

М.В. ЩЕРБАКОВА
(Воронеж)

**ВОСПИТАНИЕ БУДУЩЕГО
СПЕЦИАЛИСТА В ВУЗОВСКОМ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ:
ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННЫЙ
ПОДХОД**

Обозначены проблемы воспитания будущих специалистов в вузовском образовательном процессе. Выявлены факторы воспитательного воздействия, обеспечивающие качество воспитания в вузе; представлены результаты анализа системы ориентации студенческой молодежи на ценности высшего образования. С позиций ценностно-мотивационного подхода определено содержание ценностного отношения студентов к будущей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: *профессиональная социализация, образовательные ценности студентов, ценностно-мотивационный подход, ценностное отношение студентов к будущей профессиональной деятельности.*

Актуальность исследования феномена воспитательной деятельности вуза основана на том, что, несмотря на многочисленные исследования в современной отечественной и зарубежной педагогической науке в области теории воспитания, в настоящее время отсутствуют теоретические изыскания, позволяющие выявить механизмы воспитания и природу средств педагогической поддержки развития личности студента, способствующие формированию у него опыта социальной ответственности за свое образование в новых условиях общественного развития и ситуации на рынке труда. Сегодня под воспитанием в вузе понимают чаще всего внеучебную работу, т.е. мероприятия, направленные на организацию досуга студентов. В то же время Закон РФ «Об образовании» устанавливает, что воспитание наряду с обучением является одним из компонентов образования, суть которого состоит в развитии личности обучающегося. Следовательно, воспитательная деятельность должна присутствовать не только во внеаудиторной

работе, но и прежде всего в учебном процессе. Личность студента можно рассматривать как еще нуждающуюся в управлении со стороны педагогов, поскольку, по нашим наблюдениям, у некоторых студентов психологический возраст намного отстает от физиологического. У многих еще требуют развития социальная и гражданская позиции, коммуникативные и творческие способности, рефлексия и самовыражение и другие личностные качества. Студент продолжает развиваться как субъект учебно-профессиональной деятельности, и его роль активного участника собственного образования еще не до конца им осознана.

Введенные в теорию воспитания идеи и понятия («личность», «самоактуализация», «личностный смысл», «технологизация воспитания и его гуманизация» и др.) не способствуют в достаточной мере созданию отвечающей потребностям времени целостной системы вузовского воспитания, в основе которой, на наш взгляд, должны лежать объективно существующие закономерности воспитательной деятельности в специфической студенческой среде. Это происходит потому, что данные понятия не в полной мере раскрывают специфику вузовского воспитания, а лишь указывают на общие его черты, присущие всякой воспитательной системе. Существовавшие же прежде теории воспитания создавались в других социально-исторических условиях, имели другие цели, и даже их трансформация не решает современных проблем воспитательной деятельности вуза.

Новые идеи в современных теориях воспитания, построенных на гуманистических основах, отражают:

1) изменение содержания основных категорий теории воспитания (объект/субъект воспитательного процесса; принципы, цели, средства, методы воспитания и др.);

2) появление новых положений и понятий – педагогическая поддержка (О.С. Газман и С.М. Юсфин); педагогическая помощь и сопровождение, субъектный опыт личности (Е.В. Бондаревская); воспитательное пространство, доминанты бытия, качество бытия, двудоминантность воспитательного процесса (И.А. Колесникова); жизненная ситуация вос-

питанника, личностный опыт, личностно ориентированная воспитательная ситуация, контекстность и диалогичность воспитания (В.В. Сериков); событийность воспитания (И.Д. Демакова); интеллектуально-моральное «поле» коллектива (Л.И. Новиков, В.А. Караковский);

3) критерии и показатели оценки качества воспитания, раскрывающие не только позитивные изменения отношений к общечеловеческим ценностям, но и степень самостоятельности и независимости личности в решении собственных проблем;

4) изменение сущностного ориентира воспитательной деятельности, выражающего ее назначение, который можно выразить как «понять – принять – помочь».

Воспитательная система в этой связи понимается как сложное социопсихолого-педагогическое образование, ядром которого является особым образом организованная педагогическая реальность. Ценностно-мотивационное отношение субъектов к профессиональному образованию при этом особым образом конкретизирует воспитательную деятельность в вузе. В профессиональном образовании воспитательный компонент связан с овладением обучаемыми способами целесообразного поведения в будущей трудовой деятельности с учетом требований и условий жизни современного общества.

