

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Кафедра інформаційної, бібліотечної та архівної справи**

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Конспект лекцій

Харків – 2022 рік

УДК 316.4 (073)

П 75

Конспект лекцій затверджено на засіданні кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи ХДАК

Протокол № 9 від «10» січня 2022 року

Прикладні соціально-комунікативні технології : конспект лекцій / упоряд. І. О. Коханова. Х.: ХДАК, 2022. 122 с.

Курс «Прикладні соціально комунікативні технології» покликаний висвітлити можливості та межі технологізації суспільства та окремих видів людської діяльності. Окреслити основні ознаки технологізації. Подати системне бачення алгоритмізації людської діяльності та її зв'язок з ефективністю праці.

У межах курсу здобувачі освіти познайомляться з такими видами соціальних технологій як : освітні, управлінські, політичні, виборчі, антикризові, ігрові, соціального прогнозування, формування людського капіталу, формування іміджу організації тощо.

Вивчення дисципліни дасть можливість здобувачам другого рівня вищої освіти набути філософсько-соціологічного осмислення усіх видів людської діяльності

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ.....	4
Тема 1. Соціальна технологія : сутність, значення, ознаки.....	5
Тема 2. Технологізація соціального простору.....	15
Тема 3. Праксеологія як наука про людську діяльність.....	22
Тема 4. Зміст та структура освітньої технології.....	24
Тема 5. Порівняльна характеристика традиційного та інноваційного навчання.....	34
Тема 6. Політичні та виборчі технології.....	53
Тема 7. Технології соціального прогнозування.....	59
Тема 8. Технології соціальної профілактики та адаптації.....	68
Тема 9. Технології формування людського капіталу.....	81
Тема 10. Трансформація людського капіталу в умовах цифрової економіки.....	85
Тема 11. Загальна класифікація управлінських технологій.....	88
Тема 12. Різновиди управлінських технологій.....	93
Тема 13. Технології створення іміджу організації.....	100
Список рекомендованої літератури.....	120

ВСТУП

У конспекті лекцій висвітлено теоретичні та практичні засади розвитку соціальних технологій. Сучасне інформаційне суспільство вкрай потребує його технологізації, алгоритмізації і, як наслідок, його оптимізації. Поглибленому вивченню технологічних аспектів розвитку різних галузей людської діяльності слугують теми про сучасні наукові концепції теорії соціальних технологій та праксеології як особливої наукової ланки, що вивчає людську діяльність у контексті її ефективності та оптимальності.

Здобувачі другого рівня вищої освіти в межах курсу детально вивчать систему освітніх технологій, традиційних та інноваційних. Познайомляться з особливостями, видами, методами та засобами політичних, виборчих та управлінських технологій.

Формуванню світогляду людини XXI століття сприятимуть теми, пов'язані з технологіями соціального прогнозування, антикризовими технологіями та технологіями формування людського капіталу.

Теми людського та національного капіталів, а також понять, пов'язаних з цифровою економікою, якісно вплинуть на підвищення творчих здібностей особистості, професійних компетентностей, бажання бути затребуваними на національному та міжнародному ринках праці та гармонійне існування в сучасному техногенному соціумі з різноманітними кризовими явищами.

Конспект лекцій розраховано на здобувачів другого рівня вищої освіти ЗВО гуманітарного спрямування.

Тема 1: СОЦІАЛЬНА ТЕХНОЛОГІЯ: СУТНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ, ОЗНАКИ

План

1. Поняття «соціальна технологія», її відмінні ознаки.
2. Види соціальних технологій
3. Базові принципи соціальних технологій

Література [6; 7; 10; 12; 14; 16; 19; 21; 26; 27]

Слово «технологія» утворилося від давньогрецького «techne» – мистецтво, майстерність, уміння й «logos» - слово, навчання. У сучасній мові «logos» вживається як частина складного слова, що означає - наука, знання, навчання. Термін «технологія» спочатку використовувався у природничих і технічних науках, а також для опису процесу сільськогосподарського та промислового виробництва. Сьогодні загальновживаним став термін «соціальна технологія», що означає сукупність методів, прийомів зміни соціуму в напрямку задоволення різнобічних, соціально значимих потреб громадян. Часто вживані поняття «соціальна технологія» і «соціальна модель» співвідносяться між собою як поняття зміст і форма.

У терміні **«соціальна технологія»** підкреслюється змістовна характеристика, що визначає сторони цілісної моделі, як сукупності її частин в аспекті процесуального функціонування моделі. Наприклад, технологія роботи із засобами масової інформації розкриває організацію заходів, спрямованих на встановлення зв'язків із громадськістю. Це, насамперед, планування на результат стратегії співробітництва зі ЗМІ, організація щомісячних або щотижневих зустрічей з персоналом для визначення можливих напрямків роботи, які необхідно висвітлити в засобах масової інформації, методика створення бази даних ЗМІ й визначення цільової аудиторії, способи складання прес-релізів, підготовка й проведення прес-конференцій і т.п.

Модель – це зовнішнє вираження змісту соціальної технології, у якій визначаються її зовнішні обриси, структурні елементи. Відношення

соціальної технології й соціальної моделі, як відношення змісту й форми, характеризуються відносною єдністю. Однак у процесі розвитку між ними може виникнути невідповідність, що, в остаточному підсумку, виражається відмиранням старої й виникненням нової форми, яка відповідає змісту, що розвивається. **Соціальна технологія як наука** виявляє закономірності формування організаційної культури й структури організації, її функціональних компонентів, а також фінансового й матеріального стану з метою визначення й використання на практиці найбільш ефективних і економічно вигідних соціальних проектів (моделей). Використання соціальної технології в порівнянні зі звичайними життєвими уявленнями про способи вирішення соціальних проблем має низку переваг. По-перше, життєві уявлення відрізняються конкретністю, обмеженістю завдань, ситуацій і осіб, на які вони поширюються. Технологічні описи за рахунок використання понятійних узагальнень більш економні у своєму викладі, вони дозволяють за сукупністю конкретних деталей побачити загальні тенденції й закономірності досягнення успіху. По-друге, життєві знання, як правило, носять інтуїтивний характер, тому що здобуваються шляхом практичних спроб, коли позитивні результати досягаються далеко не у 100% випадків. На відміну від цього **технологічні знання раціональні й цілком усвідомлені**. По-третє, технологічні знання фіксуються в літературі, а тому передаються більш ефективним способом. Завдяки цій особливості, організації не треба витрачати величезну кількість часу, сил, енергії на пошук способів вирішення тієї проблеми, що була успішно вирішена в діяльності іншої організації, в іншому регіоні. Достатньо використати або трансформувати вже відому модель. Незважаючи на переваги наукової технології в порівнянні з життєвими уявленнями, не можна недооцінювати значення практичного досвіду. Ці дві сфери пізнання тісно взаємопов'язані: наукова технологія завжди спирається на практичний досвід, з нього формулює свої завдання й у ньому перевіряє свої висновки й узагальнення.

Соціальна технологія істотно відрізняється від виробничої. Ця обставина обумовлена, насамперед, розбіжностями самого предмету дослідження. У сфері виробництва вивчаються стани, ознаки, методи обробки матеріалів, сировини, напівфабрикатів, що здійснюються в процесі виробництва продукції. **Предметом соціальної технології є соціальна ситуація, її властивості, причини існування, способи закономірного перетворення з метою використання на практиці найбільш ефективних і економічних соціальних моделей.** **Соціальна ситуація** — це сполучення умов і обставин, що створюють конкретний стан, у якому перебуває суспільство або його певна група. **Соціальна технологія досліджує такі ситуації, у яких закладені, по-перше, суперечливі тенденції, по-друге, ці протиріччя мають потребу в адекватному вирішенні.** Іншими словами, **відправним пунктом розробки технології є наявність проблеми, що вимагає вирішення,** тобто виникнення необхідності обґрунтування й вибору певної позиції у вирішенні ситуації, що виникла. **Найчастіше соціальна технологія має справу з такими ситуаціями, у яких виявляється протиріччя між потребою громадян і невідповідністю умов для їхнього задоволення.** Соціальна технологія, як правило, спрямована на зміну умов, завдяки чому забезпечується задоволення громадянами життєво важливих і соціально значимих потреб. **Вихідним у розробці соціальної технології є поняття «соціальне завдання».** Як і в будь-якій сфері людської діяльності, у завданні визначається мета, досягнення якої обумовлене ситуацією й необхідними ресурсами для її реалізації. Для соціального завдання ціль – це прообраз досягнення, результату, що у майбутньому дасть певні позитивні зміни в суспільстві на основі загальнолюдських цінностей.

Кожне соціальне завдання реалізується за допомогою адекватної соціальної технології, цілісність якої забезпечується взаємозалежною обґрунтованістю й логічним використанням наступних елементів:

- Професіоналізм персоналу й волонтерів;

- Матеріально-технічне й інформаційне забезпечення • Заходи, спрямовані на зміну ситуації;

- Заходи, спрямовані на зміну ставлення окремих груп суспільства до ситуації;

Науковий зміст соціальної технології визначається наступними моментами:

- використання соціальної технології дозволяє звести до мінімуму витрати ресурсів на пошук адекватного вирішення проблеми й перевести практичну діяльність на шлях попереднього проектування й наступного свідомого застосування обраного проекту, що в жодному разі не виключає можливості для власного пошуку й творчої діяльності;

- на відміну від окремих методичних і практичних рекомендацій із вирішення тієї або іншої соціальної проблеми, соціальна технологія завжди цілісна й системна. Вона представлена у вигляді проекту (моделі) з певним завданням, вихідними даними й очікуваними результатами. Ця обставина дозволяє, з одного боку, гармонійно об'єднати всі елементи внутрішньої структури для найбільш ефективного виконання завдання. З іншого боку, є можливість, заздалегідь передбачивши способи ослаблення негативних впливів зовнішнього оточення й посилення позитивних, установити динамічну відповідність між внутрішнім і зовнішнім середовищем реалізованої технології.

Принципи розробки й види соціальних технологій.

Соціальна технологія базується на наукових розробках процесу вирішення соціальних проблем. Теоретичну основу сучасної технології становлять:

- Основні закони діалектики в їхньому сучасному розумінні (закон єдності й боротьби протилежностей, закон переходу кількісних змін у якісні, закону заперечення);

- Закономірні тенденції розвитку сучасного суспільства;

- Істотні особливості НДО як основного компонента громадянського суспільства;

- Закони функціонування й розвитку соціальної системи.

Важливо зазначити, що закони бувають динамічними й статичними. Динамічним законом є такий, при якому вихідний стан об'єкта однозначно визначає низку наступних його станів. Знаючи перше, можна передбачити інші. Статичним законом називається такий, при якому передбачається певна ймовірність закладених тенденцій зміни об'єкта або системи при заданих умовах.

У соціальній технології, як і в інших суспільних науках, переважна більшість належить статистичним законам, і проявляються вони як тенденція. Наприклад, в основі вирішення будь-якої соціальної проблеми лежить закон єдності й боротьби протилежностей. Відповідно до закону, протилежностями є нове й старе, прогресивне й реакційне, інноваційне й традиційне, революційне й консервативне. Нове, як більш передове, прогресивне пробиває собі дорогу в боротьбі зі старим, відживаючим, заперечуючи його. Виявлення протиріч є вихідним моментом у розробці будь-якої соціальної технології. Найпоширенішим видом таких протиріч є протиріччя між потребою громадян у більш досконалому способі життя й відсутністю в соціальному середовищі можливостей (умов) для її задоволення. Потреба це внутрішній стан людини, що показує її залежність від конкретних умов існування в соціальному середовищі. У цьому аспекті потреби можуть бути різноманітними: безробітний бажає одержати роботу, звільнений з місць позбавлення волі прагне включитися в чесне трудове

життя, випускники дитячих будинків потребують захисту свого права на житло, бізнесмен має потребу в створенні сприятливого середовища для підприємницької діяльності і т.д. Соціальна технологія саме й служить задоволенню тієї або іншої потреби шляхом такої зміни зовнішнього середовища, при якому кожен може задовольнити свої потреби.

У соціальних технологіях відбиваються також тенденції суспільного розвитку. Україна, ставши на шлях незалежності й прийнявши нову Конституцію, затверджує гуманний статус людини, при якому вона сама, її права й свободи є вищою соціальною цінністю, і гарантує саморозвиток громадянського суспільства, створення умов для забезпечення свободи й саморозвитку. Конкретним втіленням цих прав є створення громадських організацій, істотними ознаками яких є: недержавний статус, самоврядування, добровільність, неприбутковість, некомерційний характер діяльності, корисність. Закони функціонування систем пізнаються за допомогою системного підходу, що орієнтує дослідників на розкриття цілісності об'єкта, на виявлення різноманітних типів зв'язків у ньому та зведення їх у єдину систему. Важливою ознакою соціальної технології є те, що на відміну від окремих рекомендацій з вирішення соціальних проблем, вона завжди являє собою систему. Отже, загальні закономірності розвитку природи суспільства, мислення створюють методологічну базу розробки соціальної технології.

Загальні закони, що складають теоретичну основу соціальної технології, конкретизуються в принципах.

Принципи — це вихідні положення, які визначають основні вимоги до змісту, форм і методів соціальної технології. Розглянемо принципи соціальних технологій.

Принцип гуманізації й демократизації. Цей принцип означає, що зміст соціального проекту, форми й методи, за допомогою яких він реалізується,

підпорядковуюються завданню забезпечення життєдіяльності громадянина незалежної України. Гуманістичний аспект цього положення містить у собі трактування гуманності як системи поглядів, в основі яких лежить переконання в безмежних можливостях особистості і її здатності до самовдосконалення відповідно до вимог свободи й захисту цивільних прав, у тому числі права на щастя, задоволення потреб і інших інтересів, які повинні бути кінцевою метою громадської діяльності.

У соціальних технологіях представлені локальні моделі виходу з негативних соціальних ситуацій. Саме тому вони важливі для відтворення соціально значимого людського життя й діяльності, припускають вимогу людських, соціальних, а також культурних ресурсів. Гуманістичний потенціал технології проявляється також у її соціально-конструктивній спрямованості.

Принцип науковості означає, що в соціальній технології повинні знаходити висвітлення сучасні досягнення наук, а в деяких випадках вона повинна використовувати й методи спеціальних наук. Наука не стоїть на місці. Вона постійно розвивається, збагачується новими дослідженнями й відкриттями, які впливають на практику. Всі структурні компоненти соціальної технології, етапи її проектування й впровадження повинні бути науково аргументовані й вивірені. Візьмемо, наприклад, етап розробки технології. Відповідно до вимог науки управління (менеджменту), насамперед, необхідно оцінити загальні потреби місцевого соціуму й вибрати проблему, на вирішення якої буде спрямована технологія. Для вирішення цих завдань, можливо, необхідно буде провести конкретно-соціологічне дослідження, що потребує наукового розрахунку й обґрунтування вибірки (генеральна сукупність, вибіркова сукупність, репрезентативність, типи вибірок, розрахунок обсягу вибірки), вибір адекватних методів і стратегій дослідження. Етап формулювання проблеми також повинен відповідати науковим процедурам. Насамперед, треба встановити реальне існування

проблеми (чи є показники, які характеризують цю проблему, чи є облік і статистика цих показників, і чи є вони достовірними); вичленувати найбільш істотні елементи або фактори проблеми; виділити в проблемній ситуації основні і другорядні; проаналізувати вирішення аналогічних проблем, які вже розроблено раніше.

Будь-яка технологія повинна спиратися на наукові поняття, у яких відображені найбільш істотні ознаки самого предмету дослідження. Наприклад, технологія по захисту громадських інтересів молоді ґрунтуються на знанні відмінних рис таких видів дій, як правові, політичні, суспільні. Крім цього важливо володіти знанням науково вивіреної структури кожного виду дій. Для суспільної дії, що найчастіше використовується молоддю, це буде: вибір мети, збір інформації, розробка стратегії дії, доведення до відома владних структур, інформаційні акції, якщо буде потреба - ультиматум, колективні акції прямого тиску.

Систематичність, послідовність і єдність всіх компонентів соціальної технології Цей принцип означає, що соціальна технологія завжди являє собою систему як деяка єдність, що складається з окремих елементів, які пов'язані між собою в цілісність певними відносинами, взаємодіями. Технологія містить у собі окремі заходи (види діяльності), кожний з яких вирішує своє завдання, своїми специфічними методами, хоча одночасно вони служать досягненню загальної мети. При цьому заходи проводяться в певній послідовності таким чином, щоб кожен з них був продовженням проведеного раніше, закріплював й розвивав досягнуте. **Принцип систематичності означає, що технологія має свою структуру й внутрішню логіку, що забезпечує необхідні позитивні зміни в соціальній ситуації.** Ось чому важливо підтримувати зв'язок між тим, що робиться в даний момент і раніше зробленим. Працюючи з окремим компонентом технології, необхідно виділяти в ньому головні моменти й при цьому не випускати з поля зору загальну ідею. Використання технології вимагає постійного аналізу,

систематизації й узагальнення фактів, одержуваних у ході соціального перетворення. **Соціальна технологія завжди є відкритою системою**, тобто такою, яка характеризується взаємозв'язком із зовнішнім середовищем, тому вона передбачає можливі форми зв'язків і взаємодії з недержавними громадським організаціям, державними установами й адміністрацією, органами місцевого самоврядування й бізнесом. Принцип систематичності вимагає вивчення й обліку соціально значимого для впроваджуваної моделі оточення з метою ослаблення негативного впливу й посилення позитивного, тобто соціальна технологія завжди прагне до встановлення динамічної відповідності між внутрішнім середовищем реалізованої моделі й зовнішнім оточенням.

Принцип активної участі громадян у позитивній зміні соціальної ситуації. Соціальна технологія розробляється для задоволення потреб громадян шляхом зміни соціальної ситуації, що неможливо без витрат сил, енергії, тобто без активності. Процес соціальних змін завжди починається з прагнення самих людей опанувати способами перетворення свого власного й навколишнього світу. Будучи вихідною формою активності, потреба завжди проявляється в стані напруги, обумовленої недостатністю певних засобів (предметів), умов, необхідних для продовження нормальної життєдіяльності. Доти, доки в людей не виникне бажання змінити себе й середовище існування, ніхто не зможе їм допомогти. **Тому впровадженню соціальної технології завжди передують процес усвідомлення громадянами своїх потреб.** Усвідомленню потреб сприяє інформаційний обмін, що передбачає психологічний вплив на партнера. Це вплив, метою якого є зміна, перебудова індивідуальних або групових поглядів, відносин, мотивів, установок. Саме за допомогою інформаційно – психологічного впливу можна викликати зміни в психіці людей, а через них – у їхній діяльності, зокрема, в орієнтації їх на самостійне вирішення соціальних проблем місцевих громад. Ось чому принцип активної участі громадян у позитивній зміні соціальної ситуації

вимагає, щоб впровадженню технології передувало, по-перше, вивчення потреб громадян і, по-друге, інформаційне забезпечення.

Розповсюдженням методом соціальної технології є робота в групі, де відбувається формування соціальних зв'язків між тими, хто потребує підтримки чи захисту, де кожний член групи не тільки одержує підтримку, але й відчуває себе активною особистістю, здатною надати допомогу товаришеві по нещастю.

Принцип співробітництва. Співробітництво – це взаємна спрямованість на досягнення заздалегідь передбаченого результату з урахуванням обґрунтованих інтересів всіх учасників технологічного процесу. Цей принцип поширюється, насамперед, на відносини між членами організації, що реалізують певну технологію. Керівник технологічного процесу, виявляючи увагу до особистостей співробітників, враховує їхні інтереси, потреби, проводить консультації, радиться з ними, заохочує ініціативу, творчість. Персонал і волонтери з розумінням ставляться до вимог керівника, беруть на себе максимум відповідальності за результати діяльності. Атмосфера дружніх, доброзичливих відносин є основним комунікативним фоном будь-якої соціальної технології. Принцип співробітництва ще в більшій мірі поширюється на роботу із клієнтськими групами. Створення сприятливого психологічного клімату у взаєминах із клієнтами дозволяє громадянам, визначивши власне ставлення до ситуації, зайняти в ній активну позицію для вирішення соціальної проблеми. Ефективність соціальної технології зростає, якщо вона спирається на співробітництво з державними службами, що працюють із тими групами населення, на які орієнтована технологія. Спільна організація заходів в межах тієї або іншої технології з існуючою діяльністю державних органів є позитивним чинником для зміни несприятливих соціальних ситуацій.

Аналіз існуючої практики діяльності громадських організацій дозволяє виділити наступні **види соціальних технологій:**

- За змістом діяльності - освітні, правозахисні, екологічні, науково-технічні, опікунські, культурні тощо.;
- За функціональним напрямком – технологія стратегічного планування, технологія ухвалення управлінського рішення, технологія ділового спілкування тощо;
- За сферою поширення інтересів — технології, спрямовані на врахування інтересів лише членів своєї організації і ті, які вирішують проблеми широких верств населення;
- За характером соціальних перетворень — інноваційні (до яких входить новий, оригінальний, нестандартний підхід до зміни соціальної ситуації) і традиційні (які спираються на перевірені практикою й постійно використовувані способи вирішення соціальних проблем).

Отже, розгляд теоретичних аспектів соціальних технологій дозволяє стверджувати, що основу успіху діяльності громадян по просуванню й захисту своїх інтересів становить науковий підхід до її організації.

Тема 2. ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

План

1. Сутність технологізації соціального простору
 2. Цілі, умови та напрями технологізації соціального простору
 - 3.
- Література [10; 16;19]

Технологізація соціального простору – це діяльність по створенню умов, які забезпечують доступність населення до соціальних установ, здатним надати допомогу і підтримку у важких життєвих ситуаціях, і послуг, пов’язаних із задоволенням соціальних потреб.

Технологізація соціального простору означає здійснення соціальних дій динамічного, цілеспрямованого і конструктивно-творчого характеру, забезпечення їх ефективності. Соціальні дії щодо забезпечення ефективної включеності людини в соціальні зв'язки мають бути підкріплені технологічністю всієї соціальної сфери суспільства.

Технологізація визначає напрями діяльності по створенню нових установ і соціальних служб, здатних вирішувати існуючі соціальні проблеми індивіда і групи, про доцільність яких свідчить моніторинг соціального самопочуття населення території.

Технологізація соціального простору покликана:

- створювати зручності, підвищувати ефективність, якість, оптимізувати зусилля людини в подоланні виникаючих проблем;
- гуманізувати систему соціальних відносин у сфері надання суб'єкту більш широкого вибору дій.

Технологізований соціальний простір дозволяє людині чи родині використовувати всі види технологій соціальної роботи, якими володіють соціальні служби для подолання наявних проблем.

