



УДК 378.1

Л. М. Семенова

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Представлен анализ сущности профессиональной культуры специалистов в области рекламы и связей с общественностью, дается ее определение. Раскрывается содержание методологических подходов к ее формированию, рассматривается значение каждого из них для исследования обозначенной проблемы. Обосновывается необходимость применения аксиологического, культурологического, комплексного, контекстного, профессионального и имиджологического подходов к формированию профессиональной культуры будущих специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.

111

This article analyses and defines the essence of professional culture of specialists in advertising and public relations. The author describes the content of methodological approaches to its development and considers the significance of each approach to studying the problem. The author stresses the need to use the axiological, cultural, integrated, context, professional, and image approaches to the formation of professional culture in future advertising and public relations specialists.

Ключевые слова: профессиональная культура, реклама и связи с общественностью, методологические подходы.

Key words: professional culture, advertising and public relations, methodological approaches.

В последнее время все актуальней становится подготовка профессионалов в сфере рекламы и связей с общественностью (РиСО), так как эта специальность относительно новая, перспективная и востребованная на рынке труда.

Модернизация высшего образования, в процессе которой культура стала занимать основополагающее место, определила социальный заказ общества и государства на подготовку специалистов с высоким уровнем компетенции и профессиональной культуры, владеющих коммуникативными навыками, способных эффективно применять современный инструментарий в своей профессиональной деятельности, умеющих разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-кампании.

Цель нашего исследования состояла в анализе и обосновании методологических подходов к процессу формирования профессиональной культуры будущего специалиста РиСО.

В современном мире профессиональную культуру рассматривают как интегративное качество личности, возможность эффективной профессиональной деятельности, совокупный показатель профессиональной компетентности будущего специалиста. Ученые трактуют ее



как комплекс знаний, умений и навыков, овладение которыми делает специалиста мастером своего дела. Проанализировав сущность, функции и содержание феномена профессиональной культуры, мы пришли к выводу, что это важная часть общей культуры, проявляющаяся в системе профессиональных качеств и специфике профессиональной деятельности, являющаяся императивом процесса профессиональной подготовки специалиста РиСО.

Мы определяем профессиональную культуру специалиста РиСО как комплекс профессионально-личностных качеств, интегрирующий профессиональные, личностные и социальные характеристики, включающие в себя взаимосвязанные и взаимообусловленные компоненты (ценностный, познавательный, прагматический, поведенческий). В фундаменте этих компонентов заложены ценностные ориентации на профессиональное самосовершенствование. В таком понимании профессиональная культура является императивом профессиональной компетентности специалиста в области рекламы и связей с общественностью [7].

Формирование профессиональной культуры у студентов вуза потребовало осмысления и разработки методологических основ этого процесса, подбора и интеграции научных подходов.

В научной литературе понятие «подход» используется как совокупность идей, принципов, методов, лежащих в основе решения проблем. Подходом принято считать идеологию и методологию решения проблемы, вскрывающую основную идею, а также предпосылки философского, социально-экономического, психолого-педагогического плана, главные цели, принципы, этапы и механизмы достижения этих целей [5; 16].

Исходя из такого понимания подхода раскроем цели и содержание *аксиологического подхода*. Известно, что в основе профессиональной культуры лежит система ценностей. Именно поэтому для формирования названного феномена мы выбрали этот подход, исследуемый В.П. Бездуховым, Б.С. Гершунским, М.Е. Дурановым, О.В. Лешер, В.А. Слостениным, Е.Н. Шияновым, Г.И. Чижакковой и др. Аксиологический подход, лежащий в основе нашего исследования, мы рассматриваем как ценность. Студенты достигают высокого уровня профессиональной культуры благодаря ценностному, положительному отношению к профессиональной деятельности. Профессиональная подготовка специалистов в вузе рассматривается нами с двух позиций: как процесс присвоения студентами накопленного опыта, культурного потенциала и как процесс осмысления ценности получаемых знаний, их назначении в подготовке специалиста, возможность применения в профессиональной деятельности.

Отечественные дидакты В.П. Бездухов [2], В.А. Слостенин и Г.И. Чижакова [13], исследуя область педагогической аксиологии, отмечают, что ценности являются фундаментом, на котором базируются представления людей о целях и нормах своего поведения. Ценности — это ориентиры в сознании человека, с которыми он соотносит свои действия и на основе которых определяет свое поведение.



Основные принципы педагогической аксиологии включают: принцип исторической и социокультурной изменчивости образовательных ценностей; взаимосвязи социокультурных и образовательных ценностей; соотнесение общественных и личностных ценностей; интеграции традиционных и инновационных ценностей [13].

