

Автономная некоммерческая организация
«Научно-исследовательский институт «Современная дидактика»

Методические рекомендации по совершенствованию деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги», включая организацию взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников.

Москва, 2016

Содержание

	Введение	3
1.	Нормативно-правовые основы деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»	4
2.	Основные цели и задачи деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»	6
3.	Структурно-функциональная модель деятельности педагогических работников в рамках предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»	7
4.	Организация взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников	15
5.	Механизм привлечения педагогов к деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»	18
6.	Заключение	53
7.	Библиография	54

Введение

Методические рекомендации по совершенствованию деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги», включая организацию взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников разработаны с целью модернизации технологий и содержания обучения в соответствии с новым федеральным государственным стандартом посредством разработки концепций конкретных областей, поддержки региональных программ развития образования и поддержки сетевых методических объединений.

Методические рекомендации по совершенствованию деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги», включая организацию взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников разработаны с учетом проекта региональной модели сетевого учебно-методического объединения в сфере общего образования с использованием современных средств сетевой коммуникации; ресурсов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»; обеспечения на площадке клубов форматов взаимодействия членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников.

1. Нормативно-правовые основы деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»

Деятельность предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги» осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

По вопросам, не урегулированным на федеральном уровне, органам законодательной и исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления и образовательным организациям рекомендуется в пределах своей компетенции принимать нормативные правовые акты, регулирующие вопросы организации и осуществления деятельности учебно-методических объединений педагогических работников, руководствуясь данными Методическими рекомендациями.

Нормативно-правовое обеспечение деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги» Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на сегодняшний день представлено следующими нормативно-правовыми актами:

- Положение об общественно-профессиональной экспертизе авторских педагогических разработок педагогов общеобразовательных организаций Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- План заседаний учебно-методического объединения в системе общего образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016 год;
- План работы учебно-методического объединения в системе общего образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016 год;
- О внесении изменений в приказ от 15.05.2015 №650 (приказ Департамента образования и молодежной политики ХМАО - Югры от 06.06.2016 №899);
- Об утверждении Положения об учебно-методическом объединении в системе общего образования ХМАО-Югры (приказ Департамента образования и молодежной политики ХМАО-Югры от 15.05.2015 № 650);
- Приказ ДОиМП №285 от 03.03.2016 О внесении изменений в приложение к приказу Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры от 30 июля 2015 года №1055 Об утверждении состава учебно-методического объединения в системе общего образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;

- Приказ ДОиМП №44 от 21.01.2016 О внесении изменений в приложение к приказу Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры от 30 июля 2015 года №1055 Об утверждении состава учебно-методического объединения в системе общего образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- Приказ Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры от 30.07.2015 № 1055 Об утверждении состава учебно-методического объединения в системе общего образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- Приказ Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры от 02.11.2012 № 1264 «О сетевом сообществе образования Югры «Школлеги».

2. Основные цели и задачи деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»

Основными целями деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги» являются:

- Организация профессионального взаимодействия педагогов Югры в формате семинаров-практикумов, круглых столов, мастер-классов, творческих лабораторий, проблемных групп и т.п.
- Оказание помощи педагогическим работникам в овладении содержанием, требованиями и методами внедрения ФГОС второго поколения.
- Создание банка данных об учителях, накопление методических инновационных разработок, распространение передового педагогического опыта, организация помощи в публикации работ учителей и обеспечение информационной поддержки.
- Продолжение работы с социальными партнерами для вовлечения педагогов в деятельность образовательной среды региона.

Основными задачами деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги» являются:

- содействие обновлению содержания школьного образования;
- формирование единого научно-образовательного пространства;
- содействие повышению качества учебной и учебно-методической литературы;
- содействие повышению квалификации и развитию профессиональной компетенции учителей;
- совершенствование гражданско-правовому, патриотическому, нравственному, трудовому, эстетическому воспитанию учащихся;
- содействие социально-правовой защищенности учителей;
- содействие созданию условий для активной профессиональной и общественной деятельности своих членов;
- привлечение широкой педагогической общественности к участию в инновационных и иных гуманитарных проектах и программах.

3. Структурно-функциональная деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»

Основной потребностью, которую должно удовлетворить сетевое УМО в сфере общего образования является формирование информационно-образовательного пространства педагогов Югры с системой обратных связей.

Предпосылками создания сетевого УМО являются:

- наличие работающего ресурса сетевое сообщество «Школлеги» (http://iro86.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1069&Itemid=609),
- страница УМО на информационный портал АУ «Институт развития образования» (http://iro86.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1429:uchebno-metodicheskoe-ob-edinenie&catid=49&Itemid=586),
- а также наличие (и разнообразие) структуры методического сопровождения УМО в муниципальных образованиях,
- наличие координатора УМО в системе общего образования ХМАО-Югры – АУ «Институт развития образования»,
- реализация общественно-профессиональной экспертизы авторских педагогических разработок.

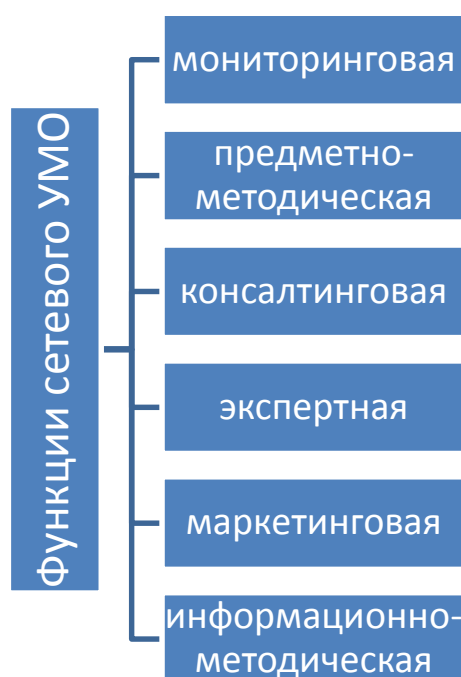
Основная проблема, которую должно решить создание сетевого УМО состоит в удаленности территорий, замкнутости малых городов, отсутствии средств для очного транслирования и получения педагогического опыта.

Модель сетевого УМО должна иметь возможности постоянного совершенствования в рамках новых задач, новых инфраструктур МО, с учетом итогов мониторингов.

Основными целевыми аудиториями сетевого УМО являются: Департамент образования и молодежной политики ХМАО-Югры (контроль), АУ «Институт развития образования» - организация деятельности, координатор УМО, Органы управления образованием муниципальных образований ХМАО-Югры, образовательные организации округа, педагогические работники, руководители образовательных организаций.

Исходя из основных требований и ограничений можно выстроить структурно-функциональную модель сетевого УМО в сфере общего образования, которая будет включать в себя структурные компоненты деятельности сетевого УМО, его функции и основных стейкхолдеров.

Схема 1. Основные функции сетевого УМО в сфере общего образования



Мониторинговая функция сетевого УМО в сфере общего образования предусматривает изучение состояния и тенденций развития региональной системы общего образования.

Предметно-методическая функция сетевого УМО направлена на совершенствование методики преподавания определенных дисциплин.

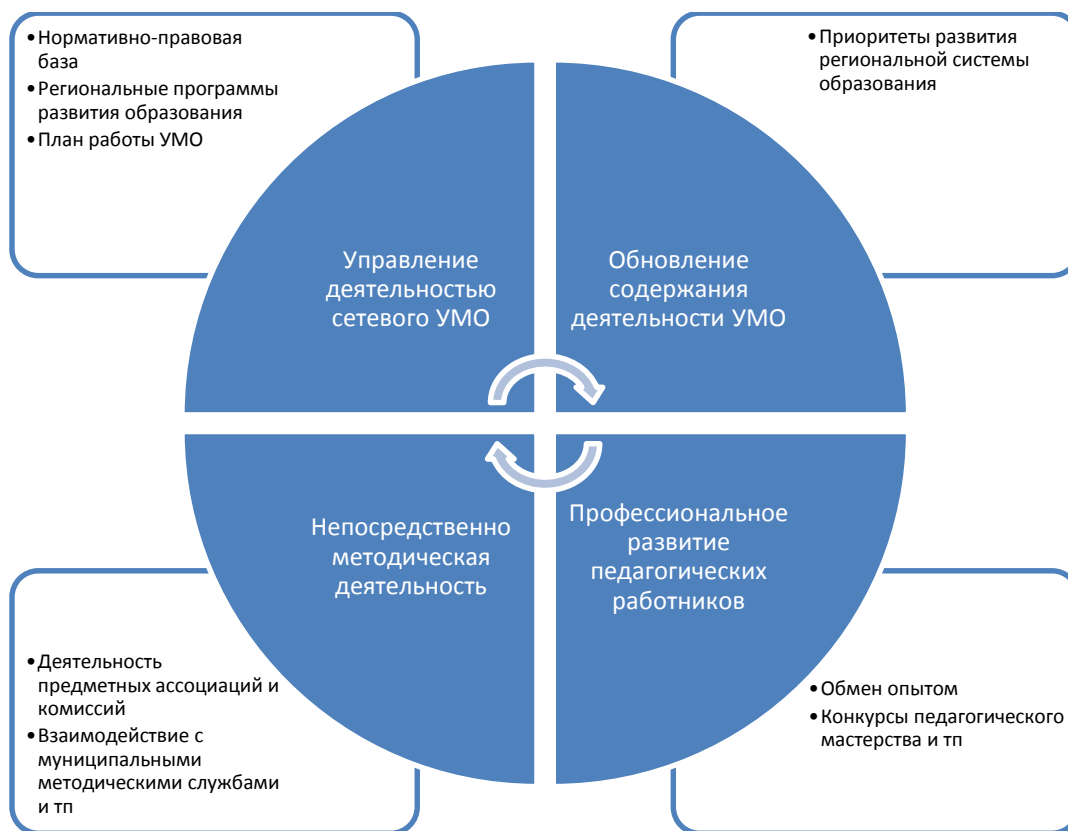
Консалтинговая функция сетевого УМО направлена на оказание необходимой помощи педагогам в вопросах использования нормативной и методической документации, организации опытно-экспериментальной работы, повышении квалификации.

Экспертная функция сетевого УМО обеспечивает контроль над соблюдением действующего законодательства, прав личности ученика, родителей, педагогов; над качеством и условиями образования.

Маркетинговая функция сетевого УМО связана с решением задач интеграции государственных и общественных структур в разрешении выявленных проблем.

Информационно-методическая функция сетевого УМО направлена на информационное обеспечение деятельности сетевого УМО через оказание информационных услуг как педагогическим работникам, так и различным субъектам образования: специалистам органов управления образованием, руководителям и педагогическим работникам образовательных учреждений, обучающимся, родителям.