Головними цілями технологізацій є:

- створення установ, здатних надати допомогу, здійснити догляд та підтримку тих, хто потребує допомоги на підставі закону та в залежності від матеріального становища;
- забезпечення соціальної профілактики, реабілітації та активізації внутрішніх ресурсів для активного, самостійного проживання тих, хто має сили і здібності здійснювати соціальне функціонування.

Основні напрями діяльності соціальних установ:

- допомога і підтримка в ситуаціях природного або соціального ризику;
- відновлення втрачених соціальних зв'язків і ролей;
- психологічна підтримка і допомога;
- навчання реальним методів занять у вільний час;
- створення нових соціальних зв'язків;
- розвиток потреби в діяльнісних заняттях;
- навчання навичкам безпечного проживання;
- організація дозвілля і емоційної підтримки.

Технологізація соціального простору передбачає:

- дотримання принципів соціальної роботи;
- використання форм, методів і засобів соціальної роботи з людиною;
- формування стратегії діяльності залежно від особистісних ресурсних можливостей клієнта, його здібностей і мотивів;
- використання можливостей і умов, що створюються в суспільстві для реалізації ресурсних можливостей людини.

Людина одночасно живе в декількох площинах;. Крім фізичного світу кожна людина живе в соціальному та індивідуально-особистісному світі, який конструює первинну реальність її життя. Ці світи мають різне значення у житті людини і є відображенням її потреб, соціального стану, типу особистості, здібностей, освіти, ціннісних орієнтації, світосприйняття тощо. Особливість цих світів у тому, що вони становлять життєву реальність, життєвий світ людини.

Світ людини як реальність залежний від багатьох факторів, але насамперед від самої людини. Зміна, перетворення людини веде до

перетворення її життєвого світу, який, в свою чергу, впливає на людину. Життя людини – це проект, програма існування, а буття індивіда не даність, а можливість.

Власне людське життя створюється самою людиною, і це творення є протиставлення себе природі. За ступенем усвідомлення свого життя індивіди відрізняються один від одного. В силу цієї основоположної відмінності видається проблематичним повний зв'язок між проявами людської активності та її життям у багатьох сферах.

Людина стає суб'єктом життєдіяльності не на рівні вітального пристосування, а на рівні її здатності і готовності до активної взаємодії з навколишнім світом. Активність людини залежить від конкретного її стану й умов її оточуючих. Умови формують середовище взаємодії людини з навколишнім світом. Людина формує і розвиває своє життя постійною взаємодією з дійсністю, а результати цієї взаємодії впливають на формування людини.

Взаємодія людини з навколишнім світом спрямована на задоволення потреб. Безперервне виникнення нових потреб – закон розвитку суспільства. Життя людини – це його діяльність. Головним змістом її є задоволення потреб шляхом взаємодії зі світом і його перетворенням. Людина є нескінченно складною сутністю. Цю особливість людини неодноразово підкреслював М. А. Бердяєв: Людина є мікрокосм і мікротеос...Весь трагізм життя, – зазначав Бердяєв, – походить від зіткнення кінцевого і нескінченного, тимчасового і вічного, від невідповідності між людиною як духовною істотою і людиною як природною істотою, що живе в природному світі. Нескінченна складність – це основа людини. Це те, що дає їй можливість, з одного боку, творити, здобувати нові знання, вміння, навички, зв'язки, ролі, відносини, а з іншого – бути ледачою, жорстокою, слабкою, дезадаптованою, асоціальною. Саме тому соціальні дії, пов'язані з задоволенням потреб людини, завжди різні!

Відносини і життєві обставини можуть створити умови для виникнення та реалізації людської нескінченної складності в будь-який момент життя. При цьому зростає психологічне і соціальне напруження, людина повинна змінити систему генеративних правил: вибрати інші правила (існуючі в культурі та відомі їй) або створити для себе і своєї культури, нові поведінкові стандарти. Вони можуть бути як прогресивного, так і негативного плану. Спостерігаються сьогодні поведінкові стандарти людини: з одного боку, активне включення в нові відносини, прояв ініціативи, творчості, а з іншого - відсутність потреби трудитися, зростання вживання алкоголю і наркотиків, бродяжництва тощо – підтверджують тезу про нескінченність людини у виборі своєї поведінки.

У своїх діях у всіх випадках людина спирається на свої внутрішні сили. Опиняючись на деякий час річчю; у зовнішніх детермінуючих причинно-наслідкових зв'язках і при певних (невідомих, непередбачуваних) обставинах людина стає нескінченно складною сутністю і розриває ці зв'язки. Насправді пристосуватися до життя на вулиці, самостійно забезпечити себе їжею, одягом і при цьому зберегти свою людську гідність здатна сильна і неординарна людина. Саме цим можна пояснити ситуацію, коли людина знаходить у собі сили і починає вести життя без наркотиків і алкоголю, що веде боротьбу за життя в екстремальних ситуаціях. Тільки завдяки своїй нескінченності, складності людина може протиставити себе зовнішньому тиску і стати законодавцем нового, значущого для себе порядку.

Людина, що володіє складною внутрішньою структурою і специфічною формою взаємодії з навколишнім світом, є суб'єктом, який може визначатися як система, що само розвивається та самофункціонує. Яка здатна при зміні зовнішніх і внутрішніх умов її функціонування і розвитку зберігати або удосконалювати свою організацію з урахуванням минулого досвіду.

Ресурси людини виступають основою формування соціальності людини в процесі соціальної роботи. Ресурси – це продукти вільної взаємодії людини

зі світом, отримані нею якості. Як у будь-якому продукті взаємодії, у них вкарбовуються засоби, якими користувався суб'єкт, його вміння, здібності, потреби, цілі тощо. Це системоутворююче ядро людської сутності, величина, яка характеризує потенційну енергію суб'єкта діяльності. Як синтез природного і соціального, буття і свідомості, індивідуального і суспільного, об'єктивного і суб'єктивного, дійсного і можливого вони дозволяють людині проявляти у взаємодії з навколишнім світом свої біосоціальні і духовно-креативні здібності. Вони дають можливість бути одночасно і функцією суспільства, і його творцем, відображенням об'єктивної реальності і носієм можливостей суб'єктивного вибору.

Крім цього ресурси виконують інтегруючу функцію в структурі якісних характеристик і в системі становлення особистості. Вони проявляються в процесі активного буття зі світом, в системі надприродних відносин, в якій утворюється людська сутність, нескінченність і складність світу. Якщо в процесі взаємодії світу і людини стає можливим використання наявних ресурсів, то в процесі взаємодії утворюються передумови їх формування і розвитку.

Ці процеси відносно самостійні, проте вони перебувають у діалектичній єдності. Чим вільніше діяльність людини, тим вище рівень розвитку його ресурсів, а високий рівень розвитку ресурсів визначає рівень здатності людини здійснювати соціальне функціонування. Саме тому ресурси людини є виразом якісної характеристики людини. По своїй суті ресурси є результатом взаємодії людини з навколишнім світом, вони органічно включають діяльність, свідомість і спілкування, вони визначають рівень сформованості та розвитку здібностей і внутрішньої потреби людини вільно здійснювати соціальну і предметну діяльність.

Таким чином, ресурси людини – це якісні характеристики стану його здібностей і готовності здійснювати соціальне функціонування, констатувати рівень розвитку людини і внутрішні умови його саморозвитку. Людина з

розвиненими здібностями взаємодії з навколишнім світом. Вона відрізняє себе як діяча від процесу та результату діяльності, підноситься над ними, робить свою власну життєдіяльність предметом своєї діяльності. Людина з розвиненими ресурсами здатна усвідомити себе організатором умов для свого розвитку і саморозвитку.

Життя людини в усій повноті його проявів соціальності, асоціальності, девіантності – це показник стану його здатності і готовності до вільної взаємодії з навколишнім світом. Людина переживає те, чим живе, чим наповнює своє життя. Проте якщо людина дезадаптивна, асоціальна, це не означає, що причини знаходяться тільки в природі або суспільстві. Вона може змінитися, якщо причина, яка робить проблемною її життя, буде перетворена, усунена або самою людиною, або за допомогою інших людей, якщо самотійно людина цього зробити не може. Саме тому в суспільстві розвивається професійна соціальна діяльність, спрямована на розвиток, відновлення або корекцію ресурсів людини.

Однак для того, щоб людина могла себе реалізувати, необхідно створити умови для прояву ресурсів в процесі її життєдіяльності. Бо тільки ставлячи і вирішуючи життєві завдання, людина розвивається, формує свій ресурс і стає здатним до його реалізації. При цьому важливо підкреслити, що кордонів, меж людських можливостей для вирішення життєвих проблем не існує. Ресурси людини зумовлюють здатність індивідуума будувати й здійснювати свою програму дії, вони відображають ступінь здібностей, готовності і можливості людини здійснювати соціальне функціонування в суспільстві.

Однак як синтез здібностей, готовності й можливостей людини до вільного соціального функціонування ресурси не даються людині в готовому вигляді від народження. Вони набуваються людиною в процесі її взаємодії з навколишнім світом. Відсутність можливості працювати, вчитися, справлятися з соціальними проблемами призводить до дезадаптації, девіації,

асоціальної поведінки, що знаходять своє відображення в появі соціальних проблем, які є показником кризи людської індивідуальності.

У свою чергу, дезадаптована, асоціальна людина не в змозі відтворювати і створювати зв'язки та відносини, необхідні їй для взаємодії з навколишнім світом. Тому вона не може розвивати свої ресурси і здійснювати соціальне функціонування, спрямоване на задоволення своїх життєвих потреб. Проявами цього протиріччя є соціальні проблеми людини, впоратися з якими вона, у більшості випадків, не може. Людина потрапляє в замкнене коло, вона дезадаптована, асоціальна, тому що не здатна взаємодіяти з навколишнім світом і вирішувати повсякденні завдання життєдіяльності.

Це протиріччя є об'єктивним, бо глибинним його джерелом є людина та її здатність, потреба і готовність здійснювати вільну взаємодію з світом. Тому що, дезадаптація, девіація та інші асоціальні прояви загрожують безпеці не лише людини, але й суспільства в цілому, об'єктивною потребою і гуманною сутністю держави стає формування необхідного середовища, створення умов для подолання людиною кризи соціального

функціонування. Важливими умовами сприяння і допомоги людині у вирішенні її соціальних проблем є технологізація соціального простору, форми, види та засоби допомоги, що спрямовані на вирішення проблем та розвиток її здібностей і готовності до вільної взаємодії з навколишнім світом.

Тема 3: ПРАКСЕОЛОГІЯ ЯК НАУКА ПРО ЛЮДСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ

План

1. Праксеологія: сутність, значення
2. Властивості діяльності, що вивчає праксеологія

Література [4; 10; 15; 16; 214 24]

Необхідність удосконалення методів людської життєдіяльності для подолання складних соціально-економічних, політичних, культурних та інших проблем, пов'язаних із глобальними суспільними трансформаціями, зумовлює посилення інтересу до методологічних пропозицій, розроблених засновниками праксеології.

Праксеологія як окрема сфера наукового знання виникла в другій половині XX століття, її засновником є польський філософ і логік Т. Котарбінський. Обговорення цього новаторського учіння йшло за двома напрямками. Одне з них було присвячене власне теорії ефективної діяльності. Другий напрям досліджень передбачав аналіз етичних складових праксеології в контексті розвитку польської філософської думки.

Сучасна **праксеологія** – це наука, яка встановлює норми, принципи та закони ефективної діяльності, продуктивної роботи, результативності праці. Появу та становлення цієї галузі знань розглядають як розвиток ідеї ефективної, раціональної й у підсумку досконалої діяльності людей. Праксеологія має тісні зв'язки з теорією соціальних технологій, досліджує глобальне знання про людину, її діяльність і перетворення у суспільстві. Для педагогів праксеологія є методологічною основою оволодіння вміннями та навичками професійного функціонування в освітньому просторі, передумовою до формування умінь володіти власними діями. Представимо найбільш поширені наукові підходи до трактування терміну «праксеологія».

Праксеологія має багатосторонні зв'язки з різними спеціальними науками. Особливо багато точок дотику є із психологією, педагогікою й етикою. У свою чергу, педагогічну праксеологію розглядають як загальну теорію педагогічної діяльності із загальними принципами та шляхами підвищення ефективності та корисності професійних дій, закономірностями й умовами доцільної та раціональної побудови діяльності педагога.

Перебуваючи у полі зору загальної теорії професійної діяльності, **праксеологія розкриває її сутність, закономірності та способи досягнення ефективності й успішності діяльності фахівця.** Оскільки вона є практико-орієнтованою методологічною системою, праксеологія інтегрує філософські, наукові, практичні знання в галузі професійної дії.

В основі праксеології спочатку була закладена ідея органічно поєднати практичні розробки у галузі організації праці на основі загальних схем і принципів методології та логіки науки, тобто проекту «граматики дії (за аналогією із загальною граматикою мови), що впорядковує праксеологічні відносини». Завдання праксеології спрямоване на знаходження загальних законів будь-якої людської діяльності та виявлення на цій основі найбільш загальних її правил. Практикеологія концентрує увагу на дослідженні раціональної діяльності як такої для підвищення її ефективності. Йдеться саме про таку діяльність, яку співвідносять із ефективністю, розглядають як міру цільової можливості, що реалізується людиною внаслідок її діяльності; позитивний результат діяльності, єдність внутрішньої та зовнішньої активності, єдність системи та середовища, способів існування системи та її розвитку.

Властивостями ефективності є, по-перше, універсальність – властивість, притаманна ефективності як категорії при оцінюванні будь-яких видів діяльності.

По-друге, відносність – відносний характер ефективності проявляється при зіставленні цілей діяльності, її результатів, витрачених часу, коштів, психофізіологічних ресурсів.

По-третє, вимірюваність – філософська категорія, що виражає єдність якості та кількості об'єкта, вказує межу, за якою зміна кількості об'єкта тягне за собою зміну його якості; вказує на відповідність як на основу балансу і гармонії. Практикеологія як загальна методологія розглядає способи діяльності

з погляду їхніх практичних властивостей, ефективності. Щоб бути ефективною, діяльність повинна бути результативною, продуктивною або плідною (досягати поставленої мети), «правильною» (точною, адекватною, максимально наближатися до зразка, норми), «чистою» (уникати непередбачених наслідків і непотрібних додаткових включень), «надійною» і послідовною.

Праксеологію можна розглядати як науку, галузь соціологічних досліджень та «інструмент» аналізу людської діяльності.

Можливості праксеологічного підходу дозволяють не тільки визначити норми здійснення діяльності, але і запропонувати рекомендації щодо оптимізації дій.

Тема 4: ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ТЕХНОЛОГІЇ

План

1. Співвідношення понять «освітні технології», «педагогічні технології», «технології навчання»
2. Структура освітніх технологій
3. Технології і методики навчання
4. Традиційне та інноваційне навчання

Література [9; 10; 15; 16; 19; 22; 28; 34; 36; 38; 39]

1. Термін "технологія" походить від грецьких слів "techne" мистецтво, майстерність, вміння, і "logos" - вчення, наука. Спершу його використовували в системі технічних знань для означення наукової дисципліни, яка визначала сукупність даних про різноманітні засоби обробки сировини, напівфабрикатів і виробів у галузі виробництва. Пізніше цей термін отримав широке розповсюдження і в інших сферах суспільного життя: політиці, економіці, освіті.

Технологія передбачає мистецтво володіння процесом, певну послідовність операцій з використанням необхідних засобів (матеріалів, інструментарію та алгоритму дій), тобто у процесуальному розумінні технологія має дати відповідь на запитання: "Як досягти результату діяльності (з використанням чого і якими засобами)?". Тлумачний словник С.І. Ожегова визначає технологію як сукупність виробничих процесів у певній галузі виробництва, а також науковий опис засобів виробництва. Поняття технології відображає спрямованість досліджень (у тому числі і педагогічних) на радикальне вдосконалення діяльності людини, підвищення її результативності, інструментальності, технічності.

Технології в галузі навчання і виховання принципово відрізняються від промислових технологій. Основна відмінність полягає у більшій гнучкості перших, центром ваги яких, вихідним і кінцевим результатом, є людина, а основним параметром виміру виступає рівень її розвитку.

Теперішнього часу в науковому обігу використовуються поняття «освітні технології», «педагогічні технології», «технології навчання

(виховання управління, дидактичні технології)». Змістовий зв'язок розглянутих понять запропонувала Л. Буркова та детально охарактеризувала С. Вітвицька.



1. Освітні технології.
2. Педагогічні технології.

3. Технології навчання (дидактичні технології), технології виховання, технології управління навчальним процесом.

4. Педагогічна техніка.

Освітні технології, як найбільш загальні утворення, характеризують загальну стратегію розвитку освіти і освітнього середовища (єдиного освітнього простору). Основне призначення освітніх технологій – прогнозування розвитку освітніх систем, їх проектування, планування та визначення факторів, які відповідають освітнім цілям.

Ю.П. Сурмін та Н.В. Туленков розглядають освітні технології як особливий різновид соціальних технологій - як складні і відкриті системи певних прийомів і методик, концептуально об'єднаних пріоритетними освітніми цілями, а також пов'язаних між собою завданнями і змістом, формами і методами організації навчально-виховного процесу, де кожен елемент цієї системи накладає відбиток на всі інші елементи. На сучасному етапі суспільного розвитку підґрунтям освітніх технологій постає гуманістична концепція освіти.

2. У структурному відношенні освітні технології містять декілька послідовно виконуваних блоків-операцій:

- Маркетинг і прогноз суспільних та особистих потреб в отриманні професійних знань.
- Діагностика об'єктів навчання і виховання.
- Формування навчально-виховних цілей і завдань.
- Визначення змісту і методів навчально-виховного процесу;
- Перевірка ефективності отриманих результатів.
- Корекція і упровадження освітніх технологій в реальну педагогічну практику (рис.).



Рис. Структура освітньої технології

Якщо освітні технології – це відбиток стратегії освіти, то педагогічні технології призначені втілювати тактику її реалізації. Наразі деякі автори нараховують понад 300 визначень поняття "педагогічна технологія" . На нашу думку, найбільш повне визначення сутності педагогічної технології запропонувала С.О. Сисоєва, яка розглядає її як створену адекватно до потреб і можливостей особистості і суспільства теоретично обґрунтовану навчально-виховну систему соціалізації, особистісного і професійного розвитку і саморозвитку, яка внаслідок упорядкованих професійних дій педагога при оптимальності ресурсів і зусиль всіх учасників освітнього процесу, гарантовано забезпечує ефективну реалізацію свідомо визначеної освітньої мети та можливість відтворення процесу на рівні, який відповідає рівню педагогічної майстерності педагога .

Кожна педагогічна технологія має відповідати основним методологічним вимогам, критеріям технологічності:

- концептуальності, тобто мати підґрунтям певну концепцію, що містить філософське, психологічне, дидактичне та соціально-педагогічне обґрунтування освітніх цілей;

- системносте мати всі ознаки системи);
- логічності, цілісності та взаємозв'язку усіх елементів системи;
- керованість, тобто можливість цілепокладання, проектування процесу навчання і виховання, поетапної діагностики, варіювання методами та засобами навчання і корекції знань та вмінь;
- відтворюваності, тобто можливості застосування в інших однотипних умовах та іншими суб'єктами;
- єдності змістової та процесуальної частин, їх взаємообумовленості;
- ефективності, тобто оптимальності зусиль для отримання гарантованого запланованого результату - певного стандарту навчання.

Навчальна (дидактична) технологія – поняття близьке, але не тотожне поняттю "педагогічна технологія". Навчальна технологія окреслює шляхи засвоєння конкретного навчального матеріалу в межах навчальної дисципліни, теми, проблеми. Дидактична технологія потребує чіткого визначення цілей навчання, спеціального структурування навчального змісту, адекватних йому форм і методів навчання. За означенням ЮНЕСКО технологія навчання в загальному розумінні - це системний метод створення, застосування і визначення усього процесу навчання і засвоєння знань з урахуванням технічних і людських ресурсів та їх взаємодії, який ставить своїм завданням оптимізацію освіти.

Реалізуються дидактичні технології засобами педагогічної техніки, яку слід розглядати як комплекс знань, умінь і навичок, необхідних педагогу для чіткої й ефективної організації навчальних занять, ефективного застосування на практиці **методів** педагогічної взаємодії в системі "Викладач (Вчитель) - Студент (Учень)"

3. При вивченні педагогічної літератури звертає на себе увагу використання у деяких випадках понять "методика викладання" та "технологія навчання" як ідентичних. Очевидно, необхідно конкретизувати їх зміст, окреслити схожість та відмінність між ними.

Звернувшись до "Українського педагогічного словника", знаходимо наступне визначення: "Методика навчального предмета - галузь педагогічної науки, яка досліджує закономірності вивчення певного навчального предмета. Оскільки загальні закономірності навчання вивчаються дидактикою, то методику окремого навчального предмета правомірно розглядати як часткову дидактику .

В основу дидактичної технології покладено ідеї проектування та відтворення навчального циклу, а також забезпечення оптимального зворотного зв'язку. В.О. Сластенін підкреслює, що поняття технологія навчання слід розглядати як педагогічну діяльність, котра реалізує науково-обґрунтований проект дидактичного процесу й має більш високий ступінь ефективності, надійності та гарантованості результатів, ніж це має місце при традиційних методиках навчання .

Порівняльна характеристика "методики" і "технології" навчання

Критерії порівняння	Методика	Технологія
Призначення	Рекомендує використання окремих методів, організаційних форм, засобів навчання	Рекомендує процес створення системи методів, організаційних форм і засобів навчання з урахуванням цілей навчання
Визначення	Система науково-обґрунтованих методів, правил і прийомів навчання конкретному навчальному предмету	Інструментарій досягнення цілей навчання. Систематичне і послідовне упровадження в практику заздалегідь спроектованого процесу навчання, методів і засобів досягнення цілей управління процесом навчання
Парадигма	Сукупність рекомендацій по організації і проведенню навчального процесу	Проект майбутнього навчального процесу
Орієнтація	На вчителів (викладачів)	На учня (студента)
Спрямованість	На конкретний предмет чи на реалізацію визначених завдань	На універсалізацію підходів до вивчення навчального матеріалу
Відображення динамічності навчання	Дає конкретні рекомендації	Відбиває процесуальний динамічний характер процесу навчання
Інтелектуальний підхід	Вузькопредметний аспект: підхід до даного предмету (теми)	Культурне поняття, пов'язане з мисленням і діяльністю педагога

Традиційне та інноваційне навчання: порівняльний аналіз

4. Слід зазначити, що у вищій школі протягом століть традиційно домінувала спочатку лекційна, а потім лекційно-практична методика навчання, характерними елементами якої є:

- лекція як основна форма передачі великого обсягу систематизованої інформації, що має бути орієнтовною основою для самостійної роботи студентів;

- семінарсько-практичні заняття - форма організації, поглиблення, розширення, закріплення навчального матеріалу, використання його на практиці та для контролю знань, отриманих на лекції та в процесі самостійної роботи;

- основою навчання є самостійна навчально-пізнавальна діяльність студента;

- навчальна група - форма організації студентів, постійний склад якої зберігається на протязі усього періоду навчання у ВНЗ;

- навчальний рік, що зазвичай поділяється на два семестри, заліково-екзаменаційний період і канікули;

- завершується навчання у вищому навчальному закладі державними іспитами, і (або) захистом дипломної (випускної) роботи. Традиційна система навчання більш чи менш задовольняла суспільні потреби, однак кінець XX - початок XXI століття ознаменувалися революційними соціально-економічними, інформаційними змінами, які вимагали кардинальних змін в освітньому середовищі.

