

ФОРМИРОВАНИЕ ПРАВОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ СРЕДСТВАМИ ИНТЕРАКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

Кузнецова Наталья Олеговна

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Аннотация. Важной составляющей профессиональной подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью является формирование правовой компетентности. Это обусловлено не только действующими в Российской Федерации Основами государственной политики Российской Федерации в сфере развития правовой грамотности и правосознания граждан (утверждена Президентом Российской Федерации 28 апреля 2011 года), а также государственной программой Российской Федерации «Юстиция» (утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации 15 апреля 2014 года), но и спецификой и особенностью профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью. В условиях возросшей актуальности онлайн обучения все более актуальными становятся средства интерактивного обучения. В статье рассматривается применение некоторых из них в рамках обучения по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Приводятся практические рекомендации по проведению занятий с использованием кейс-метода, проблемного семинара, лекции-презентации и бизнес-плана.

Ключевые слова: правовая компетентность, специалист по рекламе и связям с общественностью, высшая школа, средства интерактивного обучения, профессиональная подготовка специалистов, система формирования компетентности, профессиональная деятельность.

Современные тенденции в Российской Федерации, с одной стороны, все более четко определяют требования, границы и стандарты современного высшего образования, но с другой стороны, расширяют возможности преподавателя, предоставляя объемный инструментарий. Так, статья 48 Федерального закон «Об образовании в Российской Федерации» обязывает педагогических работников «развивать у обучающихся познавательную активность, самостоятельность, инициативу, творческие способности, формировать гражданскую позицию, способность к труду и жизни в условиях современного мира» (Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2021)). При этом для успешности обучения и достижения конечных результатов преподаватели должны «применять педагогически обоснованные и обеспечивающие высокое качество образования формы, методы обучения и воспитания». А это уже, в свою очередь, определяет успешность профессиональной деятельности [1].

Социальная, экономическая, правовая сфера подверглись сильным изменениям в XXI веке, что не могло не отразиться на системе профессиональной подготовки кадров, в частности – специалистов по рекламе и связям с общественностью. Отсутствие собственной нормативной базы специалистов по рекламе и связям с общественностью негативно влияет на формирование их правовой компетентности, а значит и на принятие адекватных ре-

шений актуальных профессиональных задач. Профессиональная деятельность, интегрируя несколько ее видов (рыночно-исследовательский, прогнозно-аналитический, информационно-технологический, рекламно-информационный, коммуникационный, проектный, организационно-управленческий), требует соблюдения правовых норм и социально-ответственного поведения [2]. Изучение компетентностных характеристик показывает, что пробел в курсах правовой направленности и, соответственно, формировании соответствующих правовых компетенций составители учебных планов вузов восполняют, перекладывая эту задачу на другие дисциплины, такие как «Политология», «Социология массовой коммуникации», «Основы связей с общественностью», «Теория и практика массовой информации». Однако, очевидно, что подобная дополнительная нагрузка на дисциплины, которые предполагают решение целого ряда своих собственных задач, не способно разрешить сложившуюся ситуацию [3].

В педагогической науке имеется опыт профессиональной подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью. Профессиональная подготовка специалистов по рекламе и связям с общественностью явилась объектом целого ряда исследований ученых. Внимание формированию компетентности данных специалистов уделялось в работах М.А. Николаевой [4], И.А. Осадчей [5], Н.Н. Суворовой [6], А.И. Шлыкковой [7], а формированию отдельных компетенций – в работах К.С. Цеунова [8], О.В. Шевченко [9]. Внушительный вклад в изучение профессиональной подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью внесли ученые И.А. Беляева [10], Л.М. Семенова [11], И.А. Тюнякина [12]. В работах, посвященных правовой компетентности студентов неюридического профиля, отмечено, что мотивационный компонент правовой компетентности отражает «принятие субъектом профессиональной деятельности правовых ценностей, сформированность мотивов познания правовых основ регулирования общественных отношений, наличие личностной установки на правомерность профессиональной педагогической деятельности» [13]; «включает уровень оценки и отношения к праву, наличие положительного или отрицательного отношения к воспринимаемым знаниям, в результате которого на основе интереса формируется убеждение в личной ценности правовых норм, уважение к праву, вырабатываются навыки правомерного поведения» [14].

