

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИНГВОГУМАНИТАРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БАКАЛАВРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ВУЗА

Бедарева А.В.¹, Кольга В.В.²

¹ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный аэрокосмический университет им. академика М.Ф. Решетнева», e-mail: alissaval@yandex.ru

²ФГБОУ ВПО «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева», e-mail: kolgavv@yandex.ru

В работе рассмотрена проблема формирования лингвогуманитарной компетенции бакалавров в сфере рекламы и связей с общественностью в образовательном процессе вуза, раскрыто понятие лингвогуманитарной компетенции бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», с целью выявления сущности и структуры лингвогуманитарной компетенции бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» рассмотрены деятельностный, культурологический, компетентностный и коммуникативный подходы. Конкретизировано понятие лингвогуманитарной компетенции бакалавров как интегративной характеристики личности, отражающей готовность к взаимодействию в различных профессиональных ситуациях в сфере рекламы и связей с общественностью. Представлены организационно-педагогические условия формирования лингвогуманитарной компетенции бакалавров связей с общественностью и рекламы.

Ключевые слова: профессиональная деятельность бакалавров в сфере рекламы и связей с общественностью, лингвогуманитарная компетенция, организационно-педагогические условия формирования лингвогуманитарной компетенции.

THE ORGANIZATIONAL-PEDAGOGICAL CONDITIONS OF THE FORMATION OF LANGUAGE-HUMANITARIAN COMPETENCE OF BACHELORS IN THE FIELD OF PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING IN THE EDUCATIONAL PROCESS AT INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION

Bedareva A.V., Kolga V.V.

Siberian state aerospace University named M. F. Reshetnev, e-mail: alissaval@yandex.ru

Krasnoyarsk state pedagogical University named V. P. Astafyev Krasnoyarsk, e-mail: kolgavv@yandex.ru

The paper considers the problem of formation of language-competence of bachelors in advertising and public relations in the educational process of the University, explains the concept of language-competence of bachelors in the specialty "Advertising and public relations, to identify the essence and structure of language-competence of bachelors in a direction "Advertising and public relations are considered active, cultural, and communicative competence approaches.. Specify the notion of language-competence of bachelors as an integrative personality characteristics that reflect a willingness to interact in a variety of professional situations in the field of advertising and public relations. Presents the organizational-pedagogical conditions of formation of language-competence of bachelors of public relations and advertising.

Keywords: professional activities of bachelors in the field of advertising and public relations, language-humanitarian competence, organizational-pedagogical conditions of formation of language-humanitarian competence.

На современном этапе развития нашей страны подъём её внешнеполитического статуса невозможен без участия высококвалифицированных выпускников направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», обладающих обширными теоретическими знаниями и практической подготовкой, позволяющей осуществить защиту репутации и политических интересов компаний, организаций, государства в целом.

Для обеспечения высокого уровня профессионализма этих специалистов необходимо формирование у них в процессе обучения такой компетенции, которая включает в себя не только знания, умения и способы деятельности, но и готовит их к решению разнообразных профессиональных задач на высоком уровне, позволяет гибко адаптироваться к быстро изменяющимся условиям, реализует качественное межкультурное общение в глобальном мире.

На бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» возлагаются сложные задачи, требующие принятия эффективного решения путем создания среды взаимопонимания и согласия, коммуникации, ориентации в процессе реализации профессиональной деятельности. Особую роль среди профессиональных качеств и функций бакалавров в сфере рекламы и связей с общественностью отводится коммуникативной компетентности, умениям работать с информацией. Специфика содержания деятельности бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» – ведение переговоров, планирование и проектирование коммуникативной деятельности компании, разработка и реализация информационно-рекламных продуктов. Это актуализирует вопрос о формировании лингвогуманитарной компетенции как одной из важных составляющих их профессиональной подготовки.

Однако в настоящее время рынок труда в сфере рекламы и связей с общественностью испытывает дефицит в профессионалах со сформированной лингвогуманитарной компетенцией, что подтверждается многими учеными (М.Б. Горкина, Г.Г. Почепцов, С.С. Смолева, А.Н. Чумиков) и работодателями. Это проявляется в первую очередь в том, что бакалавры в сфере рекламы и связей с общественностью испытывают трудности в осуществлении делового общения в многоплановых профессиональных ситуациях, в частности на иностранном языке; у них недостаточно развиты важные профессиональные качества, позволяющие гибко адаптироваться в ситуациях профессионального и социального взаимодействия, работать с информацией; не сформированы умения управления своим эмоциональным состоянием, воздействия на оппонента. К аналогичным выводам приходим в результате анализа образовательной практики. Таким образом, формирование лингвогуманитарной компетенции необходимо рассматривать как одну из приоритетных задач в процессе профессиональной подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Обобщение и систематизация общекультурных и профессиональных компетенций выпускника данного направления подготовки позволили выделить важные для их будущей профессиональной деятельности требования к результатам освоения основных образовательных программ в контексте нашего исследования и объединить их в лингвогуманитарную компетенцию, представляющую собой интегративное образование и отражающую совокупность основных функций профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с

общественностью. Среди *общекультурных компетенций* выделяем: умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного; среди *профессиональных компетенций* - владение основами речи, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения, владение базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью, владение базовыми навыками общения, умение устанавливать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ и других учреждений.

