

УДК 37.012.7

Владислав Ткаченко

ОСОБИСТІСНО ОРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ОСНОВАМ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІОЛОГІЯ»

Розробка особистісно орієнтованої методики проведення занять із дисципліни «Соціологія» неможлива без з'ясування специфіки й особливостей проведення занять на засадах особистісно орієнтованого підходу, пов'язаних із соціологією масових комунікацій. Дослідження студентами масових комунікацій як соціального явища є важливим кроком на шляху усвідомлення ними соціології як науки про суспільство та її ролі в житті пересічної особистості.

Аспекти професійної підготовки та компоненти професійної освіти розкриваються у дослідженнях О. Абдуліної, В. Аванесова, О. Алексюка, І. Андрійчук, В. Андрущенко, С. Вітвицької, В. Галузинського, С. Денисенко, Л. Дибкової, О. Заболотської, В. Козакова, В. Лугового та ін. Методологічні та методичні засади викладання соціології проаналізовані у працях А. Єлсукова, Н. Малікової, О. Нестулі, Н. Сорокіної та ін. Особливості застосування у практиці професійної підготовки майбутніх фахівців особистісно орієнтованих технологій навчання висвітлюються у роботах М. Алексеєва, І. Беха, Є. Бондаревської, С. Подмазіна, В. Серікова, М. Чобітька, І. Якиманської та ін.

Незважаючи на багатоаспектність наукових досліджень, присвячених викладанню навчальних дисциплін майбутнім менеджерам у вищих навчальних закладах, проблема викладання соціології студентам вказаної спеціальності в науковій літературі висвітлена вкрай слабо, а фахівці у сфері особистісно орієнтованого підходу зазначену проблему взагалі не досліджували.

Саме тому дослідження специфіки й особливостей проведення занять, пов'язаних із соціологією масових комунікацій у процесі особистісно орієнтованого навчання майбутніх менеджерів має великий науковий інтерес.

Метою статті є висвітлення й аналіз авторського досвіду проведення занять із соціології масових комунікацій у процесі особистісно орієнтованого навчання майбутніх менеджерів.

Проектування занять здійснювалося на засадах особистісно орієнтованого підходу. Феномен особистісно орієнтованого підходу, відпо-

відно до освітньої концепції М. Чобітька, тлумачиться як суб'єктно орієнтований процес виконання студентом спеціально організованих педагогом завдань різної складності та проблематики, що розвивають не тільки предметну й комунікативну компетентність того, хто вчиться, але і його самого як особистість [6, с. 30]. З урахуванням наукових підходів (М. Алексєєв [1], І. Бех [2], Є. Бондаревська [3], С. Подмазін [4], В. Серіков [5], І. Якиманська [7]) особистісно орієнтовані технології навчання використано з метою розвитку професійної компетентності майбутніх менеджерів, представленої інтелектуальними, комунікативними, фаховими, творчими, морально-етичними компетенціями.

Основною процесуальною характеристикою особистісно орієнтованої освіти, на думку В. Серікова, є навчальна ситуація, яка актуалізує та робить затребуваним життєвий досвід особистості. Конструювання такої ситуації, зазначає дослідник, передбачає використання трьох базових технологій: 1) презентацію елементів змісту освіти у вигляді різнорівневих особистісно орієнтованих завдань; 2) засвоєння освітнього змісту в умовах діалогу як особливого дидактично-комунікативного середовища, що забезпечує суб'єктно-сміслову спілкування, рефлексію, самореалізацію особистості; 3) імітацію соціально-рольових і просторово-часових умов, які забезпечують реалізацію особистісних функцій в умовах внутрішньої конфліктності, колізійності та змагання [5, с. 44]. Ми підтримали думку вченого і втілили її в життя під час організації та проведення нашого дослідження.

І. Якиманська сформулювала перелік основних принципів особистісно орієнтованого навчання: 1) особистісно орієнтоване навчання повинно забезпечувати розвиток і саморозвиток особистості як суб'єкта пізнавальної та предметної діяльності; 2) має забезпечувати кожній особистості можливість реалізувати себе в різних видах діяльності; 3) зміст освіти, її засоби та методи добираються так, щоб учень міг обирати предметний матеріал, його вид і форму; 4) освіченість як сукупність знань, умінь, індивідуальних здібностей є найважливішим засобом становлення духовних та інтелектуальних якостей особистості й має бути основною метою сучасної освіти; 5) освіченість формує індивідуальне сприйняття світу, можливості його творчого вдосконалення, широке використання суб'єктного досвіду в інтерпретації й оцінці фактів, явищ, подій навколишньої дійсності на основі особистісно значущих цінностей і внутрішніх настанов; 6) найважливішими чинниками особистісно орієнтованого навчального процесу є ті, які розвивають індивідуальність особистості, створюють умови для її саморозви-

тку і самовираження; 7) особистісно орієнтоване навчання має будуватися на принципі варіативності [7, с. 25].