Схема 2. Основные структурные компоненты деятельности сетевого УМО в сфере общего образования



Структура деятельности сетевого УМО по общему образованию включает четыре взаимосвязанных компонента: управление деятельностью, обновление содержания деятельности, непосредственно методическая деятельность, профессиональное развитие педагогических работников.

Рамки управленческой деятельности сетевого УМО по общему образованию определяются нормативно-правовыми документами в сфере образования, региональными программами развития образования, локальными нормативно-правовыми актами УМО, включая планы проекты и программы УМО. Наиболее эффективной формой управленческой деятельности УМО является проектное управление (Методические рекомендации по применению проектного управления в деятельности сетевого УМО в сфере общего образования представлены в Приложении 2).

Обновление содержания деятельности сетевого УМО по общему образованию производится в рамках приоритетов развития образовательной системы РФ и региона в партнерстве с АУ «Институт развития образования». Деятельность в рамках данного компонента должна быть в основном направлена на разработку и постоянное обновление (на основе лучших практик российских и зарубежных образовательных организаций) учебно-методического обеспечения реализации образовательных программ общего образования.

Непосредственно методическая деятельность реализуется в рамках работы с предметными ассоциациями, муниципальными методическими службами, опорными образовательными организациями, центрами распространения инноваций, экспериментальными и стажировочными площадками. К функциям методической деятельности УМО в партнерстве с предметными ассоциациями и муниципальными методическими службами можно отнести следующие: аналитическая; проектировочная, связанная с перспективным планированием и разработкой содержания образования в определенной предметной области, управление обучающей деятельностью; конструктивная, включающая систему действий, связанных с планированием предстоящего занятия (отбор, конструирование содержания учебной информации и выбор форм ее представления, ведущих к целенаправленному интеллектуально-эмоциональному взаимодействию педагога и обучающихся в процессе формирования компетенций); нормативная, связанная с определением и разработкой дидактического обеспечения, способствующего выполнению образовательных стандартов, требований учебных

программ, условий осуществления целостного педагогического процесса; исследовательская).

Структурные компоненты методической деятельности представлены на схеме.



Таким образом, сетевое УМО в сфере общего образования в партнерстве с предметными ассоциациями и муниципальными методическими службами реализует следующие компоненты методической деятельности по каждой учебной дисциплине общего образования:

Методические приемы - система последовательных взаимосвязанных действий педагога и обучающихся, обеспечивающих усвоение содержания образования по данной области знаний; точно следующий установленному плану, способ действий по усвоению содержания образования; детали метода, элементы, составные части или отдельные шаги той учебно-познавательной деятельности, которая происходит в процессе обучения.

Подходы к обучению (выбор вида и способа обучения). В научно-методической и психолого-педагогической литературе, как правило, они отождествляются с методом обучения, а метод часто определяется через эти термины. Подход к обучению указывает на проект или выбранную стратегию обучения.

Методический принцип - конкретизированное выражение специальных требований к преподаванию, детерминирующих конкретные методы учебной работы обучающихся на занятии по конкретной дисциплине. Он наиболее распространен в методиках обучения и дидактике средство регуляции.

Правила обучения - простейшие методические структуры, содержащие в кратком виде указания на ряд необходимых операций по достижению тех или иных целей обучения.

Рефлексия - целенаправленный самоанализ результатов преподавания и учения по конкретной учебной дисциплине и прогноз их совершенствования (выбор оптимальных методов, средств и организационных форм управления процессом общего образования; подбора, структурирования и представления разных видов содержательной учебной информации; выбор диагностического инструментария и т.д.). В ходе рефлексии, действуя в идеальных моделях обучения, сетевое УМО в партнерстве с предметными ассоциациями и муниципальными методическими службами дифференцирует репродуктивные и продуктивные действия, анализируя, мысленно объединяя действия, которые принесли им наибольший успех в преподавании определенных учебных предметов.

Методика обучения по определенным учебным предметам. В методике обучения методы претерпевают изменения: их правила реализации уточняются и систематизируются. Стремление в какой-то мере управлять мышлением педагога, т.е. поднять его методические умения до личного опыта, дает этому виду дидактического обеспечения четко выраженную нормативную функцию.

Методика - совокупность рекомендаций по организации и проведению педагогического процесса.

Педагогическую технологию отличает два принципиальных момента: гарантированность конечного результата; это проект будущего педагогического процесса по определенному учебному предмету.

Выход в совместной деятельности сетевого УМО с предметными ассоциациями и муниципальными методическими службами на технологический уровень проектирования целостного педагогического процесса по учебному предмету и реализация этого проекта делает педагогических работников высокопрофессиональным, больше раскрепощает их личность, учитывает значительное усиление роли обучающегося и открывает новые горизонты развития творчества каждого педагога.

Деятельность по профессиональному развитию педагогических работников реализуется через рациональную организацию их участия в работе сетевого УМО по общему образованию в соответствии со структурно-функциональной моделью, представленной в разделе 7.

Исходя из изложенного выше, можно представить комплексную структурно-функциональную модель деятельности сетевого УМО в сфере общего образования в следующем виде (схема 3. Структурно-функциональная модель). Основным смыслом

представленной модели состоит в том, что педагогические работники, вовлеченные в различные формы и виды деятельности сетевого УМО, предметных ассоциаций и муниципальных методических служб, при управляющем воздействии Департамента образования и молодежной политики ХМАО-Югры, АУ «Институт развития образования», Органов управления образованием муниципальных образований ХМАО-Югры, образовательных организаций (в рамках своих компетенций), формируют информационно-образовательное пространства педагогов Югры с системой обратных связей. Важной принципиальной характеристикой данной модели является возможность ее саморазвития, при этом саморазвитие может происходить как стихийно, так и при управляющем воздействии Департамента образования и молодежной политики ХМАО-Югры, АУ «Институт развития образования», Органов управления образованием муниципальных образований ХМАО-Югры, образовательных организаций (в рамках своих компетенций).

Для полноценной реализации данной модели необходима модернизация технологической IT-платформы сетевого сообщества «Школлеги». Рекомендации по модернизации представлены в разделе 8 Требования к средствам сетевой коммуникации.

Схема 3. Структурно-функциональная модель



4. Организация взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников

В соответствии с Порядком проведения Олимпиады за предметно-методическими комиссиями (ПМК) закреплена функция научно-методического обеспечения Олимпиады; формирования задач для этапов Олимпиады по уровням: муниципальные ПМК, региональные ПМК, Центральные ПМК по предметам.

Школьный этап.

В соответствии с п. 39 Порядка Организатор школьного этапа формирует муниципальные предметно-методические комиссии по каждому общеобразовательному предмету и утверждает их составы.

Составы муниципальных предметно-методических комиссий олимпиады по каждому общеобразовательному предмету формируются из числа педагогических, научных, научно-педагогических работников. (Порядок, п.43).

Обязанности Муниципальных предметно-методических комиссий по каждому общеобразовательному предмету включают следующую деятельность (Порядок, п. 42.):

1. Разрабатывают требования к организации и проведению школьного этапа олимпиады с учётом методических рекомендаций, подготовленных центральными предметно-методическими комиссиями олимпиады;
2. Составляют олимпиадные задания на основе содержания образовательных программ основного общего и среднего общего образования углублённого уровня и соответствующей направленности (профиля), формируют из них комплекты заданий для школьного этапа олимпиады с учётом методических рекомендаций, подготовленных центральными предметно-методическими комиссиями олимпиады;
3. Обеспечивают хранение олимпиадных заданий для школьного этапа олимпиады до их передачи организатору школьного этапа олимпиады, несут установленную законодательством Российской Федерации ответственность за их конфиденциальность.

Муниципальный этап

В соответствии с Порядком проведения Олимпиады муниципальный этап олимпиады проводится по разработанным региональными предметно-методическими комиссиями заданиям, основанным на содержании образовательных программ основного общего и среднего общего образования углублённого уровня и соответствующей направленности (профиля), для 7 – 11 классов и в соответствии с рекомендациями центральных ПМК по предметам (П.44).

Организатор регионального этапа олимпиады формирует региональные предметно-методические комиссии по каждому общеобразовательному предмету и утверждает их составы (П. 56).

Составы региональных предметно-методических комиссий олимпиады по каждому общеобразовательному предмету также формируются из числа педагогических, научных, научно-педагогических работников.

Функции региональных ПМК:

1. Разрабатывают требования к организации и проведению муниципального этапа олимпиады по каждому общеобразовательному предмету, которые определяют принципы составления олимпиадных заданий и формирования комплектов олимпиадных заданий, описание необходимого материально-технического обеспечения для выполнения олимпиадных заданий, критерии и методики оценивания выполненных олимпиадных заданий, процедуру регистрации участников олимпиады, показ олимпиадных работ, а также рассмотрения апелляций участников олимпиады.
2. Составляют олимпиадные задания для 7-11-х классов на основе содержания образовательных программ основного общего и среднего общего образования углублённого уровня и соответствующей направленности (профиля), формируют из них комплекты заданий для муниципального этапа олимпиады с учётом методических рекомендаций, подготовленных центральными предметно-методическими комиссиями олимпиады.
3. Обеспечивают хранение олимпиадных заданий для школьного этапа олимпиады до их передачи организатору муниципального этапа олимпиады, несут установленную законодательством Российской Федерации ответственность за их конфиденциальность.
4. Рекомендуются проводить выборочную экспертизу заданий школьного этапа по запросу в Муниципальные ПМК по предметам.
5. Анализируют отчеты муниципальных ПМК, проводят анализ результатов школьного, муниципального и регионального этапов олимпиады и формируют отчеты по каждому предмету, участвуют в повышении квалификации членов муниципальных ПМК.

Исходя из изложенного, с целью получения предметными методическими комиссиями более широкой профессиональной экспертизы, целесообразно организовать их деятельность на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников.

После утверждения состава предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников соответствующего уровня необходимо утвердить график их заседаний по разработке требований к проведению предметных олимпиад и олимпиадных

заданий соответствующего этапа всероссийской олимпиады школьников по каждому общеобразовательному предмету.

Модератору клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги» необходимо организовать работу предметно - методических комиссий на базе клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги» согласно графику.

Необходимо принять меры обеспечения конфиденциальности при разработке и хранении текстов олимпиадных заданий.

Руководителям общеобразовательных организаций необходимо предоставить возможность учителям – членам комиссий принимать участия в заседаниях и учесть работу учителей в заседаниях комиссий при распределении стимулирующего фонда оплаты труда организации по итогам первого полугодия учебного года.

5. Механизм привлечения педагогов к деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»

Механизм привлечения педагогов к деятельности предметных ассоциаций можно определить как совокупность взаимосвязанных элементов системы, обеспечивающих ее функционирование и приводящих к определенному результату. Разработка механизма привлечения педагогов к деятельности предметных ассоциаций предполагает определение субъектов привлечения, принципов, основных направлений, уровней привлечения учителей-предметников в сообщество.



