

УДК 316.7:399(082)

ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ, ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГОВ-ОРГАНИЗАТОРОВ ВНЕУРОЧНОЙ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ

Бакланова Т.И., Медведь Э.И., 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 наиболее актуальных проблем современной педагогической науки и практики – организации внеурочной этнокультурной деятельности школьников. Авторами статьи разработаны и апробированы два основных аспекта подготовки педагогов – организаторов такой деятельности – собственно этнокультурный и маркетинговый. Этнокультурный аспект состоит в ознакомлении педагогов-организаторов с инновационной программой внеурочной деятельности «Русская культура» для начальной школы, разработанной на кафедре социально-культурной деятельности Института культуры и искусств Московского городского педагогического университета в рамках государственной программы «Столичное образование» на 2012–2016 гг. Маркетинговый аспект разработан О.И. Киселевой на основе результатов ее диссертационного исследования. Он состоит в ознакомлении педагогов-организаторов с основами педагогического маркетинга и возможностями его применения при организации внеурочной этнокультурной деятельности школьников.

Ключевые слова: культура, этнокультурное образование, внеурочная деятельность.

THE BASIC MARKETING ASPECTS OF PREPARATION OF TEACHERS- ORGANIZERS OF EXTRACURRICULAR CULTURAL ACTIVITIES STUDENTS

Baklanova T.I., Medved E.I., 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 most urgent problems of modern pedagogical science and practice – the organization of ethno-cultural extracurricular activities of the students. The authors developed and tested two main aspects of training teachers of organizers of such activities is actually ethno-cultural and marketing. Ethno-cultural aspect is to familiarize teachers and organizers with innovative program extracurricular activities "Russian culture" for primary schools, developed at the Department of socio-cultural activities of the Institute of culture and arts, Moscow state pedagogical University in the framework of the state program "Capital education", 2012–2016. The marketing aspect is developed O. I. Kiselyova based on the results of her dissertation research. It is to familiarize teachers-organizers for teaching the basics of marketing and its applications in the organization of extracurricular cultural activities of students.

Keywords: culture, cultural education, extracurricular activities.

В новых федеральных государственных образовательных стандартах начального, основного и среднего общего образования сформулированы современные требования к организации внеурочной деятельности по духовно-нравственному развитию, воспитанию обучающихся на основе этнокультурных ценностей. Так, например, в п.19.6 Федерального государственного образовательного стандарта начального общего образования (2009 г.) содержатся требования к школьной Программе духовно-нравственного развития, воспитания обучающихся как части Основной образовательной программы. Программа духовно-нравственного развития, воспитания обучающихся на ступени начального общего образования (далее – Программа) должна быть направлена на обеспечение духовно-нравственного развития обучающихся в единстве урочной, внеурочной и внешкольной

деятельности, в совместной педагогической работе образовательного учреждения, семьи и других институтов общества. В основу этой Программы должны быть положены ключевые воспитательные задачи, базовые национальные ценности российского общества.

Программа духовно-нравственного развития, воспитания обучающихся должна предусматривать приобщение их к культурным ценностям своей этнической или социокультурной группы, базовым национальным ценностям российского общества, общечеловеческим ценностям в контексте формирования у них гражданской идентичности и обеспечивать: создание системы воспитательных мероприятий, позволяющих обучающемуся осваивать и на практике использовать полученные знания; формирование целостной образовательной среды, включающей урочную, внеурочную и внешкольную деятельность и учитывающей историко-культурную, этническую и региональную специфику.

Введение в ФГОС в 2009 г. требований к внеурочной деятельности школы и выделение в этих требованиях задач этнокультурного воспитания обучающихся обуславливают необходимость соответствующей профессиональной подготовки педагогов к организации такой деятельности. По мнению авторов данной статьи, такая подготовка должна включать в себя два взаимосвязанных содержательных модуля – *этнокультурный и маркетинговый*.

