

**ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ФОРМА  
ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ  
НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ПРОЦЕСОМ У ПТНЗ**

Перехід від індустріального до інформаційного суспільства, а також сучасні соціально-економічні процеси потребують суттєвих змін у всіх сферах діяльності держави, особливо в освіті. Одним із пріоритетних напрямів реформування професійно-технічної освіти є її інформаційне забезпечення. Саме вдала інформаційна діяльність керівника професійно-технічного навчального закладу (ПТНЗ) дозволяє підвищувати ефективність навчально-виробничого процесу, виробляти нові підходи до результатів освіти, дає можливість майбутнім фахівцям бути мобільними на сучасному ринку праці, а ПТНЗ – проектувати «індивідуальність» училища.

Навчально-виробничий процес будемо розглядати як інформаційну систему, що має саморегулюючий характер. Перешкоди чи позитивні зрушення, які виникають у педагогічному процесі, викликають розходження між запланованою та реальною діяльністю ПТНЗ.

Могутнім джерелом збагачення процесу управління ПТНЗ є засоби масової інформації. Але проблемою є те, що керівники професійних закладів освіти не завжди вміють працювати зі ЗМІ, вдало використовувати інформаційні повідомлення для освітніх і виробничих цілей. Це підтверджують результати анкетування, що проведені з директорами та заступниками директорів професійно-технічних навчальних закладів Львівщини.

Ефективна діяльність ПТНЗ як педагогічної системи залежить від того, як відбувається забезпечення інформацією усіх ланок педагогічного процесу. Тому *метою статті* є визначити найважливіші підходи до вибору джерел

інформації, вимоги до їхнього використання під час забезпечення інформацією керівників навчально-виробничого процесу в ПТНЗ.

Термін «інформаційне забезпечення» об'єднує два поняття. Тлумачень терміну «інформація» є багато. Аналіз наукової літератури свідчить, що найрозповсюдженішими є два підходи до визначення поняття «інформація»: запропонований англійським кібернетиком У. Ешбі на основі категорії розмаїтості; обґрунтований філософами на основі категорії відображення як властивості всієї матерії.

Поняття «інформація» стало загальнонауковим і визначається як «будь-які відомості, що передані за допомогою сигналів» або «інформація як зменшення невизначеності в результаті передачі, протиставлення інформаційної ентропії» [12]; «початкові відомості, які передаються людьми усним, письмовим або іншими способами» [13].

На думку багатьох дослідників, поняття «інформація» характеризує процес людського пізнання з комунікативного боку. К. Шенон вважає, що інформація – це не знання, а тільки їх передумова; сукупність сигналів, впливів або зведень, які певна система або об'єкт сприймає ззовні (вхідна інформація), видає в навколишнє середовище (вихідна інформація) або зберігає в собі (внутрішня інформація). Така інформація стане знанням лише після її інтерпретації, тобто тоді, коли споживач інформації з'єднує отримані знаки з їх значенням [11].

У наш час інформація розглядається як філософський, психологічний, педагогічний феномен. ЗМІ мають великий вплив на суспільство, вони формують громадську думку, свідомість, від них залежить розвиток громадянського суспільства. Адже в засобах масової комунікації центральною ланкою є зміст повідомлення.

Безперервність інформаційної взаємодії – умова існування індивіда як особистості, як члена певних соціальних структур, нарешті, суспільства загалом [8, с.35].

На жаль, більшість авторів наукових праць із педагогіки, економіки і управління освітою лише частково розкривають проблеми і сучасні тенденції управління ПТНЗ за допомогою різних джерел інформації.

З'ясуємо зміст поняття «джерело інформації», яке вживається досить широко. У Законі України «Про інформацію» зазначено, що «джерелами інформації є передбачені або встановлені Законом носії інформації: документи та інші носії, які являють собою матеріальні об'єкти, що зберігають інформацію, а також повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи». Під документом розуміємо «передбачену законом матеріальну форму одержання, зберігання, використання і поширення інформації шляхом її фіксації на папері, магнітній, кіно-, відео-, фотоплівці або іншому носієві» [2].

В. Бебик [1, с. 71] наголошує, що на практиці в поняття «джерела інформації» входять об'єкти, які непередбачені Законом України «Про інформацію». Наприклад, чутки, різні приватні повідомлення, незафіксовані на якихось матеріальних носіях, або повідомлення з використанням непередбачених законом носіїв, але фактично функціонуючі джерела інформації. Вони можуть суттєво впливати на ту чи іншу конкретну ситуацію.

Інколи джерело інформації асоціюється з відправником інформації. Часто в це поняття включається канал зв'язку. Отже, фактичне значення цього терміну ширше, ніж юридичне. Тобто у системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності джерелом інформації є будь-який об'єкт, де нагромаджуються повідомлення, дані, що в подальшому використовуються суб'єктами інформаційних відносин. У нашому випадку – керівниками професійно-технічних навчальних закладів.

