

## Соціальне партнерство як засада ефективного розвитку закладів позашкільної освіти

**Анотація.** В статті представлений аналіз сучасних методів реалізації соціального партнерства, в тому числі й з використанням мережевих технологій. Автор здійснює огляд сучасних тенденцій використання моделей соціального партнерства в європейських країнах, а також у державах північної та центральної Америки.

**Ключові слова:** соціальне партнерство, діалог, виховання, соціально-значущий продукт, моделі.

**Abstract.** The article presents an analysis of modern methods of realization of social partnership, including using network technologies. The author reviews current trends in the use of social partnership models in European countries, as well as in the states of northern and central America.

**Key words:** social partnership, dialogue, education, socially significant product, models.

Сучасні реалії функціонування закладів шкільної та позашкільної освіти спонукають всіх учасників навчально-виховного процесу до використання у своїй діяльності економічно ефективних методів взаємодії. Актуалізація задачі готувати соціально-корисний продукт, який би знаходив свого споживача і при цьому поліпшував фінансовий стан установ, спонукав нас до вивчення можливостей соціального партнерства у розробці різних освітніх проектів.

Соціальне партнерство, визначається деякими авторами як вид діяльності, який спрямований на ефективну розбудову партнерської взаємодії, спрямованої на розширення ринку надання якісних соціальних послуг для вразливих категорій населення в умовах децентралізації влади [2]. Соціальний, часто розглядається авторами в контексті «малозабезпечений». Так, ми знаємо про «соціальний» хліб, соціальні виплати малозабезпеченим, тощо. В економічних науках розповсюдженим є тлумачення соціального партнерства через специфічний вид громадських відносин між різними соціальними групами, прошарками й класами, які мають суттєво відмінні соціально-економічні й політичні інтереси. Останні не можуть стати однаковими, проте можливе їх поєднання, забезпечення певного балансу їхньої реалізації.

В контексті нашого дослідження, ми б хотіли розглянути соціальне партнерство більш широко, а саме через діалог та взаємодію соціальних інститутів, спрямованих на здобуття соціально-цінного продукту. Останнім, в

нашому випадку, виступає підготовка та виховання освіченого та свідомого громадянина. При цьому в якості соціальних інститутів можуть виступати всі розробники та впроваджувачі регулярно повторюваних протягом тривалого часу соціальних практик, що санкціоновані та підтримуються з допомогою соціальних норм і мають важливе значення в структурі суспільства.

В зазначеному ракурсі розгляду соціального партнерства хотілося б зупинитися на огляді найсучасніших тенденцій побудови соціального діалогу. Так, ірландські автори J. Uí Choistealbha, P. Slevin [3] (Marino Institute of Education) представляють шкільний практикум як модель партнерства для проектування та впровадження інновацій у діяльність. Як зазначають дослідники, шкільний практикум є невід'ємною складовою початкових навчальних програм на національному та міжнародному рівнях. Незважаючи на те, що на основі вимог національної політики, практичне проектування практикуму є відповідальністю інституту акредитації вищої освіти (ВНЗ). Навчальна рада Ірландії опублікувала нові керівні принципи для впровадження у школах з 2011 року. Отже, всі початкові програми навчання вчителів у державі повинні були включати оцінку практикуму тривалістю 10 тижнів в одній школі. Навчальна рада також зобов'язала ВНЗ розпочати розробку інноваційних моделей партнерства зі школами.

К. Херник (науково-дослідний інститут, Польща) [4] звертає увагу на модель партнерства через співробітництво шкіл з громадськими об'єднаннями. Автор вказує, що системи освіти в усій Європі розвиваються у напрямку підвищення автономії шкіл. Відносно автономні школи здатні розвиватися відповідно до національних стандартів. Певною мірою вони можуть вибирати власні джерела та методи, визначати потреби та реалізовувати плани розвитку, визначати організаційні структури або вибирати партнерів. У той же час складність освіти зростає в місцевому та глобальному контексті, що створює нові загрози для шкіл, які неможливо вирішити без співпраці з батьками та місцевими громадами. Співпраця з місцевим співтовариством учнів стає обов'язковою умовою добробуту вчителів. Вони більше не можуть бути посередниками для передачі та перевірки збільшеної кількості інформації.

