нові цінності.

2. Об'єктами впливу соціально-психологічних технологій виступають одночасно сфера освіти, як організація що зацікавлена в формуванні позитивного ставлення до себе та своєї діяльності та громадськість як сукупність соціальних, професійних та інших груп та організацій. Ефективність впливу цих технологій залежить від знання особливостей

складових освітньої системи та громадськості – школи, ВНЗ, учнів, студентів, батьків, викладачів, адміністрації, соціальної інфраструктури, ЗМІ, особливостей мікро- та макросоціуму.

3. Економічні, політичні та духовні складові системної кризи, що має місце в Україні, не можуть не впливати на процеси, що відбуваються в освітній сфері. Це стосується, насамперед неоднозначного ставлення до освітніх реформ як у самому освітньому середовищі, так і за його межами. Одним із головних наслідків кризи є значне пониження рівня довіри до більшості владних інституцій, включаючи сферу освіти.

4. Важливого значення в кризовий період набуває діяльність соціальних служб та організацій, насамперед психологічних, оскільки кризові явища в цілому погіршують психологічний клімат у суспільстві взагалі і в освітньому середовищі зокрема. Індивідуальна та групова робота в навчальних закладах та з представниками громадськості з використанням адекватних соціально-психологічних технологій може бути дієвим чинником поліпшення психологічного клімату в соціумі та позитивного сприймання освітніх новацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондарев В.Г. Современные парадигмы в образовании. На пути к целостности и самоорганизации / В.Г. Бондарев. — Мн.: НИО, 2003. — 128 с.

2. Образование: стратегия развития и синергетика. / В.А. Харитонова, О.В. Санникова, И.В. Меньшиков // Синергетика и образование: хрестоматия. – Ижевск, 2001.

3. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы "Паблик рилейшнз" / Е.Н. Богданов, В.Г. Зазыкин. – СПб. : Питер, 2003. – 208 с.

4. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В. Бебик. – К., 2005.

5. Моніторинг ставлення населення до основних нововведень в освітній галузі: матеріали Інституту соціальної та політичної психології АПН України. – К., вересень 2000р. – жовтень 2008р. – 12 с.

Подано до редакції 04.06.09

РЕЗЮМЕ

Розглядаються особливості застосування соціально-психологічних технологій як в освітньому середовищі, так і в суспільстві, складовим елементом якого є освіта. Аналізуються типи та характеристики об'єктів впливу технологій психологічного супроводу, значення громадської думки як індикатора ставлення соціуму до освітніх реформ та інновацій.

Ключові слова: психологічний супровід, соціально-психологічні технології, громадська думка.

А. А. Овчаров

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

РЕЗЮМЕ

Рассматриваются особенности применения социально-психологических технологий, как в самой образовательной среде, так и в обществе, составным элементом которого является образование. Анализируются типы и характеристики объектов влияния технологий психологического сопровождения, значение общественного мнения как индикатора отношения социума к образовательным реформам и инновациям.

Ключевые слова: психологическое сопровождение, социально-психологические технологии, общественное мнение.

А. О. Ovcharov

PECULIARITIES OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL INFLUENCE ON PUBLIC THOUGHT IN EDUCATIONAL SPHERE

SUMMARY

The article presents some features of applying social and psychological technologies both in educational environment, and in society with education as a basic component. It analyzes types and characteristics of objects of influence of psychological support technologies, value of public opinion as an indicator of society's attitude towards educational reforms and innovations.

Keywords: psychological support, social and psychological technologies, public opinion.