С учетом возрастающих требований к профессиональной квалификации специалистов по рекламе и связям с общественностью находим необходимым формирование правовой компетентности специалистов по рекламе и связям с общественностью средствами интерактивного обучения. В условиях современных реалий возрастает потребность в дистанционном обучении, что накладывает определенный отпечаток на выборе форм и средств обучения.

В результате эксперимента в 2014-2019 годах в ГБОУ ВО СО «Самарская государственная областная академия (Наяновой)» и ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» на базе образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) была разработана и внедрена в образовательный процесс система, направленная на формирование правовой компетентности специалистов по рекламе и связям с общественностью. Выборочная совокупность исследования составила 189 обучающихся.

Эксперимент продлился в 2020-2021 годах в условиях пандемии и перехода на онлайн обучение, в рамках которого в учебном плане по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализовывалась дисциплина «Правовое регулирование связей с

общественностью и рекламы». Для формирования правовой компетентности применялись средства интерактивного обучения, основной целью которых являлось самостоятельное овладение обучающимися знаниями в ходе активной познавательной деятельности.

Отбор учебного материала для разработки научно-обоснованной системы формирования правовой компетентности специалистов по рекламе и связям с общественностью обусловлен необходимостью решения следующей задачи: учитывая специфику и особенность профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью, представить содержание их профессиональной подготовки, основываясь на принципах обучения праву на неюридических направлениях. Содержание модулей было направлено на формирование показателей компонентов, входящих в структуру правовой компетентности. Принцип обусловленности позволял оптимально использовать любую знаниевую составляющую для формирования правовой компетентности, а принципы системности и целостности позволили модулям взаимодополнять друг друга, оставаясь при этом логически завершенными и целостными.

Средства интерактивного обучения отбирались как в логике учебного предмета, так и в логике будущей профессиональной деятельности и ее правовых аспектов. Содержание научных знаний было представлено проблемными ситуациями, кейсами, различными играми, моделями и задачами, от начала к концу обучения все более четко прорисовывались контуры профессионального будущего обучающегося. В контекстном обучении теоретическое знание становилось для обучающегося осмысленным, появлялась ориентировочная основа предстоящей профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Через отбор средств интерактивного обучения производился учет специфики и особенности правовой компетентности специалистов по рекламе и связям с общественностью. Контекстный подход опирался на принципы активности личности; проблемности; единства обучения и воспитания; последовательного моделирования в формах учебной деятельности обучающихся содержания и условий профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью. Особое внимание обращалось на реализацию постепенного, поэтапного перехода обучающихся к базовым формам деятельности более высокого ранга: от учебной деятельности академического типа к квазипрофессиональной деятельности (ролевая, деловая и оргдеятельностная игры).

Принципы практико-ориентированности и формирования практических умений позволили достичь образовательного результата, в связи с чем процессуальный элемент системы формирования правовой компетентности специалистов по рекламе и связям с общественностью требовал ориентации на интерактивные формы обучения. В рамках совместной деятельности обучающиеся стали субъектами профессионального развития и саморазвития, способными к результативной, активной профессиональной деятельности в будущем. В условиях онлайн обучения наиболее оптимальными для реализации показали себя такие средства интерактивного обучения как кейс-метод, проблемный семинар, лекция-презентация и бизнес-план.

В первом модуле «Правовые отношения специалистов по рекламе и связям с общественностью» кейс-метод «Виды ненадлежащей рекламы» представлял собой практическую ситуацию правового характера, имеющую несколько вариантов решения. Решения кейса состоит из нескольких этапов: знакомство с ситуацией, ее особенностями; выявление ключе-

вых проблем, отбор фактов, лиц, понятий, необходимых для анализа и поиска решения проблемы; работа в малых группах (по 5–6 человек), каждая из которых разрабатывала свою позицию – решение поставленной задачи с обязательными ссылками на существующую практику в средствах массовой информации, судебные решения, нормы законодательства; презентация и экспертиза результатов работы малых групп на общей дискуссии. Дистанционное обучение в этом случае позволяет каждому из обучающихся иметь неограниченный доступ к компьютеру и интернету. Каждый из членов малой группы осуществлял поиск истины, что в свою очередь стимулировало интеллектуальную активность обучающихся. Кейс-метод развил у обучающихся способность выделять правовые отношения из массы иных общественных отношений, моделировать и анализировать правовые ситуации в рамках своей профессиональной деятельности.

