

Г. Х. Муртазина

Организация учебно-познавательной деятельности бакалавров рекламы и связей с общественностью в условиях информатизации обучения

В статье освещена проблема развития познавательной активности бакалавров нового направления профессиональной подготовки «Реклама и связи с общественностью». В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта ВПО данного направления область профессиональной деятельности бакалавров включает в себя техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций. Такой широкий диапазон будущей практической деятельности предполагает качественно новый уровень обучения, модернизацию образовательного процесса. Цель исследования состояла в разработке и апробации педагогических условий по формированию познавательной активности к коммуникативным практикам с использованием ресурсов медиатеки деловой коммуникации. Учебная деятельность студентов связана с самостоятельной работой – от постановки проблемы до осуществления самоконтроля, с переходом к более сложным видам работ, носящим творческий характер. Педагогический эксперимент связан с изучением приемов и средств коммуникативных практик деловой коммуникации, в ходе освоения которых были достигнуты определенные результаты по активизации познавательного интереса, формированию навыков самостоятельной работы. Использование в экспериментальной методике информационного ресурса медиатеки деловой коммуникации способствует эффективному восприятию знаний, инициативности, самоорганизации, творческому отношению к учебным задачам.

Ключевые слова: реклама, связи с общественностью, информатизация обучения, информационные ресурсы, познавательная активность, деловая коммуникация, коммуникативные практики, средства, приемы.

G. Kh. Murtazina

Organization of the Educational and Cognitive Activity of Bachelor Degree Students of Advertising and Public Relations in Conditions of Educational Informatization

The article deals with the problem of bachelors' cognitive activity development of a new direction of professional training «Advertising and Public Relations». According to requirements of the Federal state educational standard of HPE of this direction the sphere of the professional activity of Bachelor Degree students includes techniques and technologies of mass, business and personal communications. Such a wide range of future practical activities assumes a qualitatively new level of training, modernization of the educational process. The research objective was in development and approbation of pedagogical conditions on formation of the informative activity to communicative practice with use of the media resources library of business communication. The educational activity of students is connected with independent work - from problem statement upto self-checking implementation, with transition to more difficult types of work with a creative character. A pedagogical experiment is connected with the study of techniques and means of communication practices of business communication in the course of its mastering some results were achieved in activating the cognitive interest, formation of skills of independent work. The use in the experimental method of the information resource of the business communication library promotes effective perception of knowledge, initiative, self-organization, a creative attitude to educational tasks.

Keywords: public relations, advertising, informatization of learning, information resources, a cognitive activity, business communication, communicative practices, methods, techniques.

Модернизация национальных систем образования как в России, так и во всем мире меняет цели образования, соотносимые с вхождением современного человека в глобальный мир. Соответственно, речь идет о необходимости продуктивной адаптации человека к изменяющимся условиям среды и необходимости личностно- и социально- интегрированного результата образования, основанного на компетентностном подходе. Современное образование непосредственно связано с информационными технологиями, а работа с компьютерными программами, базами данных и интернетом становится органичной частью

учебного процесса в вузе. Одна из проблем высшей школы информационного общества – увеличивающийся объем информации, имеющей экспонентальный характер. Медиатеки включают в себя огромные массивы электронных источников, а книги, о которых можно было только мечтать многим поколениям студентов предыдущих десятилетий, стали доступны многочисленным пользователям интернета. Поиск, систематизация, структурирование, анализ и освоение информации невозможны без активизации познавательной деятельности человека. Поэтому уже на первом курсе необходимо формировать самостоя-

тельные умения по работе с электронными версиями ведущих профессиональных порталов, журналов, газет, где предоставлена возможность ознакомления с последними публикациями, материалами конференций, новостями, архивными материалами, монографиями специалистов. Необходимо научить студентов работать с информационным океаном, а затем отправлять в «свободное плавание», иначе велика вероятность того, что на протяжении всего обучения в вузе интернет будет рассматриваться лишь как банк для переписывания контрольных и рефератов. Таким образом, теория, практика и информационные технологии должны составлять основу современного образования в вузе.