У цей період:

- Освіта перетворюється в одну з ключових сфер суспільства, у якій формується його майбутнє інтелектуальне багатство, у тому числі і основні ресурси.

- Освіта найбільш активно діє на оновлення і розвиток усіх галузей суспільного життя. Це сприяло підвищенню рівня освіти в найбільш розвинених країнах світу і активізувало проблему переходу до загальної вищої освіти населення;

- Відбувається швидке зростання об'ємів інформації, що потребує швидкого оновлення змісту, форм, методів і засобів навчання, подовження термінів навчання, утвердження принципу неперервності освіти на протязі усього життя, всебічної технологізації освітнього процесу.

Якщо у традиційному навчанні увага акцентувалася на запам'ятовуванні і відтворенні інформації, то у нових умовах виникла потреба розвитку

творчого (продуктивного) мислення студента, формування його комунікативних умінь та практичної підготовки до активної життєдіяльності у постійно мінливому соціальному середовищі. Слід зважати на особливість сучасної системи вищої освіти в Україні, де має місце співіснування традиційних та інноваційних технологій навчання з яскравим нахилом в сторону традиціоналізму, що в повній мірі не забезпечує сучасних вимог до випускників ВНЗ. Отже, нагальною постає потреба широкого упровадження інновацій у навчальний процес.

Педагогічна інновація (з лат. *in* - в, *novus* - новий, оновлення, зміна) - це введення нового в цілі, зміст методи і форми навчання і виховання, в організацію шкільної діяльності педагога.

Самі терміни "інноваційне" та "традиційне навчання", а також ідея їх альтернативності були запропоновані групою вчених у доповіді Римському клубу в 1978 році. Ця доповідь привернула увагу світової наукової спільноти до факту неадекватності принципів і методів традиційного навчання вимогам сучасного суспільства до особистості та розвитку її пізнавальних можливостей. Доповідь викликала значний резонанс в освітньому середовищі, що стало поштовхом до розробки і упровадження в педагогічний процес вищих навчальних закладів інноваційних дидактичних технологій.

Характерною рисою інноваційних педагогічних і, зокрема, дидактичних технологій є **особистісно-орієнтована освіта**. Її основні закономірності мають наступний зміст:

- Якщо під час проектування традиційного педагогічного процесу вивчення навчальної дисципліни є фрагментом змісту навчання і його діяльнісно-процесуальним забезпеченням, то в особистісно-орієнтованій освіті елементом проектування стає подія в житті особистості, що дає цілісний життєвий досвід, у якому отримані знання є його елементом, частиною.

- Проектування навчального процесу є предметом сумісної діяльності викладача і студента, способом їх життєдіяльності як суб'єктів освіти.
- Навчальний процес набуває вигляду дослідження, пошуку, навчальної гри, що стають джерелом досвіду.
- Змінюються функції міжособистісного слідування між викладачем та студентом: педагог стає фасилітатором навчально-пізнавальної діяльності студентів, одним із джерел інформації.
- Розвиток "Я" - концепції суб'єктів навчальної діяльності йде через усвідомлення цілісної життєдіяльності, що передбачає імітаційно-рольове відтворення життєвих ролей і ситуацій, конструювання і організацію навчального матеріалу у такий спосіб, щоб студент міг самостійно вибрати зміст, форму і вид навчально-пізнавальної діяльності та засоби самоконтролю.
-

Тема 5: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАДИЦІЙНОГО ТА ІННОВАЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

План

1. Особливості технологій навчання
2. Дидактичні можливості сучасних ІТ

Література []

Традиційне та інноваційне навчання має як свої переваги, так і недоліки. Критерії характеристики можна побачити у таблиці.

Критерій характеристики	Особливості технології навчання	
	традиційна	інноваційна

Місце і роль викладача у навчальному процесі	Суб'єкт, який визначає всі аспекти процесу навчання	Суб'єкт, який ініціює процес навчання і стимулює перетворення студентів в активних суб'єктів процесу навчання
Місце і роль студентів у навчальному процесі	Сприйняття, засвоєння і відтворення інформації, яку надає викладач	Активне засвоєння і генерування знань, отриманих із різноманітних джерел
Тип інформаційної комунікації	Керована викладачем інформація	Багатоканальна система, яка генерує інформацію між викладачем і студентами, а також забезпечує інформаційну взаємодію між ними
Методи управління процесом навчання	Тоталітарне або авторитарне управління	Демократичне управління
Рівень творчості	Творчість притаманна викладачеві, студенту пропонується вже готова інформація	Творчість викладача стає все більш різноманітною, а діяльність студентів має яскраво виражений творчий характер
Проблемність процесу навчання	У кращому випадку має місце описування	Навчання відбувається в основному на прикладах і в

	проблем чи проблемних ситуацій	умовах проблемних ситуацій, що сприяє формуванню вмінь їх визначення і вирішення
Рівень контролю за процесом навчання	Формальні, не індивідуалізовані форми контролю. Жорсткий контроль	Гнучкі індивідуалізовані форми контролю, навчання студентів самоконтролю та рефлексії
Результат навчання	Сукупність знань	Сукупність знань, практичних вмінь і навичок, здатність до їх творчого використання в професійній діяльності

Як видно з таблиці інноваційні технології відрізняються від традиційних перш за все місцем і роллю основних учасників навчального процесу – викладача і студентів, їх взаємовідносинами, характером і змістом освітньої діяльності. І якщо в традиційному навчанні яскраво виражена підсистема "суб'єкт - об'єкт", у якій тільки викладач відіграє роль суб'єкта, котрий визначає зміст, методи навчання та стиль взаємовідносин, то в інноваційному навчальному процесі зникає жорсткий розподіл ролей між викладачем і студентом. Студент у цьому варіанті перетворюється у важливий освітній суб'єкт, активно залучаючись до активного спілкування з викладачем і використанням знань, отриманих у процесі самостійної роботи з різними джерелами інформації. Спрямованість на суб'єкт - суб'єктну, діалогічну взаємодію закономірно приводить до необхідності реалізувати навчально-виховний процес як через традиційні так і через інноваційні форми у їх гармонійному поєднанні.

2. Інформаційні технології у нашому сьогоденні розглядаються як необхідний елемент навчального процесу. Однією з нових інформаційних мультимедійних технологій і потужним технічним засобом навчання є інтерактивний програмно-технологічний навчальний комплекс на основі SMART Board*.

Електронна інтерактивна дошка (**SMART Board**) – це сенсорна панель, яка працює в комплексі з комп'ютером і проектором. Перші інтерактивні дошки були випущені фірмою SMART Technologies в 1991 році.

Порівняємо дидактичні можливості традиційної шкільної та інтерактивної дошки. Їх основне призначення – реалізація "золотого правила дидактики" (принципу наочності), однак вплив на ефективність навчально-пізнавальної діяльності суттєво відрізняється. Як відомо, найпершою шкільною дошкою були стіни печери, де первісний "учитель" зображував наочні "схеми" полювання або тварин, яких хотів уполювати.

Довгий час використовувалися і наразі подекуди в аудиторіях залишаються грифельні й скляні дошки, на яких пишуть крейдою. У середині ХХ ст. стали з'являтися дошки білого кольору, на яких можна писати й малювати спеціальними фломастерами-маркерами, пізніше стираючи написане. Важливим етапом в еволюції шкільної дошки стали SMART Board – інтерактивні дошки, що сполучають у собі унікальні можливості виведення на них будь-якої інформації з комп'ютера (шляхом проєкції зображення за допомогою звичайного медіапроектора), довільного доповнення виведеного зображення позначками, коментарями, примітками або «обведеннями» важливих фрагментів тексту або графіки, що акцентують увагу студентів.

Інтерактивні s/warf-технології на базі пристрою SMART Board усе більш активно впроваджуються в освітній простір України. Використання SMART

Board дозволяє викладачеві творчо проектувати навчальний процес і реалізовувати цей проект.

Навчальний комплекс на основі SMART Board є реалізацією концепції нового інформаційного середовища й призначений для необмеженого використання педагогами та здобувачами освіти.

При використанні технології SMART Board у системі «викладач-здобувач освіти» між елементами системи виникають досить складні взаємозв'язки. При цьому, певною мірою змінюються роль і функції викладача в навчальному процесі.

При проведенні лекції з використанням інтерактивної дошки здобувачі освіти мають можливість не конспектувати докладно матеріал, а сконцентрувати свою увагу на суті лекції. По закінченні заняття вони можуть одержати електронний варіант лекції («старт-конспект») з позначками й коментарями викладача, які акцентують увагу на найбільш важливих і складних моментах теми.

На лабораторно-практичних заняттях переваги використання інтерактивної дошки теж значущі. Викладач не витрачає часу на запис завдань, створення малюнків і схем. Використання інтерактивних ресурсів, можливість переміщувати та видозмінювати об'єкти, встановлювати гіперпосилання, роблять заняття продуктивними й творчими.

Критерії ефективності технологій навчання

Упровадження дидактичних технологій у педагогічну практику ЗВО слід здійснювати з урахуванням їх ефективності. У дидактиці вищої школи розроблені відповідні критерії та запропонована їх система.

На етапі функціонування нових технологій необхідно мати на увазі кількісні та якісні показники їх ефективності.



Система критеріїв оцінки ефективності дидактичної технології

До якісних показників відносять:

- цілісність відображення в змісті освіти завдань навчання, виховання і розвитку особистості здобувача освіти;
- структурну відповідність змісту навчання прийнятій психолого-педагогічній концепції засвоєння знань та умінь;
- відображення в змісті навчання сучасного рівня розвитку науки, техніки і виробництва;
- оптимальне співвідношення емпіричного і теоретичного, конкретного і абстрактного.

У комплексі з якісними показниками бажано використовувати кількісні показники, наприклад:

- інформативну ємність навчального матеріалу, яка встановлюється шляхом співвідношення елементів змісту, окресленого навчальною програмою, з елементами змісту, які доводяться до відома слухачів за одиницю часу;

- засвоюваність навчального матеріалу, що визначається співвідношенням обсягу навчального матеріалу, який опановується здобувачем освіти за одиницю часу, до обсягу матеріалу, який повідомляється за той же час.

Одиниця засвоєння навчального матеріалу є умовною величиною, в якості якої можна приймати знання формул, правил тощо.

До критеріїв ефективності результатів навчання відносять:

- глибину знань, яка характеризується кількістю усвідомлених суттєвих зв'язків одного знання з іншим, які співвідносяться;

- дієвість знань, що визначає готовність та вміння здобувачів освіти використовувати їх в типових і проблемних ситуаціях;

- системність, котра визначається як система знань у свідомості здобувачів освіти, структура якої відповідає структурі наукового знання;

- усвідомленість знань, яка полягає в розумінні зв'язків між ними, шляхів отримання знань, умінь їх використовувати.

Як приклад оцінки ефективності результатів навчання можна привести зміни показника глибини знань від рівня засвоєння:

рівень впізнавання – здобувач освіти може відрізнити даний об'єкт або дію від їх аналогів, демонструючи поверхневі знання щодо об'єкту чи процесу, що вивчається;

репродуктивний рівень - студент може на основі низки ознак можливість обирати той чи інший об'єкт або явище на основі низки ознак, а також давати визначення понять, вміти переказувати інформацію своїми словами, отриману в процесі лекції чи самостійної роботи;

рівень продуктивної діяльності – здобувач освіти демонструє розуміння функціональних залежностей між явищами, що вивчаються, але й розв'язує задачі чи виконує завдання, розкриваючи причинно-наслідкові зв'язки, вміє використовувати отримані знання для вирішення практичних завдань;

рівень трансформації – передбачає уміння шляхом цілеспрямованого вибіркового використання знань вирішувати творчі завдання, пропонує нові прийоми і методи вирішення проблемних завдань.

Особливість пропонованих критеріїв полягає у можливості оцінювати як теоретичні знання так і практичні вміння. У першому випадку інтегральним критерієм може слугувати критерій засвоєння навчального матеріалу, у другому - критерій сформованості професійних умінь та навичок.

Традиційні форми та методи навчання у вищій школі

Організація навчання у вищій школі забезпечується засобами поєднання аудиторної та позааудиторної форм навчання. До традиційних форм організації навчального процесу (видів навчальних занять) відносять:

- - лекції;
- - семінари;
- - практичні заняття (лабораторні роботи, лабораторний практикум);
- - самостійну аудиторну роботу студентів;
- - самостійну позааудиторну роботу студентів;
- - консультації;
- - курсове проектування (курсів роботи);
- - дипломне проектування (дипломні роботи);
- - усі види практик.

Для здійснення контролю за якістю знань та вмінь студентів традиційно використовуються:

- контрольні роботи;
- індивідуальні співбесіди;
- колоквіуми;
- заліки;
- іспити;
- захист курсових і дипломних робіт;
- державні іспити;
- комплексний іспит за фахом.

У ЗВО лекція традиційно посідає одне з найважливіших місць у навчальному процесі.

Традиційні технології навчання у загальноосвітній школі

У різні епохи формувалися певні погляди на завдання і характер навчання, що визначали специфічний для кожного суспільства, конкретних умов його життя навчальний процес, тенденції у теорії та практиці навчання. Від догматичної технології навчання, яка сформувалася у середні віки, подальший розвиток виробництва і суспільний прогрес зумовили перехід до пояснювального навчання та інших, більш ефективних технологій.

Пояснювально-ілюстративне навчання.

Пояснювально-ілюстративне навчання є такою технологією навчання, при якій пізнавальна діяльність має репродуктивний характер: учитель (викладач) передає здобувачам освіти «готові» знання, використовуючи пояснення, доведення із застосуванням різноманітних ілюстрацій. Це унаочнює характер їх сприймання, сприяє свідомому запам'ятовуванню. Пояснювально-ілюстративне навчання орієнтує на репродуктивне

відтворення знань (переказ їх своїми словами), а також практичне застосування знань за зразком чи готовою інструкцією.

Пояснювально-ілюстративне навчання охоплює такі етапи:

- сприйняття навчальної інформації, у процесі якого здійснюється її узагальнення, засвоєння понять, законів, теорій;
- практичні вправи, що забезпечують поглиблення знань, закріплення їх та формування умінь і навичок, застосування їх у нових ситуаціях;
- контроль і самоконтроль ефективності засвоєння знань, умінь і навичок;
- повторення вивченого.

Пояснювально-ілюстративне навчання забезпечує швидке міцне засвоєння навчальної інформації й оволодіння способами практичної діяльності. Його використовують, коли зміст навчального матеріалу має переважно інформативний характер, є описом способів практичних дій і надто складний для того, щоб учні здійснювали самостійний пошук знань. Воно доречне й тоді, коли учні, студенти не мають опорних знань для вирішення проблемних ситуацій. Колективний характер засвоєння знань дає змогу виявити типові помилки й орієнтує на їх усунення.

Однак пояснювально-ілюстративне навчання не передбачає самостійного пошуку знань, не формує творчого мислення та здатності самостійно вирішувати пізнавальні проблеми. Тому не менш активно використовуються й інші види навчання.

Проблемне навчання.

Проблемне навчання є одним із видів розвиваючого навчання, істотною рисою якого є здатність формувати творче мислення особистості та прищеплювати навички наукового пошуку.

Проблема (гр. *problema* – задача, утруднення) – складне теоретичне або практичне завдання, що потребує вивчення, дослідження й вирішення.

Проблемне навчання передбачає послідовні й цілеспрямовані пізнавальні завдання, які учні (студенти) виконують під керівництвом учителя (викладача), активно засвоюючи нові знання. Однак використання теоретичних та експериментальних завдань ще не робить навчання проблемним. Усе залежить від того, чи зможе вчитель надати їм проблемного характеру і поєднувати проблемний підхід з іншими методичними прийомами. Завдання стає пізнавальною проблемою, якщо воно потребує роздумів, викликає пізнавальний інтерес, спирається на попередній досвід і знання за принципом апперцепції – залежності сприймання від попереднього досвіду, знань, інтересів, потреб людини, включення нових відомостей до існуючої системи знань і уявлень.

Важливим компонентом проблемного навчання є проблемна ситуація – ситуація, для вирішення якої учень (студент) або колектив мають знайти й застосувати нові для себе знання чи способи дій.

Проблемні ситуації створюють різними шляхами:

- зіткненням здобувачів освіти з явищами, фактами, які потребують теоретичного обґрунтування;
- використанням навчальних і життєвих ситуацій;
- постановкою дослідницьких завдань;

- спонуканням до аналізу звичних фактів і явищ тощо.

Процес проблемного навчання охоплює такі етапи: створення проблемної ситуації; аналіз і формулювання проблеми; висунення гіпотези; перевірка найважливіших гіпотез. На практиці існують різні варіанти поєднання цих етапів, які утворюють відповідні види проблемного викладу.

Один з них передбачає, що педагог, створивши проблемну ситуацію, повідомляє готові висновки науки, не розкриваючи способів її вирішення. Це стимулює активність здобувачів освіти. Однак така активність не формує навичок вирішення проблеми, оскільки не передбачає самостійної діяльності. Отже, у цьому разі проблемний виклад знань є, по суті, демонструванням еталонів проблемного мислення.

Наступний вид проблемного викладу полягає в тому, що, створюючи проблемну ситуацію, педагог подає фактичний матеріал для аналізу, порівняння, зіставлення й розкриває логіку вирішення проблеми в історії науки. Він показує, як учені здобували нові знання, сам формулює проблему, вказує напрям пошуку шляхів її вирішення. Такий метод називають частково-пошуковим (евристичним).

Ще один вид проблемного викладу передбачає створення умов для самостійного формулювання проблеми, пошуку шляхів її вирішення через висунення гіпотез, знаходження варіантів доведення і перевірки їх правильності. Це вимагає дослідницької діяльності, розвиває пізнавальну активність та самостійність здобувачів освіти.

Отже, проблемне навчання сприяє розвитку розумових сил особистості, її активності, самостійності, творчого мислення. Воно забезпечує міцне засвоєння знань, робить навчальну діяльність захоплюючою, оскільки вчить долати труднощі. Разом із тим проблемне навчання вимагає багато часу на

вивчення навчального матеріалу, а тому є недостатньо ефективним щодо формування практичних умінь і навичок.

Програмоване навчання.

Програмоване навчання є різновидом репродуктивного підходу до навчання, передбачає використання спеціальних програм управління процесом засвоєння знань, умінь та навичок. Під час програмованого навчання навчальний матеріал подають невеликими частинами, що легко засвоюються. Їх називають кроки (порції, фрагменти) інформації. Засвоєння кожної порції інформації можливе завдяки поділу пізнавальної діяльності учнів, студентів на елементарні дії. Кожну таку дію можна перевірити, використовуючи опитування.

До характерних рис програмованого навчання належать:

- поділ навчального матеріалу на кроки;
- настанови щодо послідовності виконання дій, необхідних для засвоєння кожної частини;
- перевірка засвоєння кожного кроку та інформування учня, студента про ступінь правильності його відповіді.

Підготовлений таким чином навчальний матеріал може бути оформлений як підручник, інші друковані посібники (безмашинне програмоване навчання) або як машинна програма (машинне програмоване навчання).

За лінійної системи передбачається поділ навчальної інформації на малі порції, кожна з яких розрахована на активне реагування учня (студента), а програма містить підказки, натяки або вказівки, які полегшують пошук правильної відповіді. За будь-якої відповіді можна дізнатися, правильна вона

чи ні. За неправильної відповіді необхідно знайти правильну або перейти до іншої порції. Лінійна програма унеможлиблює помилки і приносить задоволення від успіхів. Усі засвоюють той самий навчальний матеріал, але в різному темпі.

У підручниках, побудованих на основі розгалуженої системи, матеріал також поділений на порції. У кожній порції повідомляється інформація, а відтак пропонується завдання. Відмінність розгалуженої системи від лінійної в тому, що в ній до кожного завдання подається кілька відповідей, а після засвоєння порції інформації треба вибрати правильну відповідь із кількох запропонованих. Якщо відповідь правильна, можна переходити до засвоєння нової порції. Коли ж її вибрано неправильно, необхідно засвоїти частину інформації, яка пов'язана з допущеною помилкою. Такий підручник не дає змоги просуватися далі, не виконавши завдання правильно. Тут головну увагу приділено не запобіганню помилкам, а їх роз'ясненню та контролю за засвоєнням матеріалу.

Розгалужена система програмування передбачає вищий ступінь індивідуалізації, ніж лінійна. Обираючи певну гілку, здобувач освіти ніби сам встановлює для себе швидкість вивчення. Легко засвоюючи матеріал і правильно відповідаючи на всі запитання, він може йти найкоротшим шляхом, витрачаючи на вивчення розділу чи теми мінімум часу. Якщо матеріал дається нелегко, часто виникає потреба в роз'ясненнях, то навчання забирає значно більше часу.

Позитивним у програмованому навчанні є те, що в навчальному матеріалі наголошується на головному, істотному. Крім того, забезпечується оперативний контроль за процесом засвоєння знань. Логічна послідовність у засвоєнні знань дає змогу учневі працювати в оптимальному темпі й здійснювати самоконтроль, а вчителю – індивідуалізувати навчання. Водночас програмоване навчання інколи зводить роль педагога до ролі

інструктора, а також зменшує можливості для творчого розвитку здобувачів освіти.

Диференційоване навчання.

Наявність різних типів навчальних закладів дає змогу враховувати в навчально-виховному процесі типові індивідуальні особливості людей, які в них навчаються. Так, навчання у школах музичних, художніх, з поглибленим вивченням іноземних мов орієнтує учнів на майбутню професію. Заняття в класах або школах із поглибленим вивченням математики, фізики, хімії та інших предметів розвиває інтереси, нахили і здібності учнів. Для навчання дітей, які мають певні фізичні вади, створені спеціальні школи. Кожен вид диференціювання має свій зміст і методику навчання. Такі ж особливості характерні й для вищої школи.