Во втором модуле «Правовое сопровождение коммерческой и некоммерческой реализации результатов интеллектуального труда» проблемный семинар «Правовые особенности рынка результатов интеллектуального труда» был направлен на развитие творческого мышления у обучающихся, использование правовых принципов при самостоятельном поиске решения правовой проблемы. Особое внимание обращалось на мотивацию обучающихся, направленность на стимулирование желания к разрешению проблемной ситуации. Для онлайн обучения такое средство интерактивного обучения удобно тем, что основная нагрузка представлена самостоятельным внеаудиторным изучением: обучающимся выдавались индивидуальные задания. Под руководством преподавателя создавалась проблемная ситуация, составлявшая содержательную основу семинара, постановка проблемных вопросов, цель которых была стимулировать познавательную активность обучающихся, подвести их к сути проблемы и выстроить алгоритм последовательности докладов. В рамках аудиторного занятия проводились дискуссия и подведение итогов, оценка как внеаудиторной работы обучающегося (овладение новыми способами поиска информации, написание доклада и подготовка презентации как формы письменной коммуникации), так и работа в аудитории (коммуникативные умения участвовать в дискуссии, выслушивать мнение другого, взвешивать и оценивать различные точки зрения, вырабатывать совместное решение).

В условиях сокращенного количества часов, предусмотренных учебным планом для лекционных занятий, подготовка к проведению лекции-презентации «Договор об отчуждении исключительного права» – один из ключевых моментов эффективного использования данной педагогической формы. Третий модуль дисциплины «Оформление и защита прав на результаты интеллектуального труда» содержал большое количество фактического материала, который неэффективно было давать обучающимся в форме обычной лекции – большая часть сложна для понимания и усвоения в аудитории. Имея доступ к рабочей программе дисциплины и методическим материалам, обучающиеся готовились к лекции-презентации заранее, готовили конспект, составляли список вопросов, возникших у них при самостоятельной внеаудиторной подготовке. В таком случае лекция уже не являлась простым изложением фактов для запоминания, а представляла собой инструмент для пробуждения инициативы и стимулирования процесса мышления. Учитывая предварительную подготовку обучающихся к лекции и достаточно высокий темп чтения лекции-презентации, преподавателю было необходимо проверять в процессе изложения материала, насколько переданная информация понятна обучающимся. Используя презентационный материал, преподаватель мог продемонстрировать конкретные виды договоров, ошибки при составлении контрактов и вы-

держки из судебной практики, что также легко реализуется в дистанционном обучении без ущерба для образовательного процесса.

В четвертом модуле «Правовое обеспечение управления результатами интеллектуального труда» составление бизнес-плана «Правовое управление нематериальными активами» по продвижению продукта своей задачей ставило выбор существующего товарного знака или знака обслуживания (российский или международный), который не представлен на территории Самары или Самарской области в целом, составление бизнес-плана по реализации интеллектуальных прав на данный объект. Работа с бизнес-планом представляла собой моделирование профессиональной деятельности по правовому управлению активами компании. Обучающиеся были вынуждены максимально глубоко вникнуть в положение компании на рынке, изучить конкурентное положение, продумать возможные к заключению договоры, определить, насколько полноценным является правовой охранной режим интеллектуальной собственности, находящейся на балансе компании. Для развития самостоятельной активности в освоении материала дисциплины обучающимся предлагается использование интернет-ресурсов (электронных каталогов, специализированных порталов и сайтов). Создание бизнес-плана способствовало формированию у обучающихся научно-прикладного аппарата правового управления и бизнес-планирования на ближайшую и долгосрочную перспективы с учетом многочисленных и постоянно меняющихся условий внешней и внутренней среды, а также подготовке будущих специалистов к реализации прикладных задач бизнес-планирования на основе научных подходов.