Цель привлечения педагогов к деятельности предметных ассоциаций – обеспечение активного участия в работе общественных организаций участников сообществ, а также вовлечение новых членов.

Субъекты вовлечения.

Анализ реальной практики вовлечения учителей-предметников в различные общественно-профессиональные сообщества позволяет выделить следующие социально-групповые «единицы», на которые направлен механизм вовлечения.

Во-первых, это участники общественно-профессиональных сообществ, формально числящиеся, но не принимающие активного участия в деятельности сообщества, но при правильной мотивации готовы принимать активное участие в реализации программ и планов ассоциаций. Как правило, эти участники стали членами ассоциации не по собственному желанию, а под влиянием других мотивов (указание руководства, «за компанию», для набора баллов, для повышения статуса и т.п.).

Вторая группа – это представители сетевых сообществ, самоорганизующихся групп (клубов, летних школ и т.п.). Это условное объединение лиц, которые в реальной жизни находятся в самых различных сообществах и почти ничего не знают о своих коллегах по этому признаку, но активно участвуют в коммуникации, заинтересованы и готовы включиться в реализацию тех или иных проектов ассоциаций. Члены этой группы достаточно независимы друг от друга и свободны в своих действиях.

Третья группа – так называемый «педагогический ресурс», т.е. та социально активная часть учительского сообщества, которая при определенных условиях готова включиться в реализацию образовательных инновационных проектов, программ и планов ассоциаций, но которая пока лишена каких-либо внешних признаков своего социального статуса (принадлежности к какой-либо общественной организации).

Четвертая группа – это непосредственное социальное окружение учителей-предметников (руководители образовательных организаций, обучающиеся и их родители и другие субъекты образовательного процесса).

Для того чтобы в обществе повысить степень участия педагогов-предметников в профессиональных ассоциациях, следует проделать определенную работу по обеспечению взаимодействия выделенных групп и общественных организаций в лице как руководящего состава, так и всех членов сообщества. Однако этот процесс будет более эффективным, если четко определить методику вовлечения педагогов в деятельность сообщества и сформировать в сообществе активную группу (структуру), отвечающую за ее реализацию.

Основные принципы привлечения педагогов к деятельности предметных ассоциаций:

- добровольности;
- равноправия;
- системности;
- доступности;
- преемственности;
- гласности.

В принципах выражаются нормативные основы вовлечения педагогов-предметников в виде общих установок, правил, которые служат руководством практической деятельности.

Принцип добровольности предполагает добровольное участие, вхождение учителей-предметников в общественно-профессиональные сообщества, «без указки сверху», без командно-административного влияния со стороны руководителей образовательных организаций и органов управления образованием любого уровня.

Принцип равноправия – уважительные взаимоотношения участников сообщества независимо от опыта работы, квалификации, возраста; поддержка социально-ценностных инициатив, увлечений, интересов; обеспечение равных потенциальных возможностей профессионального роста каждому учителю.

Принцип системности – соблюдение единства целей, задач, средств, содержания, форм и методов вовлечения участников в деятельность сообщества и мониторинга результативности.

Принцип гласности – обеспечение информационной доступности, открытости.

Принцип преемственности – соблюдение преемственности в деятельности и развитии сообществ разных уровней, а также межпредметной интеграции и координации.

В зависимости от территориальной организации можно выделить следующие **уровни реализации механизма:**

- общероссийский – определяет условия вовлечения учителей-предметников в деятельность общероссийских общественно-профессиональных организаций;
- региональный – определяет условия вовлечения учителей-предметников в деятельность общественно-профессиональных организаций, действующих в пределах территории одного субъекта Российской Федерации;
- местный (окружной, муниципальный) – определяет условия вовлечения учителей-предметников в деятельность общественно-профессиональных организаций, действующих в пределах территории органа местного самоуправления;
- школьный – на уровне образовательной организации.

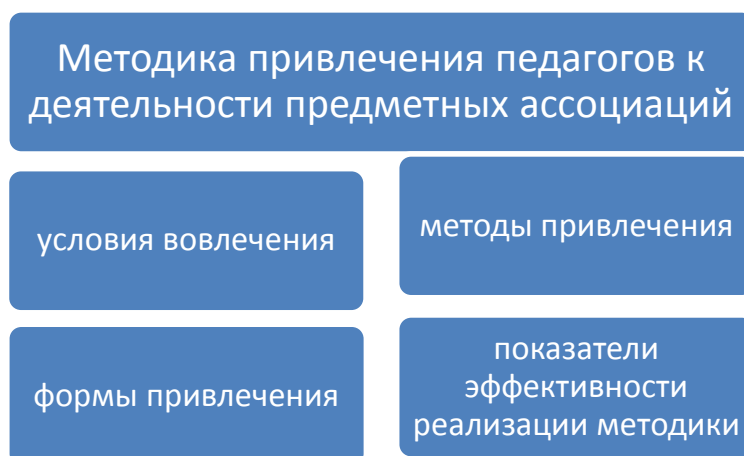
Основные направления функционирования механизма:

- *нормативно-правовое;*
- *финансовое;*
- *организационно-методическое.*

Нормативно-правовое направление заключается в разработке регламентирующей документации, определяющей порядок привлечения новых участников в сообщества учителей-предметников.

Организационно-методическое направление – важнейшее направление, определяющее методику реализации механизма как конкретного воплощения механизма.

Методика должна быть направлена на достижение целесообразного результата и включать в себя комплекс ***условий, методов и форм вовлечения педагогов в деятельность общественно-профессиональных сообществ.***



Условия вовлечения педагогов в деятельность предметных ассоциаций.

Можно выделить следующие **условия** процесса вовлечения педагогов-предметников в профессиональные сообщества:

- Социально-психологические условия;
- Организационно-управленческие условия;
- Информационно-коммуникационные условия;
- Социально-профессиональное партнерство.

Социально-психологические условия

Социально-психологические условия включают в себя ряд факторов, состоящих из адаптации участников сообщества, социально-психологического климата в общественно-профессиональном сообществе, психологической сплоченности участников и др.

Адаптация – это способность участника сообщества приспособиться к содержанию и условиям деятельности в непосредственной социальной среде (коллективе), совершенствовать свои деловые и личностные качества. Вступление в новое сообщество – психологически сложный момент для любого участника. Если при этом он не ощущает поддержки со стороны сообщества, у него появляются сомнения в правильности выбора, он может часто допускать ошибки, причины которых кроются в психологически некомфортном, неуверенном состоянии человека. Поэтому необходим контроль за процессом адаптации новых участников сообщества, который призван решать возникающие проблемы и устранять факторы, мешающие их закреплению в коллективе.

Система адаптации в сообществе представляет собой комплекс необходимых действий для новых участников любого уровня. Вместе с тем процесс адаптации работников индивидуален как с точки зрения его личностных качеств, так и с точки зрения его работы.

Адаптация может быть первичной (приспособление молодых участников, не имеющих опыта профессиональной деятельности в сообществе) и вторичной (приспособление участников, имеющих уже опыт профессиональной деятельности в сообществе, которые, как правило, в этом случае меняют объект деятельности или профессиональную роль).

Выделяют следующие стадии адаптации:

- ознакомления (продолжительностью около месяца);
- приспособления (до одного года);
- ассимиляции – полное приспособление к среде и постепенная интеграция участника в организацию;
- идентификации - отождествление личных целей участника с целями коллектива.

По степени идентификации различают три категории участников: безразличные, частично идентифицированные, полностью идентифицированные. Исходя из этой классификации, ядром любого коллектива являются полностью идентифицированные участники сообщества.

Объективные показатели адаптации участников – это показатели, характеризующие эффективность трудовой деятельности и активность участия членов сообщества в ее различных сферах.

Социально-психологический климат является одной из важнейших характеристик профессионального сообщества. Он складывается в процессе взаимодействия участников и определяет все ее дальнейшее функционирование. Благоприятный социально-психологический климат повышает эффективность работы участников, способствует их сплочению, в свою очередь, неблагоприятный социально-психологический климат снижает качество деятельности и понижает работоспособность коллектива в целом.

Качество социально-психологического климата в коллективе определяет отношение руководителя к своему сообществу и к каждому участнику в отдельности.

Существует целый ряд факторов, определяющих социально-психологический климат в коллективе. Глобальная макросреда: обстановка в обществе, совокупность экономических, культурных, политических и других условий. Стабильность в экономической, политической жизни общества обеспечивают социальное и психологическое благополучие его членов и косвенно влияют на социально-психологический климат групп.

Локальная макросреда, т.е. организация, в структуру которой входит трудовой коллектив: размеры организации, статусно-ролевая структура, отсутствие функционально-ролевых противоречий, степень централизации власти, участие сотрудников в планировании, в распределении ресурсов, состав структурных подразделений (половозрастной, профессиональный, этнический) и т.д.

Физический микроклимат, санитарно-гигиенические условия труда. Жара, духота, плохая освещенность, постоянный шум могут стать источником повышенной раздражительности и косвенно повлиять на психологическую атмосферу в группе. Напротив, хорошо оборудованное рабочее место, благоприятные санитарно-гигиенические условия повышают удовлетворенность от деятельности в целом, способствуя формированию благоприятного социально-психологического климата.

Удовлетворенность деятельностью. Большое значение для формирования благоприятного социально-психологического климата имеет то, насколько деятельность является для человека интересной, разнообразной, творческой, соответствует ли она его профессиональному уровню, позволяет ли реализовать творческий потенциал, профессионально расти. Повышению привлекательности работы способствует

удовлетворенность условиями труда, оплатой, системой материального и морального стимулирования, социальным обеспечением, режимом работы, информационным обеспечением, перспективами карьерного роста, возможностью повысить уровень своего профессионализма, уровнем компетентности коллег, характером деловых и личных отношений в коллективе по вертикали и горизонтали и т.д. Удовлетворенность деятельностью зависит от того, насколько ее условия соответствуют ожиданиям личности и способствуют самореализации и обеспечению потребностей:

- в хороших условиях труда и достойном материальном вознаграждении;
- в общении и дружеских межличностных отношениях;
- в успехе, достижениях, признании и личном авторитете;
- творческой и интересной работе, возможности профессионального и личностного развития, реализации своего потенциала.

Психологическая совместимость также влияет на социально-психологический климат в коллективе. Под психологической совместимостью понимают способность к совместной деятельности, в основе которой лежит оптимальное сочетание в коллективе личностных качеств участников. Она может быть обусловлена сходством характеристик участников совместной деятельности. Людям, похожим друг на друга, легче наладить взаимодействие. Сходство способствует появлению чувства безопасности и уверенности в себе, повышает самооценку.

Коммуникативная компетентность. Низкая коммуникативная компетентность участников ведет к коммуникативным барьерам, росту напряженности в межличностных отношениях, непониманию, недоверию, конфликтам. Умение ясно и точно излагать свою точку зрения, владение приемами конструктивной критики, навыками активного слушания и т.д. создают условия для удовлетворительной коммуникации в сообществе, влияют на создание благоприятного климата в организации.