Данный подход к формированию профессиональной культуры направляет студента на создание и развитие системы ценностей, на формирование личностных и профессиональных ориентиров будущего специалиста, на развитие его творческого потенциала и креативности, на укрепление духовно-нравственных позиций.

Аксиологический подход позволяет рассматривать профессиональную культуру специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью как комплекс профессиональных ценностей, принятых на современном этапе модернизации образования. В процессе профессиональной деятельности происходит овладение определенными идеями, принципами, комплексом знаний, умений и навыков [7]. Резюмируя, отметим, что аксиологический подход позволяет выявить ценности профессионального образования для студента и служит платформой для практического решения проблемы формирования профессиональной культуры будущих специалистов РиСО.

Используемый нами *культурологический подход* разработали Е. В. Бондаревская, Т. Л. Бондаренко, И. Ф. Исаев, М. С. Каган, Н. Б. Крылова, А. Ф. Лосев, М. К. Мамардашвили, А. А. Реан, Н. С. Розов и др.

С позиции этого подхода образование представляет собой алгоритм предъявления культурно-оформленных образцов поведения и деятельности [9; 10], а профессиональная культура выступает как универсальная характеристика специалиста. Ее формирование рассматривается в качестве систематизирующего фактора становления будущего специалиста [5].

Культурологический подход показывает взаимосвязь личности с культурой в процессе профессиональной подготовки. В ракурсе этого подхода формирование личности студента представляет собой самоопределение его в культуре действия, чувств, общения, поведения, мышления. Усвоение культуры трактуется как процесс, в котором личность открывает культуру в себе. Т. Л. Бондаренко пишет, что профессиональное и личностное становление будущих специалистов проходит согласно принципам его ориентации в ценностях культуры; ориентации учебной деятельности на самообучение; приобщения личности к культурным ценностям как к процессу профессионального образования; взаимодействия в общении как средства саморефлексии [3].

Следуя этому подходу, формирование профессиональной культуры будущих специалистов РиСО должно проходить в соответствии с принципами целостности; взаимосвязи ценностей культуры и ценностных ориентаций личности; приобщения личности к культурным ценностям как к процессу профессионального образования.



Принцип целостности предусматривает построение педагогического процесса с учетом вхождения студента в проблемное поле профессиональной культуры и включения в содержание образования, кроме научных знаний, культурного социального опыта, культурных достижений.

Принцип взаимосвязи ценностей культуры и ценностных ориентаций личности опирается на то, что отношение студентов к знанию, превращение знания в «орган человеческой индивидуальности» [15] возможно при условии применения практико-ориентированного подхода в обучении и обращения к ценностной системе личности.

Формирование профессиональной культуры, основой которого является культурологический подход, помогает определить суть этого процесса как части общей культуры, объединяющей и опыт прошлого и перспективы будущего студентов. Такой подход позволяет использовать профессиональную, материальную и духовную культуру, а также формировать творческое отношение к ее компонентам. Это универсальная методологическая основа культурологического образования, в рамках которого происходит формирование профессиональной культуры будущего специалиста РиСО, а через нее – усвоение общечеловеческих и профессиональных ценностей, самопознание.

Процесс формирования профессиональной культуры будущих специалистов по профилю «Реклама и связи с общественностью» с позиций культурологического подхода приводит не только к коррекции учебных планов гуманитарных, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин, но, прежде всего, к внесению изменений в образовательный процесс, акцентированию внимания на индивидуальной работе.

Методологической основой послужил и *комплексный подход* к изучаемому процессу, так как комплекс – общее образование студента, его профессиональная подготовка и опыт – определяет уровень развития способностей человека к труду, уровень квалификации как главной части профессиональной культуры [14].

Основные положения этого подхода разработали Б.Г. Ананьев, А.П. Беляева, А.А. Жданов, М.И. Махмутов, Г.Н. Соколова и др.

В нашем случае комплексный подход представляет собой методологический процесс проектирования целей, задач, содержания, хода и результата формирования профессиональной культуры специалиста РиСО. Это многоступенчатый процесс, базирующийся на исследованиях в профессиональном, образовательном, мировоззренческом, социальном и этическом научных направлениях. Суть его заключается в том, что он предусматривает единство обучения, воспитания и развития будущих специалистов, открытость и преемственность данных процессов.

При реализации комплексного подхода необходимо учитывать коммуникативные, этические, личностные, организационные, технологические, социальные, психологические и другие аспекты профессиональной деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общест-



венностью и их взаимосвязи. Комплексный подход реализует принцип комплексности исследования, обоснования, изучения, мониторинга проблемы формирования профессиональной культуры и определяет требования к образовательному процессу:

- соотнесение цели подготовки специалиста с конечным результатом образования и его коррекция на основе анализа полученных данных;
- взаимосвязь содержания, форм, методов, средств обучения и воспитания студентов;
- учет индивидуальных особенностей студентов и уровня их профессиональной квалификации.