Выводы:

Модернизация системы профессионального обучения и современные реалии социального характера, имеющие планетарный масштаб, диктуют необходимость использования средств интерактивного обучения. При формировании правовой компетентности специалистов по рекламе и связям с общественностью ставится задача подготовки конкурентноспособного специалиста, чему способствуют средства интерактивного обучения.

Библиографический список

1. Руднева, Т.И. Профессиональное развитие – фактор профессиональной успешности / Т.И. Руднева // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2021. – Т. 27. – № 2. – С. 61–65. DOI: <http://doi.org/10.12287/2542-0445-2021-27-2-61-65>. – Текст: электронный
2. Кузнецова, Н.О. Правовая компетентность специалистов по рекламе и связям с общественностью / Н.О. Кузнецова // Общественные и гуманитарные науки: материалы XLV-й Самарской областной студенческой научной конференции (9-19 апреля 2019 года). Часть II; отв. ред. А. Ф. Крутов. – Самара: Самарская гуманитарная академия, 2019. – С 110–111. – Текст: непосредственный.
3. Кузнецова, Н.О. Профессиональная подготовка специалистов по рекламе и связям с общественностью (на примере рынка труда Самарской области) / Н.О. Кузнецова // Актуальные направления научных исследований: перспективы развития: материалы XII Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 5 июня 2020 г.) / редколлегия О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2020. – С. 56–61. – Текст: непосредственный.

4. Николаева, М.А. Интегративный подход к формированию профессиональной компетентности студентов – будущих специалистов по рекламе»: автореф. дис. ... канд. пед. наук / М.А. Николаева. – Екатеринбург, 2012. – 28 с. –Текст: непосредственный.
5. Осадчая, И.А. Формирование проектной компетентности будущих специалистов по связям с общественностью: автореф. дис. ... канд. пед. наук / И.А. Осадчая. – Санкт-Петербург, 2012. – 23 с. –Текст: непосредственный.
6. Суворова, Н.Н. Формирование профессиональной компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью в области рекламного дискурса: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н.Н. Суворова. – Новосибирск, 2012. – 24 с. –Текст: непосредственный.
7. Шлыкова, А.И. Формирование ИКТ-компетентности будущих бакалавров в условиях дистанционного обучения (на примере направления 031600 «Реклама и связи с общественностью»): автореф. дис. ... канд. пед. наук / А.И. Шлыкова. – Махачкала, 2014. – 24 с. – Текст: непосредственный.
8. Цеунов, К.С. Формирование межкультурной компетенции будущих специалистов по связям с общественностью: автореф. дис. ... канд. пед. наук / К.С. Цеунов. – Челябинск, 2013. – 26 с. –Текст: непосредственный.
9. Шевченко, О.В. Педагогические условия формирования коммуникативной компетенции в профессиональном образовании специалистов по связям с общественностью: автореф. дис. ... канд. пед. наук / О.В. Шевченко. – Курск, 2007. – 24 с. –Текст: непосредственный.
10. Беляева, И.А. Развитие у будущих специалистов по связям с общественностью профессионально-познавательной самостоятельности: автореф. дис. ... канд. пед. наук / И.А. Беляева. – Елец, 2009. – 25 с. –Текст: непосредственный.
11. Семенова, Л.М. Концепция формирования профессионального имиджа будущего специалиста по связям с общественностью: автореф. дис. ... док. пед. наук / Л.М. Семенова. – Челябинск, 2010. – 41 с. –Текст: непосредственный.
12. Тюнякина, И.А. Формирование профессиональных ценностей у будущих специалистов по связям с общественностью в процессе преподавания дисциплин культурологического цикла: автореф. дис. ... канд. пед. наук / И.А. Тюнякина. – Санкт-Петербург, 2010. – 24 с. – Текст: непосредственный.
13. Аникина, А.С. Формирование правовой компетентности будущего педагога с использованием комплекта профессионально-ориентированных задач: автореф. дис. ... канд. пед. наук / А.С. Аникина. – Тюмень, 2011. – 23 с. – Текст: непосредственный.
14. Соболева, М.Н. Формирование правовой компетентности студента медицинского института (на примере специальности «Лечебное дело»): автореф. дис. ... канд. пед. наук / М.Н. Соболева. – Орел, 2013. – 24 с. –Текст: непосредственный.