Стиль руководства. Роль руководителя в создании оптимального социально-психологического климата является решающей:

- демократический стиль развивает общительность и доверительность взаимоотношений, дружелюбность. При этом нет ощущения навязанности решений извне, «сверху». Участие членов коллектива в управлении, свойственное этому стилю руководства, способствует оптимизации социально-психологического климата;

- авторитарный стиль обычно порождает враждебность, покорность и заискивание, зависть и недоверие. Но если этот стиль приводит к успеху, который оправдывает его использование в глазах группы, он способствует созданию благоприятного социально-психологического климата, как например, в спорте или в армии;

- попустительский стиль имеет своим следствием низкую продуктивность и качество работы, неудовлетворенность совместной деятельностью и ведет к формированию неблагоприятного социально-психологического климата.

Признаками благоприятного социально-психологического климата в коллективе выступают:

- взаимное доверие между работниками и теплота межличностных отношений;
- высокая требовательность членов коллектива друг к другу;
- высокая ответственность каждого из членов коллектива за состояние дел в коллективе;
- свободный обмен мнениями при обсуждении вопросов, касающихся различных сторон деятельности коллектива;
- доброжелательная, объективная и деловая критика;
- высокая степень эмоциональной и поведенческой включенности и взаимопомощи в случае возникновения каких-либо проблем производственного, социального или бытового характера у кого-то из членов коллектива;
- удовлетворенность каждого из членов коллектива принадлежностью к нему;
- высокая мотивация и положительное отношение к труду;
- отсутствие давления руководителей на участников и др.

Сплоченность коллектива рассматривается как мера единения его членов, вызванного осознанием ими общности цели, задач и идеалов, а также межличностными отношениями, имеющими характер товарищества и взаимопомощи. Сплочение группы — это формирование в ней особого типа связей, позволяющих заданную извне формальную структуру превратить в психологическую общность. Сплоченность выражается в эмоциональной притягательности и взаимной привязанности членов группы, в единстве целей и ценностей участников группового общения, стремлении сохранить свое групповое членство.

Выделяют несколько основных параметров, влияющих на процесс сплочения группы, в том числе эмоциональную привлекательность ее представителей, которая определяется сходством членов группы между собой по возрасту, социальному, этническому признакам.

Важными являются предпочитаемый группой способ взаимодействия и ведущие социальные мотивы членов группы, а также особенности групповых целей, которые будут «работать» на сплочение группы в том случае, если они отвечают потребностям

большинства и приняты им в качестве личных целей. Существенным для процесса сплочения коллектива и (или) группы может быть удовлетворенность группы и каждого члена групповой деятельностью и своим положением, что в большой степени зависит от характера руководства и стиля принятия решений, характерного для данной группы.

Необходимо отметить, что формированию психологической сплоченности также способствует высокая степень однородности рабочей группы по таким признакам, как пол, возраст, образование, уровень квалификации. Разнородный по этим признакам коллектив легко распадается на несколько неофициальных однородных групп.

Обеспечение психологической сплоченности коллектива предполагает ее достижение как на горизонтальном уровне межличностных отношений, так и на вертикальном уровне отношений между руководителем и участниками сообщества. Важным средством достижения в коллективе психологической сплоченности и совместимости по вертикали является совпадение официального статуса руководителя и его лидерского положения в группе. Высокая степень соответствия властных возможностей и личностно-определяемых форм общения возможна только тогда, когда руководитель, планируя действия членов сообщества, распределяя задания и определяя пути их выполнения, требуя соблюдения определенных правил, одновременно способен выражать и регулировать внутригрупповые межличностные отношения, носящие неофициальный характер.

К социально-психологическим условиям методики привлечения педагогов относится также *регулирование отношений между людьми*, возникающих в процессе функционирования сообщества. Чтобы сформировать наиболее благоприятную среду в сообществе и стимулировать получение высоких результатов, необходимо учитывать следующие психологические компоненты:

- делегирование как процесс передачи задач и определения компетенции лица или группы лиц, принимающих на себя ответственность за их осуществление;
- ответственность как обязательство лица или подразделения выполнять установленные задачи в рамках представленных полномочий, т. е. прав и ресурсов;
- мотивация – процесс стимулирования всех участников деятельности организации, направленный на достижение установленных целей развития сообщества. Здесь важно учитывать побуждение как проявленное стремление к удовлетворению осознанных потребностей, т.е. мотивы целенаправленной деятельности, и стимул как результат, к

которому направлены побудительные мотивы деятельности участников сообщества. Оценка достижения этого результата человеком ощущается через получаемое вознаграждение;

- вознаграждение, которое может быть материальным и моральным и может носить внешний (со стороны руководителя) и внутренний (как самооценка удовлетворения от деятельности) характер.

Социально-психологические условия предполагают *согласование функционально-ролевых ожиданий и совпадение интересов, жизненных ценностей и смыслов*. Полную совместимость партнеров по общению и деятельности можно констатировать при совпадении на психофизиологическом, психологическом и социально-психологическом уровнях. При полном же их несовпадении возникает психологический барьер: люди не желают общаться, не воспринимают друг друга, не могут сотрудничать ни в какой области. Психологическая несовместимость проявляется, как неспособность в критических ситуациях понять друг друга, как несинхронность психомоторных реакций и других важных врожденных и приобретенных свойств личности. Однако такие полные совпадения или несовпадения являются редкостью, так как чаще наблюдается преимущественная совместимость участников по ряду психологических свойств, а ее уровень оценивается с точки зрения требований определенной деятельности.

Одним из свойств общественных групп является направленность деятельности. При этом направленность группы может рассматриваться как система мотивов, целей деятельности, ценностных ориентаций и норм, принятых группой и включенных в ее сознание. Такая групповая направленность определяет идейную сплоченность группы, интегрируя направленность целей и мотивов деятельности личностей, образующих группу. В силу этого в качестве социально-психологического условия вовлечения участников в деятельность общественных профессиональных организаций может быть рассмотрена *«осознанная целеустремленность» групповой деятельности на достижение общественно значимых результатов*. Реализация данного условия призвана обеспечить успешное осуществление деятельностной функции, направленной на актуализацию направленности групповой деятельности на осуществление деятельности, отвечающей интересам сообщества.

Жизнь и развитие человека во многом определяется его отношениями и взаимодействиями с окружающими людьми. При этом, как правило, у каждого человека складывается довольно ограниченный круг лиц, общение с которыми наиболее значимо для самого субъекта. Личностная значимость таких лиц («значимых лиц») во многом

обусловлена такими свойствами, как степень эмоциональной привлекательности, референтность (в том числе информированность в общении), ролевой статус (властные полномочия). Все это позволяет выделить *«значимую причастность» к поддержке ролевого статуса участников сообщества со стороны референтных лиц* как значимое условие процесса вовлечения в профессиональные сообщества. Реализация данного условия способна обеспечить перспективы личностного развития участника общественно-профессионального сообщества.

Таким образом, создание благоприятных социально-психологических условий способствуют социальной активности участников общественно-профессиональных объединений и их личностному росту.

Организационно-управленческие условия

В современных условиях эффективное управление представляет собой ценный ресурс общественных объединений, наряду с финансовыми, материальными, человеческими и другими ресурсами. Следовательно, повышение эффективности управленческой деятельности становится определяющим в совершенствовании деятельности предметной ассоциации в целом.

Главной задачей управления как гуманитарной технологии является конструирование коллектива, а основными элементами являются такие действия, как:

- кадровая политика;
- обеспечение роста квалификации и социальной мобильности участников сообщества;
- мотивация участников;
- развитие коммуникаций и обратной связи;
- управление конфликтами.

Перечисленные особенности управленческой деятельности, их знание помогут лучше и эффективнее строить процесс управления.

Групповая ориентация является важнейшим элементом культуры управления. Управленческая деятельность выступает в качестве комплекса взаимосвязанных процессов, представляющих собой ряд управленческих шагов, и ее эффективность зависит от налаженности и правильного их выполнения.

Эффективные методы управления все более осознаются как необходимый инструмент грамотного построения деятельности предметных ассоциаций, фактора роста конкурентоспособности сообщества.

Для эффективного управления вовлеченностью выделяют следующие компоненты:

- Вдохновляющее лидерство. В профессиональных сообществах, характеризующихся высоким уровнем вовлеченности участников, руководители представляют собой пример приверженности своей организации и своим людям. Они много личного времени, внимания и сил уделяют общению с участниками сообщества: организуют встречи и интервью, лично приветствуют вновь вошедших участников сообщества, совместно обсуждают с цели и задачи сообщества.

- Сильная корпоративная культура. Развитие и укрепление корпоративной культуры реализуется через участников сообщества, точнее – через их компетенции. Сообщество с высоким уровнем вовлеченности его участников более тщательно сопоставляет модель компетенций участника сообщества с моделью компетенций самого сообщества, что способствует открытому установлению соответствия члена сообщества с ценностями его корпоративной культуры.

- Профессиональное развитие. Вопросы профессионального развития участников сообщества зависят от того, насколько ключевым этот вопрос является для руководителя сообщества, какие способы и ресурсы для этого используются, включая инвестирование средств.

- Сильное чувство ответственности. Высокий уровень вовлеченности характерен для сообществ, которые делают многое для того, чтобы его участники чувствовали свой личный вклад, свою личную ответственность за достижение успеха как своего личного, так и сообщества в целом. В этих компаниях относятся к сотрудникам как к здравомыслящим взрослым людям, которые заслуживают уважения и признания своего вклада, чьи успехи и неудачи играют важную роль для компании.

- Наличие и исполнение HR-политик и процедур, соответствующих целям сообщества. HR-политики и процедуры в общественно-профессиональных объединениях с высоким уровнем вовлеченности являются, прежде всего, инструментом реализации поставленных перед сообществом целей. Участники, характеризующиеся высоким уровнем вовлеченности, лучше информированы о целях и задачах сообщества, о ее текущих успехах, проблемах и неудачах. Они также лучше осведомлены о значимых для сообщества критериях своей работы, влиянии своих результатов на результаты других подразделений, обладают большей свободой действий и возможностью проявлять инициативу.

Усилия, направленные на повышение уровня вовлеченности участников общественно-профессиональных объединений, оправдывают себя благодаря

непосредственной взаимосвязи между вовлеченностью сотрудников и результатами деятельности сообщества в целом.

Для реализации организационно-управленческих условий необходимо создавать комплексную систему мотивации участников сообщества, включающую материальные и нематериальные составляющие; выстраивать корпоративную культуру с учетом целей, потребностей и предпочтений участников профессионально-общественных объединений; применять разнообразные формы и технологии в организации деятельности сообщества, лично-значимые для участников общественно-профессионального сообщества и социально-значимые в образовательной политике.

