

УДК 316.7:399 (082)

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО И МАРКЕТИНГОВОГО МОДУЛЕЙ В ПРОГРАММАХ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ДИСЦИПЛИН ПО НАПРАВЛЕНИЮ ВПО «СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Бакланова Т. И., Жукова Е. М., Киселева О. И.

ГОУ ВПО «Московский городской педагогический университет», Москва, Россия (129226, Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр-д, 4, корп.2), e-mail: moypochta@bk.ru

Статья посвящена одной из актуальных проблем профессиональной этнокультурной подготовки бакалавров и магистров по направлению высшего профессионального образования «Социально-культурная деятельность». В современных социокультурных условиях проблемы сохранения и развития традиционной народной культуры русского и других народов России становятся все более актуальными. Особое внимание уделяется в нашей стране государственной поддержке традиционной народной культуры, повышению ее роли в современной культурной и образовательной политике Российской Федерации, развитию общего, дополнительного и профессионального этнокультурного образования как факторов патриотического, духовно-нравственного воспитания граждан нашей страны. Для решения этих задач необходимо повышать роль этнокультурных дисциплин в подготовке кадров для сферы социально-культурной деятельности, обновлять их содержание с учетом внедрения в эту сферу маркетинговых и иных современных технологий. С этой целью авторы статьи разработали в Московском городском педагогическом университете новые интегрированные программы этнокультурных дисциплин, в которых наряду с традиционными педагогическими модулями введены маркетинговые модули. В статье раскрывается каждый из этих модулей и особенности их сочетания в процессе этнокультурной подготовки магистрантов кафедры социально-культурной деятельности.

Ключевые слова: этнокультурное образование, русская культура, библиотека, педагогический маркетинг.

THE MAIN CONTENT OF PEDAGOGICAL AND MARKETING MODULES IN THE CULTURAL DISCIPLINES IN THE DIRECTION OF HIGHER EDUCATION "SOCIAL-CULTURAL ACTIVITY»

Baklanova T. I. , Zhukova E. M. , Kiseleva O. I.

GOU VPO "Moscow city pedagogical University, Moscow, Russia, 129226, Moscow, 2-nd Agricultural PR-d, 4, bld.2) e-mail: moypochta@bk.ru

The article is devoted to one of the relevant ethno-cultural problems of professional training of bachelors and masters in higher education "Social-cultural activity", In modern social and cultural conditions of the problem of preservation and development of traditional folk culture of the Russian and other peoples of Russia are becoming more relevant. Special attention is paid in our country to the state support of traditional folk culture, increase its role in modern cultural and educational policy of the Russian Federation, development of basic and professional ethno-cultural education as factors of Patriotic, spiritual and moral upbringing of our citizens. To solve these problems, it is necessary to enhance the role of ethno-cultural disciplines in the training of personnel for the sphere of socio-cultural activities, update their content on the introduction into this field of marketing and other modern technologies. To this end, the authors of this article developed in Moscow city pedagogical University new integrated programme of ethno-cultural disciplines in which along with the traditional pedagogical modules introduced marketing modules. The article reveals each of these modules and their combination in the process of ethno-cultural training of post graduate students of the Department of socio-cultural activities.

Keywords: ethno-cultural education, Russian culture, library, teaching marketing.

В современных социокультурных условиях проблемы сохранения и развития традиционной народной культуры русского и других народов России становятся все более актуальными. Особое внимание уделяется в нашей стране государственной поддержке традиционной народной культуры, повышению ее роли в современной культурной и образовательной политике Российской Федерации, развитию общего, дополнительного и

профессионального этнокультурного образования как факторов патриотического, духовно-нравственного воспитания граждан нашей страны. Для решения этих задач необходимо повышать роль этнокультурных дисциплин в подготовке кадров для сферы социально-культурной деятельности, обновлять их содержание с учетом внедрения в эту сферу маркетинговых и иных современных технологий.

Одним из важных факторов повышения качества этнокультурной подготовки бакалавров и магистров социально-культурной деятельности является отражение в содержании такой подготовки конкурентных условий будущей профессиональной деятельности студентов, требующей формирования у них, помимо традиционного набора компетенций, еще и маркетинговых компетенций в этнокультурной сфере.