С целью выявления сущности и структуры лингвогуманитарной компетенции бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» целесообразно рассмотреть деятельностный, культурологический, компетентностный и коммуникативный подходы. Обращение к деятельностному подходу в рамках проблематики исследования позволяет раскрыть внутренние механизмы формирования лингвогуманитарной компетенции. Культурологический подход в исследовании лингвогуманитарной компетенции бакалавров характеризует процесс формирования ЛГК как самоопределение личности студента в гуманитарной культуре и обеспечивает построение процесса формирования лингвогуманитарной компетенции как диалога культур, в котором бакалавры занимают активную позицию и раскрываются как субъект межкультурного профессионального взаимодействия. Коммуникативный подход в обучении иностранным языкам позволяет создать мотивационный фон и выработать необходимые навыки для овладения иностранным языком как в относительно короткий период учебных занятий, так и для дальнейшего самосовершенствования.

На основе анализа психолого-педагогических исследований (В.И. Байденко, В.А. Сластенина, А.П. Тряпицына и др.) конкретизировано понятие лингвогуманитарной компетенции бакалавров как интегративной характеристики личности, отражающей готовность к взаимодействию в различных профессиональных ситуациях в сфере рекламы и связей с общественностью и представляющей собой единство медиакомпонента (совокупность базовых знаний, умений и опыта создания медиатекстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на иностранном языке), языкового компонента (совокупность языковых знаний, речевых умений и способности логически верно, аргументировано и ясно строить устную речь на иностранном языке) и компонента социального взаимодействия (совокупность базовых навыков и умений общения, установления и развития межличностных отношений, деловых отношений с представителями различных организаций, СМИ) [3:85].

С учетом содержания структурных компонентов компетенции (И.А. Зимняя, Н.М. Кодинцева, А.В. Хуторский и др.) и предмета исследования выделены и обоснованы следующие показатели сформированности основных критериев лингвогуманитарной компетенции (ЛГК) бакалавров. Показатели *когнитивного* критерия – освоение знаний в области создания медиатекстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, в области лингвистических знаний построения публичного выступления и ведения деловых переговоров, в области социальной психологии и теории коммуникации; показатели *мотивационно-аналитического* критерия – готовность к созданию медиатекстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, к использованию лингвистических знаний и речевых умений на иностранном языке в коммуникационном кросскультурном пространстве; стремление к самостоятельной и ответственной позиции в коммуникационном кросскультурном пространстве, к принятию нестандартных решений при недостатке необходимой информации, к эффективному взаимодействию в различных ситуациях, в том числе профессиональной иноязычной среде; показатели *деятельностно-рефлексивного* критерия – умения анализировать, формулировать аргументированные выводы и на их основе выявлять и творчески решать задачи в процессе создания медиатекстов, способности к самостоятельной рефлексии процесса иноязычного общения, эффективности решения коммуникативных задач в коммуникационном кросскультурном пространстве, принятии и понимании точки зрения собеседника (терпимость к взглядам и мнениям других); способности сопереживать собеседнику (эмпатия); навыках публичного выступления и проведения деловых переговоров.

Выделенные критерии, соответствующие им показатели позволяют диагностировать сформированность лингвогуманитарной компетенции бакалавров на низком, среднем и высоком уровнях. Низкий уровень сформированности ЛГК характеризуется: имеет фрагментарные теоретические знания в сфере создания медиатекстов; не готов использовать языковые знания и речевые умения на иностранном языке в ситуациях иноязычного профессионального общения, слабая эффективность решения коммуникативных задач; средний уровень – владеет знаниями и умениями, способствующими созданию медиатекстов лишь в некоторых видах и формах; готов использовать языковые знания и речевые умения на иностранном языке в ситуациях иноязычного профессионального общения, способен к рефлексии иноязычного общения, способен выходить за рамки стандартных иноязычных коммуникативных ситуаций. Высокий уровень – владеет системой знаний и умений, способствующих критическому анализу, оценке и созданию медиатекстов в различных видах и формах, готов использовать языковые знания и речевые умения в ситуациях иноязычного профессионального общения, имеет опыт самостоятельного принятия решения в нестандартных ситуациях.