Розглянемо деякі підходи до вибору джерел інформації, які потрібні для організації та функціонування навчально-виробничого процесу в ПТНЗ. Потреба у класифікації джерел інформації зумовлена необхідністю їх раціонального використання. Адже для підготовки управлінських рішень в

освітньому середовищі часто доводиться користуватися найрізноманітнішими джерелами інформації.

Природа ЗМІ може бути різною. Джерела інформації бувають: друковані, електронні і змішані засоби масової інформації. Друковані поділяються на періодичні й неперіодичні. До періодичних відносимо газети і журнали з різних галузей діяльності. Наприклад, управлінську науково-педагогічну інформацію для керівника професійно-технічного навчального закладу доцільно вибирати з таких періодичних фахових друкованих засобів масової інформації: журналах «Професійно-технічна освіта», «Журнал для керівника бюджетною організацією», «Освіта і управління», «Педагогіка і психологія професійної освіти», газетах «Освіта», «Освіта України», «Палітра педагога», «Педагогічна газета», «Педагогіка освіти», «Педагогічна думка», «Сучасна освіта», «Управління освітою», «Шлях освіти» та ін. [10, с. 26-29].

Але потрібно зважати на те, що обсяг наукової інформації, зокрема й педагогічної, кожні п'ять років значно зростає. Сьогодні в інформаційному освітньому просторі склалася така ситуація, коли майже 95 % усієї наукової інформації залишається невикористаною [4, с. 10]. Причина, на думку І. Малицької, в обмеженій швидкості переробки інформації людським мозком. Окрім того існує низка інформаційних бар'єрів, які заважають нормальній циркуляції інформації. Отож виникає ситуація, коли в умовах інформаційного вибуху керівники ПТНЗ відчують «інформаційний голод». Характерною рисою сучасного суспільства є також інформаційна криза, що існує як комплексна соціальна проблема сучасної науково-технічної революції [3, с. 191].

Можна стверджувати, що сучасність ставить перед наукою завдання вивчення та використання інформаційних процесів у різних сферах життя, особливо освіти, оскільки подальший прогрес без оптимальної організації процесів обігу інформації неможливий. Саме тому керівникам ПТНЗ варто

детально вивчати, уважніше ставитися до науково-педагогічної інформації. До поняття «науково-педагогічної інформації» відносять систему відомостей про об'єкти та явища, які використовуються для організації управління навчально-виховним процесом, освітою і педагогічною наукою та розповсюджуються за допомогою спеціальних видань і технічних засобів [9].

Науково-педагогічну інформацію можна віднайти в періодичних виданнях, які поділяють на щоденні, щотижневі, щомісячні та з більшим періодом між виходом.

Неперіодичні друковані видання – довідково-енциклопедичні, наукові видання, науково-популярні брошури, буклети та ін.

На нашу думку, саме друковані ЗМІ найкраще підходять для повного інформаційного забезпечення навчально-виробничого процесу ПТНЗ, адже дозволяють використовувати аналітичні матеріали, науково-популярні, наукові статті. До такої інформації можна повертатися багаторазово, а це означає, що керівник матиме більше часу для її засвоєння. А от телебачення і радіо таких можливостей не дають. Хоча натомість пропонують більшу кількість інформації. Багато інформації можна почерпнути з Інтернету, звичайно, при його наявності й вмінні користуватися сучасними каналами зв'язку.

На думку Н. Ничкало, відсутність електронної мережі зв'язку та відсутність власної WEB-сторінки і поштової скриньки унеможливають координацію роботи, впровадження єдиної системи в роботі, поширення науково-педагогічної та методичної інформації, позитивного досвіду роботи в різних регіонах, організацію оперативного спілкування з колегами [6, с. 4-12].

Радіо, телебачення, Інтернет належать до електронних джерел інформації. Серед недрукованих та змішаних джерел інформації називаємо спеціальні рукописні матеріали та науково-технічну документацію, рекламу, виставки, конференції, «круглі столи», семінари, наради, збори, консультаційні послуги.

Отже, серед різних засобів масової комунікації важливе місце належить пресі як найрозповсюдженішому каналу інформації. З новою інформацією виконують багато операцій. Для належного інформаційного забезпечення процесу управління потрібно скористатися трьома стадіями відтворення інформації: збір, обробка і використання.