С этой целью традиционное педагогическое содержание курса «Теория и история традиционной народной культуры», включенного в учебный план магистрантов, обучающихся по направлению ВПО «Социально-культурная деятельность» в МГПУ на кафедре социально-культурной деятельности, дополнено новым разделом «Педагогический маркетинг в этнокультурной сфере». Таким образом, традиционный педагогический модуль программы курса «Теория и история традиционной народной культуры» в настоящее время дополнен инновационным маркетинговым модулем.

Модульный подход к разработке этнокультурных дисциплин впервые был применен Т. И. Баклановой в 1994 г., в программе курса «Народная художественная культура» для студентов, обучавшихся по специальности «Народное художественное творчество». Во введении к данной программе отмечено, что «структура и содержание курса могут варьироваться в зависимости от конкретизированных целей, задач и условий его преподавания в том или ином вузе. Поэтому каждая из предлагаемых в программе тем – это своеобразный модуль, трансформирующийся в процессе сотворчества преподавателей и студентов» [2, с. 3]. Проблемы общего и профессионального этнокультурного и этнохудожественного образования нашли отражение в публикациях Т. И. Баклановой [1–5 и др.], Э. И. Медведь [5 и др.], Н. М. Сокольниковой [4 и др.] и других авторов.

В программе курса «Теория и история традиционной народной культуры», разработанной Т. И. Баклановой для студентов Института культуры и искусств Московского городского педагогического университета, была сформулирована следующая его педагогическая цель: формирование у студентов компетенций в области сохранения и развития традиционной народной культуры в современном социокультурном пространстве.

Задачи курса:

- изучение и сравнительный анализ ключевых понятий и концепций традиционной народной культуры, представленных в трудах ведущих ученых;
- знакомство студентов с концептуальными, правовыми, нормативными, научно-методическими и организационными основами сохранения и развития традиционной народной в современных социокультурных условиях;
- освоение студентами теоретических основ и научно обоснованных технологий педагогического проектирования этнокультурных процессов и программ деятельности социально-культурных организаций по сохранению и развитию традиционной народной культуры.

Учебный курс «Теория и история традиционной народной культуры» относится к вариативной части цикла профессиональных дисциплин. Его содержание взаимосвязано с дисциплиной общенаучного цикла «Основы педагогической инноватики», с дисциплинами профессионального цикла «История и методология теории социально-культурной деятельности», «Теория и практика социально-культурного проектирования», «История форм культурно-досуговой деятельности», «Современные модели этнокультурного образования».

В результате освоения курса магистрант должен:

знать:

- сущность традиционной народной культуры, ее основные виды и формы;
- аксиологические основы традиционной народной культуры;
- источники и каналы информации о традиционной народной культуре, основные научные школы в данной сфере;
- роль и место традиционной народной культуры в современном российском социокультурном пространстве;
- задачи сохранения и развития традиционной народной культуры, отраженные в современной государственной культурной политике РФ;
- деятельность ЮНЕСКО по сохранению и развитию традиционной народной культуры в современном мировом социокультурном пространстве;
- правовые и нормативные основы сохранения и развития традиционной народной культуры в РФ;
- современные концепции и программы сохранения и развития традиционной народной культуры в РФ.

уметь:

- выявлять и обосновывать роль традиционной народной культуры в современном

российском социокультурном пространстве, тенденции ее развития;

— участвовать в разработке и реализации муниципальных, региональных, федеральных и международных этнокультурных проектов и программ;

— разрабатывать перспективные модели и проекты этнокультурной деятельности социально-культурных учреждений.

владеть:

— современными методами и технологиями этнокультурной деятельности культурно-досуговых учреждений;

— современными методами и технологиями проектирования этнокультурного развития регионов и других субъектов федерации.

В программное содержание курса были включены следующие вопросы: сущность, структура, функции традиционной народной культуры, ее исторические формы, тенденции развития; педагогический потенциал традиционной народной культуры и его реализация в современных социокультурных условиях; роль традиционной народной культуры в сохранении и развитии духовно-нравственных ценностей и идеалов народов России, в патриотическом и этнокультурном воспитании граждан России; задачи сохранения и развития традиционной народной культуры в современной государственной национально-культурной политике российского государства; государственная поддержка традиционных культур народов России; региональные и муниципальные программы сохранения и развития традиционной народной культуры; деятельность международного сообщества (ЮНЕСКО и др. международных организаций) по сохранению этнокультурного наследия, фольклора народов мира, выявлению и сохранению шедевров народного художественного творчества; деятельность социально-культурных учреждений, негосударственных организаций, общественных объединений и движений по сохранению и развитию традиционной народной культуры в России и зарубежных странах; становление и развитие научных исследований традиционной народной культуры в России; актуальные направления и проблемы дальнейших исследований традиционной народной культуры; научно-методические основы разработки и реализации этнокультурных проектов и программ в современных социокультурных условиях. В процессе изучения данного курса магистрантам предлагается разработать, обосновать и защитить свои этнокультурные проекты, сопровождаемые компьютерными презентациями.

