

УДК: 332.012.2

Шубин Игорь Иванович

доцент кафедры теории и организации управления

Shubin Igor I.e-mail: sh559@yandex.ru**Шейхова Екатерина Андреевна**

магистрант

Sheykhova Ekaterina A.e-mail: katya.rebrova.1996@mail.ru

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Гжельский государственный университет»
Federal State Budget Educational Institution of Higher Education
“Gzhel State University”

Московская обл., Раменский городской округ,
пос. Электроизолятор, д. 67, Россия, 140155
Тел.: 8(499)553-84-04

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПОВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ

INFLUENCE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES ON INCREASING THE PERFORMANCE OF PUBLIC EDUCATION INSTITUTIONS

Аннотация. В статье рассматривается проблема повышения результативности образовательных учреждений при помощи использования инноваций. При этом образовательный процесс рассматривается как процесс коммуникации, а требования к инновациям, внедряемым в данный процесс, рассматриваются через необходимость понимания социально-психологических особенностей современного общества, картины мира современных школьников. В статье подчеркивается, что любой тип инновации должен быть соотнесен с текущими тенденциями цифровой среды, определены и обоснованы факторы, влияющие на эффективность внедрения инноваций в образовательный процесс, а также требования, которым данные инновации должны отвечать.

Ключевые слова: инновации; образование; цифровое общество; коммуникативная стратегия; образовательный процесс.

Annotation. The article discusses the problem of improving the performance of educational institutions through the use of innovations. At the same time, the educational process is considered as a communication process, and the requirements for innovations introduced into this process are considered through the need to understand the socio-psychological characteristics of modern society, the picture of the world of modern schoolchildren. The article emphasizes that any type of innovation must be correlated with the current trends in the digital environment, the factors influencing the effectiveness of the implementation of innovations in the educational process, as well as the requirements that these innovations must meet, are identified and substantiated.

Keywords: innovation; education; digital society; communication strategy; educational process.

Учебный процесс в любом образовательном учреждении – это в первую очередь процесс коммуникации педагога и ученика, а также группы задействованных лиц.

Инновационная деятельность в сфере образования, несмотря на ее активную поддержку со стороны государства и общества, до конца еще не изучена, и вопрос о том, как она влияет на качество образования, до сих пор остается открытым. Ведь при очевидном численном росте школьных новаций и победителей конкурсов инновационных проектов (среди образовательных учреждений, учителей) или грантов (среди преподавателей вузов), растет количество организационно-педагогических, методических, экономических, кадровых и других проблем.

Для того, чтобы понять необходимость интеграции инноваций и их колоссальную роль в повышении качества образовательного процесса, на наш взгляд, необходимо ответить на два базовых вопроса, лежащих в основе процесса этой интеграции. В первую очередь необходимо понять суть современных преобразований в коммуникативных процессах. Данное понимание позволит более полно раскрыть картину мира современного школьника, понять, что именно он ожидает от занятий в школе. Далее следует разобраться непосредственно с термином инновации, определить границы и требования к инновациям и понять, какие из них отвечают современной картине мира подростков и могут быть эффективными для повышения уровня образования.

Современное общество характеризуется переходом к новой парадигме коммуникации, которая затрагивает все сферы деятельности и процессы в обществе, в том числе и образовательный процесс. Данный переход характеризуется в первую очередь переходом к цифровым средствам связи, продолжающийся несколько последних десятилетий. Во главе данных трансформаций стоит тенденция к повсеместной интеграции в жизнь человека сети интернет.

Сегодняшняя аудитория имеет возможность свободно выступить в роли автора, получить доступ к колоссальному объему информации, в том числе на зарубежных ресурсах, взаимодействовать со СМИ, социальными сетями и образовательными площадками, при этом влияя на их деятельность и выбирая для себя наиболее подходящие из всей вариативности. Более того, все это происходит без необходимости иметь крупногабаритное, сложное с технической точки зрения, оборудование – все функции и возможности интернета открываются пользователю через обычный смартфон.