Применение комплексного подхода заключается в идентификации личностных, общественных и профессиональных целей и задач формирования профессиональной культуры; в создании ценностной образовательной среды; в трансформации учебных курсов и введении спецкурса по профессиональной культуре; в системно-комплексном построении содержания профессионально-культурологических знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях; в создании комплексной методики формирования данного феномена и системы интегративно-технологических ресурсов.

В ходе исследования определены и использованы принципы комплексного подхода к формированию профессиональной культуры специалиста в области рекламы и связей с общественностью: принцип комплексного единства содержания профессионально-культурологических знаний, умений и навыков; принцип полипрофессиональной направленности аудиторной и внеаудиторной деятельности; принцип межпредметных связей.

С помощью этого подхода нам удалось разработать градацию профессионально-культурологических знаний, спроектировать в социальном партнерстве с заведующим кафедрой, учебным отделом и учебно-методической комиссией комплекс мероприятий для преподавателей кафедры, усовершенствовать и успешно апробировать инвариантно-вариативную программу спецкурса «Профессиональная культура» [7].

Комплексный подход к изучаемому процессу доказал необходимость введения в образовательный процесс комплекса методов теоретического и практического обучения; методов, активизирующих самостоятельность и мышление как в аудиторной, так и внеаудиторной деятельности; методов творческого развития; комплекса средств и форм организации обучения. Разработана комплексная методика формирования профессиональной культуры специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью и ресурсное обеспечение этого процесса.

Теоретико-методологической основой формирования профессиональной культуры является и *контекстный подход*. В контекстном подходе подготовка специалистов рассматривается как процесс, в котором моделируется предметное и социальное содержание профессионального труда, что помогает обеспечить условия трансформации учебной деятельности студента в профессиональную деятельность специалиста [4].



Теория контекстного обучения А. А. Вербицкого [4] предполагает основной целью любого профессионального образования формирование целостной модели будущей профессиональной деятельности студента. Построение учебного процесса на базе контекстного обучения позволяет максимально приблизить содержание и процесс учебной деятельности студентов к их дальнейшей профессии. В различных формах аудиторной и внеаудиторной деятельности постепенно проявляется содержание будущей специальности, что позволяет успешно формировать профессиональную культуру.

Отметим, что концепция контекстного обучения позволяет ввести в образовательный процесс три основные формы деятельности: учебную, квазипрофессиональную и учебно-профессиональную.

А. А. Вербицкий определил основные принципы контекстного обучения [4]:

- включение студента в образовательную деятельность;
- моделирование в процессе обучения целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности;
- проблемность содержания и процесса его усвоения студентами в обучении;
- адекватность форм организации целям и содержанию образования;
- ведущая роль партнерских отношений;
- открытость по отношению к разнообразным педагогическим технологиям;
- преемственность традиционных и новых педагогических технологий;
- единство обучения и воспитания профессионала.

Таким образом, в рамках контекстного обучения формируется целостная, внутренне мотивированная профессиональная деятельность студента как будущего специалиста. Используя контекстный подход в формировании профессиональной культуры будущих специалистов РиСО, мы переносим акцент с обучающей деятельности преподавателя на самостоятельную учебно-познавательную деятельность студента. При этом условии процесс профессиональной подготовки рассматривается как межличностное взаимодействие и диалогическое общение преподавателя и студентов, организуемое в направлении достижения общей цели — сформированности профессиональной культуры.

В последние годы в педагогической среде значительно возрос интерес к использованию *профессиологического подхода*. Его исследователи (Э. В. Балакирева, А. К. Маркова, Е. В. Семенова и др.) утверждают, что, основываясь на идеях контекстного и компетентностного подходов, он имеет особенность, заключающуюся в ориентации на изменения в системе профессионального образования за счет планомерного и целенаправленного включения профессиологического знания в содержание и учебный процесс, которые способствуют и обновляют его качества [1].

Предложенный нами подход ориентирован на развитие полного информирования будущих специалистов в области рекламы и связей с



общественностью о профессии, соединяющей знания и профессиональный опыт, целью которых является увеличение публицитного капитала базисного субъекта, создание его позитивного имиджа. Данный подход помог определить профессиональное поле деятельности специалиста РиСО. В качестве принципов включения профессионального знания в профессиональное образование применяются принципы дополнения, трансформации и интеграции [1].