Рассмотренное выше традиционное программное содержание курса «Теория и история традиционной народной культуры» было трансформировано в новой программе данного курса в один из двух ее модулей (автор модуля Т. И. Бакланова). Этот традиционный педагогический модуль дополнен новым модулем – «Маркетинг в этнокультурной сфере»

(автор модуля О. И. Киселева). Основы содержания данного модуля отражены в нескольких публикациях О. И. Киселевой, посвященных педагогическому маркетингу [7–10 и др.].

Целью нового модуля «Маркетинг в этнокультурной сфере» является подготовка магистрантов, обучающихся по направлению «Социально-культурная деятельность», к применению педагогического маркетинга в этнокультурной сфере как одного из факторов повышения их конкурентоспособности в современной российской культурно-образовательной среде.

На достижение этой цели направлены следующие задачи: формирование у магистрантов общих представлений о педагогическом маркетинге и возможностях его применения в этнокультурной сфере; формирование у студентов мотивации к применению педагогического маркетинга в этнокультурной сфере; подготовка студентов к практическому применению современных методов и технологий педагогического маркетинга при решении актуальных этнокультурных организационно-управленческих задач.

В данном модуле основы педагогического маркетинга конкретизированы применительно к сфере этнокультурной деятельности. В нем отражены такие темы, как принципы маркетинга в этнокультурной деятельности, маркетинговые исследования, маркетинговые коммуникации и др.

В процессе преподавания педагогического маркетинга О. И. Киселева организует работу студентов в малых группах, с использованием элементов педагогических технологий сотрудничества и сотворчества. Каждой малой группе предоставляются отличающиеся от других задания и список рекомендованной литературы, в который входят статьи ведущих специалистов в сфере некоммерческого маркетинга. На практических занятиях широко используются метод проектов и кейс-метод, проводятся дискуссии, просмотр и групповое обсуждение учебных фильмов.

Подготовка студентов к применению педагогического маркетинга в этнокультурной деятельности затрагивает такие сферы, как:

- креативная (проявление творческих способностей в теоретической и практической профессиональной деятельности);
- имиджевая (создание личного профессионального бренда, соответствующего бренду того учреждения, в котором осуществляется профессиональная деятельность);
- коммуникативная (эффективность партнерских взаимоотношений);
- информационно-технологическая (умение пользоваться современными техническими средствами);
- репрезентативная (умение представлять себя и продукты своей профессиональной деятельности в привлекательном, четком, профессиональном виде);

- мотивационная (способность повышения заинтересованности партнеров в продукте своей профессиональной деятельности);
- диверсификационная (способность к изменению, разнообразию своей деятельности);
- работа в команде (умение соотносить личную профессиональную деятельность с деятельностью учреждения).

Модульный подход к разработке программы учебного курса «Теория и история традиционной народной культуры» позволил актуализировать его содержание, повысить практическую значимость данного курса, усилить практико-ориентированную направленность этнокультурной подготовки магистрантов, адаптировать эту подготовку к современным задачам и условиям этнокультурной деятельности.

Аналогичные инновационные маркетинговые модули разработаны О. И. Киселевой для других этнокультурных дисциплин, которые изучают магистранты кафедры социально-культурной деятельности: «Народное художественное творчество», «Современные модели этнокультурного образования» и др.

Результаты проектной и научно-исследовательской работы магистрантов по проблематике педагогических и маркетинговых модулей этнокультурных учебных дисциплин нашли отражение в их статьях, включенных в сборники материалов международных научно-практических конференций «Этнокультурные процессы в современном мире» (МГПУ, ноябрь 2013 г.) и «Традиционная народная культура в современной социально-культурной деятельности и образовании» (МГПУ, апрель 2015 г.), организованных кафедрой социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ.