Диференційоване навчання в загальноосвітній школі – спеціально організована навчально-пізнавальна діяльність, яка враховує вікові та індивідуальні особливості учнів, їхній життєвий досвід і спрямована на оптимальний фізичний, духовний та психічний розвиток, засвоєння необхідного обсягу знань, практичних умінь та навичок, передбачених навчальними програмами. У практичній діяльності вчителя воно може виражатися в тому, що всі учні отримують завдання однакової складності, але слабшим під час їх виконання надають індивідуальну допомогу. Таким учням можна запропонувати і легші, посильні для них завдання. Інколи дітям дають прості завдання, згодом їх ускладнюють додатковими, які вони виконують відповідно до своїх можливостей. Загалом диференціювати завдання можна за змістом, за кількістю завдань, за ступенем їх складності, за ступенем самостійності виконання.

Ефективніше диференційоване навчання здійснюється під час поділу класу на групи. Залежно від рівня навчальних можливостей дітей можна умовно поділити на такі групи:

а) учні з дуже високими навчальними можливостями — здатні швидко засвоювати матеріал і виконувати завдання, з цікавістю самостійно працювати, потребують завдань підвищеної складності;

б) учні з високим рівнем навчальних можливостей — мають міцні знання, навички самостійної роботи, не поступаються першій групі в засвоєнні матеріалу, але не завжди старанно закріплюють вивчене, бо їм не властива висока працездатність, потребують коригування і періодичного контролювання їхньої роботи;

в) учні із середніми навчальними можливостями — здатні нормально вчитися, деяким притаманна висока виучуваність за низької навчальної працездатності, іншим — середня виучуваність за середньої працездатності, потребують оперативної підтримки й допомоги педагога;

г) учні з низькими навчальними можливостями — мають низький рівень виучуваності або навчальної працездатності, потребують спеціального підходу педагога.

Для диференційованого навчання організовують тимчасові групи кількістю 4—6 учнів. Група може бути гомогенною (однорідною) — складатися з учнів, що мають однаковий рівень навчальних можливостей, або гетерогенною (змішаною). Найефективнішою щодо взаємонавчання є група змішана, але продуктивність її роботи низька. Комплектацію групи можна змінювати залежно від поставленої мети.

Під час такого заняття педагог має домогтися усвідомлення кожним членом групи поставлених завдань і шляхів їх виконання; забезпечити можливість активної навчально-пізнавальної діяльності всіх членів групи, зокрема тих, хто має слабші навчальні можливості; здійснювати індивідуальний підхід при оцінюванні результатів роботи.

У закладі вищої освіти диференційоване навчання здійснюють такими шляхами:

Послідовне навчання. У перші два-три роки здобувачі освіти вивчають загальнонаукові й загально-професійні предмети за єдиними програмами. Згодом за результатами успішності, виявлених здібностей та інтересів студентів закріплюють за певними кафедрами, на яких вони вивчають спеціальні предмети індивідуально або групами.

Паралельне навчання. Протягом навчання зберігаються постійні навчальні групи. Спеціалізація досягається за рахунок внутрігрупової диференціації при вивченні різних циклів навчальних дисциплін, різного набору факультативних курсів, різного змісту всіх видів практики.

Ступеневе навчання. Після перших трьох - чотирьох років навчання випускники одержують дипломи першого рівня (бакалавр). Ще два роки навчання дозволяють здобувачу отримати диплом другого рівня (магістр).

Індивідуальне навчання дає здобувачеві змогу навчатися за індивідуальним планом.

Диференційоване навчання вимагає ґрунтовної підготовки педагога. Так, йому необхідно знати індивідуальні особливості учнів, студентів, щоб розподілити їх за групами. Він має спланувати всі деталі заняття: сформулювати основні й додаткові запитання, визначити час на їх виконання, продумати систему оперативного контролю, підготувати необхідні дидактичні матеріали і підібрати консультантів. Слід також подумати, як поєднувати індивідуальну, групову і фронтальну роботу.

Позитивним у диференційованому навчанні є те, що воно дає змогу ставити навчальні завдання, які передбачають пошук, створює передумови для виконання комплексних розумових дій (поєднання аналізу і синтезу,

порівняння і класифікація тощо); навчальні завдання члени групи виконують у процесі спілкування, що сприяє вихованню колективізму, формуванню комунікативних якостей, поділу праці між членами групи; педагог здійснює керівництво навчальним процесом опосередковано через кращих учнів, студентів.

В організації диференційованого навчання бувають і певні труднощі: складність розподілу здобувачів освіти на групи за рівнем їх навчальних можливостей; значні затрати часу на розроблення диференційованих завдань і їх перевірку; можливі утруднення в підтриманні порядку і дисципліни в навчальному приміщенні.

Уміння педагога застосовувати різні технології навчання дає йому змогу творчо підходити до організації навчально-пізнавальної діяльності учнів, студентів, обираючи в конкретних умовах саме ту технологію навчання, яка найкраще забезпечить засвоєння знань, формування умінь і навичок за мінімальних затрат зусиль і часу.

Тема 6: ПОЛІТИЧНІ ТА ВИБОРЧІ ТЕХНОЛОГІЇ

План

1. Сутність та значення політичних та виборчих технологій;
2. Сутність політичного менеджменту
3. Виборчі технології
4. Технологія ведення виборчої кампанії

Література [2; 3; 5; 10; 11; 16; 25; 29]

1. Політичні технології – це сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату.

Особливості політичних технологій зумовлені характером політичного процесу, який охоплює найрізноманітніші види політичної діяльності в межах конкретної політичної системи. Серед них: політична участь, яка має на меті формування, в процесі політичної діяльності, певних позицій, вимог, настроїв, – та політичне функціонування як професійна політична діяльність, спрямована на вироблення правових норм і управління політичними інститутами.

Політичні технології поділяються на загальні (що стосуються інтересів багатьох суб'єктів політичного процесу) та індивідуальні –притаманні окремим суб'єктам політики. Серед перших – найпоширеніші технології завоювання та утримання влади. Індивідуальні технології використовують окремі політики в процесі своєї політичної діяльності. Вони пов'язані із завоюванням популярності, вмінням контактувати з людьми, майстерністю дискутувати, виголошувати промови, вести мітинги, збори, вдосконалювати власний імідж тощо.

Люди по-різному ставляться до політики. Одні беруть активну участь у її практичній реалізації, інші – індиферентні, тобто байдужі до неї. Зацікавленість політикою зумовлена багатьма чинниками (вік, стать, соціальне становище, сімейний стан, кланові, національні традиції, інформованість, рівень освіти, культури, інтелекту тощо).

Виокремлюють такі **типи політичних ролей**:

- громадяни (об'єкт політики, політичних процесів);
- громадяни, опосередковано залучені до політичної практики як члени профспілок, виробничих колективів;
- громадяни, які належать до виборного органу, є активними членами певної політичної організації;

- громадські, політичні діячі, які активно займаються практичною політичною діяльністю;

- професійні політики (для них політична діяльність є домінуючою);

- політичні лідери (загальнодержавні чи загальнонаціональні).

Беручи участь у політиці, людина керується здебільшого двома мотивами: альтруїстичним (вдосконалити суспільне життя) та егоїстичним (здобути владу, популярність, багатство). Більшість політиків демонструє перший і намагається приховати другий мотив, особливо спочатку. Мотиви визначають мету і програму політичної діяльності. Щоб розпізнати справжню мету політичної діяльності суб'єкта політики, передбачити її результат, слід уважно аналізувати характер і особливості його потреб.

Водночас, вибір людиною позиції та відповідної лінії поведінки у суспільно-політичному житті залежить від її політичної орієнтації. А це – певні уявлення про цілі, завдання діяльності політичних партій, політичного режиму, суспільства в цілому. Політична орієнтація — це, з одного боку, певні словесно оформлені ідеї та цінності, з іншого – несвідомі або не цілком свідомі мотиви, які людина переживає на емоційному рівні.

2. Політичний менеджмент відіграє надзвичайно важливу роль, сприяючи виробленню рекомендацій для політичного керівництва, реалізації управлінських рішень, проектуванню нових типів мислення, життєдіяльності соціальної організації.

Політичний менеджмент – система управління політичними процесами; наука і мистецтво аналізу тенденцій політичного розвитку, передбачення його наслідків, вироблення рекомендацій для політичного керівництва та забезпечення реалізації в політичній практиці.

Політичний менеджмент охоплює систему управління політичною сферою суспільства на основі використання форм, методів і технологій правового менеджменту та політичного маркетингу. Він передбачає безпосередній розгляд, ухвалення та втілення в життя політичних рішень. Цю функцію покладено на спеціалізовану групу людей (політична, правляча еліта), яка домагається необхідної поведінки людей – членів суспільства за допомогою правових норм, умовлянь і маніпулювання. Ці види соціотехніки управління називають ще інструментами регулювання впливу на людей.

За порушення суб'єктом або об'єктом політики правових норм (законів, постанов, указів та інших нормативних актів), керівна група вдається до санкцій: звільнення з роботи, заборона на професії, обмеження певних прав (поїздки за кордон, публікування своїх праць тощо), обструкція в засобах масової інформації, судове та адміністративне переслідування. Крім санкцій, керівна група використовує і засоби заохочення: доступ до матеріальних благ і послуг, популяризація в засобах масової інформації та ін. Такі види впливу на громадськість часто застосовують для розколу суспільних груп, які не поділяють домінуючих норм поведінки, моральних цінностей, оцінок суспільно-політичної ситуації.

Вплив на суб'єкти та об'єкти політики за допомогою умовлянь здійснюють тоді, коли намагаються їх переконати в необхідності певного політичного вибору. Техніка умовлянь передбачає залучення раціональної та нераціональної аргументації, використання статистичних даних, фактів, прагматичних аргументів, результатів соціологічних і соціопсихологічних досліджень. Під час нераціональної аргументації покладаються не на істинність аргументів, а на особистісні якості людей, котрі поділяють аналогічні думки, на авторитети, думки більшості громадян тощо.

Використовують і техніку формування емоційного компоненту, коли звертаються до стереотипів, національних інтересів, висміювання, залякування та ін.

3. **Виборчі технології** –це система заздалегідь продуманих, запланованих, а також спонтанно використовуваних заходів, планів, процедур, технічних та інформаційних засобів для забезпечення успішного висунення кандидатів та їх обрання. Нечесне ведення виборчої кампанії прийнято позначати сленговим терміном брудні виборчі технології .

Це також сукупність засобів і методів впливу на виборців, заснованих на відповідних наукових розробках, даних соціологічних досліджень у поєднанні з політичною рекламою і методами public relations, що спрямовані на досягнення успіху на виборах певною політичною силою .

Як засвідчує практика, далеко не всі кандидати, вступаючи в передвиборчу боротьбу, орієнтовані на перемогу. Деякі з них розглядають виборчу кампанію як можливість привернути увагу до своєї особи, пройти попереднє «розкручування» з метою участі в наступних виборах або ж просто «відтягти» на себе частину голосів сильних суперників якогось із кандидатів.

Виборча кампанія може бути ототожнена з особливим видом політичного управління .

Різноманітність технологій за предметно-цільовими критеріями визначає особливості їх практичного застосування. Розв’язання того чи іншого політичного завдання вимагає комплексного підходу з використанням різних політичних технологій. У зв’язку з цим останні можуть бути згруповані таким чином:

- аналітичні технології (політичний аналіз , політичне консультування);
- предметно-практичні («польові») технології (прийняття рішень, управління конфліктами, управління переговорами, лобіювання);
- комунікативні технології (агітація і пропаганда, PR, політична реклама , інформаційно, інформаційно-мережеві;

Особливість виборчих технологій

Особливість виборчих технологій полягає, зокрема, в їх оперативності і стандартному наборі процедур. Не складно помітити, що передвиборчі кампанії розгортаються за одним і тим самим багаторазово апробованим сценарієм: з одного боку – демонстрація позитивних якостей рекламованого кандидата, а з іншого — публічна негативна характеристика опонентів.

Подібні кампанії, як правило будуються не на випадковому наборі розрізнених засобів, а на добре відпрацьованих спеціальних технологіях.

Ведення політичної кампанії – дуже захоплююча й напружена робота. Ви пройдете важкий шлях з першого дня кампанії і до дня виборів. Заздалегідь спланувавши свої дії, ви зможете підготуватися до різних ускладнень і успішно їх подолати. Використовують два основних підходи до організації виборів: Виборча технологія – сукупність політико-організаційних, інформаційних, рекламно-пропагандистських та інших дій в рамках політичного проекту, мета якого — прихід до влади певного політика, групи політиків, політичної організації чи їх об'єднання.

Виборча інженерія – пристосування виборчих процедур до реалізації інтересів правлячої та політичної еліт щодо завоювання і збереження влади в державі (регіоні, місті тощо).

Виборча кампанія – яскравий приклад «політичного проекту». Кампанія реалізується поетапно, як приклад можна навести такий поділ:

1. Етап визначення стратегії. Написання загального плану кампанії. Позиціонування, формулювання центрального повідомлення кампанії; визначення цільових груп; вибір підходу; формулювання гасла виборів тощо.

2. **Етап планування.** На цьому етапі плани мають бути викладені в письмовій формі, подальша діяльність повинна бути сформульована згідно зі стратегією, що була визначена на першому етапі.

3. **Етап реалізації** — виконання планів кампанії.

4. **Етап мобілізації виборців.**

5. **Захист результатів виборів.**

6. **Етап оцінки** — підведення підсумків, оцінювання результатів кампанії, висновки. Виборчих технологій, що використовуються у виборчих кампаніях велика кількість і вони постійно оновлюються. Проте за напрямками

Технології ведення виборчої кампанії

4. Розрізняють два основних класи політтехнологій: нормативні та технології ведення виборчої кампанії. Можна виділити три види невдало побудованих кампаній.

Перший – це кампанія, у якій відсутній переконливий меседж та немає чіткого уявлення про те, з якими виборцями потрібно працювати. У кампанії такого типу із самого початку немає чіткого плану дій і в міру її розвитку ситуація буде тільки погіршуватися.

Другий – це кампанія, у якій є переконливий і є розуміння того, на яких виборців він може подіяти, але відсутній розумний план дій роботи з виборцями. Така кампанія марно витрачає гроші й час, людські ресурси.

Штаб постійно відволікається, реагуючи на те, що роблять кампанії суперників, або на те, що пише преса. Таким чином, кампанія буксує, звертаючи більше уваги на зовнішні фактори, ніж на реалізацію наміченого плану.

I, нарешті, третій – це кампанія, що має чіткий «меседж», має план роботи, але вона не йде за планом, не вистачає мотивації або ресурсів. У такій кампанії завжди знаходяться пояснення, чому не можна зробити те, що потрібно, а зрештою, знаходять й об'єктивні причини поразки. Успіх будь-якої політичної кампанії у більшості випадків визначається правильно обраним і дотриманим алгоритмом, правильним позиціонуванням, переконливим меседжем, точним прицілюванням і визначенням своїх виборців, і суворим дотриманням реалістичного плану роботи з виборцями.

Тема 7. ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ

План

1. Технології прогнозування.
2. Технології моделювання.

Література [10; 16; 19; 27]

1. Соціальне прогнозування / передбачення – випереджувальне відображення соціальної дійсності. Воно поділяється на реалістичне (наукове і буденне) і фантастичне (утопії, релігійні пророцтва).

Специфіка наукового передбачення полягає в тому, що воно ґрунтується на знанні суспільних законів. У літературі виділяють такі його види: пророкування і програмування (розроблення рішень соціальних проблем); прогнозування (визначення якісних параметрів передбачуваних явищ). У якості форм конкретизації наукового соціального передбачення виступають гіпотеза (опис майбутнього на рівні визначень загальної соціальної концепції), прогноз (якісне і кількісне передбачення прикладного характеру), план (директивна постановка мети та деталей і передбачення деталей доцільного розвитку).

Прогнозування – процес наукового передбачення, розробка прогнозів. Розрізняють екологічне прогнозування, геологічне прогнозування, гідрометеорологічне прогнозування, економічне, соціальне та інші види.

Соціальне прогнозування – передбачення ходу соціальної хвороби, що ґрунтується на її розпізнання, діагнозі, а також конкретне судження про стан певного соціального явища в майбутньому.

Технології соціального прогнозування – інструментарій соціального передбачення, дослідження і вирішення соціальних проблем сучасного світу. Мета прогнозування – не просто передбачити ті чи інші явища майбутнього, а сприяти більш ефективному впливу на них у потрібному напрямі.

Соціальне прогнозування побудоване на трьох взаємопов'язаних способах отримання інформації про майбутнє:

1) екстраполяція в майбутнє сучасних тенденцій і закономірностей розвитку суспільства (передбачаючи, що і на певну перспективу ці тенденції будуть зберігатися без істотних змін);

2) оцінка можливого чи бажаного в майбутньому стану того чи іншого явища (насамперед експертна оцінка);

3) моделювання прогнозованих явищ (розуміючи під моделлю будь-яке умовне, спрощене для зручності дослідження схематичне уявлення про об'єкт прогнозування – сукупність показників, сценарій можливого чи бажаного розвитку подій тощо, аж до чітко формалізованих математичних моделей-управлінь).

Соціальне прогнозування тісно пов'язане з інноваційною діяльністю, тому що являє собою прийоми, спрямовані на технологічне забезпечення реалізації ініціатив, які викликають якісні зміни в різних сферах соціального

життя, дають можливість раціонально використовувати прогностичні знання, матеріальні та інші ресурси суспільства.

На межі 60-70-х рр. XX ст. спеціалісти запропонували побудову соціального прогнозу чи моделі шляхом системного аналізу.

Основоположником глобального прогнозування на основі системного аналізу є американський вчений Дж.Форрестер. Він використав математичні методи і ЕОМ для створення варіанта моделі економічного розвитку суспільства з урахуванням двох найважливіших факторів: чисельності населення і забруднення довколишнього середовища. Його послідовники - члени Римського клубу - намагались знайти прогностичне вирішення соціальних завдань: з метою розробки можливих моделей світового розвитку розглядали взаємозв'язок розвитку суспільства з глобальними проблемами, погіршенням "якості життя" в сучасному світі. У 1992 р. з'явився перший глобальний прогноз Римського клубу під назвою "Межі зростання". Його автори під керівництвом Д.Медоуза побудували динамічну модель світу, яка була створена з урахуванням основних, на думку авторів, компонентів динаміки зміни світової системи: населення, капіталовкладення, земного простору, забруднення, використання природних ресурсів.

Результати соціального прогнозу дозволили авторам прийти до висновку: якщо б існуючі під кінець 60-х рр. тенденції й темпи розвитку економіки і збільшення населення збереглися, то глобальна екологічна катастрофа стала б неминучою. На основі створеного соціального прогнозу спеціалісти запропонували звести до нуля зростання народонаселення і виробництва.

Звичайно, розробка прогнозних сценаріїв розвитку такого величезного соціального об'єкта, як людство в цілому, є досить складною, і багато з конкретних прогнозів за останні 30-35 років не підтвердились. Але увага

вчених, політиків і практиків соціального перетворення до технологій прогнозування не послаблюється.

У технологіях соціального прогнозування особливе місце займає інформаційний аспект – сукупність знань, свідчень, даних і повідомлень, що формуються і відтворюються в суспільстві індивідами, групами, організаціями, класами, різними соціальними інститутами для регулювання соціальної взаємодії, суспільних відносин між людиною, суспільством та природою. Адекватні, достатньою мірою повні знання, що відображають об'єктивні соціальні процеси і їх зв'язки, повинні бути комплексними, заснованими на інтеграції даних всіх галузей суспільствознавства, на міцній взаємодії суспільних і природничих наук, адже на пересіченні різних галузей і форм знання може бути отриманий значний обсяг інформації.

Для соціального передбачення особливого значення набувають такі види соціальної інформації, як економічна, політична і правова, а також джерела інформації: громадська діяльність, різноманітні документи, книги, патенти тощо.

Однією з найбільш розвинутих галузей прогнозування є соціально-економічні прогнози. Економічне прогнозування – це процес формування ймовірнісних суджень про стан економічних процесів і явищ у певний момент в майбутньому і про альтернативні шляхи їх досягнення. Для отримання достовірного соціально-економічного прогнозу необхідно вивчити закони розвитку народного господарства, визначити причини та рушійні сили цього розвитку, основними чинниками якого є соціальні потреби, технічні можливості і економічна доцільність. Відповідно до цих факторів можна вказати на три кінцеві цілі такого прогнозування: визначення мети розвитку народного господарства, винайдення оптимальних шляхів і засобів її досягнення, а також необхідних ресурсів для реалізації поставлених цілей. Соціально-економічний прогноз має комплексний характер і

розробляється з врахуванням даних демографічного прогнозу, прогнозу ресурсів, прогнозу попиту й пропозицій.

Соціологічне прогнозування має три рівні досліджень: загальнотеоретичний, конкретно теоретичний і емпіричний. **У соціологічних прогнозах загальним об'єктом дослідження є суспільство як соціальний організм.** Конкретні, окремі об'єкти соціології - це соціальні групи, інститути, людина. Сукупність соціальних механізмів зумовлює розвиток і функціонування суспільства як соціального організму; тут виявляється конкретна соціальна проблема, що породжена особливістю розвитку соціальної системи.

Проблема прогнозування соціально-психологічних процесів має дві сторони: психологія надає певні дані про об'єкти прогнозування в суспільстві, виробництві, науці, культурі, тому що ці об'єкти мають специфічні психологічні характеристики. З іншої сторони, психологія вивчає суб'єкти прогнозування: людину чи колективи людей, які самі здатні розробляти і перетворювати в життя прогнозні рішення.

Робота над технологіями соціального прогнозування – це комплексний процес, який складається із декількох самостійних технологічних етапів. У сучасних умовах будь-який співробітник соціальної служби прогнозує свою роботу. Це може бути як вузькою перспективою (обслуговування одного клієнта), так і прогнозом розвитку діяльності соціальної служби і всієї соціальної сфери. Прикладне значення соціального прогнозування полягає в тому, що розроблені технології здатні впливати на управлінські рішення з соціальних питань, тобто оптимізувати і коригувати їх.

Чим менший об'єкт, що піддається прогнозуванню, тим простіше створити для нього сценарій прогнозного розвитку. Більш достовірними є технології соціального прогнозування, розраховані на короткотермінові

часові межі. Складнішими за своєю технологічною побудовою є середньотривалі довготермінові прогнози.