Первый (этнокультурный) модуль нацелен на ознакомление педагогов-организаторов с программой внеурочной деятельности «Русская культура» в начальной школе. Эта программа была разработана Т.И. Баклановой и Э.И. Медведь в 2014 г. как часть учебно-методического комплекта (далее УМК) «Русская культура», созданного в рамках программы «Столичное образование» [1,4,6]. Данный УМК разработан в русле этнохудожественной педагогики [5], концептуально обоснован [2], оформлен с учетом результатов исследований этнодизайнеров Н.М. Сокольниковой и Е.В.Сокольниковой [7]. Основной частью УМК стала рукопись учебника факультативного курса «Русская культура» для 4 кл. общеобразовательных школ (авторы Т.И. Бакланова, Э.И. Медведь, М.Г. Кайтанджян и Н.А. Опарина), а также учебное пособие для 4 класса Т.И. Баклановой «Основы духовно-нравственной культуры народов России: Русские традиционные народные календарные праздники» [3]. Содержание УМК «Русская культура» основано на русском фольклоре, но не ограничивается им. Знакомство с фольклором осуществляется в контексте традиционных и современных форм его бытования. Он предстает как неотъемлемая часть русской традиционной праздничной и семейно-бытовой культуры, взаимосвязанная с русским классическим и современным искусством, продолжающая развиваться в современном российском социокультурном пространстве.

УМК разработан на основе аксиологического подхода к воспитанию, обучению и развитию младших школьников. В основе содержания УМК «Русская культура» – система

универсальных духовно-нравственных ценностей, характерных практически для всех традиционных культур. Это, прежде всего, ценности Родины, родной природы, родного дома, семьи, труда, учения, красоты в искусстве и жизни, доброты, дружелюбия, гостеприимства и др.

Изучение русской культуры в начальной школе – важнейший фактор воспитания школьников, их социализации и интеграции в социально-культурную среду г. Москвы, основа становления гражданской идентичности и, одновременно, фактор развития межкультурных коммуникаций. Одним из факторов повышения эффективности преподавания русской культуры является интеграция уроков и внеурочной деятельности. Уроки русской культуры рекомендуется дополнять посещениями музеев народного искусства и мастерских народных мастеров, концертов фольклорных коллективов, этнографических музеев и заповедников, праздников народного календаря и т.д. Преподавание курса «Русская культура» должно быть взаимосвязано с различными формами дополнительного образования, среди которых детские этнографические театры, фольклорные ансамбли, студии народного декоративно-прикладного творчества и т.д. Авторская программа внеурочной этнокультурной деятельности разработана для 1–4 классов и рассчитана на 88 часов в каждом классе. Примерный тематический план внеурочной деятельности включает игровую деятельность, экскурсии по г. Москве, практическое освоение различных видов русского народного творчества, подготовку и реализацию проектов «Школьные праздники народного календаря» (см. табл. 1).

Таблица 1

Примерный тематический план внеурочной этнокультурной деятельности на основе русской традиционной культуры (1–4 кл.)

№ темы	Тема внеурочной деятельности	Класс	Кол-во час
1.	Народные игры и игрушки	1–4	16
2.	Хоровод и пляска	1–4	4
3.	Заклички, загадки, скороговорки, считалки, потешки	1	4
4.	Пословицы и поговорки	2	4
5.	Русские народные сказки	3–4	4
6.	Народные игровые песни	1–4	4
7.	Народные календарные песни: колядки	1	2
8.	Народные масленичные песни	2	2
9.	Народные троицкие песни	3	2

10.	Народные купальские песни	4	2
11.	Изобразительное и декоративно-прикладное творчество: праздничные поздравительные открытки, елочные украшения.	1–4	2
12.	Маски и костюмы для школьных праздников народного календаря	1–4	8
13.	Художественное оформление школьных праздников народного календаря	1–4	8
14.	Фольклорный театр	4	8
15.	«Помочи»: помощь ученикам 1–3 кл. в их подготовке к школьным праздникам народного календаря	4	10
16.	Репетиции школьных праздников народного календаря	1–4	18
17.	Русская народная кухня	1–4	6
18.	Экскурсии по Москве	1–4	16

Программа экскурсионной внеурочной деятельности, разработанная Э.И. Медведь в соответствии с данным тематическим планом, ориентирована на знакомство школьников с живыми традициями и памятниками русской культуры в г. Москве. Приведем в качестве примеров некоторые темы данной программы и их краткое содержание.