Информационно-коммуникационные условия

Важным условием вовлечения участников в предметную ассоциацию выступает своевременное и качественное *информирование* участников педагогических сообществ.

Методы информирования могут быть разные, как и способы передачи информации. Как правило, сочетают различные их виды каналы связи и коммуникации: массовые безадресные коммуникации: телевидение, радио, пресса, наружная реклама, информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет»; адресные коммуникации, предполагающие воздействие на отдельные референтные группы.

Для определения используемых каналов коммуникаций и необходимых коммуникационных мероприятий рекомендуется разрабатывать медиа-план, содержащий описание планируемых мероприятий, их параметры, сроки, целевую аудиторию, задачи, на решение которой они направлены.

В случае использования массовых коммуникаций визуальные и смысловые образы должны быть лаконичны и построены по принципу «есть проблема и есть решение». При использовании адресных коммуникаций в предлагаемый формат могут быть включены дополнительные этапы пояснений с необходимой степенью детализации для каждой референтной группы.

Наиболее распространенными средствами информирования являются:

- Личные встречи – в целевых группах необходимо выделить ключевых представителей и установить с ними личный контакт с целью распространения информации.

- Семинары, тренинги – должны быть адаптированы для таких целей, как обмен опытом, получение новых знаний, развитие связей. Они разрабатываются для партнеров, представляющих различные ведомственные учреждения, и заинтересованных лиц.

- Информационные встречи – эти встречи нацелены на повышение уровня осведомленности населения о проблемах и их возможных решениях.

- Круглые столы – используются для многостороннего обсуждения. Обычно начинаются с официальных речей участников (экспертов, потребителей, партнеров, представляющих различные образовательные учреждения), которые в последствие обсуждают все участники. Руководитель (председатель) контролирует и ведет обсуждение в рамках вопроса, а также не допускает значительных отклонений от темы.

- Общественные собрания – проведение консультации для потребителей на определенную тему. Обычно сопровождаются демонстрацией печатного или наглядного материала. Эти собрания проводятся с целью ответить на вопросы, а также выявить возможные конфликты. Руководитель должен уметь сделать выводы после обсуждения и занимать нейтральную позицию. Его авторитет должны признавать все.

- Общественные обсуждения, слушания – одна из форм общественного участия в решении вопросов, проведение общественных слушаний возможно по любому проекту, программе, затрагивающим интересы общества. В процессе слушаний инициаторы деятельности объясняют свои намерения, обосновывают предполагаемый проект (программу) деятельности и дают возможность заинтересованным участникам высказать замечания или предложить изменения по этому проекту (программе).

- Брошюры, лифлеты, плакаты, печатная информация – доступное средство, которое легко распространять. Обычно содержит информацию по определенному вопросу для определенных или широких слоев населения.

- Баннеры, лайтбоксы, бигборды – виды наружной городской рекламы, размещающейся на улицах в общественных местах, и являющиеся носителем важной информации доступной практически для всех горожан.

- Отчеты, доклады, руководства – обычно являются средствами технической информации для создания более доступной информационной продукции.

- Веб-сайт – сайты сообществ являются ценным средством получения обновленной информации по определенным вопросам, а также достижениям в данной области. Форум предоставляет возможность обмена мнениями.

- Информационный центр – создается для сбора и активного распространения важной и актуальной информации по вопросам окружающей среды и устойчивого развития. Телефонная линия центра позволит оперативно получить необходимую информацию или оставить свои замечания.

- Интервью, пресс-конференции, пресс-релизы, теледебаты, статьи в газеты (общие или специализированные издания) – любая информация, предлагаемая для СМИ, должна размещаться с целью систематической информированности широких слоев общества об экологических проблемах области и способах их преодоления, результатах проведения экологических оценок, включая информацию об основных экологических последствиях. Усилиями СМИ проблемы должны быть «на слуху».

- Выставки (иногда передвижные): с целью распространения идей среди широкой аудитории.

- Выезд на места: например, посещение организаций, успешно реализующих мероприятия по организации и деятельности профессиональных сообществ.

- Рекламные кампании: более активная кампания с хорошей организацией и использованием коммерческих приемов, пропагандирующих основные направления деятельности сообществ.

- Запуск кампаний по повышению уровня осведомленности: проведение ряда мероприятий, описанных выше, в течение нескольких дней с целью достижения высокого общественного резонанса. Использование других событий или существующих схем (ярмарки, конференции, фестивали, общественные собрания и т.д.) с целью распространения информации с разрешения организаторов.

- Пассивное информирование: ответы на запросы граждан в образовательных учреждениях.

Одним из главных условий информированности является определение целевой группы, к которой будет обращена информация и выявление особенностей этой группы: возраст; уровень образования (квалификации); пол; индивидуальные интересы и способности и т.д.

Ориентируясь на определение целевой группы, следует выбирать:

- источник информирования;
- стиль обращения;
- форму получения обратной связи.

Таким образом, информирование является одним из важных условий процесса вовлечения, организация которого требует соблюдения определенных требований.

С информационной поддержкой профессиональных общественных организаций связано *создание социального PR*.

Социальная PR-кампания способствует созданию положительного имиджа организации у целевой аудитории, повышению доверия к профессиональному сообществу; улучшению отношений с властными структурами; сплочению коллектива, повышению репутации организации в глазах ее участников.

PR позволяет увеличить популярность миссии организации, разработать каналы коммуникации с целевой аудиторией, создавать и поддерживать благоприятный климат, в том числе и для привлечения инвестиций, информировать и стимулировать главные движущие силы профессионального сообщества к непрерывной и продуктивной деятельности, направленной на поддержку миссии организации, ее глобальных целей и задач.

Можно определить следующие функции службы PR:

- анализ общественного мнения, текущей ситуации,
 - разработка стратегии социальной PR-кампании (проекта, программы),
 - налаживание контактов с лидерами общественного мнения (спикерами по проблеме),
 - создание пула журналистов, которые могли бы регулярно освещать проблему,
 - подготовка информационных поводов, пресс-релизов,
 - организация социальных акций с привлечением СМИ,
 - проведение информационных встреч с прессой (интервью, пресс-конференций),
- разработка концепции социальной рекламы.
- проведение информационной компании в социальных сетях с тем же опросом мнений и рассылкой информационных сообщений, привлекающих пользователей к решению общественно значимым проблемам.

Некоммерческие организации используют PR в целях привлечения средств для организаций и их проектов.

Спонсоринг – подбор или организация события, ведение и контроль события, проведение и/или контроль PR и РК, гарантированное осуществление проекта и учета интересов спонсора.

Фандрайзинг – сбор средств. Целенаправленный систематический поиск спонсорских средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально значимых институтов. Может осуществляться как бизнес, как благотворительная и как спонсорская деятельность.

Фандрайзинг может принимать различные формы:

- пожертвования, вложения спонсоров, которые приходят от частного и государственного бизнеса
- проведение целевых / благотворительных мероприятий по сбору средств;
- гранты, распределяемые фондами;
- финансирование из бюджета (обычно – из местного, на уровне городских или областных комитетов по культуре, по делам молодежи и т.д.);
- пожертвования частных лиц; доходы от сбора членских взносов.

Для реализации успешного социального PR необходимо осуществить следующие шаги:

1. Разработка политики предметной ассоциации. В разработку политики входят: определение целей и задач, поиск партнеров, разработка стратегии и тактики программы, информационное обеспечение, а также проведение социально-значимых мероприятий.

2. Формирование репутации социально-ответственной организации. Организация и проведение мероприятий, в том числе благотворительных акции, которые создают позитивный имидж в глазах общества. Социальный рейтинг организации растёт по меньшей мере среди представителей определённых сегментов аудитории.

3. Разработка и внедрение корпоративной культуры и корпоративного стиля. В результате правильно разработанной корпоративной культуры участники сообщества должны стать её патриотами, гордиться организацией, быть носителями её идеологии. Это поможет избежать текучки участников сообщества и сформировать корпоративный дух.

4. Составление спонсорских проектов и поиск спонсоров. Перед тем как спонсировать какое-либо мероприятие, нужно проанализировать масштабы акции, на какие целевые аудитории направлен проект, соответствует ли тема проекта деятельности сообщества. Если проект подходит сообществу, то только тогда он принесёт организации определенную пользу.

5. Организация и проведение информационно-просветительских кампаний среди населения. Цель данного проекта – изменить или сформировать позитивное общественное мнение о деятельности общественно-профессионального сообщества.

6. Экспертиза социальных коммуникаций сообщества и коммуникационный аудит (выявление степени удовлетворённости участников деятельностью сообщества). Экспертиза социальных коммуникаций необходима для того, чтобы определить, сочетаются ли деятельность сообщества и её социальные программы. Желательно, чтобы эта связь была очевидной.

Роль социального PR достаточно велика в современных условиях для общественно-профессиональных сообществ с целью управления своим информационным полем, которое становится необходимостью.

Социально-профессиональное партнерство и сотрудничество.

Каждому общественно-профессиональному сообществу необходимы надежные взаимовыгодные партнерские связи. Эффективное сотрудничество является одним из основных условий успешного функционирования, которое позволяет расширить направления деятельности, включать процесс поиска новых решений и укреплять конкурентные преимущества сообщества.

Понятие «социально-профессиональное партнерство» рассматривается с разных сторон. Это и новый тип мышления, в центре которого стоит человек, общечеловеческие ценности; и реально складывающаяся и сложившаяся система отношений между классами, социальными группами и слоями, в которой приоритет принадлежит общенациональному согласию, недопущению того, чтобы разные социальные группы общества истощали себя во взаимной борьбе; и способ, форма профессионального взаимодействия людей, позволяющие разрешать возникшие проблемы развития образования и их противоречия, реализовывать и отстаивать свои интересы не на путях разрушающего противостояния, а при помощи созидательного консенсуса, взаимного учета интересов, поиска и нахождения конструктивных методов их реализации; и важнейшее направление социальной политики государства.

Для нашего исследования значимым является следующее определение: социально-профессиональное партнерство – совокупность органов, организаций, создаваемых из представителей общественно-профессионального сообщества, работодателей и государства и определяющей взаимообусловленность интересов различных групп общественно-профессиональных сообществ, направленных на достижение консенсуса в

вопросах решения профессиональных задач и перспектив развития образовательной политики.

Выделяют следующие ключевые моменты социально-профессионального партнерства:

- профессиональные проблемы;
- интересы партнеров;
- правовая обоснованность партнерства;
- возможности и сильные стороны партнеров;
- правила взаимодействия и взаимного контроля;
- наличие информационного поля, освещающего процессы социально-профессионального партнерства;
- наличие проекта как способа соорганизации сторон;
- постоянство и стабильность процесса социально-профессионального партнерства;
- инновационные пути решения профессиональных проблем.

Социально-профессиональное партнерство имеет ряд особенностей.

