

- организационно-управленческая технология;
 - технологии приобщения к эстетике и здоровому образу жизни.

Внедрение данной модели обеспечит следующие условия для организации высокоэффективной работы:

1. Формирование универсальных учебных действий, способствующих воспитанию саморазвивающейся гармоничной личности.

2. Воспитывается чувство ответственности, чувство локтя, взаимовыручки, бескорыстной помощи, присущие нравственной личности. Создается нравственно- психологический климат, способствующий работоспособности каждого. Воспитание не словом, а делом, всей атмосферой жизни может сформировать личность, способную жить и творить в наше непростое время.

3. Деловое общение во время взаимобучения развивает коммуникативные навыки. Развивается умение убеждать, заинтересовать, бесконфликтный стиль общения.

4. Общение человека с человеком – это способ развития его индивидуальности. Общаясь во время взаимобучения, учащиеся удовлетворяют потребность в сотрудничестве с другими членами коллектива для достижения хороших и отличных результатов в обучении. Деятельность по взаимобучению обогащает личность отношениями взаимодействия, взаимопомощи и сотрудничества.

5. Каждая школа и каждый учитель станут хорошими (А.А. Фурсенко).

6. Удовлетворенность обучающихся и обучающихся собственной деятельностью, а родителей - качеством учебы и воспитанностью своих детей.

7. Ликвидация очагов безнадзорности и преступности (5).

Если бы всем педагогическим сообществом взялись и поставили на государственное финансирование внедрение вышеуказанных этнопедагогических технологий, то через несколько десятилетий Россия смогла бы стать одной из высокоразвитых государств мира, так как «кадры решают все».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Государственный доклад о положении детей в Республике Саха (Якутия)./ Комитет по делам семьи и детства при Президенте Республики Саха (Якутия). - Якутск, 2007-160 с.

2. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики-М.,1997.-505 с.

3. Никандров Н.Д. Стратегия и тактика развития // Практический журнал для учителя и администрации школ. - № 2.- 2007.- С. 20-24.

4. Семенова А.Д. Современное функционирование этнопедагогике в технологии обучения и воспитания саморазвивающейся гармоничной личности: Монография. - Якутск, 2005.- 117 с.

5. Семенова А.Д. Научно-методическое обеспечение этнопедагогизации учебно-воспитательного процесса как условие повышения эффективности работы школы: Монография. - Якутск, 2009.- 117 с.

«МОТИВИРОВАННАЯ САМООРГАНИЗАЦИЯ»: ГРУППОВЫЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ В РАБОТЕ ПЕРВОКУРСНИКОВ

Терентьева И.Н., Бельчикова Т.Г., Ефимова Е.А.,
Соловьева Е.В.

*Дзержинский политехнический институт
(филиал) Нижегородского государственного
технического университета им. Р.Е.Алексеева
Дзержинск, Россия*

Первый курс – это первый шаг профессиональной социализации, во многом определяющий дальнейшие образовательные и карьерные стратегии студента. Именно поэтому учебная и внеучебная работа с первокурсниками важна как фундамент не только освоения знаний, но и освоения учебных практик.

В практике работы авторов со студентами-первокурсниками реализуется стратегия «мотивированной самоорганизации», когда задача преподавателя – создать площадку личностного и профессионального роста, определить ориентиры и раскрыть богатство возможностей самореализации в образовании и профессии. Принципы образования всегда были в центре европейской философии образования, и самую критичную оценку получали как раз структуры, призванные воспроизводить социальное неравенство [5, с. 189]. Именно самоорганизация противостоит неравенству жестко закрепленных социальных позиций.

Самоорганизация невозможна без коммуникации. В противовес *реактивности*, когда действия принимаются уже вслед за возникшей проблемой, *проактивность* коммуникативной стратегии образования выражается для авторов в том, что преподаватель формирует пространство образовательной коммуникации и студенты – активный элемент этого пространства. Образование, как и сама наука в постмодернистском дискурсе, собственно, сводится к коммуникации [4, с. 63]. Неслучайно, что в преподавательском сообществе принципиальные вопросы коммуникации обсуждаются весьма активно [1, с.42].

