ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ОСВІТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

О.М. КАПЛУНОВСЬКА

Україна, Запоріжжя, Запорізький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

Модернізація освіти в нашій країні охоплює декілька складових, головною серед яких є зміна цілей освіти. Визнаючи провідну роль педагога, державною політикою у галузі освіти визначено доцільність підтримки його інноваційної діяльності, а саме: розвиток наукової та інноваційної діяльності в освіті, підвищення якості освіти на інноваційній основі. Серед основних завдань Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012-2021 рр. у післядипломній освіті передбачено реалізацію сучасних технологій професійного вдосконалення та підвищення кваліфікації педагогічних, науково-педагогічних і керівних кадрів відповідно до вимог інноваційного розвитку.

Інноваційні традиції в системі освіти почали розвиватися на початку 90-х років, коли широку підтримку отримали педагоги-новатори, які запропонували конкретні заходи щодо всебічного оновлення змісту освіти. До інноваційної діяльності входять різноманітні категорії суб’єктів, що обумовлено темпом розповсюдження інновацій, потребами суспільства у неперервному процесі удосконалення величезної кількості систем, які щоденно збільшуються, політикою нашої держави, у тому числі й у галузі освіти.

Незважаючи на те, що в дослідженнях інновацій активно вивчаються їх процесуальні та результативні сторони, найбільшу зацікавленість викликають характеристики суб’єкта інноваційної діяльності, які безпосередньо пов’язані з його здатністю сприймати, оцінювати та здійснювати запровадження ідей і технологій. Залучення до процесу інновацій на сьогодні ще не визначає його результативності. Дослідники інновацій в галузі психології (С.Р. Яголковський, О.С. Совєтова, Н.В. Сербиновська та ін.) відзначають, що для успішного здійснення циклу інновацій необхідна спеціальна підготовка не тільки спеціалістів, але й організацій. Г.В. Тєрєхова, розглядаючи психологію інноваційної діяльності як спеціальну галузь психології, зазначає, що розвивається вона на підґрунті психологічного знання із залученням міждисциплінарного знання, у тому числі інноватики, педагогіки, економіки, менеджменту, соціології [6, с. 67-82].

Л.С.Гавриленко, виходячи з поняття «інновації в освіті», під інноваційною діяльністю розуміє сприйняття, розробку, запровадження та адаптацію принципово нових зразків змісту та технологій навчання, наявність суб'єкта, який цю діяльність здійснює [1, с. 28-35].

Звернемося для уточнення основних дефініцій «новація», «інновація». Н.А. Пашкус пропонує розрізняти поняття «інновація» та «новація». Новація – це оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень та експериментальних розробок в будь-якій галузі з метою підвищення ефективності даної діяльності. Новація є початковим об'єктом інвестиційних вкладень, а у системі в освіти – розробленим, але ще не реалізованим освітнім підходом. В залежності від стратегічних переваг новація може бути використана як для власних цілей освітнього закладу, так і для широкого розповсюдження. На перших етапах розповсюдження новації, тобто на початкових стадіях її практичного використання, новація перетворюється в нововведення [5].

Торкнемося і тлумачення «інноваційний процес». Н.А. Єньшина під інноваційним процесом розуміє комплексну діяльність зі створення, засвоєння, використання та розповсюдження нововведень. Освітній процес як такий, що займає центральне місце в освітній діяльності, можна вважати як інноваційний, так як його метою є передача іншим людям нових для них знань, формування нових властивостей особистості [3].

Інноваційний процес передбачає дифузію, тобто розповсюдження нововведень у зовнішньому середовищі, передачу технологій. Т.Ф. Гарєєв вважає дифузію процесом, засобом якого інновація розповсюджується комунікативними каналами у часі, у просторі серед членів соціальної системи. На процес дифузії впливають чисельні фактори: сама інновація, час, природа соціальної системи, до якої вводиться інновація [2]. В наслідок дифузії збільшується кількість як самих інноваторів, так і користувачів інновацій, змінюються їх якісні характеристики.

Отже, інноваційний процес – це перетворення наукового знання в інновацію, тобто від ідеї до прикінцевого продукту та подальшого практичного запровадження.

Упродовж перетворення інноваційного процесу в товарний виокремлюються дві його фази: створення та розповсюдження, дифузія нововведення. Просування інновацій охоплює комплекс заходів, спрямованих на реалізацію інновацій, а саме інформація, реклама, організація роботи торгових місць, індивідуальні консультації.

Процес передачі технологій має також назву «трансфе́р технологій». Трансфер технологій є основною формою просування інновацій. Під ним мається на увазі процес

передачі навичок, знань, технологій, методів виробництва, зразків виробництва і складових об’єктів технологій між різними установами з метою забезпечення науково-технічного прогресу. Трансфер робить технології доступними для широкого кола користувачів, що сприяє подальшому їх використанню і відтворенню, а також створенню нових продуктів, процесів, матеріалів або послуг.