Таким образом, будущий специалист овладевает способами преобразования своего личностного опыта в опыт, имеющий признаки профессиональной культуры. Профессиональная социализация личности студента осуществляется в процессе общения с носителями профессионального опыта, необходимых компетенций, профессиональной этики. В этой связи необходимо определить миссию вузовского преподавателя как не только транслятора знаний, но и активного агента воспитания студентов.

Среди факторов воспитательного воздействия, обеспечивающих качество воспитания в вузовском образовательном процессе, мы выделяем следующие:

1) *состав и структуру знаний* – дисциплины в первую очередь гуманитарного цикла призваны формировать гуманитарные общечеловеческие и профессиональные ценности, развивать гуманитарное мышление; однако формальное, неодоухотворенное, «нечеловеченное» изучение этих дисциплин не дает воспитательного эффекта;

2) *методику презентации знаний*, призванную показывать пример их творческо-

го осмысления, развивать навыки и привычки поиска, самостоятельность оценок, радость маленьких открытий; показывать тернистый путь развития знаний и человеческие судьбы предшественников; демонстрировать ценность вдохновения, закрепляя ее в сознании студента;

3) *профессиональное поведение преподавателя* – демонстрацию его духовности, открытости, доброжелательности и принципиальности, организованности и творческого подхода, внимательности и корректности, выдержанности и справедливости; поведение преподавателей проявляется не только во взаимоотношениях «студент – преподаватель», но и во взаимоотношениях самих преподавателей;

4) *дисциплинированность* как ценнейшее качество личности, которое формируется в определенной организационной среде под воздействием конкретных примеров и эффективных требований (не формальных, но предельно осознанных, ясных, учитывающих конкретные обстоятельства, характер деятельности, развивающих чувство ответственности, справедливых, одинаковых для всех);

5) *организационную и социально-психологическую среду образовательного процесса* – организацию учебного процесса, чистоту аудиторий и всех помещений, работу обслуживающего персонала, формирующих привычки четкой и ответственной работы, культуры поведения;

6) *увлечения и досуг*, которые являются важнейшими факторами, влияющими на формирование образа жизни человека; большое значение имеет также и наличие психологической службы в вузе;

7) *включение студентов в процесс самоуправления*, который развивает чувство социальной ответственности, корпоративную культуру, субъектные качества.

Изменения в социально-экономической сфере нацеливают на необходимость постановки в центр образования целого ряда актуальных ценностно-смысловых проблем, связанных с развитием личности как субъекта собственной жизнедеятельности, способной самостоятельно ориентироваться в мире профессиональных ценностей. Аксиологизация образовательного пространства проявляется в установке на формирование у обучающихся ценностного отношения к себе, окружающему миру, к учебной деятельности.

В ходе исследования мы попытались найти ответы на некоторые вопросы, важные на начальном этапе построения системы воспитания, опирающейся на аксиологические основания. Анализ исследований М. Шелера, В. Соловьева, И. Ильина, В.И. Плотникова, А.Б. Невелева показал, что под личностной ценностью в науке понимают мыслительную форму, т.е. мыслительный образ в сознании человека, в котором фиксируется несколько аспектов отношения этого человека с миром и с самим собой, а именно: 1) стремление человека к какому-либо предмету действительности, представляющему перед ним не как средство для чего-либо другого, а как предмет его потребности, т.е. значимый сам по себе; 2) ожидание человеком собственной позитивной эмоциональной реакции в случае реализации стремления; 3) неявно представленная вся сложившаяся у человека система личностных ценностей, которая выступает в качестве эталона, направляющего внимание субъекта, а значит, и его активность на какой-либо предмет, становящийся предметом его стремлений. Для любой ценности важна как раз вся система личностных ценностей, т.к. по отношению к ней определяется место каждой в ценностном мире человека. В результате такого строения ценностного мира у человека возникает общая ценностная направленность его активности, которая определяет характер реализации любой конкретной ценности в поведении и деятельности человека. Это положение позволяет нам сделать вывод о том, что воспитание не может быть направлено на формирование отдельно взятых ценностей. В качестве предмета воспитания мы должны рассматривать систему личностных ценностей.

Ценностные ориентации человека могут быть определены как разделяемые им социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств их достижения. Будучи отражением фундаментальных социальных интересов личности, ценностные ориентации выражают общественную позицию индивида, его мировоззрение и нравственные принципы. На их основе складываются конкретные типы поведения индивидов и групп.