Ми загалом підтримали думку вченої та на підставі аналізу її наукового доробку, а також нашого теоретико-методичного і практичного досвіду в сфері науково-педагогічної діяльності запропонували власне бачення комплексу принципів особистісно орієнтованого навчання: 1) індивідуальної значущості знань, умінь і навичок, яких набуває майбутній менеджер; 2) послідовного переходу від навчальної через квазіпрофесійну (моделювання професійної) до професійної діяльності в питаннях із приводу соціальних явищ і процесів; 3) проблемного й діалогічного спілкування щодо питань соціальних явищ і процесів у системі «студент – викладач» і «студент – студент»; 4) особистісно орієнтованого підходу до відбору змісту системи формування професійної компетентності й організації його засвоєння майбутніми менеджерами; 5) ігрового моделювання і рольової перспективи; 6) єдності навчання і виховання особистостей майбутніх менеджерів як професіоналів; 7) відкритості – обґрунтованого використання різних технологій навчання (як традиційних, так і особистісно орієнтованих).

Своїм стратегічним напрямом реалізації положень особистісно орієнтованого навчання у процесі роботи з майбутніми менеджерами ми обрали створення відповідних педагогічних умов, що вимагає включення не лише інтелектуальної, але й особистісної та соціальної активності майбутніх менеджерів.

Перехід від алгоритмізованих технологій роботи зі студентами у вищому навчальному закладі до особистісно орієнтованих відбувався за умов створення нами такої організації навчального процесу, яка сприяла розвитку спостережливості, мислення, мовлення, пам'яті, творчої уяви; глибокому засвоєнню знань, умінь, навичок; формуванню професійної компетентності майбутнього фахівця. При цьому особистісно орієнтований навчальний процес розглядався нами як міжособистісна, діалогічна взаємодія в системах «студент – викладач» і «студент – студент», організована в напрямі досягнення спільної мети – формування особистості майбутнього професіонала.

У різноманітних формах діяльності майбутніх менеджерів у особистісно орієнтованому навчанні поступово відтворювався зміст майбутньої професійної діяльності у поєднанні з особистісним життєвим досвідом, здійснювався загальний і професійний розвиток особистості фахівця. Проходячи через ці форми, студент просувався від навчальної діяльності до професійної.

Ведучи мову про тему «Соціологія масових комунікацій», слід зазначити, що вона займає нині одне з провідних місць у навчальній і робочій програмах із дисципліни «Соціологія», оскільки:

- ця навчальна тема є ефективним фактором гуманізації освіти та розглядається не лише як засіб гуманітаризації, що впливає на розвиток особистостей студентів, а і як частина їх професійної підготовки;

- вивчення соціології масових комунікацій сприяє готовності до кооперації з колегами, роботі в колективі;

- студенти усвідомлюють соціальну значущість своєї професії, отримують високий рівень мотивації до виконання своєї професійної діяльності;

- у процесі опанування матеріалу із соціології масових комунікацій студенти досліджують основні положення і методи соціальних, гуманітарних та економічних наук при вирішенні соціальних і професійних завдань, розвивають здатність аналізувати соціально значущі проблеми та процеси;

- вивчення соціології масових комунікацій сприяє формуванню здібності виконувати під контролем професійні функції у сфері реклами та зв'язків із громадськістю у державних, громадських, комерційних структурах, засобах масової інформації, у соціальній сфері, сфері політики, економіки, виробництва, торгівлі, науки, культури, спорту;

- у процесі вивчення соціології масових комунікацій студенти опановують базові навички комунікації, вміння налагоджувати, підтримувати і розвивати міжособистісні стосунки, ділові відносини з представниками різних державних, фінансових, суспільних структур, політичних організацій, ЗМІ, рекламними, консалтинговими, інформаційними агентствами;

- вивчення соціології масових комунікацій сприяє формуванню здібності обговорювати професійні проблеми та захищати свою точку зору.

Теоретичне обґрунтування необхідності вивчення соціології масових комунікацій майбутніми менеджерами продиктоване низкою факторів, найбільш важливим з яких є можливість формувати професійну підготовку майбутніх менеджерів.