Отношения между социальными группами, с одной стороны, имеют не только общие корпоративные интересы, но и различные, существенно отличающиеся социально-экономические интересы. Иными словами, речь идет об отношениях между социальными общностями, интересы которых не совпадают в своей основе, между общностями, которые не могут слиться, образовать социальное единство. У каждой из них свое назначение, отличное от другой, но совершенно необходимое для данного общества и его развития роль. Не случайно английское слово «партнер» обозначает участника в игре, то есть лицо, без которого данная игра невозможна.

В связи с этим следует понимать, что процесс социального партнерства одновременно является и борьбой, и сотрудничеством. При этом следует учитывать, что при организации не может быть одного победителя или побежденного. Практика организации партнерства показывает, что выигрывают все стороны или терпит поражение вся система социального партнерства, то есть консенсус становится невозможным.

Социально-профессиональное партнерство должно строиться на взаимных интересах, при которых каждая из сторон объективно заинтересована в процессе взаимодействия.

Основными партнерами социально-профессиональных сообществ могут выступать:

- Государство.
- Образовательные учреждения.
- Бизнес-сообщества.
- Некоммерческие организации.

Государство располагает экономическими, политическими, административными и информационными ресурсами, бизнес – финансовыми, экспертными и инновационными, а общественно-профессиональные сообщества – образовательными, информационными, методическими, экспертными ресурсами. Обмен этими ресурсами является основой социально-профессионального партнерства общественных организаций, государства и бизнеса.

Социально-профессиональное партнерство может осуществляться в различных формах: переговоры, консультации, круглые столы, соглашения, деятельность экспертных групп и др.

Таким образом, социально-профессиональное партнерство как баланс интересов, достигаемый сторонами социального взаимодействия на основе компромисса, является наиболее действенным условием для вовлечения участников в профессиональные сообщества.

Рассмотренные условия призваны обеспечить успешную реализацию следующих функций, значимых для процесса вовлечения участников педагогического сообщества в деятельность общественных профессиональных организаций:

а) побуждающей – расширение аудитории и активизация заинтересованности представителей педагогического ресурса в интересах признания значимости деятельности сообщества;

б) деятельностной – актуализация направленности групповой деятельности на достижение социально значимых для общества в целом результатов;

в) интегративной – нарастание внутригрупповых связей в общностях в интересах создания и трансляции группового опыта по реализации общественно-профессиональной деятельности;

г) направляющей – уточнение социальных перспектив личностного развития участника общественно-профессиональной деятельности в интересах дальнейшего закрепления социальной роли.

Методы вовлечения педагогов в деятельность предметных ассоциаций.

Методы – это способы осуществления воздействий на участников сообщества, основанные на использовании закономерностей социологии и психологии.

Методы разделяются на социологические, направленные на группы участников сообщества в процессе их взаимодействия, и психологические, направленные на внутреннюю мотивацию конкретной личности. Цель этих методов – управление формированием и развитием коллектива, создание в коллективе положительного социально-психологического климата, оптимальной сплоченности, достижения общей цели путем обеспечения единства интересов, развития инициативы и т.п. В их основе лежат потребности, интересы, мотивы, цели и т.п.

Метод неформализованного сопровождения. Использование данного метода предусматривает сопровождение молодых участников, вступающих в профессиональное сообщество: знакомство с членами профессионального сообщества, взаимоотношениями между участниками сообщества, с корпоративной культурой общественно-профессионального объединения. Каждый результат процесса адаптации новичка должен учитываться в системе стимулирования.

Метод проведения мероприятий. Включение новых участников профессионального сообщества в регулярные мероприятия (собрания, совещания, заседания), нерегулярные мероприятия (конгресс, конференции, выставки, презентации), массовые мероприятия (фестивали, конкурсы, митинги) и корпоративные мероприятия (деловые, командообразующие, популярные).

Метод «корпоративный PR». Этот метод предусматривает разработку справочника, в котором перечисляются основные правила отношений в коллективе.

Конкретные правила в справочнике зависят от деятельности сообщества. Его можно включить в Корпоративный кодекс.

Командный тренинг. Тренинги по командообразованию, тимбилдинг или тимспирит (teambuilding и teamspirit) – все это разные названия одного и того же вида мероприятий, направленных на эмоциональное сплочение коллектива. Такие тренинги позволяют участникам сообщества почувствовать себя единой командой, выявить свои скрытые возможности, в непривычной обстановке по-новому взглянуть на своих коллег, получить эмоциональную разрядку.

Основные цели проведения командообразующих программ – сплочение коллектива, построение эффективных коммуникаций, получение опыта позитивного командного взаимодействия, разрешение конфликтных ситуаций и улучшение взаимодействия в рамках сообщества, развитие горизонтальных и вертикальных неформальных связей, навыков командной работы.

Методы организационной адаптации. В рамках организационной адаптации новому участнику сообщества необходимо усвоить две группы требований: требования, которые накладывает каждое функциональное подразделение сообщества; требования, которые накладывают руководители.

«Папка нового сотрудника» представляет собой комплект документов с хорошо структурированным (например, по функциональному содержанию) оглавлением. Данные материалы помогут проинформировать новых участников сообщества об основных направлениях деятельности, планах и отчетах деятельности организации.

Интернет-сайт является одним из инструментов управления организационной адаптацией участников сообщества. Разумеется, внутренний корпоративный сайт разрабатывается для более значимых целей, но в случае если он грамотно структурирован и организован, интернет-сайт становится крайне эффективным помощником и в этой области. Он позволит получить контекстную помощь по различным организационным вопросам.

Метод, ориентированный на профессиональную деятельность. Адаптация в профессиональном сообществе подразумевает подготовку нового участника к выполнению определенных обязанностей в новом коллективе. Необходимо спланировать деятельность нового участника профессионального сообщества так, чтобы ему было понятно, когда и какие действия он должен выполнять. При таком планировании

необходимо учитывать специфику деятельности новичка в период адаптации. Адаптация пройдет более успешно, если к новому члену сообщества прикрепить наставника, который познакомит как с коллективом, так и с особенностью профессиональной деятельности сообщества.

Цель *социально-психологических методов управления* – познание и использование законов психической деятельности людей для оптимизации психологических явлений и процессов в интересах общества и личности. В этом состоит единство, тесная связь и взаимообусловленность социальных и психологических методов управления. Однако между ними существуют и различия: при помощи *социальных методов* осуществляется управление отношениями в группах и между группами; при помощи психологических – управление поведением индивида и межличностными отношениями в группе.

Социальные методы управления отдельными групповыми явлениями и процессами включают:

- методы повышения социальной активности, которые призваны повышать инициативу и творческое отношение членов коллектива к исполнению служебных и общественных обязанностей;
- методы социального регулирования – для упорядочения общественных отношений в коллективах на основе выявления общих целей, интересов;
- методы управления нормативным поведением – упорядочение социальных отношений путем нормирования поведения.

Социальные методы управления индивидуально-личностным поведением призваны обеспечить необходимое профессиональное поведение участников сообщества в соответствии с поставленными целями:

- методы личного примера, рассчитанные на эффект подражания;
- методы ориентирующих условий используются для изменения отношения участников к деятельности профессионального сообщества. Для этого необходимо информировать о ходе выполнения заданий, об успехах и результативности и других показателях деятельности сообщества и личности.

К психологическим методам управления относятся:

- методы формирования и развития профессионального коллектива с учетом психологической и социально-психологической совместимости;

- методы гуманизации отношений между участниками сообщества и руководителями, соответствующие принципам социальной справедливости: стиль руководства, этика и культура управления;

- методы психологического побуждения (мотивации), формирующие у членов сообщества инициативу, предприимчивость, стремление к деятельности;

- методы профессионального отбора и обучения ориентированы на соответствие психологических характеристик человека выполняемой деятельности.

Выбор методов во многом определяется компетентностью руководителя, организаторскими способностями, знаниями в области социальной психологии и ситуации в целом. Учет индивидуальных особенностей участников сообщества дает руководителю возможность сформировать и принять оптимальный стиль управления и тем самым обеспечить повышение эффективности деятельности профессионального объединения за счет улучшения социально-психологического климата и повышения степени удовлетворенности деятельности.

К группе основных психологических методов относятся также *убеждение, внушение и психологическое заражение*.

Метод убеждения – это способ влияния, когда обращаются к сознанию другого человека, его чувствам и опыту, чтобы сформировать у него новые взгляды и установки.

Убеждение не даст результата, если его подменять морализаторством. Стоит избегать таких слов, как «должен», «обязан» или «как не стыдно». Убеждать словом – великое искусство, которое требует знаний психологии людей, законов этики и логики. Для начала необходимо, чтобы Ваш собеседник согласился выслушать внимательно и осмысленно Ваши аргументы, найдите то общее, что объединяет Вас, и установите психологический контакт. Затем целесообразно вместе проанализировать все доводы и прийти к общему выводу. Таким образом, влияние на человека не будет навязчивым, а наоборот, будет соответствовать его мыслям, чувствам и взглядам.

Метод внушения – это психологический способ влияния, который предусматривает не критическое восприятие высказанных мыслей и воли. Во время внушения согласие не достигается, но обеспечивается принятие информации, которая уже содержит готовый вывод. Используя эту информацию, человек, на которого влияют, должен сам прийти к правильному необходимому Вам выводу. Цель достигается за счет того, что у человека вызываются сильные эмоциональные реакции. Основные формы внушения – это намек, одобрение, осуждение.

Метод психологического заражения – процесс передачи эмоционального состояния от одного человека к другому на неосознанном уровне. Зачастую этот метод используется в группах людей или коллективах. Правильно поданная информация об успехе одного участника сообщества, заражает энтузиазмом и остальных, вызывая интерес и воодушевление, а не зависть.

Поскольку участниками процесса управления являются люди, то социальные отношения и отражающие их соответствующие методы управления важны и тесно связаны с другими методами управления, такими как *моральное поощрение, социальное планирование, регулирование межличностных и межгрупповых отношений, создание и поддержание морального климата в коллективе.*

Моральное поощрение – это применение по отношению к человеку стимулов для воздействия на его усилия, старания, целеустремленность в деле решения задач, стоящих перед организацией и включения соответственных мотивов. Существует два вида морального стимулирования – материально-социальные (возможность ухода от монотонного к более интересному, творческому, содержательному трудовому процессу, стимулирование свободным временем, улучшение отношений в коллектив, продвижение) и морально-психологическое (достижение, личное или публичное признание, ответственность, влияние).

Социальное планирование представляет собой научно обоснованное определение целей, показателей, заданий (сроков, темпов, пропорций) развития социальных процессов и основных средств их претворения в жизнь в интересах всего населения.

Социально-психологические методы предполагают два направления воздействия на поведение участника сообщества и повышения его социальной активности. С одной стороны, они нацелены на формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе, развитие благожелательных отношений между его членами, а с другой стороны – на раскрытие личных способностей каждого участника, его самореализации, а следовательно, к повышению результативности деятельности.