- **Московский Кремль и его музеи.** Этнокультурная деятельность музеев Московского Кремля, организуемые в них для школьников специальные программы, приуроченные к народным русским календарным праздникам. Занятия на экспозициях, интерактивные беседы, выполнение под руководством художников различных творческих работ-подарков к масленице и другим русским народным праздникам.
- **Музей Храма Христа Спасителя.** Роль музея в ознакомление школьников с духовно-нравственными ценностями и культурным наследием Русской Православной Церкви, с традиционными православными праздниками, иконописью, церковно-певческим искусством, храмовой архитектурой.
- **Государственный исторический музей.** Государственный исторический музей как памятник русской архитектуры, выполненный в древнерусском стиле. Отражение в экспозициях музея всех периодов истории России – с древних времен и до наших дней. Проведение в музее старинных русских праздников для детей и взрослых.
- **Государственная Третьяковская галерея.** История создания Третьяковской галереи. Третьяковская галерея как крупнейшее собрание шедевров русской живописи. Здание галереи, переданное П.М. Третьяковым в дар г. Москве. П.М.Третьяков как меценат. Понятие «меценат», роль меценатов в истории русской культуры. Образы России, Москвы, русской

природы, русской семьи, богатырей, сказочных героев, детей в картинах из собрания Третьяковской галереи.

- **Центральный музей древнерусской культуры и искусства им. А. Рублева в Спасо-Андрониковом монастыре.** История создания музея. Древнерусская иконопись как одно из важнейших культурно-исторических явлений русской традиционной культуры. Уникальная коллекция старинных икон и произведений декоративно-прикладного искусства, экспонирующаяся в музее. Роль музея в русской православной культуре, в современном православном воспитании и образовании.
- **Театральный музей им А.А. Бахрушина.** История создания музея. А.Бахрушин как меценат. Коллекция музея, входящие в нее театральные афиши и программы спектаклей, портреты и фотографии актеров, эскизы театральных костюмов и декораций, сценические костюмы, редкие книги о театральном искусстве, старинный кукольный театр-вертеп. Значение меценатства и благотворительности для сохранения и развития традиций русского театрального искусства в современных условиях.
- **Музей музыкальной культуры им. М.И. Глинки.** История создания музея. Экспонаты музея – сокровища русской и мировой музыкальной культуры, документы о жизни и творчестве замечательных русских композиторов М.И. Глинки, П.И. Чайковского, С.В. Рахманинова и многих других композиторов, старинные новгородские гусли и другие музыкальные инструменты, древние нотные записи и церковно-певческие книги, механическое пианино и др. Музыкально-просветительная деятельность музея в сфере русской народной и классической музыки.
- **Музей боярского быта.** История создания музея. Здание музея, состоящее из трех частей: боярской кладовой XVI века, монашеских келий XVII века и музейной надстройки XIX века. Особенности духовно-нравственных ценностей и идеалов русских бояр, их быта, круга чтения, досуговых творческих занятий.
- **Всероссийский музей декоративно-прикладного и народного искусства.** История создания музея. Уникальная коллекция XVI–XXI вв. Произведения различных видов русского народного декоративно–прикладного творчества в собрании музея. Коллекции русских народных глиняных и деревянных игрушек.
- **Музей-заповедник «Коломенское».** Музей-заповедник «Коломенское» как комплекс памятников древней русской истории и культуры. Экспонаты музея, рассказывающие о быте и культуре русских царей. Театральная хоромина – помещение для придворных концертов и спектаклей. Культурно-просветительная деятельность музея-заповедника, организуемые в нем балы, спектакли, концерты классической, народной и духовной музыки, русские

народные календарные праздники, свадьбы в русском стиле, фольклорные фестивали и другие этнокультурные мероприятия.

- **Музей-заповедник Царицыно.** Царицыно как уникальный дворцово-парковый ансамбль, основанный в XVIII веке, знакомящий посетителей с культурой русских царей и дворянства. Роль В.И. Баженова и М. Ф. Казакова в создании архитектурного ансамбля «Царицыно». Концерты, спектакли, балы, карнавалы, традиционные народные праздники в Царицыно.
- **Государственный академический Большой театр.** История создания театра. Роль русской классической музыки как «зеркала» истории России и ее героев, как воплощения общих для русского и многих других народов духовно-нравственных ценностей и идеалов. Связь русской классической и народной музыки.
- **Концертный зал им. П.И.Чайковского.** Выступления прославленных музыкантов, лучших оркестров, хоров, хореографических коллективов России и других стран мира. Государственный академический русский народный хор им. М.Е. Пятницкого, Академический ансамбль народного танца им. Игоря Моисеева, Национальный академический оркестр народных инструментов России им. Н.П. Осипова, другие знаменитые исполнительские коллективы России, их вклад в сохранение и развитие русской традиционной культуры, ее духовно-нравственных ценностей и идеалов.