Все это в значительной степени упрощает процесс коммуникации, открывая возможности для большей вовлеченности аудитории, в первую очередь за счет интерактивности. Данный аспект становится наиболее актуальным с момента получения широкой популярности мобильных устройств. На сегодняшний день современные смартфоны способны поддерживать небывалое количество функций и во многом заменяют для пользователя, а это и ученик в том числе, обычный учебник, используемый для самостоятельной подготовки, и школьный урок в формате очной встречи. Другими словами, развитие данных технологий предопределяет изменения не только образа жизни современного человека, но его картину мира, способ мышления.

Так, сегодня человек не ограничен в выборе точки зрения на то или иное явление в обществе, а доступность информации позволяет мгновенно найти различные мнения на одну и ту же ситуацию. Более того, пользователь сети легко формирует вокруг себя именно ту информационную повестку, которая ему интересна. Например, подписавшись на конкретный ряд тематических блогов или лидеров мнений, потребитель получает интересные для него сведения об окружающем мире в любое время и в любом месте. И в качестве таких блогов могут выступать образовательные площадки, в противовес традиционным занятиям в школе. Однако, к сожалению, выбор подростков чаще падает на досуговые блоги и сайты и развлекательный контент, который на них публикуется.

XXI век – век информационной глобализации, развития системы интегрированных коммуникаций. Сегодня, вместе с ростом уровня технологизации информационной деятельности, человечество выходит на новый уровень степени влияния информации на культуру индивида, группы, общества в целом.

Понятие «цифровое общество» впервые появилось в 1996 г. Интенсивное развитие интернета внесло существенные изменения в функционирование средств коммуникации. Принципиальные изменения связаны с использованием интегрированных коммуникаций и психологическими приемами их продвижения для воздействия на аудиторию с целью ее удержания. Интернет содержит в себе множество различных форм коммуникации в одной системе. Так, например, сегодня можно говорить о появлении новой модели коммуникации.

Данная модель трансформируется, происходит замена на субъект-субъектные отношения, при которых коммуникация может проходить в формате один-к-одному и многие-многим, выстраиваются отношения, при которых отправитель информации и получатель коммуникации меняются ролями.

В цифровом столетии на арену медиапространства вышли цифровые и интернет-технологии, позволившие скорректировать ролевое участие социальных акторов в производстве и распространении информации.

В итоге можно утверждать, что современная конфигурация эволюционирующего коммуникационного пространства, где мерилom информационного продукта становятся такие признаки, как мультимедийность, многоформатность, оригинальность, художественная выразительность, семантическая информативность, фактическая достоверность и конкурентоспособность, характеризует тектонические сдвиги в социальной системе, движущейся к разнообразию информационных потоков, а в целом – к реализации принципов информационного общества.

Современный процесс коммуникации практически полностью стал отождествляться со всевозможными способами приема и передачи данных в сети

интернет. Существенные преобразования коснулись также традиционных средств коммуникации, вызванные существенной трансформацией поведенческих характеристик человека. Кроме этого, современный человек не просто объект воздействия, он участник процесса коммуникации.

С приходом интернета ценность нового знания, которое раньше мог рассказать исключительно учитель в школе, существенно снизилась именно ввиду доступности и вариативности этих знаний. Таким образом, можно сделать вывод о том, что для того, чтобы расположить к себе внимание ученика, педагог должен использовать такие инструменты формирования образовательного процесса, которые отвечали бы следующим требованиям:

- интерактивность (ученик должен быть непосредственным участником процесса, генерирующим информацию, а не просто впитывающим ее);

- мультимедийность (принимая участие в процессе коммуникации, современные акторы этого процесса все чаще используют цифровые, упрощенные средства связи и визуализации данных нежели лексические или текстовые);

- многоформатность (колоссальное число разработчиков сегодня ежегодно выводят на рынок новые технически усовершенствованные продукты, и современное общество, быстро теряя интерес к устаревшим аналогам, охотно изучает и использует все новые формы и технологии);

- оригинальность и художественная выразительность (вариативность форм самовыражения как со стороны подростка, так и со стороны лидеров мнения, за жизнью которых он следит, сформулировали тенденцию на поиск все новых возможностей для самоидентификации; данная тенденция прочно закрепила в картине мира современных школьников потребность в оригинальности, которая действительно привлекает внимание; все устаревшее и традиционное – скучно, то есть форма важнее содержания);

- конкурентоспособность (любая площадка, любой информационный продукт, должен быть лучше тех, которые «в тренде»; все используемые инструменты коммуникации должны быть актуальными и «модными»).