Поетапно процес соціального прогнозування може бути представлений так:

1. вибір об'єкта прогнозування; це може бути будь-який соціальний об'єкт - від індивіда до людства як складової частини ноосфери;
2. вибір напрямку дослідження: економічне, соціологічне, власне соціальне; в дослідженнях соціальної сфери досить важко дотримуватися певного напрямку, тому значна частина досліджень має комплексний характер;
3. підготовка і обробка інформації з прогнозної проблеми; інформація, що відповідає вимогам, - одна з гарантій достовірності прогнозу, а значить, ключовий момент технології соціального прогнозування;
4. вибір способу прогнозу, одного із методів чи сукупності методів у певній послідовності, що відповідають вимогам науковості дослідження;
5. власне прогнозне дослідження;
6. обробка результатів, аналіз отриманої інформації стосовно проблеми дослідження;
7. визначення достовірності прогнозу.

Можна зробити висновок, що соціальне прогнозування з його технікою і технологією, математичним апаратом є важливим інструментом соціальної сфери життя, посилення її наукового потенціалу і результативності.

Найбільш ефективним методом прогнозування є моделювання.

Моделювання – метод дослідження різноманітних явищ і процесів, вироблення варіантів управлінських рішень. Моделювання ґрунтується на заміщенні реальних об'єктів їх умовними зразками, аналогами. Засобом методу моделювання описується структура об'єкта (статистична модель),

процес його функціонування і розвитку (динамічна модель). У моделі відтворюються властивості, зв'язки, тенденції досліджуваних систем і процесів, що дозволяє оцінити їх стан, зробити прогноз, прийняти обґрунтоване рішення. Форми моделей багатоманітні. Виділяють предметне і знакове моделювання. Предметне моделювання передбачає створення моделей, що відтворюють просторово-часові, функціональні, структурні та інші властивості оригіналу (конкретно-наукові моделі). Знакове моделювання полягає в репрезентації параметрів об'єкта з допомогою символів, схем, формул, речень мови (логіко-математичні моделі).

Соціальне моделювання – науковий метод пізнання соціальних об'єктів з допомогою відображення їх основних характеристик, особливостей на спеціально створених з цією метою моделях. Ця потреба зумовлена зростаючою необхідністю удосконалення управління соціальною сферою, самоуправління, переборення труднощів, пов'язаних з соціальним проектуванням і прогнозуванням, ліквідацією негативних соціальних наслідків.

Модель – еталон, стандарт, пристрій, що відтворює, імітує будову, функції, дії іншого пристрою (при випробовуваннях); образ, аналог, схема деякого фрагмента дійсності, об'єкта культури, пізнання реальності.

Моделі відіграють корисну роль в технологізації соціального простору, тому що вони спрощують реальність, підвищують здатність побачити її внутрішні відносини.

Виділяють модель Портера-Лоілера – ситуаційну теорію мотивації, що поєднує елементи теорії очікувань і теорії справедливості. Вона включає 5 змінних величин: зусилля, очікування, результативності, винагороди і задоволення.

Утворення неформальних груп розглядається в моделі Хоманса – теорії групової поведінки, що допомагає з'ясувати, як на робочих місцях утворюються неформальні групи, які впливають на поведінку людей під час роботи. Її елементами є взаємодія; почуття і дії. З допомогою цього методу вибудовуються соціальні технології групової поведінки, лідерства, регулювання неформальних взаємин, використання соціально-психологічних резервів групи, контактного колективу тощо.

Слід враховувати, що моделювання завжди застосовується з іншими загальнонауковими і спеціальними методами, на основі міждисциплінарного підходу, особливо коли воно використовується для дослідження глобальних проблем, які характеризуються багатоплановістю, тобто охоплюють всю життєдіяльність людини. Моделювання в таких випадках є багато модельною побудовою.

Складність моделювання у сучасних умовах полягає в тому, що значна частина створених моделей не може поміститися в рамки раніше розроблених схем і вимагає теоретичного осмислення відповідно до існуючої соціальної дійсності.

Моделювання соціальних відносин і структур дозволяє створити досить значну кількість варіантів моделей, що враховують вплив тих чи інших соціальних факторів (в їх різних поєднаннях) на досліджувані процеси в соціальній сфері. Основою і предметом такого моделювання є проблемна ситуація. Тому на початковому етапі необхідно визначити найбільш значну проблему і цілі її дослідження.

Будь-яка проблемна ситуація зумовлена об'єктивними і суб'єктивними чинниками. При цьому до об'єктивних чинників проблемної ситуації відносяться суперечності між процесом розвитку та прагненням до стабілізації, між потребами, що виникають, й способами їх задоволення. Суб'єктивні чинники – це розуміння значущості даної проблемної ситуації,

доцільність її вирішення, мотиви і інтереси людей, які зацікавлені в її вирішенні.

Проблемними моделями можуть бути моделі духовно-моральної поведінки особистості в умовах ринкових відносин; моделювання системи перекваліфікації працівників в умовах ринкових відносин; професійна модель соціального працівника; моральна модель соціального працівника; модель виховної системи дітей та молоді; моделювання екології людини, рівня злочинності та ін.

Найбільш поширеними методами моделювання в соціальній сфері є розробка, аналіз і дослідження моделі проблемної ситуації, моделей нововведень (інноваційних моделей), евристичних моделей та спеціальних математичних моделей.

Досить широкого поширення набули моделі, створювані на ЕОМ. Основна їхня перевага - універсальність, зручність побудови, швидкість внесення нових інформаційних даних.

Тема 8. ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОФІЛАКТИКИ ТА АДАПТАЦІЇ

1. Сутність соціальної профілактики. Технології профілактики.
2. Сутність соціальної адаптації, дезадаптації та переадаптації.
3. Технології адаптації.

Література [10; 16; 19]

1. Соціальна профілактика – це науково обґрунтований і такий, що своєчасно застосовується, вплив на соціальний об'єкт з метою збереження його функціонального стану та попередження можливих негативних процесів

у його життєдіяльності. Термін "профілактика" походить від грецької мови і означає "запобіжний". Ефективність здійснення соціальної профілактики багато в чому визначається професіоналізмом суб'єкта впливу і комплексним характером її застосування.

Соціальна профілактика створює передумови для процесу нормальної соціалізації особистості, що ґрунтується на пріоритеті принципів законності і моралі. Соціальна профілактика (попередження, превенція) - діяльність з попередження соціальної проблеми, соціального відхилення чи втримання їх на соціально терпимому рівні через усунення або нейтралізацію причин, що їх породжують. Вона спрямована на попередження можливих фізичних, психологічних чи соціокультурних колізій в окремих індивідів і "груп ризику", збереження, підтримку та захист нормального рівня життя і здоров'я людей; сприяння їм у досягненні поставлених цілей та у розкритті їхнього внутрішнього потенціалу.

Профілактики потребує все населення. Але є пріоритетні напрями її застосування, категорії населення, які її потребують найбільшою мірою. До таких соціальних груп можна віднести дітей, підлітків, інвалідів, людей похилого віку, тих осіб, які ведуть асоціальний спосіб життя, та ін.

Практика профілактичної роботи знаходиться в постійному розвитку, але можна виділити деякі основні моменти, що стосуються її змістовної частини.

1. Будь-яка важлива подія в житті людини є важливою для розуміння того, що відбувається зараз і, можливо, відбудеться в майбутньому. Буденне життя насичене стресовими факторами, але оскільки вони, непомітно накопичуючись, мають так званий кумулятивний ефект, ні один із них окремо не може вважатися причиною тієї чи іншої складної соціальної проблеми. Тому методи профілактики мають системний характер, тобто вони спрямовані на викорінення джерел стресу як в самій людині, так і в

соціальному та природному середовищі і одночасно - на створення умов для набуття людиною необхідного досвіду вирішення проблем, що виникають.

2. Служби профілактики прагнуть не стільки реагувати на проблеми, що можуть мати негативні наслідки, скільки попередити їхню появу. Вони звернені насамперед до громадян, які ще не вступили в смугу передбачуваної життєвої кризи чи передбачуваних проблем.

3. Методи профілактики зазвичай включають в себе навчання людей новим навичкам, що допомагають їм досягти поставлених цілей і зберегти здоров'я.

4. Профілактика передбачає вирішення проблем, які ще не виникли. Тому одні профілактичні заходи здійснюються задовго до їх виникнення, а інші - безпосередньо перед виникненням проблеми.

5. Служби профілактики покликані знаходити оптимальні рішення як у досягненні поставлених цілей, так і в запобіганні передбачуваним проблемам.

Об'єкти соціально-профілактичного впливу можна умовно поділити на чотири групи:

- негативні сторони в об'єктивних умовах життєдіяльності людей (матеріальна і соціально-культурна база, рівень добробуту та житлово-побутові умови, технічне оснащення виробництва, умови праці і т.ін.);

- негативні сторони в організаційно-управлінській діяльності державних і громадських органів самоуправління (система загальної і спеціальної освіти, соціально-побутове обслуговування, засоби масової інформації, заклади культури, ідейно-виховна і культурно-масова робота та ін.);

- негативні сторони в міжособистісних взаєминах і поведінці людей (взаємини між людьми в процесі трудової діяльності, в побуті й на відпочинку, сімейні відносини тощо);

- негативні явища в правосвідомості і соціально-правовому мисленні.

Виділяють три рівні соціальної профілактики:

1. **Загально-соціальний рівень** передбачає діяльність держави, суспільства, їхніх інститутів, спрямовану на вирішення протиріч у галузі економіки, соціального життя, в морально-духовній сфері. Вона здійснюється різноманітними органами державної влади і управління, громадськими формуваннями, для яких функція попередження правопорушень не є головною чи професійною.

2. **Спеціальний рівень** полягає в цілеспрямованому впливові на негативні фактори, що пов'язані з окремими видами відхилень чи проблем. Усунення чи нейтралізація причин цих відхилень здійснюється в процесі діяльності відповідних суб'єктів, для яких профілактична функція є професійною.

3. **Індивідуальний рівень** являє собою профілактичну діяльність стосовно конкретних осіб, поведінка яких має риси відхилення чи проблематичності.

Реалізація профілактичних заходів здійснюється через систему методів: профілактична інформаційно-консультативна бесіда; системне спостереження; профілактичні тренінги; стимулювання розвитку нових навичок, моделей поведінки; метод завчасної нейтралізації конфліктної ситуації; метод профілактичного втручання та ін.

Найбільш поширеним є метод профілактичної бесіди. Така бесіда може бути ефективною, якщо витримуються її профілактичні етапи. Консультант має встановити емоційний контакт із співбесідником, виявляючи доброзичливість, співчуття і особливу коректність; намагатися встановити першопричини проблеми, що назріває; спробувати сформувати нову модель його поведінки, яка б дозволила попередити негативний розвиток подій та налаштувати на успіх.

Правильний підбір методів профілактичного впливу, їх своєчасна і професійна реалізація забезпечують ефективність соціальної профілактики. У соціальній роботі це означає попередження несприятливого розвитку тих чи інших соціальних процесів, збереження, підтримку і захист нормального рівня життя і здоров'я людей.

2. Адаптація займає істотне місце в змісті соціальної роботи. Вона характеризує, з однієї сторони, процес взаємодії об'єкта соціальної роботи з соціальним середовищем, а з іншої – є відображенням певного результату соціальної роботи, який може виступати критерієм її ефективності.

Під соціальною адаптацією розуміється процес активного пристосування людини до нових для неї соціальних умов життєдіяльності шляхом активного їх засвоєння; вид взаємодії особистості чи соціальної групи з соціальним середовищем.

Соціальна адаптація – це інтегративний показник стану індивіда, що відображає його можливості виконувати певні біосоціальні функції, а саме: адекватне сприйняття оточуючої дійсності і власного організму; адекватна система ставлення і спілкування з оточуючими; змінність (адаптивність) поведінки відповідно до рольових очікувань інших.

Соціальна адаптація є одним із основних механізмів соціалізації, одним із шляхів більш повної соціалізації.

Змістом соціальної адаптації є зближення цілей і ціннісних орієнтацій групи і індивіда, який входить в неї, засвоєння ним норм, традицій, групової культури, входження в рольову структуру групи.

У ході соціальної адаптації здійснюється не тільки пристосування індивіда до нових соціальних умов, а й реалізація його потреб, інтересів і прагнень; особистість входить у нове соціальне оточення, стає його

повноправним членом, самостверджується і розвиває свою індивідуальність. У результаті адаптації формуються соціальні якості спілкування, поведінки і діяльності, що прийняті в суспільстві, завдяки яким особистість реалізовує свої прагнення, потреби, інтереси і може самовизначитися.

Процес соціальної адаптації передбачає прояв різноманітних комбінацій прийомів, способів, стратегій соціальної адаптації. Поняття "стратегія" в загальному можна визначити як спрямовуючий, організуючий спосіб ведення дій, поведінки, розрахованих на досягнення не випадкових, щоденних, а значущих, визначальних цілей.

Стратегія соціальної адаптації являє собою індивідуальний спосіб адаптації особистості до суспільства і його вимог. Для нього визначальним є досвід ранніх дитячих переживань, неусвідомлюваних рішень, що приймаються відповідно до суб'єктивної схеми сприйняття ситуацій, і свідомий вибір поведінки, зроблений відповідно до цілей, прагнень, потреб, системи цінностей особистості.

Стратегії соціальної адаптації індивідуальні і неповторні для кожної особистості, але можна виділити деякі ознаки і риси, що є загальними, характерними для ряду стратегій адаптації.

Науковці визначають такі стадії соціальної адаптації :

1. Початкова стадія, коли індивід, який адаптується, лише вловлює правила поведінки, але система цінностей соціуму ним ще не визнається.
2. Стадія терпимості, коли і соціальне середовище, і індивід визнають рівноцінність еталонів поведінки у ставленні один до одного.
3. Стадія пристосування, «акомодації» – пов'язана із взаємними поступками: індивід визнає і приймає систему цінностей середовища, але її представники цього середовища визнають деякі його цінності.

4. Стадія повної адаптації, "асиміляції", коли індивід відмовляється від попередніх зразків та цінностей і повністю приймає нові.

Умовою успішної адаптації можна вважати оптимальне поєднання двох аспектів соціальної адаптації: акомодатії як засвоєння правил середовища і асиміляції як перетворення середовища.

Розрізняють індивідуальні стратегії адаптації в зв'язку з пошуковою активністю особистості, що спрямована на вдосконалення системи взаємодії з оточуючим середовищем і з самою собою. Пасивна стратегія найбільш характерна для людей, які знаходяться в стані соціального чи емоційного шоку, і виявляється в прагненні людини захистити себе насамперед як біологічну одиницю, залишити незмінним минулий спосіб життя, використати налагоджені й ті, що були раніше ефективними, стереотипи взаємодії з оточенням і з самою собою. Ядром пасивної системи адаптації є негативні емоційні переживання: тривога, відчуття втрати, нездоланності перешкод; минуле здається прекрасним незалежно від реальності; частішають агресивні реакції у ставленні до оточуючих і до себе; людина боїться взяти на себе відповідальність за прийняття ризикованих рішень.

Пасивна стратегія формує певний тип особистості, в структурі якої домінуюче місце займають надобережність, педантичність, ригідність, надання переваги регламентації над будь-якою творчою активністю, орієнтація на прийняття колективно виробленого рішення, потяг до знеособлення, беззастережне прийняття соціальних норм, відповідальне виконання звичних обов'язків.

Активна стратегія адаптації – стратегія, що центрована на внутрішньо особистісних і зовнішніх соціальних перебудовах особистості, на зміні попереднього способу життя, на переборенні труднощів і руйнуванні відносин, що її не задовольняють. При цьому людина орієнтується на власні резерви, готова і здатна відповідати за свої дії і рішення. В основі активної

стратегії адаптації лежить реалістичне ставлення до життя, здатність бачити не лише негативні, а й позитивні сторони дійсності; людина сприймає перешкоди як такі, що можна здолати. Поведінка характеризується цілеспрямованістю і організованістю. Центрована на переборенні, активна стратегія формує відповідний тип особистості, для якого властиві: соціальна спрямованість дій і рішень; соціальна впевненість і впевненість у собі; висока особиста відповідальність, самостійність, комунікабельність; високий рівень домагань і висока самооцінка; емоційна стійкість.

Науковці стверджують, що **адаптаційні процеси виявляються у трьох формах**, які характеризуються різним співвідношенням стихійних і свідомих механізмів пристосування:

1. переважно стихійне протікання адаптаційних процесів виявляється в незадоволеності людиною умовами її самореалізації без достатнього усвідомлення шляхів виходу з існуючого стану. У цьому випадку завершенням адаптаційних процесів є відмова (повна або часткова) від суспільно-корисної діяльності, переміщення центру активності особистості у сферу дозвілля чи самореалізація людини в альтернативних групах, що не входять в соціальну структуру суспільства. У сучасних умовах ці процеси знаходять своє вираження у переорієнтації людини на саму себе: найрізноманітніші оздоровчі системи, нетрадиційні способи психологічної і фізіологічної самореалізації та ін.;

2. характеризується приблизно рівним співвідношенням стихійних і свідомих елементів, що виявляється в конструюванні ідеальних моделей уявлюваної діяльності без реального їх втілення. Результат цієї форми адаптації особистості - створення різних соціальних утопій і їх пропаганда;

3. переважання свідомих елементів, що відображається у формуванні життєвих планів особистості, цілеспрямованій життєдіяльності. Ця форма адаптації найбільшою мірою сприяє справжній самореалізації особистості і її перетворенню в суб'єкт суспільного розвитку.

Важливими компонентами соціальної адаптації є: узгодження оцінок, домагань індивіда, його особистих можливостей (реальний і потенційний рівень) із специфікою соціального середовища; цілей, цінностей, орієнтацій особистості із здатністю до їх реалізації в конкретному соціальному середовищі. Адаптація є однією з сторін процесу соціалізації, який обов'язково проходить індивід у ході свого життя. Крім того, в життєвій практиці індивідам, сім'ям, групам доводиться знову здійснювати адаптацію у випадку нормальної чи катастрофічної зміни соціального оточення чи свого статусу в ньому (зміна місця роботи, втрата роботи, переїзд, вимушене переселення, набуття інвалідності тощо).

Успішність адаптації значною мірою залежить від адаптаційного потенціалу особистості. Адаптаційний потенціал – ступінь прихованих можливостей суб'єкта оптимально включатися в нові чи змінені умови оточуючого соціального середовища. Він пов'язаний з адаптивною підготовкою - накопиченням людиною досвіду діяльності з пристосування до соціальних умов. Зовнішні труднощі, хвороба, стан затяжної екстремальності, голод тощо знижують адаптаційний потенціал індивіда, і при зустрічі з ситуацією, що загрожує його життєвим цілям, може виникнути дезадаптація. Різні форми асоціальної активності - наркоманія, алкоголізм, психічна напруженість - наслідок невдалої соціальної адаптації чи дезадаптації. Саме з людьми, соціально дезадаптованими чи для яких є характерним переважання неадекватної активності, найчастіше всього доводиться взаємодіяти соціальному працівникові.

Дезадаптивна поведінка є двох типів.

1. Поведінку агресивного типу у найпростішій формі можна представити як атаку на перешкоду чи бар'єр. Але при усвідомленні можливої чи реальної небезпеки агресія може бути спрямована на випадковий об'єкт, на сторонніх людей, не пов'язаних з її причинами. Вона

виражається в грубості, різких спалахах гніву з незначного приводу або і зовсім без видимих причин, в незадоволенні всім, що відбувається, особливо вимогами, які висуваються перед агресивною особистістю.

2. Втеча від ситуації – заглиблення людини в свої переживання, спрямування всієї її енергії на генерацію власних негативних станів, самокопання, самозвинувачення тощо. У неї розвиваються тривожно-депресивні симптоми. Людина починає бачити в самій собі джерело всіх бід, відчуває повну безвихідь, тому що вплинути на середовище і ситуацію вважає себе нездатною. Такі люди замкнуті, заглиблені в світ важких роздумів.

Для визначення ситуації норми адаптації використовується термін "стійка адаптація" (синонім - норма, здоров'я). При зміні звичних умов життя з'являються чинники, що вносять дезорганізацію в психічну діяльність. У цьому випадку повинен включитися механізм переадаптації. Під переадаптацією розуміється процес переходу із стану стійкої адаптації у звичних умовах у стан відносно стійкої адаптації в нових незвичних (змінених) умовах існування або результат цього процесу, що є успішним для особистості.

Процес переадаптації проходить декілька стадій.

1. **Підготовча стадія** має місце в тому випадку, коли людина знає про зміни чи передбачає їх з певним ступенем ймовірності. У цій ситуації вона накопичує певну інформацію про середовище, в якому їй потрібно буде жити і діяти, створюючи, таким чином, інформаційне поле, яке стане одним із джерел формування адаптаційних механізмів.

2. **Стадія стартової психічної напруги** – пусковий момент в дії механізму переадаптації. Стан людини при цьому можна порівняти з переживаннями перед спортивними змаганнями, виходом на сцену тощо, коли відбувається мобілізація психічних і особистісних ресурсів.

3. **Стадія психічних і особистісних реакцій входу** (первинна дезадаптація) – стадія, на котрій особистість починає відчувати на собі вплив психогенних факторів змінених умов існування.

Стан дезадаптації можна розглядати з двох сторін. По-перше, як відносно короткочасний ситуативний стан, що є наслідком впливу нових, незвичних подразників зміненого середовища і який сигналізує про порушення рівноваги між психічною діяльністю і вимогами середовища, а також спрямовує до переадаптації. У цьому випадку дезадаптація - необхідний компонент адаптаційного процесу. По-друге, дезадаптація може бути достатньо складним і тривалим психічним станом, що викликаний функціонуванням психіки на межі її регуляторних та компенсуючих можливостей чи в позамежовому режимі, який відображається в неадекватних реагуванні й поведінці особистості. Тому ситуація входу може мати два ймовірних продовження: вихід на переадаптацію, коли пристосування людини до нових умов закінчується етапами психічної напруги чи гострої психічної реакції виходу, чи вихід на дезадаптацію.

3. У соціальній роботі для розробки ефективних технологій слід враховувати різні види соціальної адаптації. **Повна соціальна адаптація включає фізіологічну, управлінську, економічну, педагогічну, психологічну і професійну адаптацію.**

Управлінська (організаційна) адаптація. Без управління неможливо створити сприятливі умови (на роботі, в побуті) для адаптації, впливати на неї, забезпечуючи діяльність, що відповідає інтересам суспільства і особистості. Управління може здійснюватися не лише в руслі впливу соціальних інститутів на особистість, а й у руслі самоуправління. Останнє вимагає вимогливого, самокритичного ставлення людини до самої себе, до своїх думок і вчинків.