Критерии оценки результатов – принципиальный вопрос. Противоречивый выбор: обслуживать процесс бесконечной оптимизации существующего или обеспечивать «фундаментальные прорывы», принципиально новые направления развития[2, с.35], – возникает и в образовании в области связей с общественностью. В центр образовательных задач сегодня выдвигается развитие способности к решению проблем. Превращение проблемы в основной предмет

практики порождает новый взгляд на содержание образования, представленный, в частности, в «компетентностном подходе». Этот подход ориентирован, прежде всего, на цели образования, а именно на обучаемость, самоопределение, самоактуализацию, социализацию и развитие индивидуальности; это развитие «знаю, что» до «знаю, как», умение мобилизовать знания и опыт для решения конкретных проблем [7]. Знания становятся орудиями креативности, орудиями создания новых форм практики [6, с.58].

Итак, в организации работы по курсам «Введение в специальность» и «История связей с общественностью» авторы предполагают, что: 1) образование – не «подготовительный» этап в жизни человека и профессионала, а самоценный этап личностного и профессионального развития, моделирующий практику в содержательном и организационном аспектах; 2) базовой моделью профессиональной коммуникации в образовании должна стать не модель «информирования», а модель, в нашей терминологии, «мотивированной самоорганизации»; 3) компетентностный подход как подход, ориентированный на практику, не отрицает, а напротив, подчеркивает необходимость личностного развития; 4) способность к выбору, в данном случае, выбору сферы приложения усилий и модели реализации профессиональной практики – важнейший ориентир профессиональной подготовки.

Рассмотрим конкретные формы учебной работы. Понятную модель, сведения об основных направлениях деятельности в области связей с общественностью, основы представлений о менеджменте связей с общественностью и коммуникативной природе этой деятельности студенты получают в рамках курса "Введения в специальность". Лекционные занятия включают тестовую проверку освоения основных понятий, творческие индивидуальные задания и элементы публичных дискуссий. На практических занятиях большое внимание уделяется разбору и анализу примеров современной практики и практическим работам. Подведение итогов работы по курсу «Введение в специальность» проходит по трем показателям: результаты работы студента в семестре, результат итогового тестирования и результат практического экзамена. Если тестирование диагностирует базовый уровень знаний студента, то практический экзамен моделирует профессиональную деятельность через конкретную проблемную ситуацию. Работая над ней, студенты исследуют, анализируют ее, планируют коммуникационные действия и разрабатывают итоговые информационные продукты. Подготовка к экзамену требует не только знания терминологии, форм и методов работы в профессии, но и практической реализации основных умений и навыков: организовать свое время, убедительно изложить идею, привлечь ресурсы, подготовить сообщения на заданные темы.

Подготовка экзамена начинается с распределения на команды, каждая из которой представляет себя в качестве PR-агентства. Экзаменаторы выступают в роли «заказчиков» и решают взять проект агентства на реализацию или отправить его на доработку, они задают проблемную ситуацию и некоторые координаты ее решения. Ситуации же «подбрасывает» сама жизнь: поддержка районной библиотеки, развитие массового спорта, возрождение местного музея. Подробный бриф не оформляется, так как студентам предоставляется свобода поиска и сбора информации в ходе исследований и свобода творческого выбора.

Экзамен проходит в несколько этапов: презентация агентства; презентация проблемы и проекта ее решения; свободное обсуждение проекта; оценка агентства и проекта заказчиком – экзаменатором. На первом этапе – «презентация агентства» – команды представляют себя экзаменаторам и коллегам. Команда должна иметь название, девиз, фирменный стиль, свои рекламно-информационные материалы, распределить профессиональные роли, отразить личностные особенности сотрудников. В ходе второго этапа экзамена – «презентация проблемы и проекта ее решения» – студенты должны объяснить суть проблемной ситуации, так, чтобы коллеги смогли понять важность ее решения, предложить проект решения проблемы, используя четырехэтапный подход к решению проблем и известные методы работы. Агентства предлагают заказчикам-экзаменаторам следующие результаты: описание методов и результатов исследований; схему планируемых коммуникаций, главной целевой аудиторией которых является студенческая молодежь; готовые информационные продукты с описанием целевых аудиторий и каналов распространения; анализ рисков, возможных на этапе осуществления и предложения как их преодолеть; методы оценки эффективности. На третьем этапе происходит обсуждение проекта. Агентства-конкуренты задают вопросы коллегам, дают комментарии по моментам, которые считают спорными или, наоборот, удачными, а так же могут предложить свой вариант решения проблемы. Четвертый и заключительный этап представляет собой оценку проекта экзаменаторами по следующим критериям: оригинальность, ответственность и сплоченность команды PR-агентства; соответствие предложений агентства принятым в PR-сообществе стандартам профессиональной этики; творческий подход к решению проблемы; знание и активное использование профессиональной терминологии, технологий и форм работы.