Анализируя особенности трансформации образовательных ценностей студентов [1], мы исходим из предположения о том, что система ориентации студенческой молодежи на ценности высшего образования на эмпирическом уровне может быть описана несколькими показателями:

- оценкой возможностей и значимости различных аспектов высшего образования;
- мотивацией выбора специальности при поступлении в вуз;
- совокупностью целей пребывания студентов в высшем учебном заведении.

Анализ диагностических данных показал, что важнейшей составляющей системы ориентации вузовской молодежи на ценности высшего образования явилась оценка его значимости. Студентам воронежских вузов было предложено оценить возможности высшего образования 1) в получении профессии, 2) в интеллектуальном развитии личности, 3) в изменении социального положения [2]. Складывается своеобразная ориентационная картина: вузовская молодежь стремится приобрести профессию (как правило, распространенную, «модную» – юрист, экономист, менеджер, психолог, специалист по международным отношениям и пр.), но при этом молодые люди совершенно не ориентируются на получение глубоких знаний для работы по выбранной специальности.

Современное студенчество достаточно высоко оценивает значимость высшего образования в повышении социального статуса личности. Большинство молодых людей, выбирая высшее образование, в первую очередь выбирают будущее социальное положение, а уже потом – профессию, т.е. значительная часть поступающих в вузы молодых людей руководствуются инструментальной ценностью образования, рассматривают его как средство социального продвижения.

В ходе исследования были выявлены противоречия в оценках и суждениях студентов. Так, на просьбу определить основную цель пребывания в вузе почти половина (48%) опрошенных студентов назвали получение максимума знаний по специальности. И это при нежелании прилагать усилия для получения прочных знаний. На фоне довольно высоких оценок значимости высшего образования в приобретении профессии происходит ошутимое падение значимости других сторон высшего образования: реализации творческого потенциала, возможности заниматься интеллектуальными видами труда, работать в сфере управления, усвоения духовной культуры. Кроме того, усиливается тенденция к получению диплома как документа, «бумаги» (не важно, по какой специальности).

Важнейшей характеристикой ценностных ориентаций студентов, во многом определя-

ющей развитие профессиональных навыков и умений, формирование облика будущего специалиста, является мотивация выбора специальности. Анализ динамики мотивов профессионального выбора не обнаруживает черт преодоления кризиса высшего образования. И хотя абстрактное чувство призвания к специальности сохраняет свои позиции, вузовская молодежь достаточно четко понимает, что ее желания не всегда совпадают с тем, что предлагает общество. Молодые люди в меньшей степени ориентируются на семейные традиции; серьезнее подходят к оценке общественной значимости профессии и рынка труда.

Таким образом, ориентации студенчества на ценности образования отражают не только специфику молодежного сознания, но и сложные переходные процессы российского общества, которые определяются как общероссийскими переходными процессами, так и ситуацией в высшей школе, во всей системе образования.

Важными каналами, а значит, и детерминантами социализации современного студенчества являются свободное время и общественная внутривузовская активность. Вуз для современного студенчества выступает главной социализирующей средой. Здесь молодые люди не только получают профессиональные знания, но и участвуют в тех или иных формах внеучебной работы, предполагающих раскрытие их творческого потенциала и различных способностей. Однако только 14% респондентов принимают постоянное активное участие в общественной жизни вуза. Остальные опрошенные делают это от случая к случаю (35%) или не делают вообще (51%).

Говоря о формах такого участия, следует отметить, что наиболее популярны среди студентов мероприятия – это «Студенческие весны» и «Дни первокурсника» (22%), а также различные спортивные соревнования (20%). Конкурсами научных работ и конференциями студенчество заинтересовано в меньшей степени (участвуют 12%). У 11% популярностью пользуются дискуссионные и кино клубы. Вероятно, творческие вечера и спортивные состязания являются для студентов возможностью раскрыть или развить свои таланты и способности, которые не имеют отношения к учебе. Низкая популярность конкурсов научных работ и конференций связана скорее всего с тем, что мало кто из студентов планирует в дальнейшем заниматься наукой, поэтому оставляет подобные мероприятия без внимания. А дискуссионные клубы и кино клубы –

это возможность обсудить актуальную проблему со своими сверстниками и преподавателями вне учебного процесса.