Значительный вклад в разработку методов развития познавательной активности, педагогических условий ее формирования внесли работы 60–80-х гг. XX века Б.Г. Ананьева, Л.П. Аристовой, В.Б. Бондаревского, М.А. Данилова, А.К. Марковой, М.И. Махмутова, М.И. Скаткина, Г.С. Сухобской, Н.Ф. Талызиной, Т.И. Шамовой, Г.И. Щукиной, И.С. Якиманской и др., где рассматриваются функциональное назначение познавательной активности и особая организация учебного процесса с постановкой проблемных вопросов и заданий исследовательского характера. В теоретических работах отмечается схожесть терминов «активизация обучения», «активность интеллекта», «познавательная активность» (от лат. *activus* – деятельный).

В более поздних исследованиях познавательная деятельность определяется как «целенаправленное сложное образование личности, которое приобретает, закрепляется и развивается под влиянием самых разнообразных факторов: субъективных (любопытность, усидчивость, воля, мотивация и т. д.), объективных (окружающие условия, личность преподавателя, приемы и методы преподавания» [2, с. 5], потребность для обучающегося, без удовлетворения которой немислимо его формирование как личности [3, 6, 7]. При различных трактовках проблемы развития познавательной активности студентов главная ее функция заключается в том, чтобы учение стало потребностью, без удовлетворения которой немислимо формирование как личности.

В современной педагогической теории и практике активизация познавательной деятельности связана прежде всего с изменением образовательной среды, развитием информационно-коммуникативных технологий в образовании, поскольку интернет дает возможность мгновенного приобщения к самым новым знаниям посредством

самостоятельного поиска и самостоятельной подготовки. Под познавательной активностью студента в условиях информатизации обучения понимается «личностное свойство, проявляющееся в творческом объективном отношении к содержанию и процессу информатизации обучения, обеспечивающем продуктивное усвоение знаний и способов информатизации обучения, в мобилизации нравственно-волевых усилий, направленных на достижение образовательной цели, обусловленной развитием опыта информатизации обучения» [4, с.13]. Идеология модернизации современного образования направлена на универсальность, фундаментальность и практику, то есть на создание идеального гибрида либеральной и профессионально-прикладной традиции образования.

Основная образовательная программа высшего профессионального образования обеспечивает реализацию Федерального государственного образовательного стандарта с учетом вида высшего учебного заведения, образовательных потребностей и запросов обучающихся. Она включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся. Переход к многоуровневой системе образования, в частности к прикладному бакалавриату, обеспечивает профессиональную практико-ориентированную подготовку и предполагает увеличение самостоятельной работы студентов. Данный переход связан с решением на теоретическом и практическом уровнях задач концептуально-методологического обоснования содержания, методического обеспечения и внедрения инновационных технологий, адекватных информационному обществу. Поэтому речь идет о том, что выпускнику желательно дать относительно широкую подготовку, научить его организации самостоятельной работы и самоорганизации. Такая подготовка должна реализовываться в бакалавриате.

Магистратура предполагает более узкую специализацию, магистрант часто ориентируется на научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность. В связи с этим возникают вопросы по подготовке бакалавров и магистров нового направления «Реклама и связи с общественностью» по содержанию учебного материала, соотношению фундаментальной и прикладной составляющих в образовании и самообразовании, концепции подготовки и конкретных методик обучения, организации учебно-познавательной деятельности студентов. Процесс самоподготовки является атрибутом обучения и учитывается во всех образовательных

программах. Он дисциплинирует обучающегося, создает мотивацию для приобретения знаний, прививает трудолюбие, формирует познавательный интерес и инициативу и является «мостиком», переходом к самообразовательной деятельности. Стремление студента к самостоятельной деятельности играет решающую роль в учебном процессе. При этом учащийся должен выступать как организатор своей деятельности по овладению данным содержанием, определять виды своей работы, примеры выполнения, объем работы, формы самоконтроля. Исследователи отмечают особую прочность знаний, полученных самостоятельно.