Розповсюдження інновацій є складовою інноваційного процесу. С.Д. Ільєнкова пропонує розрізняти три логічних форми інноваційного процесу: простий внутрішньо організаційний (натуральний), простий міжорганізаційний (товарний) та розширений. Простий інноваційний процес передбачає створення та використання нововведення в середині тієї ж організації, нововведення у даному випадку не набуває безпосереднього товарного вигляду. Під час простого міжорганізаційного інноваційного процесу нововведення виступає як предмет купівлі-продажу. Така форма інноваційного процесу означає відокремлення функції творця та виробника від функції його споживача.

Упродовж перетворення інноваційного процесу в товарний виокремлюються дві його органічні фази: перша – створення та розповсюдження; друга – дифузія нововведення. Фаза створення та розповсюдження в основному охоплює послідовні етапи наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, організацію комерційного виробництва. Вона не передбачає реалізацію корисного ефекту нововведення, а тільки створення передумови для його реалізації.

Фаза дифузії нововведення завбачає досягнення загальнокорисного ефекту перерозподілу між виробниками нововведення, а також між виробниками та споживачами. Дифузія інновації – процес, засобом якого нововведення передається комунікативними каналами між членами соціальної системи у часі. Нововведеннями можуть бути ідеї, предмети, технології тощо, які є новими для відповідного суб’єкта господарювання. Іншими словами, дифузія – це розповсюдження вже одного разу освоєної та використаної інновації в нових умовах або місцях. Розповсюдження інновації – це інформаційний процес, форма та швидкість якого залежить від могутності інформаційних каналів, особливостей практичного використання цієї інформації [4].

Підсумуємо. Усі заходи, що передбачають покращення конкурентної здатності продукції, збільшення виробництва або показників діяльності виробництва, визначають просування інновацій. Отже, трансфер технологій, можна розглядати, з одного боку, – як один із аспектів інноваційного процесу, а з іншого, – як процес передачі знань та досвіду для здійснення будь-яких послуг, використання технологічних процесів,

випуску продукції. Із-поміж форм трансферту технологій у педагогічній галузі можуть бути застосовані торгівля безпатентними винаходами, інформаційний обмін через персональні контакти на семінарах, симпозіумах, виставках-ярмарок тощо.

Виставка – популярний формат методичного заходу та ефективний комунікативний захід, який дозволяє представити власні досягнення, оцінити конкурентів, відшукати нових ділових партнерів. Під ярмарками історично розумілось регулярні торги широкого значення; ринок, який регулярно, періодично організовувався в традиційному місці. Виставка визначалась як публічна демонстрація досягнень у галузі матеріальної та духовної діяльності людини. Використання виставок-ярмарок у галузі дошкільної освіти, зокрема в ДНЗ, послідовно має реалізуватися через ряд етапів: прийняття рішення про участь в виставці-ярмарку; організація участі ДНЗ у виставці-ярмарку; функціонування стендової доповіді; опісля виставко-ярмаркова діяльність. Однією з переваг освітніх виставок-ярмарок є зосередження великої кількості методичних розробок педагогічних колективів ДНЗ. Це надає можливість кожному учаснику методичного заходу за короткий час ознайомитися з існуючими в системі дошкільної освіти інноваціями, отримати необхідну консультацію від спеціалістів. Кожний зацікавлений педагог має можливість ознайомитися із варіантами запровадження інновації в освітній процес, галуззю використання та ефективністю. Ці фактори забезпечують значну популярність виставок-ярмарок, і як наслідок залучають велику кількість відвідувачів.

Отже, організація виставок-ярмарок є трансфером освітніх технологій, може задовольнити як новаторів, так і тих педагогів, які перебувають у активному пошуці нових ефективних підходів щодо впровадження якісних змін до організації освітнього процесу в ДНЗ.

Література

1. Гавриленко Л.С. Педагогическое сопровождение становления инновационной деятельности учителя: методологический подход // Инновации в образовании. – 2013. – №3. – С. 28-35.
2. Гареев Т.Ф. Диффузия новых технологий // Вестник Академии управление «ТИСБИ». – Вып. № 4. // http://tgareev.narod.ru
3. Еньшина Н.А. Инновационные процессы в образовании // http://aeli.altai.ru/nauka/sbornik/ .
4. Инновационный менеджмент. Учебник / Под ред. С.Д.Ильенковой. – М.: Юнити, 1997. – 304 с.
5. Пашкус Н.А. Инновации в системе образования: понятие, особенности, подходы к сравнению // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 2 (22). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.m-economy.ru/
6. Теренова Г.В. Проблема продуктивности инновационной деятельности субъектов образования // Инновации в образовании. – 2013. – №5. – С. 67-82.