Второй (маркетинговый) модуль подготовки педагогов – организаторов внеурочной этнокультурной деятельности разработан О.И. Киселевой на основе ее исследований в области педагогического маркетинга [7–9 и др.]. Содержание основных тем маркетингового модуля, приведенных ниже, соотносено с содержанием первого модуля.

- **Введение в педагогический маркетинг.** Студентам дается задание написать эссе о роли маркетинга в своей жизни на разных взаимодополняющих друг друга уровнях: представление о себе, о своей профессиональной деятельности как педагога-организатора, о месте этнокультурного образования во внеурочной деятельности.
- **Принципы маркетинга в педагогической деятельности.** Маркетинг применим к различным отраслям и сферам деятельности, в том числе и к сфере образовательных услуг. Но есть различия в специфике маркетинга. В соответствии с этим мы предлагаем студентам написать эссе о принципах маркетинга в организации внеурочной этнокультурной деятельности.
- **Фокусирование внимание на потребителях.** Студенты должны разработать презентацию своих «потребителей» – школьников 1–4 класса и их родителей. Для этого студентам надо провести сегментацию этих потребителей по демографическим, социально-экономическим, психологическим характеристикам; выбрать необходимые (актуальные для

внеурочной деятельности на основе русской традиционной культуры) характеристики; четко задать размеры характеристик; обосновать выбор; проанализировать полученные данные.

- **Комплекс педагогической услуги как способ удовлетворения потребности во внеурочной деятельности на основе русской традиционной культуры.** Студентам необходимо разработать проект собственного образовательного некоммерческого продукта (например, школьного музея народной культуры, школьного праздника, экскурсии, концертной программы и т.д.). Этот проект предлагается обосновать с использованием 4 элементов маркетинга: продукт (услуга), цена (ценность), месторасположение и продвижение (коммуникации).

- **Маркетинговые исследования.** Студенты должны разработать проект собственного маркетингового исследования для выявления потребностей существующих и потенциальных потребителей. Возможен следующий вариант проекта: определение степени лояльности потребителей (школьников 1–4 класса) к внеурочной деятельности на основе русской традиционной культуры как к образовательному продукту с соответствующим формулированием цели маркетингового исследования и методами его проведения.

- **Маркетинговые коммуникации.** Студентам предлагается разработать проект собственной программы продвижения (или формирования имиджа). Так как внеурочная деятельность на основе русской традиционной культуры предполагает определенную зрелищность и демонстрируемость результатов, педагогу-организатору необходимо заниматься целеполаганием не только с точки зрения повышения образовательного эффекта, но и стимулирования спроса, улучшения собственного образа, определения и совершенствования содержания и формы сообщения своей целевой аудитории с целью привлечения большего количества школьников для участия в образовательной этнокультурной программе.

Сочетание двух названных выше модулей позволит студентам научиться успешно организовывать внеурочную этнокультурную деятельность школьников, правильно позиционируя себя в этой сфере.

Список литературы

1. Бакланова Т.И. Инновационная образовательная система «Русская культура» для начальной школы //Наука и образование в современной конкурентной среде. – 2015. – № 1 (2). – С. 26-30.
2. 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.

3. Бакланова Т.И. Основы духовно-нравственной культуры народов России: Русские традиционные народные календарные праздники: учебн. пособие для 4 кл. – Москва: АСТ. Астрель, 2015. – 96 с.

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. Этнохудожественная педагогика как одно из приоритетных направлений развития современной педагогической науки // Наука и образование в XXI веке: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 января 2015 г. – Москва: АР– Консалт, 2015. – С. 86-89.

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 // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1 // Режим доступа: www.science-education.ru/121-17701.

7. Сокольникова Н.М., Сокольникова Е.В., Шриффт как основа национальной идентичности в графическом дизайне // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2009. – № 2. – С. 216-223.

8. Киселева О.И. Педагогический маркетинг в профессиональной подготовке студентов педагогического вуза // Высшее образование сегодня. – 2009. – № 11. – С. 90–92.

9. Киселева О.И. Педагогический маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности современного учителя // Среднее профессиональное образование. – 2009. – № 9. – С. 39–41.

10. Киселева О.И. Профессиональная компетентность студентов в педагогическом маркетинге // Среднее профессиональное образование. – 2009. – № 12. – С. 63–65.

Рецензенты:

Сергеева В.П., 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.