Щоби з'ясувати, яку ж інформацію із ЗМІ має вибирати керівник для ефективного управління ПТНЗ, будемо виходити з того, як класифікується інформація. За повнотою охоплення явища інформація буває повна (всебічно розкриває сутність явища), часткова (відображає лише певний аспект явища, але не дає його цілісної характеристики), надлишкова (містить дані, що є зайвими і непотрібними для використання в конкретній ситуації). За періодом дії інформація буває разова (використовується лише один раз у специфічній ситуації), періодична (застосовується та формується систематично, залежно від потреб), довгострокова (використовується протягом тривалого терміну). За змістом виділяємо планово-економічну, педагогічну, фінансову, технологічну, довідкову, адміністративну та ін. Інформація буває достовірна і недостовірна.

Інформація може бути класифікована за наступними ознаками:

- за функціональним призначенням;
- за типом зв'язку (прямий і зворотній обмін інформацією);
- за логічним змістом; за фізичною формою подання (усна доповідь, повідомлення на папері, електронний варіант, у вигляді аудіо- та відеокасет, книжок, журналів, газет);
- за процедурою перетворення [5, с. 15].

За напрямом спрямованості інформацію поділяють на внутрішню і зовнішню, а за ієрархією виокремлюють вертикально і горизонтально спрямовану.

При реалізації загальних функцій управління виділяють когнітивну і мотивуючу інформацію [1, с. 33]. Когнітивна несе дані про суб'єкт чи об'єкт

комунікації. Вона необхідна для спілкування і ухвалення управлінських рішень. Мотивуюча інформація має спонукати об'єкт виконати роботу якнайшвидше і краще.

Для будь-яких видів і форм інформаційного забезпечення можна сформулювати спільні вимоги, яким повинна відповідати інформація [14, с.12-14]: якісні, кількісні, ціннісні. Зупинимося на якості інформації. Отож вона повинна відповідати таким критеріям:

- вірогідність – наближення інформації до першоджерела;
- об'єктивність – без спотворень при передаванні та без суб'єктивних спотворень психологічного характеру; однозначність – повторна перевірена;
- своєчасність – інформація потрібна в потрібний час і в потрібному місці;
- релевантність – характеристика ступеня відповідності змісту документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, змісту інформаційного запиту;
- пертинентність – характеристика ступеня відповідності змісту документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, інформаційній потребі, вираженій в інформаційному запиті;
- актуальність – важливість інформації у даний момент часу під час прийняття конкретного рішення.

Кількісними характеристиками інформації є: повнота – необхідна кількість інформації для прийняття рішень; достатність – достатня кількість інформації для вирішення вузького завдання.

Ціннісні вимоги до інформації визначаються вартістю – видатки за фактом отримання інформації.

Керівники можуть задовольнити свої потреби в інформації через пресу. Всі повідомлення, які поступають із засобів масової інформації, потрібно ділити на три категорії (за основу взято поведінку людини щодо інформації):

1. Дуже важлива інформація.
2. Інформація, яка може стати необхідною.
3. Інформація, яка не сприймається, бо непотрібна [7, с. 144].

У механізм вилучення непотрібної інформації ЗМІ входять: відмова від сприйняття, перекручування інформації та забування. Допомагають сортувати інформацію знання про роботу з інформаційними повідомленнями, настанови та звички, стереотипи. Для того, аби керівник міг зрозуміти суть матеріалу, його квітесенцію, потрібність для подальшого використання під час прийняття управлінських рішень, він повинен оцінити корисність інформації за ефектом, який вона здійснює на результати управління.

Непрофесійно проведений аналіз на етапі вироблення цілі та формування завдань веде до неконкретності, а інколи до необґрунтованості прийняття рішень.

Хоча зовнішні потоки інформації дуже важливі (зміст навчання пов'язаний із зовнішніми вимогами ринку праці, освітніх органів, батьків, служб кадрового забезпечення та ін.), але це не означає, що треба збирати інформацію з преси про будь-які події, що відбуваються у світі.

Для ефективної роботи з інформацією має бути створений каталог тем, що визначені пріоритетними у кожному професійно-технічному навчальному закладі. Це нелегке завдання сортування інформації належить керівникові. А також його обов'язком є управляти змістом новин про очолюване ПТНЗ. І тут вже потрібно не тільки використовувати інформацію із засобів масової комунікації, а й навчитися співпрацювати із ЗМІ. Таких директорів, які вміють розмовляти із журналістами, дуже мало. Засоби масової інформації зосередженні на висвітленні негативних подій чи явищ в освіті. Позитив їх



часто не цікавить. Тому керівник ПТНЗ повинен правильно організувати роботу зі ЗМІ, формуючи насамперед позитивний імідж очолюваного ним закладу.

Наведемо орієнтовний алгоритм формування іміджу ПТНЗ:

- вивчення уявлень, що склалися у громадськості про заклад;
- вияв переваг і очікувань громадськості, рис і характеристик, якими, на погляд громадськості, має володіти об'єкт, що претендує на позитивний імідж;
- контроль іміджу ПТНЗ як відповідь на переваги та очікування громадськості;
- опрацювання стратегії формування іміджу, плану дій;
- втілення сконструйованої моделі у реальність;
- коригування плану при необхідності; моніторинг сформованого іміджу.