Задачу контекстного рассмотрения профессии, – в историческом, географическом, цивилизационном аспектах – решает курс "История связей с общественностью". В рамках этого курса студенты узнают об условиях и предпосылках возникновения связей с общественностью как

социального института, о постепенном формировании основных признаков этого института, а главное – о формировании общественной потребности в организации и управлении социальными коммуникациями организаций.

Авторы сознательно пошли на сокращение лекционных занятий в пользу практических. Лекционный материал сгруппирован в четыре тематических блока, согласно представлению о структуре связей с общественностью как деятельности, социального института, профессии и области знаний. Курс "История связей с общественностью" имеет не только профессиональное значение, но и большое мировоззренческое и общекультурное содержание. Во-первых, материал курса имеет хорошие межпредметные связи. Формировать профессионально ориентированный взгляд на историю – одна из задач курса. Во-вторых, как для профессионала, так и для гражданина, важно историческое сознание. С профессиональной точки зрения важно различать факт и текст, факт повседневной истории и факт исторической науки, событие и рассказ о нем. С точки зрения гражданской важно понять связь отдельных периодов истории, истории России, прежде всего, с потребностью слова, призыва или заявления, речи или книги, – как средств социальной коммуникации, с решением важнейших проблем. Персонажи новой и новейшей отечественной истории дают богатые и поучительные примеры работы с общественным мнением, формированием групп давления, создания и разрушения репутаций. Ставками в коммуникативных играх становились судьбы царств и личные судьбы – есть повод задуматься о коммуникативной стороне всех сфер общественной жизни! В-третьих, важны такие функции изучения истории, как прогностическая, обучающая, разъясняющая. Знать опыт, осмысливать и заимствовать его лучшие образцы, знать опыт и видеть перспективы и ограничения его использования, – так изучение истории профессии важно и с мировоззренческой, и с профессиональной точки зрения.

Лекционный материал – концептуальная основа практических заданий, некоторые примеры которых приведены ниже. Задание 1: «Хронологическая таблица истории связей с общественностью» выполняется в два этапа. Задание предполагает 3 уровня сложности: на «3», на «4» и на «5». На первом этапе каждый студент получает индивидуальное задание в соответствии с уровнем сложности, который он определяет для себя сам. Задание на «3» предполагает компилятивную работу: материал для его выполнения широко исследован, представлен и раскрыт в литературе (учебной и специальной), студента ориентируют на конкретные учебные материалы (учебники, пособия), от него требуется лишь отобрать ключевые моменты. Задание на «4» предполагает более высокий уровень обобщения. Информация, которую требуется не только собрать, но и обоб-

щить, не настолько наглядно и прямо связана с современным понятием PR. Студент свободен в выборе источников информации. Примеры заданий на «4»: «Предпосылки развития PR в Европе. Европейское средневековье как эпоха пропаганды»; «Предпосылки развития PR в России. Формирование общественного мнения в государственной деятельности Екатерины Великой». Задание на «5» предполагает умение аналитически и творчески осмыслить собранную из разных источников информацию (не только пособия по PR), преобразовать исторический, литературный контекст (и конкретный текст) в учебный материал для своих однокурсников, выявить в конкретном историческом событии черты, позволяющие считать его явлением прообразом современных связей с общественностью. Пример задания на «5»: «Предпосылки развития PR в России. Версия исторических событий Н.М. Карамзина как официальная государственная история».

Возможность выбора уровня сложности задания провоцирует самооценку студента, формирует способность к оценке уровня своей начальной подготовки и эффективности алгоритма, который он применил в работе с информацией, основываясь на своем школьном опыте. Задания развивают способность к эффективному поиску информации, ее систематизации и дифференциации. Задание предполагает умение увидеть в экономических, политических, культурных условиях конкретных исторических эпох предпосылки возникновения и развития практики связей с общественностью.

Второй этап – презентация хронологической таблицы. Студенты объединяются в команды в соответствии с полученными ими на первом этапе заданиями (так, например, одну команду составляют студенты, чьи индивидуальные задания были связаны с одним историческим периодом или с одной страной). Задача: в течение 7 минут представить политические, экономические и культурные предпосылки развития связей с общественностью в данный период, на базе индивидуальных заданий составить своеобразный общий «гипертекст», дающий картину развития связей с общественностью в данную эпоху. Интерактивность игры заключается в том, что из отдельных информационных фрагментов составляется полнотекстовое тематическое информационное сообщение (информационный коллаж). Дополнительные уточняющие вопросы со стороны преподавателей являются своеобразными «гиперссылками», они отсылают к индивидуальным заданиям студентов, составляющих команду. Каждый, отвечая за себя (за свой участок информационной компетентности), тем самым отвечает и за команду, способствуя созданию целостности информационного сообщения.