У результаті вивчення навчальної теми «Соціологія масових комунікацій» студенти повинні:

- розуміти основні ідеї та відповідну інформацію в ході обговорень, доповідей, які за темою пов'язані з навчанням і спеціальністю;

- обговорювати пов'язані зі спеціалізацією питання;

- аналізувати джерела інформації для отримання необхідних даних;

- публічно виступати з підготовленими індивідуальними презентаціями щодо кола тем професійного спрямування, обраних відповідно до своїх особистісних і професійних інтересів;
- писати у стандартному форматі завдання, анотації, тези, статті та звіти, пов'язані з навчанням і спеціальністю.

У процесі організації навчальної діяльності майбутніх менеджерів під час вивчення соціології масових комунікацій перевагу мало створення не репродуктивних ситуацій навчально-пізнавальної діяльності, а саме продуктивних, у центрі яких стоїть проблема, яка потребує самостійного конструктивного вирішення. Крім того, ми застосовували таку форму навчання, як аналіз професійних ситуацій, створюючи умови для реалізації професійної рефлексії, тобто звернення майбутніх менеджерів до власного досвіду і досвіду інших студентів як колег по професійному співтовариству з метою пошуку оптимальних способів вирішення навчальних завдань у різних конкретних ситуаціях.

Активному засвоєнню майбутніми менеджерами основ і етики професійного спілкування також сприяло використання таких навчальних технологій, як діалог, дискусія, коментар, виступи за круглим столом і на щорічних конференціях із доповідями на основі курсових робіт за фахом. Беручи участь у цих видах діяльності, майбутні менеджери вдосконалювали не лише свої лексичні та фонетичні навички, але й формували комунікативні, інтелектуальні, фахові, творчі та морально-етичні компетенції, збагачуючи їх власним особистісним життєвим досвідом.

У процесі викладання теми «Соціологія масових комунікацій» із навчальної дисципліни «Соціологія» передбачалася реалізація особистісно орієнтованої моделі навчання. Навчальні завдання, включені у вказану модель, динамічно розгорталися в спільних індивідуальних і колективних формах роботи майбутніх менеджерів у процесі особистісно орієнтованого навчання. Особистісні смисли, усвідомлювані ними у процесі виконання навчальних завдань, поступово трансформувалися у соціальні цінності, тобто в систему позитивного ставлення до суспільства, професійної діяльності, до себе й інших людей.

Намагаючись сформувані в майбутніх менеджерів особистісне ставлення до вивчення соціології масових комунікацій як засобу професійного спілкування із зарубіжними та вітчизняними партнерами і колегами, спираючись на основні принципи особистісно орієнтованого навчання, ми залучали їх до участі в різноманітних ситуаціях, які вимагали як монологічного, так і діалогічного мовлення.

Для цього, розширюючи, поглиблюючи та вдосконалюючи зміст навчальних завдань, ми відібрали тематику і навчальний матеріал за принципом професійної спрямованості; уклали його з урахуванням наявних навчально-пізнавальних і професійних інтересів майбутніх менеджерів, а також їхніх фахових комунікативних можливостей.

Сформовано комплекс навчально-тренувальних завдань з урахуванням рівня їх складності для формування комунікативних знань, умінь, навичок і низки відповідних комунікативних (перцептивних, інформаційно-мовленнєвих та інтеракційних), фахових (професійна спрямованість, професійна усталеність, діловитість), творчих і морально-етичних компетенцій у процесі особистісно орієнтованого навчання.

Особливу увагу ми приділяли структурі лекційних і практичних занять із вказаної теми. У процесі роботи зі студентами ми намагалися максимально виконати цілий ряд вимог, які передбачають:

- комплектування лінгвістично виправданого фахового мовленнєвого мінімуму, що забезпечує рівень комунікативної достатності у процесі професійного спілкування;
- оцінку кожної мовленнєвої одиниці, яка включається в програму вивчення соціології масових комунікацій із професійною метою, з погляду реальності її прояву в природних актах усного фахового спілкування у професійному соціологічному співтоваристві;
- формування ситуативно-тематичного мінімуму з урахуванням актуальних інтересів і професійних потреб майбутніх менеджерів;
- комунікативність мовленнєвих операцій під час роботи з мовленнєвим матеріалом (у всіх випадках, коли це можливо);
- створення системи парної, групової та колективної роботи, мотивованої потребою у спілкуванні на професійну тематику.