Организационно-педагогические условия (ОПУ) изучаемого процесса разрабатывались с учетом идей, содержащихся в работах А.А. Вербицкого, Е.В. Вераксы, А.В. Федорова и других ученых, а также личного опыта организации образовательного процесса в вузе. Исходя из целей и задач исследования, в качестве ОПУ выделяем:

- обогащение содержания обучения иностранному языку посредством выбора аутентичного материала в виде иноязычных медиатекстов (главный инструмент профессиональной письменной коммуникации – иноязычный медиатекст, понимаемый как аутентичный источник актуальной информации лингвистического, социокультурного, лингвострановедческого характера);
- организация учебного процесса на основе использования интерактивных методов обучения в соответствии со спецификой дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» (*метод моделирования имитационных ситуаций*, в основе которого лежит воспроизведение в условиях обучения адекватности процессов, происходящих в реальной профессиональной деятельности, *методы речевого взаимодействия*, обеспечивающие коммуникативную тренировку с сохранением «аутентичности» иностранного языка, *деловая игра*, как форма воссоздания предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста);
- активизация процесса формирования лингвогуманитарной компетенции посредством проведения занятий в форме коммуникационного клуба (в работу клуба были включены иноязычные медиатексты и такие виды заданий к ним, как идентификация основной мысли, идеи, причинно-следственной связи, цели и мотивации автора, сравнение, сопоставление различных источников и точек зрения на одну проблему, включающие специфику создания медиатекстов на иностранном языке).

После реализации организационно-педагогических условий в образовательном процессе вуза был проведен четвертый контрольный срез, в ходе которого оценивался уровень сформированности ЛГК бакалавров как экспериментальной (ЭГ), так и контрольной групп (КГ) по всем ее компонентам (таблица).

Результаты диагностирования ЛГК бакалавров на начало и окончание ОЭР (четвертый контрольный срез) в %

Уровни	Медиакомпонент ЛГК				Языковой компонент ЛГК				Компонент социального взаимодействия ЛГК			
	ЭГ		КГ		ЭГ		КГ		ЭГ		КГ	
	До ОЭР	После ОЭР	До ОЭР	После ОЭР	До ОЭР	После ОЭР	До ОЭР	После ОЭР	До ОЭР	После ОЭР	До ОЭР	После ОЭР
В	3,3	13,3	5,0	5,0	3,3	10,0	5,0	6,7	3,3	10,0	5,0	6,7
С	40,0	63,3	43,3	45,0	11,6	50,0	11,7	33,3	15,0	48,3	15,0	20,0
Н	56,7	23,4	51,7	50,0	85,0	40,0	83,3	60,0	81,7	41,7	80,0	73,3

Данные, представленные в таблице, показывают, что к концу опытно-экспериментальной работы (ОЭР) в экспериментальной группе значительно снизилась доля бакалавров с низким уровнем сформированности всех компонентов ЛГК. В то же время существенно возросла доля бакалавров со средним и высоким уровнями сформированности всех компонентов ЛГК. В контрольной группе эти показатели значительно ниже. Полученные данные доказывают результативность предлагаемых организационно-педагогических условий формирования лингвогуманитарной компетенции бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Библиографический список

1. Адольф В.А. Подготовка будущего педагога к профессиональной деятельности в условиях внедрения профессионального стандарта / В.А. Адольф // Вестник Красноярского государственного педагогического университета. – РИО КГПУ, 2015. – №1, 2015. – С.5-12.
2. Байденко В.И. Выявление состава компетенций выпускников вузов как необходимый этап проектирования ГОС ВПО нового поколения: методическое пособие / В.И. Байденко. – М., 2006. – 55с.
3. Бедарева А.В. Формирование профессиональной лингвогуманитарной компетенции бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» / А.В. Бедарева, В.В. Кольга // Вестник Красноярского государственного педагогического университета. – РИО КГПУ, 2013. – № 2, 2013. – С.83-87.
4. Веракса Н.Е. Модель позиционного обучения студентов // Вопросы психологии. – 1994. – №3. URL: http://www.veraksa.ru/res_ru/0_hfile_407_1.pdf.
5. Вербицкий А.А. Качество подготовки специалиста в контексте компетентностного подхода /А.А. Вербицкий //Муниципальное образование: инновации и эксперимент. – 2009. – № 4. – С. 5-11.
6. Горкина М.Б. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. А. Мамонтов, И. Б. Манн. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 240 с.
7. Зимняя И.А. Компетентностный подход. Каково его место в системе современных подходов к проблемам образования? (Теоретико-методологический аспект) // Высшее образование сегодня. – 2006. – № 8. – С. 20–26.
8. Заир-Бек Е.С., Тряпицына А.П. Подготовка специалистов в области образования к участию и использованию международных программ оценки качества образования для всех: национальное видение / Е.С. Заир-Бек, А.П. Тряпицына // Рекомендации по результатам

научных исследований / под ред. акад. Г. А. Бордовского. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2006. – 63с.

9. Кольга В.В., Меркулов А.Б. Методика оценки эффективности деятельности интегративной педагогической системы аэрокосмического образования // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. – Красноярск: СибГАУ, 2005. – Вып. 7. – С.72-77.

10. Кольга В.В. Развитие педагогически интегрированной системы аэрокосмического образования на современном этапе: монография. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И.Герцена, 2005. – 138 с.

Рецензенты:

Пак Н.И., д.п.н., профессор, заведующий кафедрой информатики и информационных технологий в образовании, ФГБОУ ВПО Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, г. Красноярск;

Гафурова Н.В., д.п.н., профессор, профессор кафедры педагогики профессионального обучения ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет», г. Красноярск.