Организационно-управленческие условия реализуются посредством определенных методов, т.е. способов их осуществления.

Выделяют *организационные, административные и экономические методы.*

К категории организационных методов относят:

- метод формирования управленческих структур;

- методы создания рабочих коллективов;
- методы подготовки и проведения общественных мероприятий.

У каждого общественно-профессионального сообщества должен быть устав организации, инструкции; организация рабочего места; коллективный договор, положение об учреждении, локальные акты. Высокий уровень организационного воздействия обеспечивает деятельностную и исполнительскую дисциплину членов сообщества на должном уровне, снижает необходимость применения распорядительных действий. Однако реализация организационных воздействий в значительной степени зависит от менталитета участников профессионального объединения, наличия у них желания соблюдать инструкции и работать по правилам, утвержденным руководителем.

Административные методы базируются на власти, дисциплине и взысканиях. Их принципиальной особенностью является субъективный порядок назначения, отсутствие прямой связи с конкретными позитивными или негативными результатами, полученными исполнителем. Административные методы управления базируются на таких мотивах поведения участников сообщества, как осознанная необходимость соблюдения правил сообщества, чувство долга. Используются конкретные способы административного воздействия: организационные, распорядительные, материальные, дисциплинарные.

Административные методы достаточно активны, т.к. с их помощью происходит вмешательство в саму деятельность. По-другому они называются методами властной мотивации и основываются либо на прямом принуждении людей к определенному поведению в интересах сообщества, либо на создании возможности такого принуждения. Условием применения этих методов является преобладание однозначных способов решения стоящих задач, минимизация инициативы и возложение всей ответственности за результаты на руководителя. Применение административных методов может сопровождаться поощрениями или санкциями по отношению к исполнителям за успешную или неуспешную работу, в том числе экономическими (премии или штрафы).

Самый главный недостаток административных методов управления состоит в том, что они ориентируются на достижение заданной результативности, а не на рост ее, поощряют исполнительность, а не инициативу. Поэтому в условиях усложнения деятельности организации, необходимости оперативно решать самые разнообразные проблемы, административные методы перестали соответствовать реальным потребностям управления.

Распорядительные способы воздействия, к которым относятся приказы, распоряжения, инструктирование, целевое планирование, нормирование труда, координация работ, контроль исполнения, направлены на достижение поставленных целей управления, соблюдение внутренних нормативных документов путем прямого административного регулирования.

Наиболее категоричная форма распорядительного воздействия – приказ. Его невыполнение влечет за собой соответствующую санкцию (наказание). Приказ обычно состоит из констатации события, мер по устранению недостатков или обеспечению административного регулирования, выделенных ресурсов для реализации решения, сроков исполнения решения и контроля за исполнением.

Материальные способы воздействия – это удержания материальных благ, полная материальная ответственность.

Дисциплинарные способы воздействия – это замечание, выговор, строгий выговор, исключение из сообщества.

Таким образом, административные методы управления являются мощным рычагом достижения результатов поставленных целей в случаях, когда нужно подчинить коллектив и направить его на решение конкретных задач управления.

Экономические методы управления – способы осуществления управленческих воздействий на основе использования экономического стимулирования деятельности участников сообщества. К экономическим методам управления относятся планирование и оплата деятельности.

Экономические методы осуществляют материальное стимулирование участников сообщества, они основаны на использовании экономического механизма.

Организационно-управленческие методы представляют собой деятельность, направленную на создание системы функционирования сообщества и организационных структур управления, стратегий достижения поставленных целей и формирование организационной культуры.

Информационно-коммуникативные методы. Информирование целевой аудитории носит важный побудительный характер вовлечения. Коммуникация – это одна из наиболее сложных и неоднозначных проблем организационного поведения. К наиболее

распространенным и эффективным информационно-коммуникационным методам относят следующие:

- *Информирование через СМИ:* размещение информационных сообщений в теле эфирах, в новостных блоках и репортажах, в эфире радиостанций, на Интернет сайтах информагентств, в печатных изданиях.
- *Информирование через Интернет:* Интернет в настоящее время в силу своей доступности стал одним из основных источников получения информации. Для этого необходимая информация размещается на официальном Интернет-сайте сообщества. Одной из особенностей данного способа является быстрое доведение достоверной информации из официальных источников до заинтересованных средств массовой информации.
- *Рассылка информационных писем, буклетов.* Рассылка писем – это направление маркетинговой информации непосредственно предполагаемой целевой аудитории по почте (в том числе электронной) или с курьером.
- *Использование выставок, информационных стендов, планшетов* позволяет наглядно представить деятельность сообщества. Эффективна организация экспозиций в местах массового посещения целевой аудитории.
- *Донесение информации через лидеров местных сообществ.* Приглашения на встречи, собрания сообщества или инициативной группы в рамках профессиональной деятельности позволят более подробно познакомиться с деятельностью организации и её руководителями.
- *Использование видео- и наглядной презентации.* Видеоматериалы и другие формы визуального изображения эффективны для восприятия сложной информации. Наглядные презентации эффективно использовать на встречах, выставках и других подобных мероприятиях для представления сложных, комплексных взаимосвязей.
- *PR в сообществах, блогах и социальных сетях* позволяет собрать целевую аудиторию (базу контактов), создать способы постоянного контакта с ними, организовывать тематические сообщества, дискуссии, вовлекать в мероприятия и участие в деятельности общественно профессионального объединения.
- *Баннерная реклама.* Данный метод PR в сети предполагает показ на тематических сайтах графических изображений рекламного характера, когда в качестве изображений выступает реклама сообщества, логотип. Баннерная реклама является методом рекламы, но при этом многочисленные показы баннеров также повышают и узнаваемость бренда, что и позволяет отнести этот метод к наиболее влиятельным технологиям в интернет-PR.

- *Тематические статьи.* Здесь необходимо понимать публикацию статей о сообществе на специально предназначенных для этого ресурсах. Метод написания тематических статей позволяет повысить популярность сообщества, улучшить посещаемость сайта, если использовать в данных статьях ссылки на главный сайт.

- *Контекстная реклама.* Несмотря на то, что первичное предназначение контекстной рекламы – это реклама сайтов, товаров и услуг, неплохой эффект от её применения в целях улучшения имиджа общественно-профессионального объединения и повышения узнаваемости бренда.

- *Проведение онлайн-конференций и интервью.* Эффективность применения этого метода PR достигается благодаря предварительному информированию пользователей сети, что и позволяет привлечь немалое количество заинтересованных людей.

Применяя информационно-коммуникационные методы, стоит помнить о главном: основная задача информирования и пиара заключается в продвижении именно сообщества (бренда). Использование несколько методов в комплексе повысит эффективность, установит связь с потенциальными участниками общественно-профессионального объединения, сформирует в сети положительное мнение о сообществе и бренде.

Механизм социального партнерства определяет *методы взаимодействия социальных партнеров.*

Социальное партнерство – тип социального взаимодействия, ориентирующий участников на равноправное сотрудничество, поиск согласия и достижение консенсуса, оптимизацию отношений. Социальное партнерство как тип взаимодействия занимает срединное положение между социальным союзом (содружеством), предполагающим общность ценностей социальных субъектов (а у партнеров могут быть несовпадающие ценности), обязательное суммирование их ресурсов (а партнеры могут и не объединять ресурсы), и социальной конфронтацией – противоборством субъектов. Деятельностное содержание социального партнерства предполагает обмен ресурсами и кооперацию ресурсов в сфере образования (интеллектуальных, кадровых, информационных, финансовых, материально-технических и др.); предоставление услуг партнеру – консультативных, информационных, технических и др.; разработку и осуществление совместных социальных, образовательных, культурных проектов, отдельных дел и акций, направленных на решение образовательных задач; взаимообучение в сфере образовательной деятельности и др. Организационными формами социального партнерства являются советы, комиссии, временные творческие коллективы, проектные группы, клубы и т.д.

Переговорный процесс — социально-психологический процесс, специфический вид совместной деятельности, особенности которой заключаются в том, что цели и интересы, а тем более позиции сторон, не совпадают; каждый оппонент тесно контактирует с другим, вынужден считаться с его действиями. Поэтому переговоры имеют психологические механизмы и технологию проведения. Психологические механизмы представляют собой целостную совокупность психических процессов, которые обеспечивают движение к некоему результату в соответствии с часто встречающейся последовательностью. Это устойчивая схема психических действий.

Социальное проектирование есть способ выражения идеи улучшения окружающей среды языком конкретных целей, задач, мер и действий по их достижению, а также описание необходимых ресурсов для практической реализации замысла и конкретных сроков воплощения описываемой цели.

Социальный проект – это модель предлагаемых изменений в ближайшем социальном окружении в виде: словесного описания предполагаемых действий по осуществлению указанных изменений; графического изображения (чертежей, схем и т.д.); числовых показателей и расчетов, необходимых для осуществления планируемых действий.

Фандрайзинг в широком смысле представляет собой технологию поиска источников финансирования, необходимых для осуществления деятельности общественно-профессионального сообщества, включая реализацию неприбыльных программ и проектов.

Метод гуманитарной экспертизы. Гуманитарная экспертиза – преимущественно оценка эффективности как обоснованности преследуемых целей, целесообразности самой планируемой или осуществляемой деятельности, ее оправданности широким социально-культурным контекстом общественной жизни, прежде всего – перспектив благополучия людей как личностей. Гуманитарная экспертиза как социальная технология метаконсультирования (А. Маслоу) реализует ряд социально значимых функций, таких как: диагностика, оценка, идентификация (атрибуция, квалификация), прояснение и объяснение сложившейся ситуации, консультирование, определение оснований, обоснование реальности осуществления, выявление возможных последствий (позитивного и негативного планов), оказание помощи, социальная защита. Гуманитарная экспертиза и оценка опасности конфликтов – основа согласования интересов не в политической и

экономической сферах, а в их предпосылке – сфере представлений о жизненных целях и критериях.

Метод рефлексивного управления. Рефлексивное управление – способ управления, при котором основания для принятия решения передаются одним субъектом другому.

При социальном партнерстве важно организовать эффективный *социальный диалог* – процесс определения и сближения позиций, достижения общих договоренностей и принятие согласованных решений сторонами социального диалога, которые представляют интересы участников, руководителей сообществ. Социальный диалог осуществляется на принципах: законности, репрезентативности и полномочности сторон и их представителей, независимости и равноправия сторон, конструктивности и взаимодействия, добровольности и принятия реальных обязательств, взаимного уважения и поиска компромиссных решений, обязательности рассмотрения предложений сторон, приоритета согласительных процедур, открытости и гласности, обязательности соблюдения достигнутых договоренностей, ответственности за выполнение принятых обязательств.