Особенность модульного подхода к разработке программ вузовских этнокультурных учебных дисциплин состоит в том, что они могут дополняться все новыми и новыми модулями, отражающими специфику этнокультурной деятельности и ее педагогического маркетинга в тех или иных видах учреждений культуры. Один из таких перспективных модулей разработан аспиранткой кафедры социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ Е. М. Жуковой применительно к этнокультурной деятельности детской библиотеки. Он включает такие темы, как: роль детской библиотеки в развитии интереса школьников к русскому народному творчеству (пословицам, поговоркам, сказкам, былинам, фольклорному театру, народной музыке и др.); особенности организации и проведения в детской библиотеке русских традиционных народных календарных праздников; организационно-педагогические условия повышения интереса читателей к изучению русской традиционной культуры; разработка и реализация в детской библиотеке этнокультурных проектов и программ, и др.

В содержании этого модуля отражены современные направления деятельности Российской государственной детской библиотеки по удовлетворению и развитию этнокультурных интересов и запросов школьников – посетителей библиотеки. Первое направление – организация и проведение народных календарных праздников на основе заданий для внеурочной деятельности, разработанных в новом учебном пособии Т. И. Баклановой «Основы духовно-нравственной культуры народов России: Русские традиционные народные календарные праздники» для 4 класса (М.: АСТ.Астрель, 2014). Второе направление – деятельность библиотеки, направленная на удовлетворение и развитие читательских интересов к различным видам народного художественного творчества в рамках Недели детской книги и других мероприятий. Оба эти направления стали основой экспериментальной работы Е. М. Жуковой, аспирантки кафедры социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ.

Таким образом, современные условия, виды и тенденции развития профессиональной этнокультурной деятельности в современном российском обществе обуславливают необходимость дополнения традиционного содержания этнокультурной подготовки студентов, обучающихся по направлению ВПО «Социально-культурная деятельность» новыми содержательными модулями.

Список литературы

1. Бакланова Т. И. Концепция социальной адаптации и этнокультурной интеграции детей мигрантов в московских школах на основе русской культуры // *Фундаментальные исследования*. — 2014. — № 12. — С. 2212–2215.
2. Бакланова Т. И. Народная художественная культура: программа курса. – М.: МГИК, 1994. – 23 с.
3. Бакланова Т. И. Проблемы этнохудожественного образования в содержании профессиональной подготовки студентов педагогического вуза // *Стратегии и тренды развития науки в современных условиях: Материалы Международной научно-практической конференции*. Уфа. 16–17 февраля 2015 г.– Уфа: РИО ИЦИПТ, 2015. – С. 27–31.
4. Бакланова Т. И. Русские народные праздники в содержании инновационной образовательной системы «Русская культура» для начальной школы // *Современные проблемы науки и образования*. – 2015. – № 1; URL: www.science-education.ru/121-17769.
5. Бакланова Т. И., Сокольникова Н. М. *Мировая художественная культура. Учебник для 5 кл.* – М.: Интербук, 2002. – 240 с.

6. Бакланова Т. И., Медведь Э. И. Сохранение и развитие традиционной народной культуры в современных социокультурных условиях как компонент содержания учебно-методического комплекта «Русская культура» для начальной школы / Т. И. Бакланова, Э. И. Медведь // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1 // Режим доступа: URL: [www.science-education.ru / 121-17769](http://www.science-education.ru/121-17769).
7. Киселева О. И. Педагогический маркетинг в профессиональной подготовке студентов педагогического вуза // Высшее образование сегодня. – 2009. – № 11. – С. 90–92.
8. Киселева О. И. Профессиональная компетентность студентов в педагогическом маркетинге // Среднее профессиональное образование. – 2009. – № 12. – С. 63–65.
9. Киселева О. И. Профессиональная подготовка студентов к педагогическому маркетингу в условиях вуза: Дис. ... канд. пед. наук. — М., 2010. — 182 с.
10. Киселева О. И. Роль маркетинга в профессиональной подготовке бакалавров направления социально-культурной деятельности // Проблемы и достижения современной науки: Материалы Международной научно-практич. конференции. — Уфа, 2014. — С. 144–148.

Рецензенты:

Сергеева В. С., д.п.н., профессор Московского городского педагогического университета, г. Москва;

Сокольникова Н. М., д.п.н., профессор Московского государственного гуманитарного университета им. М.А.Шолохова, г. Москва.