В настоящее время в России завершается подготовка специалистов с пятилетним сроком обучения, и с 2011 года началась подготовка бакалавров и магистров. До этого времени велась раздельная подготовка по специальностям 350400 - Связи с общественностью и 350700 - Реклама. Федеральный государственный образовательный стандарт ВПО третьего поколения интегрирует две специальности и предусматривает обучение бакалавров направления 031600 - Реклама и связи с общественностью. В ФГОС ВПО «Реклама и связи с общественностью» представлен конкретный перечень умений и требований к результатам освоения основных образовательных программ бакалавра и магистра. Выпускник должен обладать как общекультурными, так и профессиональными компетенциями. Помимо этого, необходимо формирование профильных профессиональных компетенций (ППК). Реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуа-

ций, психологические тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся и активизации познавательной деятельности.

В практической работе множество сходных характеристик рекламы и связей с общественностью изначально давало возможность их интеграции. В профессиональной подготовке произошло объединение двух родственных, но не совпадающих сфер деятельности. Несмотря на то, что в базовых теоретических курсах студентам разъяснялись основные понятия рекламы и связей с общественностью и «семейные сходства» двух коммуникативных практик, тем не менее, акцент ставился на их отличия, а в некоторых европейских странах до недавнего времени существовал запрет на совмещение этих видов в профессиональной деятельности. Сегодня перед профессорско-преподавательским составом, ведущим дисциплины по профилю «Реклама и связи с общественностью в отрасли физической культуры и спорта», стоит задача по динамичному освоению нового учебного материала, с привлечением практиков к учебному процессу и формированием методического обеспечения учебных циклов.

Цель исследования заключалась в разработке и апробации педагогических условий по формированию познавательной активности к коммуникативным практикам деловой коммуникации (ДК). Работа с приемами и средствами [1, 5] коммуникативных практик представляет наибольший интерес в образовательном процессе направления «Реклама и связи с общественностью» и специальности «Связи с общественностью», способствует активизации познавательной деятельности (рис. 1):

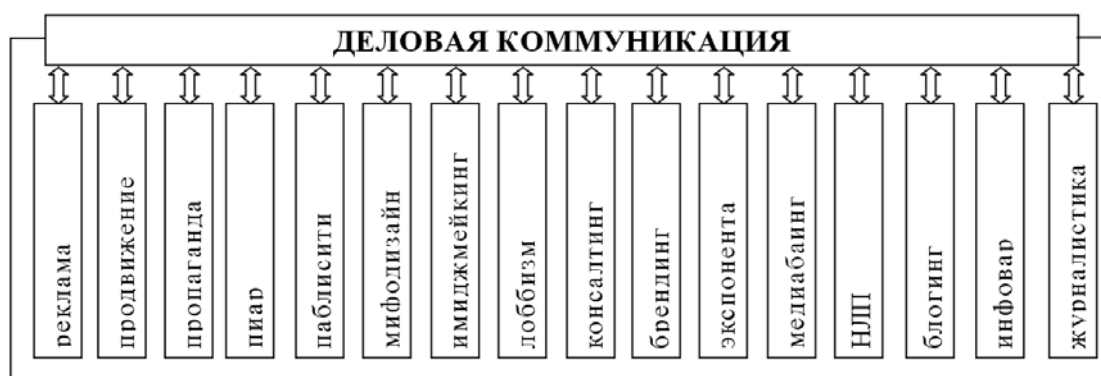


Рис. 1. Коммуникативные практики деловой коммуникации

Коммуникативные практики включают рекламу, продвижение, пропаганду, пиар (связи с общественностью), паблисити, мифодизайн,