Поэтому важно определить, как будут проходить консультации, коллективные переговоры. По результатам коллективных переговоров составляются на федеральном уровне – федеральные соглашения; на региональном уровне – региональные соглашения; на локальном уровне – коллективные договоры. Основное содержание коллективных переговоров сводится к срокам и условиям труда и занятости и к регулированию отношений между профессиональными сообществами и участниками общественно-профессиональных сообществ. Требования, предъявляемые участниками общественно-профессионального сообщества, закрепляются в письменной форме и направляются непосредственно в общественно-профессиональное сообщество. Общественно-профессиональные сообщества должны взять на рассмотрение поученные ими требования участников данного сообщества и ответить в письменной форме о принятом решении в течение одного месяца с момента получения указанных требований. Положения коллективного договора или иного соглашения, достигнутого в ходе социального взаимодействия сторон, распространяются на всех участников общественно-профессионального сообщества.

Контроль за выполнением коллективного договора или иного соглашения проводится непосредственно сторонами, которые его заключили, в порядке, определенном этим коллективным договором или соглашением.

Таким образом, комплексное использование представленных групп методов позволит реализовать описанные условия вовлечения участников в деятельность общественно-профессиональных объединений. Данные методы должны быть использованы в совокупности и адаптированы под деятельность определенного профессионального сообщества.

Формы привлечения могут отличаться временными параметрами: выделяют разовое, эпизодическое и постоянное участие.

Анализ методов привлечения педагогов в общественно-профессиональные сообщества учителей-предметников показал, что, как правило, эпизодическое участие в деятельности организаций не обеспечивает системной перестройки мотивационной сферы. Однако важно учитывать, что даже разовое и эпизодическое участие может стать основой вовлечения педагога к активному и постоянному участию в деятельности ассоциации. Все мероприятия, проводимые сообществом, должны быть открытыми для потенциальных участников сообщества. Поэтому в методике привлечения педагогов в деятельность общественно-профессиональных сообществ учителей-предметников должны использоваться разные формы для разных (рассмотренных выше) групп субъектов вовлечения.

К таким формам могут быть отнесены научно-методические семинары-практикумы, мастер-классы, тренинги, супервизии, профессиональные конкурсы; совместные публикации, разработка проектов участников сообщества и «педагогического ресурса», консультации, деловые игры, и т.д. Участие в данных организационных формах деятельности сообщества может стать не только разовым мероприятием, но и эффективным механизмом вовлечения в постоянную деятельность сообщества.

Эффективная работа предметной ассоциации требует комплексной системы корпоративного обучения его членов методам вовлечения новых участников. Использование современных активных методов обучения позволит организовать практическое, деловое, коммуникативное пространство, реализующее обмен опытом эффективных практик вовлечения в деятельность профессиональных сообществ.

Программа обучения включает психологические, социальные и управленческие направления подготовки. Так, например:

- Семинары-практикумы: «Социально-психологические методы вовлечения участников в общественно-профессиональные сообщества», «Современные

информационно-коммуникативные методы вовлечения участников в общественно-профессиональные сообщества», «Социально-профессиональное партнерство как средство повышения профессиональной компетентности педагогов».

- Тренинги на командообразование и развитие корпоративной культуры сообщества, мотивацию и адаптацию участников сообщества, эффективную коммуникацию и деловое сотрудничество (этика делового общения).

- Кейсы и деловые игры по организационно-управленческой деятельности общественно-профессионального сообщества, менеджменту образования, социальному планированию и проектированию.

- Мастер-классы по основам проектной деятельности, социальному PR, способам развития стратегического мышления.

- Создание на базе сайта ГБОУ ВПО МГПУ виртуального консультационного центра развития и поддержки общественно-профессиональных сообществ учителей-предметников, а также дискуссионной площадки для участников общественно-профессиональных сообществ в целях обсуждения разработанных материалов.

- Мониторинг развития общественно-профессиональных сообществ учителей-предметников в системе общего образования.

Представленная структура общественно-профессионального сообщества носит рекомендательный характер, и эффективность ее функционирования будет апробирована в ходе дальнейшего исследования.

В качестве индикаторов эффективности применения разработанной методики вовлечения в предметные ассоциации могут использоваться следующие показатели:

- наличие благоприятного социально-психологического климата в сообществе;
- сплоченность коллектива в общественно-профессиональном сообществе;
- наличие социальной, профессиональной и личностной мотивации у членов сообщества;
- эмоциональная и поведенческая включенность и взаимопомощь;
- адаптированность новых членов сообщества вследствие наличия системы наставничества и сопровождения;

- профессиональная и социальная активность участников сообщества;
- удовлетворенность участников разнообразными видами, формами и направлениями деятельности сообщества;
- удовлетворенность участников сообщества собственной деятельностью и ее результативностью;
- наличие эффективной коммуникации внутри сообщества;
- удовлетворенность участников сообщества межличностным взаимодействием;
- информационная открытость сообщества для широкой общественности и потенциальных членов сообщества;
- использование разнообразных каналов и средств коммуникации (СМИ, Интернет, встречи, печатная продукция и т.д.);
- своевременное и качественное информирование участников сообщества и его потенциальных членов;
- положительный имидж и деловая репутация сообщества;
- узнаваемый бренд сообщества;
- наличие стратегии социальной PR-кампании (проекта, программы);
- заинтересованность сообщества в получении обратной связи при организации коммуникации;
- наличие кадровой политики;
- наличие четкой организационной структуры сообщества;
- наличие нормативно-правовой документации, регламентирующей деятельность сообщества;
- наличие в структуре подразделения (рабочего органа) по привлечению в сообщество новых членов;
- демократический стиль руководства внутри сообщества;
- наличие корпоративной культуры сообщества;
- наличие условий для профессионального развития и социальной мобильности участников сообщества;
- наличие материальных и нематериальных способов стимулирования участников сообщества;
- стабильность постоянного состава и открытость для вовлечения новых членов сообщества;
- наличие партнерских связей с государством;
- наличие партнерских связей с образовательными организациями;
- наличие партнерских связей с профессиональными сообществами;

- наличие партнерских связей с бизнес-сообществом;
- наличие партнерских связей с некоммерческими организациями;
- наличие документов, регулирующих гражданско-правовые отношения с партнерами (договора, соглашения и т.д.);
- проведение совместных с партнерами социальных, образовательных, культурных проектов, акций и т.д.;
- предоставление сообществом партнерских услуг (консультативных, информационных, образовательных, экспертных);
- использование разнообразных форм и технологий социального партнерства;
- активное привлечение спонсорской поддержки.

Главный же результат вовлечения в предметные ассоциации – обретение ими субъектности, то есть чувства личной ответственности за процессы, происходящем в образовании, и причастности к ним, вера в собственные силы и возможности влиять на происходящее, активная гражданская и профессиональная позиция, что, в итоге, позволит отечественному образованию выйти на новый этап его развития в соответствии с вызовами нового времени.

7. Заключение

Методические рекомендации по совершенствованию деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги», включая организацию взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников содержат обзор нормативно-правовых основ деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»; описание основных целей и задач деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»; структурно-функциональную модель деятельности педагогических работников в рамках предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги»; описание организации взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников; описание механизма привлечения педагогов к деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги».

Представленные Методические рекомендации по совершенствованию деятельности предметных ассоциаций в формате клубов сетевого сообщества образования Югры «Школлеги», включая организацию взаимодействия на площадке клубов членов предметно-методических комиссий всероссийской олимпиады школьников носят рекомендательный характер, и эффективность их функционирования будет апробирована в ходе дальнейшего исследования.

Содержание отчета соответствует техническому заданию и отражает ход выполнения работ, полученные результаты, а также механизм практического использования и применения результатов работ.

8. Библиография

1. DuFour, R. & Eaker, R. (1998). Professional Learning Communities at Work: Best Practices for Enhancing Student Achievement. Bloomington, IN: National Educational Service.
2. DuFour, R. (2004). «Schools as learning communities,» Educational Leadership, 61(8) p 6-11.
3. <http://primwiki.ru/>
4. Louis, K.S. (2006). Changing the culture of schools : Professional community, organizational learning, and trust. Journal of school leadership , 16(5), 477-489
5. Ministry of Education. (2005). Education for all: The report of the expert panel on literacy and numeracy instruction for students with special education needs, kindergarten to grade 6., Ontario Education, ISBN 0-7794-8060-0 Retrieved November 16, 2006
6. Ministry of Education. (2005). Education for all: The report of the expert panel on literacy and numeracy instruction for students with special education needs, kindergarten to grade 6., Ontario Education, ISBN 0-7794-8060-0 Retrieved November 16, 2006
7. Wenger, Etienne (1998). Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 978-0-521-66363-2.
8. Бутова Ю.И. Муниципальный ресурсный центр - новая институциональная форма диссеминации инновационного опыта //Методист.-2008.-№1.-с.16
9. Вишнякова С.М. Профессиональное образование Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. — М. НМЦ СПО, 1999. — 538 с.
10. Гетман Н.А. Мониторинг инновационных процессов на уровне ОУ и района, как ресурсный центр развития образования//Методист.-2006.-№10.-с.19
11. Гирба Е.Ю. Таблица для мониторинга инновации внедряемой учителем//Практика административной работы в школе.-2007.-№1.-с.34-37
12. Игнатьева Г. Муниципальный подход к организации методической работы с педагогическими кадрами по развитию инновационной деятельности.// Методист.-2008.-№10.-с.50-51
13. Костюченко Л.А. Роль муниципальной методической службы в организации инновационной деятельности образовательных учреждений// Методист.-2008.-№10.-с.31// Приложение
14. Кулагина Н.В. Роль методической службы гимназии в реализации инновационной и экспериментальной деятельности// Инновации в образовании.-2008.-№11.-с.105

15. Мерсиянова И.В., Краснопольская И.И., Чешкова А.Ф. в статье «Учительские сообщества: самоорганизация и влияние» http://www.hse.ru/pubs/lib/data/access/ram/ticket/64/140169240277bdfa0c85a035e43b5aa21017e094b1/Mersiyanova_Krasnopol'skaya_Cheshkova_11_3.pdf
16. Методическая работа как механизм управления качеством образования. – Учебно-методическое пособие. - Серпухов: МОУДПО «Учебно-методический центр», 2010г. – 100с.
17. Методическая служба в школе: учебно-методическое пособие. сост.: Дмитриева В.Г., Клецко Л.С., Яркова И.В., Черноусова Ф.П. - М.: Педагогическое общество России, 2007. – 109 с.
18. Молчанов С. Проектирование инновационной методической работы в образовательном учреждении/ Молчанов С., Яковлева Г.// Воспитание школьника.- 2008.-№4.- с.3
19. Патаракин Е.Д. Вклад сетевых сообществ в образование. Режим доступа: http://www.evarussia.ru/eva2001/russian/sod_116.htm
20. Соловьева Н.И. Методическая служба – центр научно-методического сопровождения инновационной образовательной деятельности// Методист.-2008.- №5.- с.53