Итоговая оценка по данному блоку является многокомпонентной: включает в себя оценку за индивидуальное задание каждого студента и

общую командную оценку (получившими ее считаются все члены команды, выступившие на презентации). Дополнительные баллы можно получить за аудиторную работу – уточняющие вопросы к командам.

Задание 2: «Репрезентация истории города в музейной коммуникации». Выполнение задания включает:

1) посещение музея (краеведческий музей г. Дзержинска, музей-мастерская глиняной игрушки «Растяпинская забава» (Растяпино – название поселка, на месте которого возник впоследствии город Дзержинск), Музей науки «Нижегородская радиолaborатория», Нижегородский музей фотографии);

2) составление письменного отчета о посещении музея. В отчете студент дает определение музейной коммуникации, исходя из опыта посещения музея; выявить, что является носителем музейной информации (средства подачи информации). С учетом знаний, полученных на лекции ответить, через какие исторические события показан образ города; изменялась ли информационная составляющая экспозиции в свете изменения идеологической пропаганды, описать, как соотносится сюжетная линия рассказа экскурсовода с характером и особенностями целевой аудитории. Изложение должно представлять собой связный текст (эссе);

3) «интеллектуальный аукцион» на тему «Музейная коммуникация». «Лоты» аукциона – это понятия, описывающие разные составляющие музейной коммуникации. Набор «лотов» до начала занятия неизвестен студентам. Предполагается, что понятия они выводят из своей практики посещения музея. Цель занятия – синтезировать понятие «музейная коммуникация как инструмент связей с общественностью». Студентам предлагается «купить лот», назвав как можно больше его качественных характеристик. Аукционист (преподаватель) является модератором процесса синтеза понятия, подводя студентов к структурированию научно обоснованного понятия. Аукцион проводится по модели традиционного аукциона: каждый участник получает номер участника аукциона, который поднимает, если хочет высказаться. Аукционист знакомит студентов с правилами игры. Выставляется «лот» - понятие (например, понятие «экспонат»), в качестве «заявки на покупку» предлагается назвать его характеристики. Помощник фиксирует количество заявок на данный «лот», поданных от каждого участника. На доске выписываются все названные характеристики понятия. В процессе общего обсуждения с опорой на эти характеристики составляется понятие. «Лот» «продается» тому из участников, кто дал больше всех существенных характеристик.

Компетентность будущего специалиста формируется здесь путем «от практического знания – к теоретическому». Важные требования к

организации работы: систематичность оценки результатов и публичность представления результатов; сочетание аудиторной и внеаудиторной работы, сочетание всех форм поиска и представления информации, накопительная система оценок.

Общие положительные эффекты представленной методики:

1. Практическое знакомство с профессией. Технологии профессиональной работы, по которым построены экзаменационные и текущие задания позволяет студентам увидеть профессию «наглядно», в комплексе ее исследовательских, организационных и коммуникационных составляющих. Реализация этих технологий на практике помогает осознать цикличность и взаимосвязь этапов работы во времени.

2. Выработка принципов командной работы, сплочение команд и студенческой группы в целом. Образ агентства и некоторой реально существующей проблемной ситуации создает возможности для игровой коммуникации между членами студенческой группы, когда лидерство и, наоборот, роль «ведомого» воспринимается как должный на данный момент, но временный игровой статус. Хорошо осознаваемые тезисы: «за решения ответственность несет команда и все ее члены», «не выполнив задания, я подведу не только себя, но и всю команду» - дают первокурсникам дополнительные стимулы к достижению результата, причем не только посредством своих знаний и умений, но и через привлечение способностей других членов команды, уважение их мнения. Задания требуют распределения ответственности, объединения усилий студентов, координации совместных действий и рационального планирования времени.

3. Выявление способностей и активация личностной самореализации студентов. В ходе экзамена проверку проходят универсальные для специалиста по связям с общественностью способности и навыки: аналитические, творческие, навыки работы с информацией и др. Своеобразное тестирование на «профпригодность», дает как преподавателю, так и студенту возможность для корректировки дальнейшего обучения. Проявляются особые способности и навыки, в том числе полученные за счет дополнительного образования, дающие их обладателям преимущества в профессиональной деятельности. Такая диагностика показывает направления для возможной самореализации студентов специальности и позволяет уже на раннем этапе обучения, ориентировать студента на дальнейшее углубление знаний в этой области и развитие навыков с уклоном на профессию.