Принцип дополнения предусматривает, что современное знание о рекламном и PR-инструментарии добавляется к уже имеющемуся содержанию профессии. Принцип трансформации направлен на создание условий практической деятельности будущих специалистов для более успешного развития компетенций, которыми они должны овладеть за период обучения в вузе. Принцип интеграции ориентирует на обновление содержания образования, межпредметные связи и создание условий для решения профессиональных задач на основе инновационных стратегий подготовки специалистов по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Мы использовали *имиджелогический подход*, для которого характерно изучение индивидуально-личностных качеств будущего специалиста РиСО и моделирование технологий формирования его имиджа как составной части профессиональной культуры, соответствующего сознательным и бессознательным потребностям той или иной целевой аудитории, с которой специалист будет взаимодействовать [12].

Имиджелогический подход активно разрабатывается в последнее время и относится к инновационным подходам. Концептуальные основы и принципы этого подхода разработали А.Ю. Панасюк, Е.Б. Перельгина, Е.А. Петрова, Л.М. Семенова, В.Н. Черепанова, В.М. Шепель и др.

Реальное применение данный подход нашел в подготовке специалистов РиСО. Он помогает определить функции, структуру и алгоритм формирования профессионального имиджа как части профессиональной культуры [11]. Опираясь на разработки ученых, мы применяли его в мониторинге и коррекции профессионального имиджа, в регулировании имидж-технологий, в проектировании имидж-карты, в разработке программы *selfbranding*. Данный подход позволяет создать образ идеального специалиста, своеобразный имидж-стандарт, модель, образец, которому следовали бы выпускники вузов.

Формирование профессиональной культуры будущего специалиста РиСО опирается на взаимосвязь и взаимодополняемость аксиологического, культурологического, комплексного, контекстного, профессионального и имиджелогического подходов к организации процесса профессиональной подготовки. Реализация названных подходов позволила нам определить содержательно-процессуальные особенности процесса формирования профессиональной культуры специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью, обеспечила выбор методов, средств и форм педагогического взаимодействия при организации данного процесса.



Список литературы

1. Балакирева Э. В. Профессиологический подход к педагогическому образованию : монография. СПб., 2009.
2. Бездухов В. П., Бездухов А. В. Ценностный подход к формированию гуманистической направленности студентов – будущих учителей. Самара, 2000.
3. Бондаренко Т. Л. Педагогические условия формирования рефлексивной культуры у студентов : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Магнитогорск, 1999.
4. Вербицкий А. А. Новая образовательная парадигма и контекстное обучение. М., 1999.
5. Исаев И. Ф. О модели профессионально-педагогической культуры учителя. Проблемы и перспективы развития профессиональной деятельности учителя в системе непрерывного педагогического образования // Межвуз. сб. науч. статей. Барнаул, 2000.
6. Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность. М., 1977.
7. Плотникова О. А., Семенова Л. М. Моделирование и алгоритм формирования профессиональной культуры будущего бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью» : монография. USA: PublishingHouse «Science&InnovationCenter», 2013.
8. Профессиональная культура специалиста по связям с общественностью: монография / под ред. Е. В. Соколовой, И. В. Комадоровой, Л. М. Семеновой. Челябинск : Изд. центр ЮУрГУ, 2010.
9. Реан А. А., Коломинский Я. Л. Социальная педагогическая психология. СПб. : Питер Ком, 1999.
10. Розов Н. С. Культура, ценности и развитие образования. Новосибирск : Новосибир. гос. университет, 1993.
11. Семенова Л. М. Имиджологическая подготовка специалиста по связям с общественностью в вузе: монография. Челябинск : Изд. Центр ЮУрГУ, 2010.
12. Семенова Л. М. Концепция формирования профессионального имиджа будущего специалиста по связям с общественностью : дис. ... д-ра пед. наук. Челябинск, 2010.
13. Слостенин В. А., Чижакова Г. И. Введение в педагогическую аксиологию. М. : Академия, 2003.
14. Соколова Г. Н. Труд и профессиональная культура: опыт социологических исследований. Минск : Изд-во БГУ, 1980.
15. Шиянов Е. Н., Котова Н. Б. Развитие личности в обучении : учеб. пособие. М. : Академия, 2000.
16. Щедровицкий Г. П. Проблемы методологии системного исследования. М. : Знание, 1964.

Об авторе

Лидия Михайловна Семёнова — д-р пед. наук, доц., Южно-Уральский государственный университет, Челябинск.

E-mail: lidia_sem@mail.ru

About the author

Prof. Lidia Semenova, South Ural State University, Chelyabinsk.

E-mail: lidia_sem@mail.ru