Таким образом, можно сделать вывод, что любая инновация, внедряемая в образовательный процесс, будь то технологические, социальные, продуктовые инновации или инновации в сфере менеджмента (управление процессами образования также можно рассматривать с точки зрения построения образовательного процесса в рамках одного учебного заведения или класса), должна отвечать данным требованиям.

Кроме того, при внедрении инноваций необходимо также руководствоваться социально-психологическими особенностями аудитории, как это делают современные маркетологи, в результате чего можно наблюдать колоссальную заинтересованность школьников к продвигаемым ими коммерческим продуктам. Под социально-психологическими особенностями в первую очередь понимаются психологические потребности современного общества и отдельной его личности. Рассмотрим данные потребности подробнее.

Потребность в социальном ориентировании. Данная потребность основана на необходимости получения полезной информации аудиторией. Например, многие современные бренды ведут собственные блоги на смежные или отдаленные темы, имея при этом миллионную аудиторию подписчиков. На основании данной потребности педагог также может выступать экспертом в своем школьном «сообществе», транслируя ученикам уникальные знания и сведения, которые могут быть не связаны со школьным предметом напрямую. Однако делать это следует с целью привлечения аудитории «офлайн подписчиков» к основному предмету. Данный подход с использованием мультимедийных интерактивных форматов позволит создать дополнительную ценность учителю, повысить лояльность его учеников, удержать внимание и вовлечь в процесс коммуникации.

Потребность в контакте, идентификации и самоутверждении. Формат современной модели коммуникации, как уже отмечалось выше, отличается высокой степенью интерактивности, формирующей в участниках этой коммуникации такое качество, как проактивность. Если проанализировать

сегодняшние медийные площадки, можно обратить внимание на тот факт, что многие из них предполагают возможность аудитории общаться не только с брендом/продавцом/публичной личностью, но и между собой.

Это становится возможным благодаря функции «репоста», комментирования, личных или групповых сообщений в чате и т.п. Выполняя эти действия, пользователь может высказать свое отношение к важным, интересным событиям и тем самым как бы поучаствовать в них, почувствовав себя сопричастным и нужным обществу или отдельной группе общества. Кроме того, возможность самостоятельно генерировать контент, привлекая к диалогу любого пользователя сети, позволяет источнику информации почувствовать себя социально значимым, тем самым самоутвердиться и самореализоваться в обществе.

Таким образом, удовлетворив данную потребность участников коммуникации, педагог непременно повысит их вовлеченность в образовательный процесс. Сделать это возможно, как с использованием технологических площадок (например, создать чат и поощрять активное выражение собственного мнения), так и позволить ученикам самостоятельно привносить инновационные инструменты в обучение, позволяя тем самым почувствовать собственную значимость и уникальность.

По мнению М. С. Кагана, общение не приравнивается к обмену и передаче информации, а представляет собой процесс выработки новой информации, которая является общей для общающихся между собой людей, обменивающихся идеями. В результате общения состояние каждого партнера становится их общим состоянием. В ходе общения формируется единство во взглядах людей на актуальные темы, «коллективные представления», общественное мнение, что является необходимым условием для реализации коммуникации социальных групп в обществе.

Потребность в самоидентификации находит свое отражение в поиске примеров для подражания. Эта потребность активно используется брендами как в случае формирования образа эксперта, о чем упоминалось ранее, так и в случае

использования других образов, преимущественно визуальных. Потребность принадлежать к той или иной группе общества основана на большем доверии человека к представителям данной группы. Современные коммуникативные площадки и ресурсы не только предоставляют информацию о группах, но и создают условия для их формирования, являясь важным средством поддержания коммуникации. Это одна из ключевых особенностей формирования успешной стратегии продвижения и удержания внимания аудитории в современном обществе.