Економічна адаптація. Це дуже складний процес засвоєння нових соціально-економічних норм і принципів економічних відносин індивідів, суб'єктів. Не можна говорити про повноцінну соціальну адаптацію людини, якщо вона бідна чи безробітна.

Педагогічна адаптація. Це пристосування до системи освіти, навчання і виховання, які формують систему ціннісних орієнтирів індивіда.

Психологічна адаптація. У психології адаптацію розглядають як процес пристосування органів чуття до особливостей діючих на них стимулів і запобігання надмірному навантаженню на рецептори.

У 1936 р. канадський фізіолог Г.Сельє ввів поняття «стрес» і «адаптаційний синдром». **Стрес** – це стан психологічної напруженості в процесі життєдіяльності у складних умовах як повсякденного життя, так і за особливих обставин. **Адаптаційний синдром** – це сукупність реакцій організму людини у відповідь на несприятливий вплив.

Стрес – невід'ємний супутник життя. Він може не тільки знизити, а й підвищити стійкість організму до шкідливих хвороботворних факторів. Нормальна життєдіяльність людини немислима без певного ступеня фізичного і нервово-психічного напруження. Людині властивий певний оптимальний тонус напруги. Кожна людина повинна вивчити себе і знайти той рівень напруги, за якої вона відчуває себе найбільш "комфортно", незалежно від того, яке заняття вона собі вибрала.

Професійна адаптація – це пристосування індивіда до нового виду професійної діяльності, нового соціального оточення, умов праці і особливостей конкретної спеціальності.

Технології адаптації – технології, що забезпечують відтворення процесів включення особистості в групи, колективи, в нові умови соціального середовища, діяльності, відносин.

Адаптаційні технології характеризуються узгодженням бажаного суб'єктом з його можливостями і реальністю соціального середовища, тенденціями їх розвитку.

Адаптаційний процес відображує: предмет адаптації; час (необхідний і реальний) адаптації; показники адаптації; ефективність адаптації; особливості взаємодії (бажані та реальні) учасників адаптаційної технології; середовище адаптації; умови адаптації; специфіку й рівень управління технологією адаптації.

Основні процедури технології адаптації:

1) визначення цілей спільної діяльності суб'єктів даної технології. Операції: діагностика інтересів і потреб суб'єктів; вияв та аналіз ступеня збігів і відмінностей; прогноз сумісності дій; часовий інтервал; ступінь стійкості; вплив наслідків спільних дій на інтереси та потреби суб'єктів;

2) розробка програми спільних дій. Операції: характер соціальних дій; нормативи (тенденції) зближення соціальних характеристик; напрями, показники зміни середовища спільної діяльності; визначення обсягу затрат суб'єктів;

3) організація адаптаційного процесу. Операції: самоорганізація і управління; діагностика процесу; аналіз ефективності процесу адаптації; корекція.

Система методів соціальної адаптації включає в себе такі методи, що застосовуються при реалізації інших функціональних процедур технологій соціальної роботи: інформаційно-консультативної бесіди, метод підтримки і

стимулювання нових навичок, моделей поведінки, адаптаційні тренінги, персональний соціальний патронаж та ін.

Тема 9 : ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

План

1. Сутність поняття «людський капітал»
2. Зовнішні та внутрішні чинники впливу на формування ЛК.

Література [1; 6; 7; 8; 10; 16; 23; 33; 37; 40]

Конкурентоспроможність сучасних економічних систем визначається використанням не тільки новітніх технологій, а також і рівнем професіоналізму, знань, досвіду втілених в людському капіталі. Людський капітал забезпечує впровадження нових технологій, зростання продуктивності праці, збільшення обсягів ВВП, поліпшення добробуту громадян. Концепція людського капіталу отримала міжнародне визнання у другій половині XX ст.

Поняття «людський капітал» постійно розширюється. В цілому, під ним розуміють сукупність сформованих і розвинутих внаслідок інвестицій продуктивних здібностей, особистих рис і мотивацій індивідів, що перебувають у їхній власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на зростання доходів свого власника та національного доходу.

У сучасних умовах саме людський капітал визначає межі та можливості технологічної, економічної і соціальної модернізації суспільства та формує нову галузь суспільного виробництва – індустрію інформаційно-інтелектуальних продуктів. Для сучасного суспільства характерними є активні процеси створення нових знань, використання і розповсюдження інформації, що створює передумови для появи і розвитку нових якостей людського капіталу, які втілюється в його інноваційних формах. Серед яких:

комп'ютерна грамотність, вміння користуватися Інтернетом, володіння іноземними мовами тощо.

Чинники впливу на розвиток людського капіталу та формування його інноваційних форм доцільно розділити на **внутрішні і зовнішні** залежно від середовища їх виникнення. Внутрішні та зовнішні чинники формування та розвитку інноваційного людського капіталу тісно взаємопов'язані, постійно змінюються та впливають один на одного. Внутрішні чинники формування інноваційного людського капіталу складаються з певних характеристик окремих індивідів з притаманними їм вродженими та набутими властивостями.

Кожен носій людського капіталу має унікальні характеристики, які сформувалися під впливом певних чинників, і включають рівень здоров'я, освіти, кваліфікації, компетенції, особистих якостей, мотивації.

Сучасний етап розвитку економіки надає значні можливості носіям людського капіталу для розвитку своїх здібностей та забезпечення найвищих потреб саморозвитку та самореалізації. Слід підкреслити, що саме носії інноваційних форм людського капіталу займаються вищою формою продуктивної праці – творчістю, тобто працею, спрямованою на генерацію нових ідей та продуктів.

Учені виділяють три складові трудової діяльності людини: **регламентована праця, інноваційна праця та духовна праця**. Саме інноваційна та духовна праця є джерелами зростання добробуту будь-якої країни. Мотивація інноваційної праці визначається багатьма чинниками, серед яких слід відзначити матеріальну зацікавленість і психологічне задоволення від праці. Тут матеріальна винагорода не завжди є вирішальним чинником для індивіда, оскільки йдеться про носіїв творчого потенціалу. Важливішими стають самореалізація, досягнення успіху у своїй професії, свобода у виборі роботодавця, умов праці і економічна незалежність у прийнятті рішень, свобода пересування. Важливою для творчої особистості є

потреба накопичення свого людського капіталу, яке відбувається через інвестування у свою освіту, здоров'я, культуру тощо.

Відзначимо, що в традиційній економіці інвестором людського капіталу виступав, як правило, роботодавець, що обумовлювало низький рівень мобільності людських ресурсів. У сучасній економіці інвестором є сам власник людського капіталу, який самостійно приймає рішення про інвестування, беручи на себе економічну відповідальність і одночасно отримуючи свободу й незалежність, а відповідно і високий рівень мобільності. Таким чином, **основним внутрішнім фактором є мотивація індивіда, спрямована на задоволення його потреб, а збільшення частки творчої компоненти в структурі праці зумовлює переважання потреб вищого рівня в системі мотиваційних факторів.** Зміна внутрішніх чинників людського капіталу значною мірою обумовлена процесами, які відбуваються у зовнішньому середовищі людського капіталу.

Серед основних факторів зовнішнього середовища слід виділити систему освіти, інформаційно-комп'ютерні технології, процеси глобалізації, трансформацію ринку праці.

Розглянемо більш докладно названі вище фактори зовнішнього середовища. Саме освіта є початковою стадією інвестування в людський капітал. На цьому етапі індивід збільшує свій запас людського капіталу (рівень освіти), що з часом призводить до зростання продуктивності праці. Високий рівень освіти сприяє підвищенню продуктивності праці та отриманню вищих індивідуальних доходів. Це, в свою чергу, обумовлює збільшення споживчих витрат і ринкового попиту, виступаючи стимулом для розвитку, і, як наслідок, прискорює економічне зростання.

Освіта в сучасних умовах стає все більш відкритою і доступною для багатьох людей, які мають потребу й бажання покращувати свої знання, професійні якості, компетенції. Поряд із звичайними формами навчання активно розвиваються дистанційні, зокрема он-лайн, які й обумовлюють доступність освіти.

Он-лайн освіта стала можливою завдяки активному розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ). Інформаційно-комп'ютерні технології все інтенсивніше проникають і в трудову сферу, під їх впливом змінюється структура зайнятості, підвищується рівень мобільності робочої сили, зростають вимоги до освітнього і професійного рівня працівників, а також рівня навичок у користуванні ІКТ. Зниження цін на послуги зв'язку робить Інтернет більш доступним. Аналіз свідчить, що існує безпосередній зв'язок між валовим національним доходом і вартістю Інтернет-послуг. Доступність Інтернету є важливим фактором для використання нових можливостей у сфері зайнятості. З іншого боку – стали говорити про появу нової категорії людей – «цифрові аборигени» (люди, які використовують інформаційно-комунікаційні технології в своєму повсякденному житті не менше 5 років).

Чинником, який впливає на мобільність людського капіталу є глобалізація, яка являє собою неухильне зростання взаємозалежності економік окремих країн та регіонів і формування глобальних ринків, в тому числі і глобального ринку праці. Глобальний ринок праці відкриває нові можливості завдяки технологіям та інвестиціям, підвищує рівень мобільності працівників, що зумовлює зростання рівня конкуренції між ними. Разом з тим глобалізаційні процеси диктують нові вимоги до робочої сили з точки зору її професійності, мобільності, рівня володіння новими технологіями. Глобалізація, інформаційно-комп'ютерні технології обумовлюють трансформацію ринку праці та формування віртуального ринку праці.

Такі зміни на ринку праці обумовлюють активний розвиток дистанційних форм зайнятості, серед яких слід відзначити електронний фріланс, який по суті є інноваційною формою людського капіталу.

Електронний фріланс – форма самозайнятості, за якої індивіди за допомогою веб-ресурсів шукають замовників з усього світу, виконують проекти, приймають оплату за допомогою платіжних систем.

Таким чином, **інноваційний людський капітал** складається з фахівців, які використовують свої професійні знання і навички для створення нового в будь-якій сфері економічної діяльності з використанням інформаційно-комп'ютерних технологій.

Тема 10: ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

План

1. Особливість цифрової економіки
2. Людські ресурси в умовах цифрового середовища

Література [1; 7; 8; 12; 33]

Нині актуальності набуває цифрова економіка. Вона включає в себе комерційну діяльність з виробництва та продажу електронних товарів і послуг, зокрема сервіси щодо надання он-лайн-послуг, інтернет-магазини, інформаційно-рекламні сайти, тобто до неї входять практично всі способи заробітку за допомогою мережі Інтернет. Разом з тим збільшення швидкості передачі даних, інтенсивне використання програмних пристроїв, 3Д-друк, BigData, нові матеріали змінюють уклад життя та структуру багатьох економічних зв'язків уже упродовж одного-двох десятиліть. Нові технології призведуть до істотного скорочення зайнятості у багатьох професіях, а потім, можливо, і знищать їх. Для ринку праці це означатиме скорочення рутинних операцій та розширення сфер застосування інтелекту, креативу та нових цифрових навичок. Експерти прогнозують, що у найближчі два десятиліття зникнуть близько 50 % професій.

Володіння цифровими навичками нині стає не лише вимогою до спеціалістів, яких беруть на роботу, але й у повсякденному житті. Зокрема, вміння користуватися пошуковими системами, електронною поштою, здійснювати інтернет-покупки є вже недостатніми. У провідних країнах світу реалізуються загальнодержавні програми передачі цифрових технологій

людям, яких навчають застосуванню просунутих програмних продуктів. Також у процесі підготовки працівників робітничих спеціальностей використовуються у навчанні основи програмування, оскільки у подальшому доведеться працювати на цифровому обладнанні. Крім того, активно розвивається самозайнятість, яка також вимагає від підприємців володіння сучасними цифровими технологіями. З іншого боку, досвід розвинених країн світу показує, що в умовах цифровізації економіки найвище цінуються знання, інформація та творчість, а також уміння їх своєчасно обробити, подати та використати. Необхідно констатувати зміну самого характеру праці та трудових відносин, оскільки прискореними темпами відбувається зростання кількості не лише бізнес-процесів, що здійснюються он-лайн, а й практично усіх інших сфер життя. І хоча цифрові технології дають змогу підвищити ефективність бізнесу, однак креативний співробітник, на думку найкрупніших компаній світу, залишається основною діючою особою в економіці.

Правильна комбінація людських ресурсів та цифрових технологій у бізнесі стає однією із найбільш актуальних проблем для сучасних підприємців.

На думку експертів, через цифровізацію у майбутньому мільйони робочих місць будуть замінені робототехнічним капіталом, але на людський креативний капітал завжди буде попит. Людський капітал на підприємствах є ефективним стимулом для зростання. Незважаючи на те, що керівники підприємств вважають навички використання цифрових технологій важливими, однак спостерігається значний попит на такі особистісні якості, як здатність працівників пристосовуватися до нових умов, творчий підхід до вирішення завдань та лідерські якості. Тобто для керівників бізнесу особливою цінністю є симбіоз технологій та спеціалістів з творчими здібностями, що притаманні, як правило, унікальним працівникам, які володіють здатністю просування інновацій. Керівники компаній вважають, що їм необхідно активно використовувати інноваційний, цифровий,

технологічний та креативний потенціал для отримання у подальшому максимальних переваг. При цьому їм потрібні такі людські ресурси, які будуть здатні супроводжувати ці інвестиції. Тому сьогодні нагальною проблемою є пошук спеціалістів з професійними та креативними навичками. Велика частка (75 %) керівників компаній світу зазначає дефіцит кваліфікованих кадрів. Високий рівень людського креативно-інтелектуального потенціалу буде важливим ресурсом економічного зростання.

Адже людина без креативного мислення у недалекому майбутньому може стати зайвою у світі «розумних речей».

У науковій літературі під **креативністю розуміють** (творчі здібності, творча активність, творчий підхід) здатність людини породжувати незвичайні ідеї, мати нестандартні схеми мислення, ефективно та швидко здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій. Серед форм прояву креативності можна виділити інновації, винаходи та відкриття.

Трансформація людського капіталу в умовах цифрової економіки базуються на тому, що чим вищий рівень освіченості і креативності співробітника, тим більше у нього можливостей успішної адаптації до змін у соціально-економічному середовищі. Цифрові технології трансформують людський капітал, висуваючи нові вимоги, в першу чергу, до освіти. У зв'язку з цим необхідно здійснити реформування системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів відповідно до потреб цифрової економіки. Передусім пріоритетним напрямом для підтримки конкурентного рівня професійних здібностей працівників є впровадження концепції безперервності освіти, де важливим є активна роль самого працівника в освітньому процесі.

Сучасний професіонал повинен не лише володіти рядом певних знань та вмінь, а й здатністю генерувати їх упродовж свого життя. Тобто **основною компетентністю сучасного спеціаліста** є постійне оновлення власних знань, вмінь, навичок; постійна перевірка власних знань та навичок; здатність

відмовлятися від застарілих і неефективних способів здійснення своєї діяльності.

Тема 11: ЗАГАЛЬНА КЛАСИФІКАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ

План

1. Сутність та види управлінських технологій
2. Основні процеси, що застосовуються в управлінських технологіях.
3. Література [10; 13; 16; 17; 18; 19; 28; 31; 35]

Ефективність діяльності підприємства, його становища на ринку принципово залежать від стратегії розвитку, вибору і застосування як окремих стратегічних типів управлінських технологій, так і їхніх різних поєднань.

Управлінські технології – це набір управлінських засобів і методів дослідження поставлених цілей організації, які включають:

- методи і засоби збору й обробки інформації;
- прийоми ефективної дії на працівників;
- принципи, закони і закономірності організації й управління;
- системи контролю.

Для фірм і підприємств, які розрізняються за чисельністю, організаційно-правовою формою, організацією технологічного процесу, можуть бути ефективні різні типи управлінських технологій. Залежно від конкретного набору засобів розрізняють декілька основних управлінських технологій:

- управління за цілями;
- управління за результатами;
- управління на базі потреб й інтересів;
- управління на базі активізації діяльності персоналу;
- управління у виняткових випадках;
- управління шляхом постійних перевірок і вказівок;

- управління на основі штучного інтелекту;

Управління за цілями застосовують для середніх і малих підприємств із сильним аналітичним підрозділом. Воно буває простим, цільовим, програмно-цільовим і регламентним. При простому цільовому управлінні керівник організації визначає тільки терміни і кінцеву мету, але не механізм її досягнення. Мета може бути досягнута в будь-який термін або не досягнута зовсім. Такий спосіб управління застосовується в основному в товариствах з обмеженою відповідальністю, що мають чисельність 3-5 чоловік.

Програмно-цільове управління передбачає визначення цілей, механізмів і термінів для кожного етапу досягнення мети. Загальна мета досягається в передбачені терміни. Такий спосіб управління застосовується, як правило, в товариствах з обмеженою відповідальністю і акціонерних товариствах усіх типів. Регламентне управління застосовується на рівні економіки в цілому. При цьому визначаються кінцева мета і обмеження за параметрами і ресурсами. Причому мета досягається обов'язково, але терміни її досягнення встановити важко.

Управління за результатами ґрунтується на посиленні функції координації й інтеграції діяльності всіх підрозділів. Ця технологія ефективна в середніх і малих організаціях, де невеликий час між ухваленням рішення і його результатом. Для реалізації технології необхідне створення в межах відділів аналітичних груп з галузей психології, соціології й економіки, що являють собою матричну структуру управління. Завдання групи: аналіз поточної інформації, проведення дослідів, визначення проблем і підготовка пропозицій з коригування тактичних і стратегічних рішень.

Управління на базі потреб та інтересів засноване на стимулюванні діяльності людини через його потреби й інтереси, до яких належать основні потреби в їжі, житлі, відпочинку, підтримці здоров'я, соціальні потреби в

творчій праці, сім'ї, порядку й стабільності, інтереси матеріальні, соціальні та естетичні. Цю технологію управління рекомендується використовувати в локальному масштабі (малих містах, селищах тощо), де діяльність організації безпосередньо впливає на муніципальну інфраструктуру.

Управління на базі активізації діяльності персоналу реалізується шляхом стимулювання (морального і матеріального) персоналу і мобілізації його інтелектуального потенціалу. Основне завдання такого роду управління полягає у впливі на емоційний стан людини. Застосовується в організаціях найрізноманітніших форм.

Управління у виняткових випадках полягає в чіткому розподіленні всіх управлінських і виробничих функцій. Основний формальний керівник здійснює лише зв'язки із зовнішнім середовищем. Управління у виняткових випадках застосовується в організаціях, які працюють за жорстко регламентованою технологією, де передбачається чіткий розподіл усіх управлінських і виробничих функцій. Крім того, ця технологія ефективна в організаціях з функціональною структурою управління, де засновники пов'язані між собою дружніми або сімейними стосунками і де засновники або працівники можуть професійно виконувати всі види діяльності. Технологія реалізується шляхом наставництва, колективних форм навчання з індивідуальним контролем, періодичного контролю керівником або фахівцем.

Управління шляхом постійних перевірок і вказівок засноване на жорсткому плануванні діяльності підлеглих і постійному контролю керівника за поточною діяльністю. Воно передбачає лінійну структуру управління і застосовується в невеликих організаціях, де авторитет і професіоналізм керівника беззаперечний.

Управління на базі штучного інтелекту реалізується на основі інформаційних систем із застосуванням сучасних технічних засобів. Ці і ряд

інших типів управління повинні реалізовуватися на базі сучасних інформаційних технологій. Головна вимога до управління підприємством в умовах ринку - забезпечення адаптивності (приспосованості і гнучкості) економіки підприємства до умов господарювання. В рамках одного підприємства (організації) можуть використовуватися різні управлінські технології, а також їх різні поєднання.

Розвиток управлінської думки й практики призвів до формування управлінських технологій. Управлінська технологія є одним із проявів соціальних технологій, що безпосередньо відображає управлінські процеси. Її суть полягає в системному поєднанні наукового знання, управлінських потреб і інтересів суспільства, цілей і функцій державного управління, можливостей і елементів управлінської діяльності. Вона поділяється на послідовно взаємопов'язані процедури і операції, метою яких є досягнення високої ефективності.

Становлення управлінських технологій є наслідком посилення системності державного управління, його наукового осмислення й спробою широкого використання типового, вивіреного досвідом, що дає високі результати.

Зміст управлінської технології полягає в обов'язковому (примусовому) масовому використанні в управлінській діяльності кращих, передових досягнень науки, мистецтва й досвіду державного управління. Тому, в якості управлінської технології слід розглядати тільки ту організацію управлінської діяльності, яка відрізняється раціональністю і ефективністю.

У залежності від специфіки державних органів і керованих об'єктів розрізняють різні види управлінських технологій:

- діагностування, проектування й реформування відповідних підсистем;
- інформаційні, впроваджувальні й навчальні технології;

- вирішення соціальних конфліктів;
- інноваційного розвитку керованих компонентів.

Виділяють декілька аспектів управлінської діяльності, де в сучасних умовах запровадження управлінських технологій є вкрай актуальним. Перш за все, це:

- процеси прогнозування, програмування, оцінки й моніторингу суспільного розвитку і, відповідно, реформування організації й функціонування компонентів суб'єкта державного управління;
- установлення загальних, уніфікованих показників, які адекватно характеризують відповідні процеси, і систематизація таких показників, з тим, щоб вони змальовували реальну картину суспільної життєдіяльності;
- створення організаційних і технологічних умов для оперативної й поточної передачі необхідної інформації через усі структурні підсистеми;
- застосування ідентичних методів, процедур і операцій аналізу й характеристики об'єктів, що вивчаються й програмуються;
- програмування й планування комплексного розвитку території;
- підготовка, прийняття й реалізація управлінських рішень, починаючи із уніфікованої мови і закінчуючи графічними формами конкретних документів;
- технології контролю, пов'язані з безперервним спостереженням за керованими процесами, їх вивченням, вимірюванням і порівнянням, об'єктивним співставленням їх з управлінськими моделями, які виражені в рішеннях, їх нормах і вимогах;
- технології організаційних форм управлінської діяльності.

Забезпечення ефективності і раціональності функціонування системи державного управління без розробки і освоєння управлінських технологій за всіма найважливішими аспектами організації і функціонування державного управління не можливе.

Тема 12 : РІЗНОВИДИ УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ

План

1. Технології прийняття рішень
2. Технології проектування
3. Технології управлінського контролінгу

Література [10; 13; 16; 17; 28; 31; 35]

Технології прийняття рішень

Кожне управлінське рішення має свій конкретний результат, тому метою управлінської діяльності є пошук таких форм, методів, засобів та інструментів прийняття рішень, які могли б сприяти досягненню оптимального результату за конкретних умов і обставин.