Крім того, враховуючи те, що вивчення матеріалу із соціології масових комунікацій було спрямоване на формування професійної компетентності майбутніх менеджерів, методику навчання фахового мовлення було конкретизовано, провівши цілеспрямований відбір лексико-граматичного матеріалу. При цьому ми врахували вікові й індивідуальні особливості студентів на основі визначення пізнавальних мотивів і об'єктів соціальної дійсності, які їх цікавлять. Студенти готували свої публічні виступи, а також, використовуючи арсенал мовленнєвих засобів, відповідали на зауваження рецензентів. У процесі публічної дискусії майбутні менеджери використовували професійно орієнтовану лексику в спонтанній професійній комунікації.

На заняттях, структура яких передбачала як обов'язковий елемент організацію міні-прес-конференцій, основними учасниками були студенти, які виконували такі професійні ролі:

1) доповідача, який здійснює презентацію наукової соціологічної проблеми;

2) рецензента, який, здійснюючи аналіз концептуального апарату дослідження, відзначає позитивні й негативні моменти у способі розробки та подачі проблеми;

3) учасників дискусії, які ставлять доповідачеві запитання з теми, використовуючи засвоєні професійні кліше;

4) членів президії міні-конференції, обов'язком яких було керувати дискусією і підбивати її підсумки.

Упродовж вивчення теми «Соціологія масових комунікацій» студенти вдосконалювали професійні компетенції шляхом відпрацювання низки навичок. Крім того, враховуючи соціокультурний контекст, процес моделювання міні-конференцій передбачав їх регіональний, європейський і міжнародний рівень. Тому враховувалися національні особливості учасників соціологічних читань, на яких студенти-соціологи дотримувалися загальноприйнятих полікультурних вимог і наукового етикету.

У плані організації позааудиторної роботи з соціології масових комунікацій зі студентами щорічно в період проведення науково-практичних конференцій і науково-методичних семінарів майбутні менеджери залучалися до участі як дослідники, експерти, лектори-пропагандисти соціологічного знання. Беручи активну участь в офіційних бесідах і дискусіях із науковцями, майбутні фахівці вдосконалювали свої інтелектуальні, комунікативні, фахові, творчі, морально-етичні компетенції.

Результатом роботи з майбутніми менеджерами стала традиція публікувати збірник тез їх доповідей і виступів після практичної апробації у вигляді презентацій на конференціях і засіданнях студентського наукового співтовариства.

Таким чином, педагогічна практика показала, що майбутні менеджери, як правило, не готові до самореалізації у власній діяльності. Їм недостатньо володіти певною професійною фаховою базою, необхідна особистісно орієнтована підготовка з проблем самовдосконалення та самоактуалізації. Особистісно орієнтоване навчання соціології масових комунікацій сприяло активізації особистісного та життєвого досвіду майбутніх менеджерів, спонукало їх ретельніше ставитися до нав-

чального процесу та якісно виконувати навчальні завдання. Авторський досвід використання особистісно орієнтованого підходу в процесі роботи зі студентами дає підстави стверджувати про доцільність проведення навчальних занять у вищих навчальних закладах на засадах особистісно орієнтованого підходу.

Література:

1. *Алексеев, Н. А.* Личностно-ориентированное обучение: вопросы теории и практики / *Николай Алексеевич Алексеев.* — Тюмень : ТюмГУ, 1997. — 244 с.
2. *Бех, І. Д.* Особистісно-зорієнтоване виховання / *Іван Дмитрович Бех.* — К. : ІЗМН, 1998. — 204 с.
3. *Бондаревская, Е. В.* Гуманистическая парадигма личностно-ориентированного образования / *Е. В. Бондаревская* // Педагогика. — 1997. — № 4. — С. 11-15.
4. *Подмазин, С. И.* Личностно-ориентированное образование: социально-философское исследование / *Сергей Иванович Подмазин.* — Запорожье : Просвита, 2000. — 250 с.
5. *Сериков, В. В.* Образование и личность. Теория и практика проектирования педагогических систем / *Владислав Владиславович Сериков.* — М. : Логос, 1999. — 272 с.
6. *Чобітько, М. Г.* Технології особистісно орієнтованої освіти : навч.-метод. посібник / *Микола Григорович Чобітько.* — К. : Ніка-Центр, 2005. — 88 с.
7. *Якиманская, И. С.* Технология личностно-ориентированного образования / *Ираида Сергеевна Якиманская.* — М. : Сентябрь, 2000. — 175 с.