имиджмейкинг, лоббизм, консалтинг, брендинг, экспоненту (выставочная деятельность), медиабаинг (продажа рекламных мест в газете),

НЛП (нейролингвистическое программирование), блогинг, инфовар (информационные войны), журналистику. В предлагаемой модели использован междисциплинарный подход, где деловая коммуникация, объединяющая ряд коммуникативных практик, становится основой профессионального цикла базовой части учебного плана. Деловая коммуникация, как интеграл коммуникативных практик, представляет собой открытый ряд информационно-коммуникационных технологий, а ее содержание будет меняться по мере развития перечисленных практик.

В контрольной группе (n=24) использовались традиционные методы обучения: репродуктивный, информационно-рецептивный, объяснительно-иллюстративный. В экспериментальной группе (n=24) знакомство с базами данных по приемам и средствам рекламы и связей с общественностью проводилось в интерактивном режиме. В ЭГ, наряду с основными методами, использовался метод информационного ресурса, основная идея которого заключается в закреплении и расширении теоретических знаний путем ориентации обучаемого в огромном потоке информации, которая ему необходима и удовлетворяет познавательные потребности. Учебная деятельность в экспериментальной группе включала самостоятельную работу студентов – от постановки проблемы до осуществления самоконтроля, с переходом к более сложным видам работ, носящим творческий характер: знакомство с приемами и средствами коммуникативных практик, моделями, видами и формами деловой коммуникации; самостоятельный поиск приемов и средств рекламы и пиар в физической культуре и спорте. В процессе самостоятельной работы студентов наблюдается степень усложнения характера учебно-познавательной деятельности. На констатирующем этапе педагогического эксперимента была проведена диагностика уровня развития познавательной активности студентов-бакалавриата. Результаты диагностического этапа были положены в основу формирующей программы по развитию познавательной активности студентов.

Объективные характеристики развития познавательной активности на занятиях можно представить двумя группами показателей: по результатам учебы и по процессу учебы (работа на лекциях, семинарах и практических занятиях, результаты самостоятельной работы). Студенты

экспериментальной группы показали более высокие результаты учебы (на 17%) по сравнению с контрольной группой. К субъективным характеристикам были отнесены следующие критерии: интерес к занятиям коммуникативными практиками, организация самостоятельной деятельности, инициативность, оценка студентами перспектив занятий коммуникативными практиками. Критериями оценки являлось следующее: 3 – качество проявляется очень четко; 2 – качество скорее имеет место, чем не имеет; 1 – качество скорее не имеет место, чем имеет; 0 – качество почти не проявляется.

Таблица 1

Оценка влияния экспериментальной методики на познавательную активность

Группы	Познавательная активность	$\bar{d} \pm S_{\bar{d}}$
Контрольная	Познавательный интерес	0,67±0,16
	Самоорганизация	0,54±0,10
	Инициатива	0,71±0,13
	Понимание важности знаний	0,92±0,16
Экспериментальная	Познавательный интерес	0,67±0,16
	Самоорганизация	0,83±0,20
	Инициатива	1,08±0,17
	Понимание важности знаний	1,04±0,16

$d_i = y_i - x_i$ — разность между результатами после эксперимента (y_i) и результатами до эксперимента x_i (рассчитывается для вычисления Т-критерия Вилкоксона для связанных выборок); $\bar{d} \pm S_{\bar{d}}$ — средняя разности плюс-минус ошибка среднего разности.

После окончания эксперимента был проведен контрольный срез состояния познавательной активности студентов экспериментальных и контрольных групп, основанный на рефлексивно-оценочном уровне. При организации контрольной части заданий был обеспечен как пооперационный контроль, так и контроль по конечному продукту. После завершения педагогического

эксперимента и статистической обработки выяснилось, что показатели познавательной активности в экспериментальной группе достоверно выше ($P < 0,001$), в отличие от контрольной группы. В ходе освоения методики были достигнуты положительные результаты по активизации познавательного интереса, творческого отношения к деятельности, формированию навыков самостоятельной работы, умений, связанных с освоением коммуникативных практик.