Данная потребность тесно связана с психологическими инструментами влияния учителя на ученика, которые изучаются в педагогических вузах. Однако, применив изобретательность, можно внедрить инновации, основанные именно на данной потребности. Например, дать задание снять видео зарисовки о жизни того или иного научного сообщества или специалиста, их трудовой деятельности, совместно разработать или пройти готовый «калькулятор» профориентации, где каждая отдельная профессия будет раскрываться с особенной, ранее не известной для школьника, стороны. Таким образом, ученики смогут получать новые уникальные знания о некотором сообществе и, вероятно, тем из них, кому эти знания будут близки, смогут определиться с выбором профессии или найти пример для подражания, тогда как остальные просто проведут интересно время.

Потребность в отдыхе и развлечении. Данный пункт также немаловажен для педагога в условиях современных коммуникативных моделей общества. В целом, многими экспертами отмечается тенденция на упрощение контента. Формат потребления информации не предполагает усидчивого и сосредоточенного изучения данных. Производители информации вынуждены вдумчиво и четко вычленять из своих сообщений смысловое ядро, облакая его в несложную речевую или визуальную конструкцию.

В условиях пресыщения и избытия такой «простой» информации сегодня существует конкуренция за внимание и признание аудитории. Лидерами в

данной конкуренции являются те, кто способен создать креативный, емкий по смыслу и «цепляющий» контент. Это касается и педагогики.

В данном контексте отдельно стоит выделить такое явление, как геймеризация, анимирование и видеофикация контента. Данные форматы предполагают интеграцию дополнительных элементов в контент: интерактивность, аудио и видео, очень хорошо справляются с задачей вовлечения аудитории.

В заключение отметим, что современные учителя и образовательные учреждения для повышения результативности и качества образования и учебного процесса должны быть не просто носителями знаний в каком-либо научном направлении, но и обладать рядом схожих со своими учениками черт характера и навыками: уметь поддержать диалог, посмеяться над теми или иными жизненными ситуациями или явлениями, вовлечь в игру и многое другое.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что эффективность образовательного процесса сегодня неразрывно связана с пониманием концепции медийного человека и его потребностей, а также не может быть реализована без использования инновационных для образования инструментов, технологий и площадок. И чем скорее педагоги начнут использовать передовые технологии и инновации, придут к пониманию картины мира современных подростков, тем скорее можно будет отметить повсеместное повышение уровня образования в стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брылева У. В. Роль инноваций в развитии современного образования // Наука и современность. Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества. 2011. № 14. С. 112–118.
2. Гаффорова Е. Б., Репина Е. Я. Инновационная составляющая как фактор эффективного развития вуза // Инновации в образовании. 2014. № 1. С. 58–66.
3. Кларин М. В. Инновационное образование: дидактический анализ // Педагогика. 2014. № 6. С. 32–39.

4. Коган М. С. Мир общения: проблемы межсубъектных отношений. М.: Политиздат, 1988. 319 с.
5. Коротаева Т. В. Мильке И. О. Роль инноваций в развитии современного образования // Наука XXI века: актуальные направления развития. Самара: СГЭУ. 2017. № 1(1). С. 95–98.
6. Логинова М. Н., Алиева О. А., Сиушова Т. Ю., Ярославцев А. С. Инновация как фактор развития образования // Современные наукоемкие технологии. Пенза: Академия естествознания. 2009. № 7. С. 94–96.
7. Шубин И. И. Анализ современных подходов к оценке эффективности инновационных проектов. ж. Век качества. 2015. № 4. С. 22–32.
8. Industrial glossary in the field of interactive marketing. The project was developed by IAB Russia with the participation of the International Association of Interactive Advertising (IAB) [Electronic resource]. URL: <https://iabrus.ru/projects/774> (date of the application: 26/11/2021). (In Russ.).
9. Tapscott, D. 1999. Electronic-digital society: Pros and cons of the era of network intelligence / Don Tapscott / per.s Eng. I. Dubinsky. Ed. Sergei Pisarev. Kiev: INT Press; Moscow: Relf beech (In Russ.).