Технологія прийняття управлінського рішення має охоплювати такі стадії:

Стадія підготовки – проводиться економічний аналіз ситуації на мікро- і макрорівні, що поєднує пошук, збір, опрацювання інформації, виявлення й формулювання проблем, які потребують розв'язання.

Стадія ухвалення – здійснюються розробка та оцінка альтернативних рішень; добір критеріїв ухвалення оптимального рішення; вибір і прийняття найкращого рішення.

Стадія реалізації – розробляються заходи для конкретизації рішення й доведення його до виконавців; здійснюється контроль за його виконанням; вносяться необхідні корективи; дається оцінка результату, отриманого від виконання рішення.

У найпростішому випадку після виявлення проблеми та встановлення чинників, що призвели до її виникнення, в межах наявних ресурсних чи інституційних обмежень розробляються рішення, з яких вибирається найкраще — те, яке відповідає обумовленим критеріям вирішення проблеми. Кількість запропонованих для розв'язання проблеми варіантів залежить від багатьох чинників, зокрема ресурсів, часу, доступності потрібної для

обґрунтування рішення інформації тощо. Здебільшого через дефіцит часу приймається не найкраще рішення, а те, яке першим спало на думку, якщо воно дає змогу усунути проблему. Після цього пошук і аналіз інформації припиняється.

Необхідним елементом процесу прийняття управлінських рішень є оцінка тих дій, які виконуються на його різних етапах. На етапі діагностики проблеми – це оцінка меж, масштабів і рівня поширення проблеми; на етапі обґрунтування – оцінка різних варіантів, що пропонуються для розв'язання проблеми; на етапі прийняття рішення – оцінка очікуваних наслідків від його реалізації. Для цієї мети використовують критерії.

На першому етапі критеріями розпізнавання проблеми найчастіше слугує поставлена ціль, за відхиленням від якої і виявляють проблему. Отже, керівники всіх рівнів повинні мати чітко сформульовані цілі та завдання своєї діяльності. За відсутності їх появу проблеми відчують суто інтуїтивно або ж за надходженням сигналів, що суттєво ускладнює процес прийняття рішень.

На етапі розробки варіантів розв'язання проблеми застосовують різні критерії, які дають змогу з багатьох пропозицій вибрати ті, що є найкориснішими для організації. Від обґрунтованості цих критеріїв залежить якість управлінського рішення і, зрештою, адаптивність і ефективність організації. Найповніше розроблена система критеріїв для структурованих проблем, для вирішення яких використовуються економіко-математичні методи. Критеріями тут можуть слугувати мінімум витрат чи максимум доходності, термін окупності інвестицій чи найвищий рівень продуктивності праці. Дуже часто критерієм може бути фактор часу, протягом якого рішення втілюватиметься в життя.

Для неструктурованих чи слабо структурованих проблем важко визначити чіткі критерії добору рішень, тому тут може використовуватися система зважених критеріїв, яка за певних умов дає непоганий результат.

Стосовно найбільш складних і важливих рішень доцільно розробляти спеціальні організаційні процедури, визначаючи:

- на якому рівні слід приймати рішення;
- хто готує інформацію, проект рішення та його обґрунтування;
- з якими структурними підрозділами і працівниками узгоджуються рішення;
- хто контролює і відповідає за виконання рішення;
- хто наділяється правом вносити корективи до змісту рішення і строків його виконання;
- яка форма звітності про виконання рішень;
- хто оцінює рішення й дає висновок про ступінь досягнення поставленої мети (ефективність рішення).

Прискорити процес прийняття рішень і підвищити їхню якість можна, дотримуючись таких рекомендацій:

- формулювання проблем, розробка та вибір рішення мають бути сконцентровані на тому рівні ієрархії управління, де для цього є відповідна інформація;
- інформація повинна надходити від усіх підрозділів фірми, що перебувають на різних рівнях управління й виконують різноманітні функції;
- вибір і ухвалення рішення мусять віддзеркалювати інтереси й можливості тих рівнів керування, на які покладатиметься виконання рішення або які заінтересовані в його реалізації.

Успішне керівництво реалізацією рішень потребує не лише раціонального розподілу робіт між підлеглими, але й здатності налаштовувати їх на виконання завдань, виявлення ініціативності. У менеджменті доцільно використовувати всі форми зовнішнього впливу на працівника, щоб він виконував бажані дії переважно за своїми власними мотивами, ніж під впливом формальних інструкцій.

Технології проектування

Організаційне проектування - процес розробки і впровадження структури та процесів організації. Головною метою організаційного проектування є формування системи забезпечення ефективності підготовки і проведення всього комплексу процесів організації.

У загальному методологія організаційного проектування містить такі елементи: об'єкт, завдання, формати, принципи, вимоги, етапи та методи.

При виборі принципів і методів проектування структур управління важливо відійти від уявлення структури як застиглого набору підрозділів, відповідних кожній спеціалізованій функції управління. Організаційна структура управління - поняття багатостороннє, яке включає склад підрозділів, пов'язаних певними відносинами; розподіл завдань і функцій за усіма ланками; розподіл відповідальності, повноважень та прав всередині організації, що відображає співвідношення централізації і децентралізації управління. Механізм управління передусім повинен бути орієнтований на досягнення цілей. Важливими елементами структури управління є комунікації, потоки інформації і документообіг в організації. Нарешті, організаційна структура - це поведінкова система, це люди і їх групи, які постійно вступають у різні взаємостосунки для вирішення загальних завдань.

Об'єктами організаційного проектування є склад і властивості модельованої системи.

Завдання організаційного проектування виходять із системності підходу до формування організаційної структури і полягають у наступному:

- 1) не випустити з уваги жодне з управлінських завдань, без рішення яких реалізація мети виявиться неповною;
- 2) виявити і взаємопов'язати стосовно цих завдань систему функцій, прав і відповідальності по вертикалі управління - від генерального директора підприємства до майстра ділянки;
- 3) дослідити та організаційно оформити всі зв'язки і відносини по горизонталі управління, тобто з координації діяльності різних ланок і органів

управління при виконанні загальних поточних завдань і реалізації перспективних міжфункціональних програм;

4) забезпечити органічне поєднання вертикалі і горизонталі управління, маючи на увазі знаходження оптимального для даних умов співвідношення централізації і децентралізації в управлінні. Все це вимагає ретельно розробленої поетапної процедури проектування структури, детального аналізу і визначення системи цілей, продуманого виділення організаційних підрозділів і форм їх координації.

Принциповою є проблема визначення того, на чому повинна пріоритетно проектуватися, формуватися, функціонувати, спеціалізуватися сучасна організація: на функціях, цілях, проблемах або процесах. Від відповіді на це питання залежить не тільки концептуальна орієнтація проектування організації та управління, але і в цілому ефективність роботи організації.

У загальному процес проектування організаційної структури складається з наступних етапів:

- формування загальної структурної схеми апарату управління;
- розробка складу основних підрозділів і зв'язків між ними;
- регламентація організаційної структури.

До основних методів організаційного проектування відносять:

- метод конструктивних аналогій;
- метод структуризації цілей;
- експертно-аналітичний метод;
- метод організаційного моделювання.

Ці методи мають різну природу, кожний з них окремо не дозволяє вирішити всі важливі проблеми побудови організаційної структури апарату управління і мають застосовуватись в органічному поєднанні з іншими.

Технології управлінського контролінгу

Контролінг – система управління процесом досягнення кінцевої мети підприємства та результатів його діяльності через систему управління прибутком підприємства.

Контролінг забезпечує інформаційно-аналітичну підтримку процесів розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень для будь-якого суб'єкта господарювання (підприємства, корпорації, органу державної влади).

Основне завдання контролінгу полягає у визначенні для суб'єкта господарювання напрямку докладання зусиль персоналом, який гарантуватиме існування його в перспективі. Концепція контролінгу націлює керівництво на формування і досягнення довготермінових цілей, з яких випливають і формуються тактичні, які скоординовано спрямовують роботу всіх співробітників підприємства.

У різних країнах, менеджери (контролери), що здійснюють контролінг, можуть мати різний ухил. Так, наприклад у США є сильний фінансовий ухил (бюджетування, керування страховками, керування податковою стороною тощо), а в Німеччині більш розвинене керування витратами і їх планування і т. ін.

Практику контролінга було запозичено з Великої Британії як частину загальноприйнятої практики бізнесу відповідно до вимог правил «Company Acts», що дійшли до нас із 1700-х років. Сам термін «controlling» зародився в Америці, в 70-ті роки поняття «контролінгу» перекочувало в Західну Європу, а пізніше, на початку 90-х — у СНД. У визначенні термін поєднує 2 складові: контролінг як філософія і контролінг як інструмент: Контролінг – філософія і спосіб мислення керівників, орієнтовані на ефективне використання ресурсів і розвиток підприємства (організації) у довгостроковій перспективі.

Контролінг – орієнтована на досягнення цілей інтегрована система інформаційно-аналітичної й методичної підтримки керівників у процесі

планування, контролю, аналізу й прийняття управлінських рішень у всіх функціональних сферах діяльності підприємства.

Контролінг – технологія керування різними напрямками фінансово-господарчої діяльності компанії, що включає в себе: визначення цілей діяльності; відбиття цих цілей у системі ефективних і збалансованих показників (KPI); регулярний контроль (вимірювання) фактичних значень показників; аналіз і виявлення причин відхилень фактичних значень показників від планових; прийняття на цій основі управлінських рішень задля мінімізації відхилень.

Цільове завдання контролінгу – побудова на підприємстві ефективної системи розробки, прийняття і реалізації управлінських рішень.

Основні завдання, які потрібно розв'язати: Оптимізація керування організаційною структурою компанії. Організація ефективної системи обліку операцій і результатів. Впровадження систем планування, контролю й аналізу діяльності. Забезпечення мотивації персоналу в підвищенні ефективності роботи компанії. Автоматизація систем обліку й керування компанією.

Отже, сучасний менеджмент – гнучка організаційна система управління й водночас складний соціально-економічний, інформаційно-технологічний процес, що використовуються для зміни станів і особливостей об'єкта управління.

Нові умови вимагають нових підходів до управління: на перший план виходять ринкові критерії ефективності, постійні зміни у зовнішньому середовищі змушують організації розробляти більш складні системи управління, застосовувати різноманітні інструменти - бенчмаркінг, реінжиніринг, аутсорсинг, функціонально-вартісний аналіз, удосконалювати організаційну структуру управління тощо. Поява нових можливостей і небезпек породжує у системі менеджменту організації виникнення додаткових завдань і відповідних методів реагування залежно від напрямку цих змін.

Удосконалення організаційної структури в сучасних умовах передбачає процес внесення корективів в організаційну структуру підприємства, використання різних методів проектування організаційної структури, заохочення працівників до виконання поставлених цілей, що дозволить їм краще оцінити свою причетність і посилить їх відповідальність за намічені зміни.

Тема 13 : ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ

План.

1. Технології формування позитивного іміджу
2. Соціально-психологічна сутність іміджу.
3. Властивості іміджу.
4. Корпоративна реклама.
5. Іміджева атрибутика організації.
6. Репутаційний менеджмент як спосіб позиціонування організації.

Література [10; 17; 18; 24]

1. Технології формування позитивного іміджу

Одним із важливих аспектів загального сприйняття й оцінки організації є враження, яке вона справляє, або її імідж (образ). Поняття «імідж» походить від латинського *imago*, що пов'язане з латинським словом *imitari*, тобто «імітувати». Імідж – мислене уявлення про людину, товар чи інститут, яке цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою публіситі, реклами або пропаганди.

Для налагодження плідних і взаємовигідних відносин між організацією та різноманітними групами громадськості, піарменеджери

намагаються подати її соціальному оточенню у привабливому, а іноді – у спрощеному вигляді. Імідж можна спрямовано формувати, уточнювати або переробляти з допомогою модифікації діяльності, вчинків і заяв соціального суб'єкта.

Головна функція PR-фахівців : формувати, захищати та зміцнювати найбільш цінний капітал організації, особи, країни – **репутацію**.

2. Соціально-психологічна сутність іміджу

Вивчаючи соціально-психологічну природу іміджу, слід дослідити поняття соціального стереотипу. Вперше воно було введено в науковий обіг американським дослідником засобів масової інформації У. Ліппманом для позначення поширених у громадській думці упереджених уявлень про членів різноманітних національно-етнічних, соціально-політичних та професійних груп. **Соціальні стереотипи** – це основний розумовий матеріал, на якому будується буденна масова свідомість. **Стереотипізація** процесу мислення у психологічній площині пов'язана з установкою, що формується на основі попередньої практики людей, їх діяльності і залежить від накопиченого ними досвіду. Стереотипи мають об'єктивну природу та є невід'ємною властивістю психіки людини узагальнювати.

Стереотип, як і будь-яке психічне утворення, поєднує у собі дві взаємодіючі засади – **знання та ставлення**, кожне з яких може бути домінантою. Для соціального стереотипу переважного значення набуває **ставлення**, тобто емоційно забарвлене оцінювальне утворення. Ступінь істинності оцінок або суджень, які робить індивід на підставі стереотипів (образів), прямо пропорційний глибині його пізнань у тій галузі життя, де вони формуються. Надто важливо, який зміст приховується за стереотипом, як глибоко він охоплює істотні

взаємозв'язки явищ, типові риси, притаманні подіям або цим явищам. Якщо зв'язки, на яких зосереджується увага, або риси, що наголошуються, неістотні та поверхові, то утворюваний **стереотип є викривлений, псевдостереотип (псевдообраз)**.

Якщо зв'язки та риси реальних явищ, охоплених стереотипом, істотні та визначальні, то стереотип наближається до істинного. Він складається і формується за участю логічного мислення, на підставі реального досвіду.

Посилення конкурентної боротьби змушує організації та великі корпорації створювати у масовій свідомості сприятливе ставлення до бізнесу, тому дедалі частіше з'являється необхідність апелювання до громадськості. Так впливає потреба професійних порад з приводу того, як краще, за допомогою яких засобів подати організацію, ідею або товар.

3. Властивості іміджу

Фахівці із теорії паблік рілейшнз виокремлюють три властивості «іміджу корпорації», що мають безпосереднє відношення до роботи засобів масової інформації : неповнота, забарвленість, неточність (викривленість).

Неповнота. По-перше, імідж, що міститься у текстовій інформації, завжди фрагментарний, стислий. У декількох реченнях потрібно сказати про корпорацію якщо не все, то якомога більше. По-друге, проблема виникає тому, що люди постійно прагнуть зробити висновки, і таке прагнення потрібно спрямовувати в бажаному напрямі. Але оскільки імідж – це лише фрагмент, то не кожний здатний з обмеженої кількості інформаційних даних зробити потрібний висновок. По-третє, кожне нове фрагментарне повідомлення віддалене від попереднього та

наступного в часі. Люди в різний час і з різних джерел можуть черпати неоднакові відомості про дану корпорацію.

Інша властивість іміджу – його **забарвлення**. Мається на увазі те, яке забарвлення дістане імідж залежно від часу опублікування та друкованого органу, де подано матеріал.

Неточність (викривленість) іміджу, то проблеми тут виникають у процесі передачі текстів засобами масової інформації. Йдеться, зокрема, про культурний рівень та емоційний стан реципієнта інформації, небажані редакційні правки і скорочення тексту, уточнення редактором його заголовка, що призводить до акцентування не на тому, що передбачав піармен.

Імідж потрібен корпорації для того, щоб люди усвідомлювали й оцінювали її роль в економічному, політичному і соціальному житті конкретної місцевості або країни в цілому. З допомогою іміджу корпорації потрібно справити сприятливе враження про себе не лише серед своїх службовців і цільових груп громадськості, а й у ширшому масштабі – серед людей, які взагалі не мають ніякого відношення до неї або її продукції.

За допомогою створення іміджу корпорації особливо сьогодні піармени прагнуть укорінити ідею соціальної відповідальності, важливості бізнесу в масову свідомість, прищепити людям почуття якщо не власника, то принаймні причетності до великого бізнесу, причетності у сенсі усвідомлення його необхідності в житті кожного індивіда.

Отже, імідж корпорації потрібен для того, щоб впливати на чуття людей. Під **іміджем корпорації**, мається на увазі її узагальнений портрет, який створюється в уяві різноманітних груп громадськості на

основі того, що вона говорить, та, особливо, що робить. Тобто йдеться про його окремі складові, співвідношення та узгодження між ними.

Імідж корпорації має включати такі чотири компоненти:

- *імідж товару* – наскільки якісні й потрібні товари вона виготовляє;

- *імідж управлінський і фінансовий* – чи ефективно вона управляє, чи варто бути її акціонерами;

- *імідж громадський* – чи активна корпорація як член громади;

- *імідж корпорації як працедавця* – чи добре вона платить, поводить się зі службовцями тощо.

Сьогодні до цих компонентів додають широке коло інших, що сприймаються як показники іміджу компанії.

- *технологічний імідж* – оцінюється потенціал науково-дослідних, конструкторських і нових товарних розробок, рівень технологічних можливостей, якість продукції та послуг;

- *маркетинговий імідж* – увага до потреб клієнта, якість рекламної діяльності, комерційні та збутові можливості, рівень інтернаціоналізації;

- *імідж перспективності* – рівень розвитку на початку ХХІ ст, наявність потенціалу для розвитку, активність просування нових сфер діяльності, здатність адаптуватися до змін у суспільстві,

- *імідж корпоративного духу* - близькість до клієнтів, добрий смак, індивідуальність, висока активність;

- *імідж традиційної репутації* – ступінь довіри, стабільність, традиції;

- *імідж управлінців* – професіоналізм менеджерів;

- *імідж соціальної відповідальності* – суспільний внесок, увага до проблем охорони довкілля.

Існують й інші підходи до питань формування іміджу, зокрема управлінський. По-перше, корпорація повинна подаватися як певна «особистість», тобто необхідно якомога краще показати людям

бізнес корпорації. У цьому випадку надто важливими є її зовнішні ознаки, а саме: сучасність приміщень, обладнання, стиль спілкування всередині корпорації тощо.

По-друге, корпорації потрібно мати свою «репутацію», тобто показати, чим вона вже відома. Необхідно поширювати нову інформацію про корпорацію і, безумовно, брати до уваги те, що люди вже щось знають про неї, а тому неминуче ставитимуть запитання.

По-третє, корпорації треба показати свій «характер» (сутність), тобто який насправді її бізнес.

Плануючи і втілюючи в життя програму створення іміджу корпорації, необхідно постійно пам'ятати, що рекламування всіх трьох означених елементів має здійснюватися одночасно, скоординовано, з максимальним урахуванням різноманітних обставин.

Вважається, що, взяті окремо, усі ці зусилля створюють фрагментарні (часткові, закриті) іміджі корпорації. І якщо їх будувати поодиноці, без відповідної координації, то в кінцевому підсумку вони можуть не збігатися за своїм змістом, що небезпечно для іміджу компанії. Отже, важливо стежити за тим, щоб весь каркас іміджу корпорації зводився одночасно, скоординовано й у суворій взаємодії усіх його складових.

Масова свідомість має стійку звичку зіставляти різноманітні об'єкти з певними людськими якостями. Саме такі якості й повинен мати імідж організації. Він має свідчити про те, що організація є «дружньою», «турботливою», «порядною», такою, що «справляє враження», тощо.

Імідж повинен бути **синтетичним**, плануватися для створення певного враження з допомогою використання фірмового знака, торгової марки та сорту товару.

«Образ корпорації» має бути правдоподібним, вірогідним. Нікому не потрібний імідж, якщо він не користується довірою у людей. Імідж повинен ідентифікуватися з конкретною корпорацією або особою.

Імідж має бути пасивним. Оскільки імідж певною мірою відповідає дійсності, то той, хто створює його (у цьому разі корпорація), швидше прагне уподібнитися іміджу, ніж робити імідж своєю подобою. Споживачі (потенційні клієнти) також мають певним чином відповідати іміджеві. Усі ці співвідношення за своєю суттю є пасивними. Спочатку імідж є подобою корпорації, потім корпорація стає подобою іміджу.

Образ має бути яскравим і конкретним. Він краще працює, якщо апелює до почуттів, швидко сприймається, коли зосереджується на певних рисах і яскраво подає одну або декілька характерних ознак корпорації.

Образ корпорації повинен бути спрощеним. Щоб уникнути небажаних ефектів, він має бути простішим, ніж об'єкт, який він репрезентує. Найефективнішим є імідж, який простий і легко запам'ятовується.

Образ має бути до певного ступеня невизначеним. Він перебуває десь між почуттям і здоровим глуздом, між очікуванням і реальністю. Образ повинен витримувати непередбачений розвиток подій та зміни в уподобаннях відповідати бажанням різних людей

З допомогою іміджу корпорації потрібно справити сприятливе враження про себе не лише серед своїх службовців і цільових груп громадськості, а й у ширшому масштабі – серед людей, які взагалі не мають ніякого відношення до неї або її продукції.

4. Корпоративна реклама

1. Злиття або роз'єднання. Якщо одна компанія зливається з іншою або коли велика корпорація розділяється на декілька самостійних фірм, необхідно повідомити громадськість про новий бізнес і його новоутворену структуру. Саме реклама за допомогою інструментів PR дає можливість швидко й ефективно поширити новий імідж.

2. Кадрових змін. Найголовнішим капіталом організації, як правило, є її керівники та службовці. Пабліситі штатних працівників за допомогою PR-реклами не лише справляє враження на громадськість тим, що організація цінує свої кадри та пишається ними, але й сприяє згуртуванню співробітників самої організації в «єдину команду» навколо такого іміджу.

3. Повідомлення про ресурси організації. Інвестиції організації в наукові дослідження та нові технологічні розробки засвідчують, що вона має серйозні наміри, дбає про своє майбутнє, а це вже є цінність, яку треба рекламувати. Повідомлення про обсяги послуг, які надає організація, теж можуть додати багато цінного до соціальної складової її іміджу.

4. Інформування про виробничі потужності та послуги. Здатність організації забезпечити вчасне постачання якісної продукції – це те, що дуже високо цінується клієнтами. Саме цю здатність організація повинна рекламувати. Так само клієнти мають

знати про її можливості надавати високоякісні й потрібні послуги. Надійність організації – це риса, яка зміцнює її імідж.

5. Інформування про історію розвитку. Зростаюча фірма, яка постійно розвивається і міцніє, вміє користуватися своїми можливостями, є такою організацією, з якою люди бажають мати справу. Це також саме та організація, на яку люди бажатимуть працювати. Таким чином, подання історії розвитку заслуговує на увагу під час поширення нетоварної реклами, тобто PR-реклами іміджу.