Изучение деловой коммуникации, коммуникативных практик, их средств и приемов формирует ключевые профессиональные компетенции бакалавров нового направления. Данная методика может быть использована в подготовке бакалавров по новому направлению «Реклама и связи с общественностью», поскольку область профессиональной деятельности будущих выпускников включает коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной и образовательной сферах. Такая подготовка позволит выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ и решать задачи, связанные с продвижением позитивного образа сферы ФКиС.

Библиографический список

1. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и public relations. Программы-консультанты [Текст] / И.Л. Викентьев. – СПб.: Бизнес-пресса, 2007. – 406с.
2. Казначеева, С.Н. Развитие познавательной активности студентов вуза [Текст]: автореф. дис. ... к.п.н. - Ниж. Новгород, 2007. – 23с.
3. Меньшикова, Е.А. Психолого-педагогические аспекты развития познавательной активности детей [Текст] / Е.А. Меньшикова // Вестник Томского гос. педагог. ун-та. – 2009. – Вып. 5 (83). – Томск, 2009. – С.112–115.
4. Мещерякова, И.Н. Развитие познавательной активности студента в условиях информатизации обучения [Текст]: автореф. дис. ... к.п.н. / И.Н. Мещерякова. – Оренбург, 2010.- 25с.
5. Муртазина, Г.Х. Освоение коммуникативных практик специалистами по связям с общественностью [Текст] // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – №5. – СПб., 2011. – С.85–88.
6. Некрасова, И.И. Взаимосвязь общего и профессионального образования в формировании познавательной активности студентов [Текст]: дис. ... канд. пед. наук / И. И. Некрасова. – Омск, 2004. – 229 с.
7. Шадриков, В.Д. Познавательные процессы и способности в обучении [Текст] / В.Д. Шадриков. – М.: Просвещение, 2005. – 320с.

Bibliograficheskiy spisok

1. Vikent'ev, I.L. Priemy reklamy i public relations. Programmy-konsul'tanty [Tekst] / I.L. Vi-kent'ev. – SPb.: Biznes-pressa, 2007. – 406s.
2. Kaznacheeva, S.N. Razvitie poznavatel'noj aktivnosti studentov vuza [Tekst]: avtoref. dis. ... k.p.n. - Nizh. Novgorod, 2007.–23s.
3. Men'shikova, E.A. Psikhologo-pedagogicheskie aspekty razvitiya poznavatel'noj aktivnosti detej [Tekst] / E.A. Men'shikova // Vestnik Tomskogo gos. pe-dagog. un-ta. – 2009. – Vyp. 5 (83). – Tomsk, 2009. –S.112–115.
4. Meshheryakova, I.N. Razvitie poznavatel'noj aktivnosti studenta v usloviyakh informatizatsii obucheniya [Tekst]: avtoref. dis. ... k.p.n. / I.N. Meshheryakova. – Orenburg, 2010.- 25s.
5. Murtazina, G.KH. Osvoenie kommunikativnykh praktik spetsialistami po svyazyam s obshhestvennost'yu [Tekst] // Uchenye zapiski universiteta im. P.F. Les-gafta. – №5. – SPb., 2011. – S.85–88.
6. Nekrasova, I.I. Vzaimosvyaz' obshhego i professional'nogo obrazovaniya v formirovanii poznavatel'noj aktivnosti studentov [Tekst]: dis. ... kand. ped. nauk / I. I. Nekrasova. – Omsk, 2004. – 229 с.
7. SHadrikov, V.D. Poznavatel'nye protsessy i sposobnosti v obuchenii [Tekst] / V.D. SHadrikov. –M.: Prosveshhenie, 2005. – 320s.