4. Усвоение стандартов представления результатов работы, принятых в современной деловой практике. Во-первых, студенты представляют свой проект публично перед аудиторией своих коллег – студентов. Во-вторых, проект проходит

тестирование в режиме свободного обсуждения и требует заготовки аргументации для ответов на вопросы и критику команд-конкурентов и заказчика. И, наконец, основные результаты работы по проекту команды-агентства представляют в презентационной папке для заказчика. Устная презентация проектного решения сопровождается привлечением разного рода вспомогательных, способствующих эффективному восприятию, материалов и действий: раздаточные материалы, наглядные пособия (плакаты, схемы), аудиовизуальные материалы, практические демонстрации (демонстрация в действии, пробники) и т.д.

5. Освоение современного конкурентного подхода. В рамках экзамена или зачета по отдельному заданию работа подвергается свободному обсуждению перед окончательной оценкой экзаменатора. Обсуждение является одновременно и тестом на реакцию конечного коммуниканта, так как главной целевой аудиторией учебных проектов является именно студенческая молодежь. Стимулом для развития конкуренции между командами-агентствами выступает и процесс отбора одного из проектов для реализации в действительности.

Итак, описание и анализ практического опыта преподавания курсов «Введение в специальность» и «История связей с общественностью» позволяет трактовать главную функцию преподавателя как «мобилизацию креативности» [6, с.155]. Студенты же в текстах, образах, а главное – в действиях формируют способности формулировать и обсуждать проблемы, а затем, переходя к действиям, развивать способность

конструировать себя и свое будущее [3, с.128-141]. Так профессиональное образование связано с приобретением главной компетенции, компетенции человека и гражданина.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Быкова Е.В. Диалог как базисный концепт в преподавании дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» // Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества. Сборник материалов третьей Всероссийской научно-практической конференции. М.: Изд-во «Флинта», 2006. С. 42-46.
2. Глобальное сообщество: новая система координат (подходы и проблемы). – СПб, 2000. – 230 с.
3. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Основания синергетики. Человек, конструирующий себя и свое будущее. М.: КомКнига, 2007. – 232 с.
4. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна.- СПб: Алетей, 1998. – 160 с.
5. Огурцов А.П., Платонов В.В. Образы образования. Западная философия образования. XX век. – СПб: Наука, 2004. – 356 с.
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 421 с.
7. Ялалов Ф.Г. Деятельностно-компетентностный подход к практико-ориентированному образованию // Интернет-журнал "Эйдос". – 2007. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eidos.ru/journal/2007/0115-2.htm>. (дата обращения 30 октября 2009).

Информационные службы, сети, системы в целом

ОЦЕНКА И ВЫБОР ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ЭКОНОМИКЕ

Шапченко М.А., Чепикова В.Н.

*Санкт-Петербургский государственный
инженерно-экономический университет
Санкт-Петербург, Россия*

Для проектирования информационных систем (ИС) в экономике в качестве инструментальных средств часто используются CASE-технологии [1]. Далеко не все разработчики ИС, использующие CASE-средства, получают ожидаемые результаты [2].

Формальные подходы определяются моделью оценки зрелости технологических процессов организации CMM (Capability Maturity Model), разработанной SEI (Software Engineering Institute), а также стандартами серии ISO. В центре внимания этих подходов находится анализ различных аспектов происходящих в организации процессов.

Для получения информации о положении и потребностях организации могут использоваться неформальные оценки и анкетирование. Ответы на вопросы могут определить те области, где автоматизация может принести эффект. Если же решение о внедрении CASE-технологии принято, то успех применения CASE-средств зависит, в том числе, и от правильного выбора их номенклатуры и количества.

Обоснованный выбор требуемого комплекта CASE-средств является сложным в связи с наличием на рынке самого широкого спектра, как функциональной номенклатуры, так и количественного состава средств каждой функциональной группы. Почти все ведущие фирмы-разработчики программного обеспечения имеют в своих линейках продуктов средства, соприкасающиеся с процессами жизненного цикла программных средств. Следовательно, оценка и выбор CASE-средств в целях обеспечения эффективного процесса разработки программной продукции является очень важной и актуальной задачей.

Модель процесса оценки и выбора [3] описывает наиболее общую ситуацию оценки и