Организация процесса воспитания будущего специалиста, осуществляемого с позиций ценностно-мотивационного подхода, позволила нам определить содержание ценностного отношения студента к будущей профессиональной деятельности, которое включает следующие компоненты:

- *мотивационный* – целенаправленное стремление к совершенствованию профессионально важных личностных качеств; сформированная потребность в самообразовании;

- *когнитивный* – понимание целей совершенствования профессиональной компетенции; целостное представление о характере будущей профессиональной деятельности; критическая интерпретация и понимание процессов решения профессиональных задач в едином мировом информационном пространстве;

- *операционный* – владение навыками самостоятельной учебной деятельности в условиях учебно-информационной, профессионально-ориентированной среды;

- *эмоционально-волевой* – удовлетворение от повышения уровня овладения профессионально важными качествами; упорное стремление к преодолению трудностей во имя достижения намеченной цели; высокая степень самоорганизации в использовании информационных и коммуникационных технологий для решения профессиональных задач;

- *информационный* – умение извлекать из любых источников и интерпретировать устную или письменную профессионально значимую информацию.

Процесс профессионального воспитания будущего специалиста представляет собой последовательное моделирование и апробацию системы педагогических ситуаций, в основу которой закладывается педагогическая идея, специально направленная на активизацию и осмысление представлений студентов о природе своей будущей профессиональной деятельности, способствующая приобретению учаемыми опыта становления их профессиональных позиций через переживание ценностей будущей профессии.

Литература

1. Молодежь в социальных и политических процессах современной России : материалы науч.-практ. конф. (г. Воронеж, 24 апр. 2009 г.) / под общ. ред. А.В. Глуховой. Воронеж : Истоки, 2009.

2. Образовательные ценности и ориентации воронежских студентов / под ред. А.И. Верещкой, А.П. Дьякова. Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2006.

Education of a future specialist in a higher school learning process: value and motivational approach

There are marked the issues of education of future specialists in a higher school learning process. There are revealed the factors of educational influence, which provide the quality of higher school education; suggested the research results of orientation system of students at the values of higher education. From the position of value and motivational approach, there are defined the contents of value attitude of students to their future professional work.

Key words: *professional socialization, educational values of students, value and motivational approach, value attitude of students to their future professional work.*

С.В. ЕРЕМИНА
(Астрахань)

ФОРМИРОВАНИЕ У ПЕДАГОГОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ВНУТРИФИРМЕННОГО ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Рассматривается проблема образовательного маркетинга в контексте идей гуманитарно-антропологического подхода. Уточняются понятие культуры образовательного маркетинга, его функции и структура. Раскрываются содержание и технологический алгоритм формирования данной культуры у педагогов дополнительного образования в условиях внутрифирменного повышения квалификации.

Ключевые слова: *образовательный маркетинг, культура педагогического маркетинга, формирование культуры педагогического маркетинга, внутрифирменное повышение квалификации педагогов дополнительного образования.*

В современной ситуации, когда существует необходимость создания открытого образовательного пространства в условиях ры-

ночных отношений, повышения качества образования и выстраивания партнерских отношений между всеми субъектами образования, возрастают требования, предъявляемые к педагогам дополнительного образования. В связи с развитием рынка образовательных услуг, высокой конкуренцией в сфере дополнительного образования, переходом учреждений к финансово-экономической самостоятельности, направленностью их миссии на выявление и удовлетворение постоянно изменяющихся образовательных потребностей детей и их родителей повышается спрос на маркетинговую культуру педагогов. Такая культура предполагает способность «думать и чувствовать по-маркетинговому, то есть от Клиента» (А.П. Репьев).

Система дополнительного образования остро нуждается в педагогах, которые обладают маркетинговой культурой, умеют быть мобильными, креативными, инициативными, способны критически мыслить, понимать меняющиеся социально-экономические условия своей профессиональной деятельности и организовывать эту деятельность, привлекая к партнерству воспитанников и их родителей. Сегодня в условиях изменения понимания субъекта в системе образования (В.И. Панов) педагог должен быть не только производителем образовательных услуг и посредником их сбыта. Ему необходимо подниматься на новый уровень личностного развития, становясь исследователем и маркетологом, который владеет способами помощи другому человеку в его самообразовании.

Вопросы формирования маркетинговой культуры и подготовки маркетологов серьезно обсуждаются в сфере бизнеса. Проблема заключается в том, что нередко маркетинг сводят к рекламе, которая является лишь одним из способов донести «продающую информацию» до потенциального покупателя. Вполне понятно, что невозможен прямой перенос моделей маркетинга и повышения маркетинговой культуры, характерных для сферы бизнеса, в сферу образования. Тем не менее, как справедливо замечает М.Г. Орлова, имеет место коммерческий эффект маркетинга: формально перенесенные на неподготовленную «почву» профессиональной деятельности педагогов рекламные приемы содействуют получению прибыли от прямой реализации образовательных услуг.