References (transliterated and translated):

1. *Alexeev, N. A.* Lichnostno-orientirovannoe obuchenie. Voprosy teorii i praktiki (Personality-oriented education : Theory and practice). Tumen, 1997, 244 p. [in Russian].
2. *Bekh, I. D.* Osobystisno-zorientovane vyhovannia (Personality oriented education). Kyiv, 1998, 204 p. [in Ukrainian].
3. *Bondarevskaya, E. V.* Gumanisticheskaia paradigma lichnostno-orientirovannogo obrazovaniya (Humanistic paradigm of personality-oriented education) // Pedagogy, 1997, No 7, pp. 11-15. [in Russian].
4. *Podmazin, S. I.* Lichnostno-orientirovannoe obrazovanie: sotsial'no-filosofskoe issledovanie (Personality-oriented education: social and philosophical research). Zaporozhie, 2000, 250 p. [in Russian].
5. *Serikov, V. V.* Obrazovanie i lichnost'. Teoriya i praktika proectirovaniya pedagogicheskikh sistem (Education and identity. Theory and practice of designing of educational systems). Moscow, 1999, 272 p. [in Russian].
6. *Tchobitko, M. H.* Tekhnolohii osobystisno oriientovanoi osvity : navch.-metod. posibnyk (Technologies of personality-oriented education: Tutorial). Kyiv, 2005, 88 p. [in Ukrainian].
7. *Yakimanskaya, I. S.* Tehnologiya lichnostno-orientirovannogo obrazovaniya (Technology of personality-oriented education). Moscow, 2000, 175 p. [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 10.03.2017

В. Ткаченко

Особистісно орієнтоване навчання майбутніх менеджерів основам масових комунікацій у процесі викладання дисципліни «Соціологія»

У статті висвітлено і проаналізовано авторський досвід проведення занять із соціології масових комунікацій у процесі особистісно орієнтованого навчання майбутніх менеджерів. З'ясовано місце теми «Соціологія масових комунікацій» у навчальній і робочій програмах із дисципліни «Соціологія». Запропоновано власне бачення комплексу принципів особистісно орієнтованого навчання: 1) індивідуальної значущості знань, умінь і навичок, яких набуває майбутній менеджер; 2) послідовного переходу від навчальної через квазіпрофесійну (моделювання професійної) до професійної діяльності в питаннях із приводу соціальних явищ і процесів; 3) проблемного і діалогічного спілкування щодо питань соціальних явищ і процесів у системах «студент – викладач» і «студент – студент»; 4) особистісно орієнтованого підходу до відбору змісту системи формування професійної компетентності й організації його засвоєння майбутніми менеджерами; 5) ігрового моделювання і рольової перспективи; єдності навчання і виховання особистостей майбутніх менеджерів як професіоналів; 6) обґрунтованого використання різних технологій навчання (як традиційних, так і особистісно орієнтованих). Визначено форми та методи проведення навчальних занять із соціології масових комунікацій із майбутніми менеджерами. Конкретизовано базові елементи навчальної активності майбутніх менеджерів.

Ключові слова: особистісно орієнтоване навчання, соціологія масових комунікацій, майбутні менеджери.

V. Tkachenko

Personality-oriented Training of Future Managers for the Basics of Mass Communications while Teaching «Sociology» Subject

The article highlights and analyzes the author's experience in carrying out classes on the sociology of mass communications in the process of personality-oriented training of future managers. The place of the theme «Sociology of Mass Communications» in the educational and work programs on the subject «Sociology» is clarified. We propose our own vision of a set of principles for personality-oriented learning: 1) individual significance of the knowledge and skills acquired by a future manager; 2) consistent transition from the educational activity through quasi-professional (professional modeling) to professional activities in matters relating to social phenomena

and processes; 3) problematic and dialogical communication on issues of social phenomena and processes in the systems «student – teacher» and «student – student»; 4) personality-oriented approach to the selection of the content of the system for the formation of professional competence and the organization of its mastering by future managers; 5) game simulation and role perspective; the unity of training and education of the personalities of future managers as professionals; 6) reasonable use of various learning technologies (both traditional and personality-oriented ones). The forms and methods of conducting classes on the sociology of mass communications with future managers are determined. The basic elements of training activity of future managers are specified. The author's experience of using personality-oriented approach in working with students gives reason to believe the feasibility of classes at higher schools on the basis of personal approach.

Key words: personality-oriented education, sociology of mass communications, future managers.

Рецензент – доктор педагогічних наук,
професор В. В. Ципко