6. Наголошення на фінансовій міцності й стабільності. Картина фінансової міцності й стабільності – це те, що люблять демонструвати компанії та організації. Реклама іміджу, що наголошує на міцному фінансовому становищі, завойовує довіру й залучає клієнтів та інвесторів до організації.

7. Повідомлення про клієнтів компанії. Клієнти також можуть бути інструментом реклами іміджу. Широковідомі персони, які користуються продукцією організації, – вагомий аргумент для розширення кола нових клієнтів. Така стратегія буває особливо важливою складовою частиною реклами більш дорогої продукції, наприклад розкішних автомобілів або спортивного спорядження.

8. Зміни назви організації. Інколи організації змінюють свою назву. Щоб нова назва «застрягла» в пам'яті людей, її потрібно широко прорекламувати. Лише за умови постійного повторення людям стануть відомими нова назва компанії, її новий імідж.

9. Захисту торговельної марки. Відомі компанії, продукцією яких широко користуються люди, занепокоєні тим, щоб їхню продукцію вживали за призначенням і відповідно до рекомендацій. Такі компанії

час від часу за допомогою реклами нагадують людям про це. Турбота про людей – це ще одна позитивна риса іміджу.

10. Надзвичайних ситуацій. Організації інколи потрапляють у не звичайні обставини, наприклад виникають страйки, трапляються аварії на виробництві або перерви в наданні послуг. Найкращим способом пояснити позицію організації (без побоювання що щось буде перекручено або не так доведено до відома громадськості журналістом чи редактором) є купівля місця або часу в засобах інформації для розміщення своєї реклами. Такий підхід дозволяє дати вичерпну інформацію про причини проблеми та кроки щодо її подолання і тим самим зберегти свою репутацію. При цьому PR-реклама іміджу повинна відповідати декільком загальним вимогам:

- **вона має бути зрозумілою.** Адже одним із головних завдань PR-реклами є сприяння взаєморозумінню. Якщо зміст рекламного повідомлення та його мотиви заплутані, люди просто його не зрозуміють, хоч би як добре продуманим та виконаним воно було.

- **вона має переконувати.** Це основа PR-реклами. Мало поінформувати, потрібно ще й переконати людей.

- **вона має апелювати до переконань.** Будь-яка реклама, особливо реклама за допомогою PR, повинна зосереджуватися на тому, чого бажає публіка, а не концентруватися на тому, що потрібно організації. Саме в цьому полягає делікатність PR-реклами, про що часто забувають.

- **вона має бути чесною.** До будь-якого рекламодавця ставляться з підозрою. Будь-яка реклама є упередженою. Якщо організація бажає, щоб їй повірили, реклама має бути відвертою і щирою, без будь-яких спроб обдурити людей.

• **вона має містити гумор.** Організації, насамперед солідній, не варто напускати на себе надто багато серйозності, особливо коли йдеться про PR-рекламу. Гумор роззброює скептично налаштовану публіку; викликавши легку посмішку, легше схилити громадськість до певної точки зору.

Такий підхід до реклами за допомогою PR робить імідж організації соціально орієнтованим. Організації, які добре розуміються на особливостях сучасної цивілізації, дедалі більше починають розуміти переваги орієнтації на довготривалі соціальні взаємозв'язки з громадськістю порівняно з традиційним збутом своїх товарів і послуг діловим клієнтам.

5. Іміджева атрибутика організації

Назва організації. Існує багато підходів до вибору назви організації, фірми, корпорації. Слід розуміти, що:

- вона має бути **милозвучною** – тішити слух, легко вимовлятися.
- вона має бути такою, що **легко і надовго запам'ятовується**. Потрібно уникати складних імен, аббревіатур.
- за можливості, назва організації має **викликати почуття дружби теплоту**. Коли йдеться про назву приватної організації, звучне ім'я особи більш доречно, ніж такі назви, як «Корпорація», «Фірма». Порівняно з ними, менший опір викликає слово «Компанія».
- вона повинна бути **нестаріючою**. Не варто пов'язувати назву організації з якимись поточними явищами або подіями, які на перший погляд здаються зручними. Потрібно пам'ятати про майбутній розвиток. Назва не повинна асоціюватися з будь-якою технологією, типом

продукту або чимось, що може з часом застаріти або припинити існування.

- назва компанії має бути **всеохоплюючою**, такою, щоб не створювати обмеження, коли в майбутньому виникнуть нові можливості і доведеться знову міняти назву, що, звісно, не бажано.

- назва повинна бути **оригінальною**, неповторною, такою, що не дублює інших не лише у своїй, але й решті сфер діяльності. Це важливо не тільки з точки зору можливої плутанини та правових питань. Це може призвести до руйнівних наслідків, якщо якась інша організація з подібною назвою отримає негативне пабліситі.

- назва організації має викликати **позитивні асоціації** у свідомості широкої громадськості. Вона не повинна нагадувати щось неприємне або викликати упереджене ставлення.

- назва має бути **зручною для використання** у вигляді логотипа на всіх друкованих фірмових бланках і документах організації. Деякі комбінації літер буває важко розрізнити з першого погляду або на відстані. (Наприклад, поєднання літер «О» і «С» або «П» і «Н».)

- назва повинна бути такою, щоб її **можна було зареєструвати** у будь-якій країні.

- назва має **швидко сприйматися**, не вимагати від громадськості додаткових розумових зусиль.

Візуальна ідентифікація організації.

Це – важливий елемент іміджу, який впливає на сприймання організації громадськістю. Доказом цього є те, що саме візуальна картина, поширювана телебаченням, для більшості людей виступає

джерелом, що справляє таке саме враження, як і враження, як і реальна практика життя. Отже, ідентифікація зовнішнього вигляду організації, а також того, що вона реально робить, стають для багатьох рівноцінними величинами під час її сприймання.

Велике значення для іміджу має **логотип організації**.

Логотип – графічний або текстовий символ, який представляє якийсь конкретний суб'єкт або об'єкт, наприклад — компанію, організацію, приватну особу або продукт.

Перед його створенням важливо насамперед визначитися, який саме тип є бажаним: ультрасучасна графіка; формальний і консервативний; старомодний, що наголошує на історичній спадкоємності.

Не менш важливим є питання: де саме він буде використовуватися?

Логотип має розроблятися так, **щоб його можна було легко відтворити на екрані монітора** комп'ютера та інших електронних дошках. Ефективний метод графіки логотипа – **включення до нього символу людини**.

Приміщення організації як візуальні символи. Для України це особливо актуальне питання. Колишнє радянське бачення солідності організації було пов'язане з **монументальністю будівель**. Часто використовувалися приміщення, побудовані до 1917 року, будинки, в яких мешкали або працювали представники панівного до більшовицької революції класу. Радянська доба була позначена своїм підходом до архітектури. Особливо помітною була тенденція до **розробки типових проектів**. Приміщення партійних комітетів, починаючи з районного і

закінчуючи обласним рівнем, були близнюками монументальної архітектури.

Сьогодні ми є свідками нового розуміння архітектурного рішення зовнішнього іміджу організацій. Поширеними стали: «європеїзація» архітектури; перебудова старих приміщень під «євростиль», «євроремонт» усередині приміщень; розміщення нових компаній, у комплексі будинків; архітектурне оздоблення територій та під'їзді до головних будинків; помітне прагнення будувати офісні приміщення з порушенням історичної архітектурної атмосфери окремих частин міст.

6. Репутаційний менеджмент як спосіб позиціонування організації

Кожна організація зміст своєї діяльності повинна розглядати дедалі ширше, долаючи іміджеві орієнтації суто маркетингового характеру, адже такий підхід є надто вузьким.

Незважаючи на розміри та сфери діяльності, організації повинні розуміти, що зміцнення репутації (репутаційний менеджмент) передбачає найрізноманітніші напрями роботи, а маркетинг – це лише один напрям діяльності.

Унаслідок зростання тиску з боку громадськості керівництво корпоративних організацій починає дедалі чіткіше усвідомлювати значення репутації як головного капіталу, управління яким потребує особливої уваги. Висока репутація корпорації допомагає зростанню її прибутків та вартості цінних паперів; створює базу для нової продукції, розширення виробництва та інвестування; підвищує цінність акцій; допомагає маркетингу та рекламі; сприяє підвищенню привабливості організації та стабільності висококваліфікованих кадрів; допомагає компанії уникати бойкотів своєї продукції. Визнаючи ці переваги,

корпорації вдосконалюють свою структурну будову, орієнтуючись на посилення функцій репутаційного менеджменту.

Головним комунікатором організації за своєю посадою і рівнем впливу на процеси формування її репутації, як відомо, виступає перший керівник. Саме він здебільшого сприймається як візуальний символ організації. Відповідно до цієї моделі, зв'язки з громадськістю зосереджуються на директорові як речнику, що виступає від імені організації.

Перевага такого підходу насамперед зумовлена його зручністю, оскільки у центрі уваги знаходиться одна особа, навколо якої концентрується процес комунікації з громадськістю. Але при цьому не варто забувати й про можливі недоліки. Надмірне використання цієї моделі репутаційного менеджменту як стратегічної лінії зв'язків із громадськістю, перенесення всієї уваги виключно на одну особу може призвести до зниження значення організації як багатогранного утворення, де кожний керівник, кожний підрозділ та окрема штатна одиниця характеризуються унікальністю.

Друга модель репутаційного менеджменту дістала назву «**Управлінські працівники як єдина команда**». У цьому випадку в центр уваги переміщається весь склад керівників організації, що дає змогу створити загальне бачення компанії, побачити всі складники її досвіду та гаму знань у сфері менеджменту.

Цей підхід концентрує увагу на керівній ланці організації як єдиній команді та апелює у разі потреби до окремих управлінських працівників, особливо коли потрібно мати справу з певними групами громадськості.

Перевага такої моделі репутаційного менеджменту полягає, по-перше, в можливості більш ефективного використання робочого часу (оскільки здійснюється розподіл обов'язків між членами керівної команди). По-друге, відбувається використання сил як окремого керівника, так і їх колективної єдності. По-третє, в комунікаційну роботу включається директор як лідер і візуальний символ організації. Нарешті, «команда» дає змогу одночасно формувати зовнішній імідж компанії, гармонійно поєднувати всі її складові частини в єдине ціле.

Недоліки цієї моделі, полягають у небезпеці перетворення окремих керівників на безликих людей, особливо у тих випадках, коли буває необхідно наголосити на індивідуальності кожного. Далі, існує загроза надмірних витрат часу і зусиль, коли виникає потреба досягнення спільної думки цілим колективом людей.

Третім підходом до репутаційного менеджменту, який долає проблеми особистісного характеру, є модель **«Акцентування на товарах і послугах»**.

Тут увага концентрується на тому, що організація виробляє, а не на тому, хто виробляє. Позитивні моменти такої моделі полягають, по-перше, в тому що товари і послуги є матеріальними, оскільки їх уже реально вживають і оцінюють клієнти, а ті нові товари і послуги, що пропонуються і які можна потенційно вживати, використовуються для драматизації розповідей про переваги компанії. По-друге, ця модель дає чітке відчуття сучасного і майбутнього через товари і послуги компанії, а також дає змогу використовувати авторитетні свідчення та заяви «третьої сторони» (споживачів) про нову продукцію організації, що сприяє зміцненню її репутації серед клієнтів.

Недоліком описаного підходу може стати: по-перше, певна анонімність власне організації та її керівництва серед загальної

громадськості або інвесторів; по-друге, та обставина, що інженери-конструктори, які залучаються до обговорення технічних переваг виробів, не добре розуміються на питаннях PR; по-третє, надмірне покладання на клієнтів як на авторитетів, що висловлюються про якість споживаних товарів, може виявитися ризикованим та непрофесійним; нарешті, існує небезпека невчасного створення пабліситі новим товарам, пов'язана з тим, що розмови про перевагу їх якості на етапі патентування або визначення вартості можуть виявитися такими, що заслуговують на меншу новину, ніж у якісь інші часи.

Четвертим підходом до репутаційного менеджменту є використання минулих досягнень компанії як доказу (провісника) її успіхів у майбутньому. Така модель дістала назву **«Історія як пролог до майбутнього»**. У цьому випадку увага зосереджується як на минулих виробничих досягненнях, так і на відомих ветеранах, що продовжують працювати в компанії та виступають гарантією п подальших успіхів.

Перевага такого методу полягає в тому, що минулі досягнення виступають як об'єктивний доказ, що користується особливою довірою, сприяє розбудові сильного внутрішнього почуття власного «я» для організації. Цей підхід може слугувати інструментом для імпліцитного або експліцитного означення майбутнього розвитку компанії. Але, з іншого боку, особливе покладання на історичний підхід (колишні досягнення) має істотну ваду: його не можна довго експлуатувати, оскільки побудована на минулій діяльності довіра має свої межі.

П'ятим підходом до репутаційного менеджменту, що долає концентрацію уваги на особистостях або індивідах, є модель, яку називають **«Фінансове становище»** і яка передбачає постійні повідомлення фінансового характеру в усіх формах комунікації організації, навіть тоді, коли фінансові питання не є темою повідомлень.

Переваги цієї моделі в тому, що вона будується головним чином на кількісних показниках. Це своєрідний статистичний варіант моделі «Історія як пролог», що найбільше використовується тими організаціями, у центрі уваги яких знаходяться групи інвесторів, що особливо довіряють кількісним підходам. За допомогою кількісного аналізу набагато легше оцінити компанії певної галузі та порівняти їх між собою, ніж за допомогою якісного аналізу.

Недоліки – компанія, яка використовує цей підхід до репутаційного менеджменту, повинна мати передбачуване, таке, що постійно зміцнюється, фінансове становище для того, щоб підхід спрацьовував успішно. Якщо цього немає, організація негайно потрапляє під вогонь критики.

Разом з тим цей метод не дуже зручний як засіб внутрішньо організаційних комунікацій і може мати зовсім протилежний ефект серед працюючого персоналу. До того ж означений підхід не звертає уваги на те, що саме компанія виробляє. А це вже вада, якщо взяти до уваги, що фінансове становище є підсумовуючим показником того, що компанія робить та як нею управляють.

Останнім, доволі широким (панорамним) підходом до як до репутаційного менеджменту можна назвати модель «Організація як галузевий лідер». Тут увага зосереджується на діловій стратегії компанії, сприйнятті її як взірця для всієї галузі виробництва.

Переваги названого підходу полягають у тому, що він: по-перше, створює для організації репутацію лідера; по-друге, задовольняє прагнення засобів масової інформації дивитися вперед і шукати приклади в реальному житті; по-третє, безпечний, тому що передбачення організації як галузевого лідера можуть бути й помилковими, але це не страшно, оскільки передбачення завжди

потребують великих розмірковувань, навіть фантазувань; по-четверте, дає право організації говорити не тільки про себе, а про більш масштабні справи, що є корисним приводом впливати на ЗМІ, особливо коли новини є нейтральними або неприємними для неї; нарешті, вселяє власним працівникам гордість за те, що вони є частиною компанії яка задає тон усій галузі економіки.

Користуватися таким підходом до репутаційного менеджменту потрібно надто обережно. Він потребує від організації певної легітимності, морального права говорити від імені інших, довіри з боку компаній-конкурентів до її бачення тенденцій розвитку галузі. Крім того, щоб заслужити довіру, від організації вимагаються безперечні докази реальних успіхів у своєму бізнесі. Ефективність використання такого підходу відносно швидкоплинна, оскільки компанія, яка претендує на лідерство або на те, щоб бути взірцем для інших, легко стає об'єктом критики за умов непередбачуваного розвитку подій та їх негативних наслідків.

Досвід діяльності багатьох організацій засвідчує, що найбільш ефективною стратегією репутаційного менеджменту може бути певна **модифікація моделі «Організація як галузевий лідер»**. Вона дозволяє, а швидше просто вимагає, використання всієї команди керівників на чолі з головним директором, який має виступати основним речником та PR-гравцем. Разом з тим стратегія також надає можливість кожному членові команди бути помітним серед груп громадськості, з якими він професійно має справу. Цей підхід дає змогу кожній особистості наголошувати на тому, що є важливим для її ділянки роботи: фінансового становища організації, технологічного прогресу, задоволення потреб клієнтів у нових товарах і послугах тощо.

Особливо важливим для такого підходу є те, що її працівники фактично стають єдиною командою, а не натовпом людей, які воюють між собою за владу. До того ж тут головний виконавчий директор стає капітаном команди, її лідером та виразником загальної стратегії.

Ключовим фактором такого модифікованого підходу є **функція корпоративних комунікацій**. За активної участі та підтримки головного виконавчого директора корпоративні комунікації дають можливість, з одного боку, накопичувати інформацію про внутрішні справи й проблеми організації, з приводу яких мають насамперед здійснюватися комунікаційні зусилля, а з іншого – збирати інформацію й про зовнішнє середовище, про те, де і з ким потрібно налагоджувати громадські зв'язки.

Нарешті, функція корпоративних комунікацій допомагає визначити, хто саме з керівників організації повинен у тому або іншому випадку це здійснити на практиці. Тільки за такої координаційної роботи організація буде спроможною уникати суперечностей між тим, що вона говорить і що робить, а отже, й зміцнювати свою репутацію.

Усі ці питання набувають особливої ваги для підприємницьких організацій пострадянських країн, зокрема й України.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Азьмук Н. Фактори формування і розвитку інноваційних форм людського капіталу // Україна: аспекти праці. 2014. №3. С.47-51.
2. Балабан Р. В. Теорія виборчої системи. К. : Либідь, 2007. 112с.
3. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: навч.-метод. посіб. К. : МАУП, 2001. 214с.
4. Бебик В.М. Соціально-комунікаційна праксеологія: поняття і методологія. Інформація і право. 2011. № 2. С. 53–60
5. Бучин М. А.. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія / Національний ун-т "Львівська політехніка". Л. : ЛІСВ, 2009. 231с.
6. Вишневський О. С. Проблеми стратегічного управління соціально-економічним розвитком України з урахуванням процесів децентралізації // Вісник економічної науки України. 2016. № 1 (30). С. 14–22.
7. Володин В. М. Влияние цифровой экономики на трансформацию человеческого капитала [Электронный ресурс]. Режим доступа : https://ecsn.ru/files/pdf/201806/201806_44.pdf
8. Главным персонажем в цифровой экономике остается творческий человек [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.eg-online.ru/article/344095/>
9. Головка Н. Ігрові технології як засіб активізації пізнавальної діяльності студентів // Педагогіка. 2015. №1. С.17
10. Катвалюк А. Л. Социальные технологи . Тернополь : Экон. думка, 2001. 284 с.
11. Климанська Л. Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної "кухні". Л. : Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка", 2007. 332с.
12. Кремень В. Україна у контексті глобалізму. К. : Видав. Центр Друк, 1998. 61 с.
13. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник. 2-е вид. доп. і перероб. Львів: Національний університет "Львівська політехніка", 2003. 352 с.
14. Куліш А., Самолевська Н. Вибори, агітація, медіа: Практичні поради керівникам виборчих штабів. К. : Незадежна громадська PR-мережа України, [2006]. 268с.

15. Любогор О.В. Праксеологический подход к анализу результативности педагогической деятельности : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Санкт-Петербург, 2011. 27 с.
16. Матвієнко В. Я. Соціальні технології . К.: Українські пропілеї, 2001. 446 с.
17. Назарчук Т. В. Косіюк О. М. Менеджмент організацій : навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 560 с.
18. Осовська Г.В. Основи менеджменту: підручник. Вид. 3-є, перероб. і доп. К.: Кондор, 2008. 664 с.
19. Патрушев В. И. Введение в теорию социальных технологий / В. И. Патрушев. М. : ИКАР, 1998. 200 с.
20. Петрович Й. М. Еволюція контролінгу в сучасній теорії та практиці управління вітчизняними підприємствами // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 1. С. 129–137.
21. Поліщук В.А. Праксеологічний підхід як інноваційна основа вдосконалення професійної підготовки майбутніх соціальних працівників. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Педагогіка, соціальна робота. 2014. Вип. 32. С. 148–150.
22. Прокопів Л. Інформаційні технології навчання: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ, 2014. 160с.
23. Розвиток людського капіталу на шляху до якісних реформ. Київ :Заповіт, 2018. 368 с.// https://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf
24. Романишина Л.М. Використання праксеологічного підходу під час професійної підготовки студентів до розв'язування конфліктів. Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Педагогічні науки. 2017. № 4. С. 447–451
25. Співак В. І. Правова культура виборів в Україні: Теорія і практика / Інститут держави і права ім. В.М.Корецького НАН України. К. : Юридична думка, 2006. 156с.
26. Сурмин Ю. П. Проблемы кризиса и антикризисных технологий // Грані. 2000. №2. С.94-103.
27. Сурмин Ю.П., Туленков Н. В. Теория социальных технологий : учеб. пособие. К. : МАУП, 2004. 608 с.
28. Терентьева Н.О. Організація навчання у співробітництві. Освітні технології. Організація різнорівневого навчання : навч. посіб., 2010. 59 с.
29. Технології політичної влади : зарубіжний досвід. К.: Вищ. ш., 1994. 263 с.

30. Україна переходить на «цифрову економіку» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehodit-na-cifrovuekonomiku-so-ce-oznacae.html>
31. Федулова Л. І. Менеджмент організацій: підруч. Київ: Либідь, 2004. 448 с.
32. Форд М. Пришестя роботів. Техніка і загроза майбутнього безробіття / пер. з англ. В. Горбатько. Наш Формат, 2016. 400 с.
33. Цифрова економіка – майбутнє вже зараз [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://glavnoe.ua/articles/a12171-cifrova-ekonomika-%E2%80%93-majbutne-vzhe-zaraz>
34. Чепіль М., Дудник Н.. Педагогічні технології: навчальний посібник. К.: Академвидав, 2012. 224 с.
35. Шиян А. А. Теорія ігор : основи та застосування в економіці та менеджменті : навч. посібник. Вінниця : ВНТУ, 2009. 325 с.
36. Щербань П.М. Навчально-педагогічні ігри у вищих навчальних закладах: навч. посіб. К.: Вища шк., 2004 207 с. // [електронний ресурс] /www.twirpx.com .
37. Як цифрова економіка змінить Україну [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2018/01/16/633057/>
38. Янкович О. Освітні технології у короткому викладі : навч.-метод. посіб. для вчителів, вихователів та студ. пед. закл. Освіти. Тернопіль : Астон, 2013. 159 с.
39. Янкович О., Ю. Беднарек, А. Анджеевська. Освітні технології сучасних навчальних закладів: навчально-методичний посібник. Тернопіль : ТНПУ ім В. Гнатюка, 2015. 212 с.
40. Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів : моногр. Харків: ХНЕУ, 2013. 212 с.