Співпраця шкіл і громад приносить користь обом. Більш того, вони можуть стати співавторами освітніх товарів, активно займатися створенням соціального і людського капіталу (за рахунок побудови мереж горизонтальних зв'язків). У цьому контексті освіта розглядається як формальний, так і неформальний, постійний процес, значення якого для розвитку суспільства підкреслюють багато авторів.

М. Райан-Харшман , Е. Вогель , Б. Аткинс , Дж. Маклін , С. Міко , Х. Джонс Таггарт (Інститут Технологічного Університету Онтаріо (КАНАДА) [5] розглядають соціальне партнерство в якості публічно-приватного як: успішне стратегію соціального маркетингу. Як зазначають автори, хоча в Канаді є багато курсів з маркетингу цифрових медіа, мало хто звертається до конкретних потреб соціального маркетингу, який зосереджується на заохоченні тривалого зміни поведінки. Педагоги з Інституту Технологічного Університету Онтаріо (UOIT) і фахівці компанії ChangeMakers, соціального маркетингового агентства з досвідом розробки навчальних програм, розробили унікальний курс «Соціальний маркетинг для громадського здоров'я», який допомагає студентам набути навичок у створенні соціальних маркетингових кампаній .

Інші канадські дослідники Е. Vogel, В. Muirhead, N. Hattangadi, В. Atkins, J. McLean, С. Мусо [6] розглядають партнерство в ракурсі успішного публічно-приватного навчання у канадському університеті. Автори наголошують, що сьогодні існує значний інтерес до державно-приватного партнерства, орієнтованого на дослідницьку галузь у вищих навчальних закладах. Однак, набагато менше уваги приділяється партнерству між державним і приватним сектором, спрямованим на зміцнення результатів навчання та навчання. Частково для вирішення цього розриву знань, факультет медичних наук при Університеті технологічного університету Онтаріо (UOIT), співпрацює з провідним агентством соціального маркетингу (ChangeMakers), щоб розробити і впровадити повну онлайн-факультативну програму з соціального маркетингу, охорони здоров'я.

Таким чином, соціальне партнерство одночасно є і результатом, і активним чинником формування громадянського суспільства, в якому різні

соціальні групи, прошарки і класи зі своїми специфічними інтересами створюють свої організації, через які формують стійку соціальну спільноту, що забезпечує соціальну та політичну стабільність в суспільстві.

### ***Література***

1. Бех, І. (2018). Особистість на шляху до духовних цінностей. Монографія. Київ-Чернівці. «Букрек».
2. О.А.Грішнова. Економіка праці та соціально-трудоі відносини. Підручник. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/14871001/ekonomika/ekonomika\\_pratsi\\_ta\\_sotsialno-trudovi\\_vidnosini](https://pidruchniki.com/14871001/ekonomika/ekonomika_pratsi_ta_sotsialno-trudovi_vidnosini)
3. J.Uí Choistealbha , P. Slevin - Режим доступу:<https://library.iated.org/view/UICHOISTEALBHA2016APA>
4. K. Hernik Educational Research Institute (POLAND). - Режим доступу <https://library.iated.org/view/HERNIK2012FRO>
5. M. Ryan-Harshman, E. Vogel, B. Atkins, J. McLean, C. Myco, H. Jones Taggart. - University of Ontario Institute of Technology (CANADA) ChangeMakers (CANADA) – Режим доступу: <https://library.iated.org/view/RYANHARSHMAN2016PUB>
6. E. Vogel, B. Muirhead, N. Hattangadi, B. Atkins, J. McLean, C. Myco – Режим доступу: <https://library.iated.org/view/VOGEL2017ITS>