Така робота щодо організації співпраці із засобами масової інформації у професійно-технічних навчальних закладах на разі не ведеться. Для цього у керівників немає ні досвіду, ні знань.

Загальні правила відносин зі ЗМІ наступні:

- ПТНЗ має мати план роботи зі ЗМІ, бути гнучкими та адаптовуватися до ситуації, яка виникла;
- спілкуватися з тими самими журналістами, які представляють різні видання, аби уникнути некомпетентного та недобросовісного висвітлення подій в професійно-технічному навчальному закладі;
- не чекати поки негативна ситуація вирішиться сама по собі, а своєчасно відреагувати на необгрунтовані звинувачення;
- якщо під час інтерв'ю на якесь запитання важко відповісти, надавати тільки ті дані, які можете озвучити;
- матеріал, який має з'явитися в друкованому чи електронному джерелі інформації, попередньо узгоджуйте, аби уникнути помилок.

Оцінка ефективності інформаційної діяльності є передумовою подальшої роботи в напрямі покращення іміджу ПТНЗ. Важливим аспектом для системи

професійно-технічної освіти є комп'ютерна грамотність керівника, здатність знаходити інформацію, що відповідає якісним, кількісним та ціннісним вимогам, користуватися інформаційними мережами, застосовувати їх у науково-педагогічній практиці, навчально-виробничому процесі, а також вміло використовувати інформаційні ресурси ЗМІ, співпрацювати з представниками преси. Це означає – забезпечення інформацією усіх напрямів діяльності ПТНЗ. Користуючись інформаційними технологіями, сучасними ЗМІ управлінці повинні утримувати оперативну інформацію не тільки про функціонування підсистем професійно-технічного навчального закладу, а й про співвідношення між попитом і пропозицією на ринку та ін. Це стане можливим завдяки створенню у ПТНЗ інформаційного середовища, що дозволить користуватися базами даних, знаннями, які здобувають зі ЗМІ та інших джерел інформації всі учасники освітньої і виробничої діяльності.

Сучасний стан інформаційного забезпечення управління ПТНЗ вимагає здійснення на державному рівні відповідних перетворень, які мають бути направлені на зміну чинних командно-адміністративних механізмів і запровадження якісних характеристик розвитку професійно-технічної освіти із застосування різних джерел інформації, інформаційно-комунікативних технологій.

1. *Бибик В. М.* Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Моногр. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Законодавство України про інформацію. – К.: Парлам. вид-во, 1999. – 168 с.
3. *Каныгин Ю.М.* Основы когнитивного обществознания (Информационная теория социальных систем). – К.: Украинская Академия информатики, 1993. –С.191.
4. *Малицька І.* Історико-педагогічні передумови розвитку освітніх мереж у контексті створення інформаційного середовища /

Інформаційне забезпечення навчально-виховного процесу: інноваційні засоби і технології: Колективна монографія. – К.: Атіка, 2005. – С. 10.

5. Ничкало Н. Ринок праці і проблеми модернізації підготовки кваліфікованих робітників // Професійно-технічна освіта. – № 1. – 2004.

6. Пасічник Л. Роль та місце засобів масової інформації у процесі навчання в загальноосвітній школі / Інформаційне забезпечення навчально-виховного процесу: інноваційні засоби і технології: Колективна монографія. – К.: Атіка, 2005. – С.144.(всього 252 с.)

7. Пресса и общественное мнение / В.С. Коробейников, В.Т. Давыдченков. – М.: Наука, 1986. – С. 35]

8. Російський портал Інтернет-освіти. – [http:// dictionary.fio.ru / article](http://dictionary.fio.ru/article)

9. Тематичний покажчик видань України, 2007 (II півріччя). – К.: Київська правда, 2007. – 218 с.

10. Шеннон Клод. Работы по теории информации и кибернетики: пер. с англ. – М.: Мир, 1971. – 382 с.

11. Энциклопедический словарь по культурологии. – М., 1997. – 480 с.

12. Энциклопедический социологический словарь / Под ред. В. Г. Осипова. – М., 1995. – 936 с.

13. Яновский А.М. Информация – товар рыночный // Научно-техническая информация. Сер. 1. – № 6. – 1999. – С. 12-14.

Л. Кубская

*Средства массовой информации как форма информационного обеспечения управления учебно-производительным процессом в ПТУЗ*

В статье определены основные подходы к выбору источников информации, требования к их использованию во время управления учебно-производительным процессом в ПТУЗ.

L. Kubska

*Mass Media Means as a Form of Information Support of Education and Production Process Management at Vocational Schools*

Main approaches to information resources choice, demands to their usage in education and production process management at vocational schools are determined in the article.