



С. А. Прокопенко

ВУЗ: ОТ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ — К ИХ РАЗВИТИЮ

•
S. A. Prokopenko

Institute of higher education: from students' teaching – to students' development!

The increase of quality of students' preparation needs a renovation of technologies in the work of professors. I suggest the method for the students' development which is concluded in the transfer from student's filling by knowledge to the directional competence's increase. It can be reached by the motive of cerebral activity's intensification and the system of control of its effectiveness. This method is noted for its possibility to reduce the teaching course to the category of «market product of higher demand». Also it gives a possibility to increase the business potential of future engineer essentially in a short space of time and to form an interest for further independent development of personal qualification. I've shown the production of work over students' development by such a method. There is an appeal for professors to the working up of their own interesting technologies for realization of such a method.

Преподаватели бывают двух уровней: первые читают лекции, вторые — развивают личности.

Профессор Г. В. Пинигина

О низком качестве высшего образования в последние годы говорится много. Предлагаются различные пути решения этой проблемы, как то: увеличение финансирования вузов, привлечение в преподавательские коллективы молодежи, активизация научных исследований, переход на двухуровневое образование, целевой набор абитуриентов по заявкам организаций, поиск современных форм кооперации вузов с колледжами и школами и т. д. Эти направления совершенствования высшего образования, безусловно, актуальны. Однако почему-то мало обсуждается коренной вопрос, определяющий качество обучения: **Как же учить по-новому?** Как изменить **содержание и форму** обучения, чтобы готовить из студента специалиста XXI в., способного с первых дней прихода в организацию решать ин-

женерные задачи. То есть как повысить эффективность работы вуза и отдачу от средств, выделяемых ему на подготовку инженера?

Впрочем, предприятия не настроены на содержание слабоподготовленных выпускников вуза и избавляются от них. Пример: ОАО «Разрез «Киселевский»» выделило средства для подготовки в КузГТУ 8 студентов, предоставив им возможность стажироваться на предприятии. Через год после окончания вуза на разрезе осталось только четверо — остальные оказались слабоподготовленными и непригодными к трудовой деятельности на разрезе [1]. Другими словами, университет сработал с 50 % браком. И это по целевому обучению! Получается, что вуз недоучил студентов, предприятие не принимает их и молодые специалисты пополняют ряды безработных.

И это не случайно. Университет доведен до тяжелейшего состояния, что подтверждается высказываниями нынешнего ректора КузГТУ В. И. Нестерова: «Сегодня специальности препода-

даются по конспектам 70–80-х гг. Преподаватели не спускались в шахту 15–25 лет (!). Средний возраст профессоров 67 лет, доцентов — 65 лет. Через пять лет нужно будет вводить должность проректора по похоронам... Научные разработки, которые можно продавать, мы предложить не можем» [2].

Оценка одного из директоров — потребителей «товара» КузГТУ также удручающая: «...в КузГТУ скоро будет выпуск специалистов по управлению недвижимостью. Но там преподают теоретики, далекие от практики рынка. Поэтому они не могут донести до студентов, что представляет собой рынок недвижимости изнутри: они сами этого не знают» [3].

На круглом столе по вопросам укомплектования угольных предприятий квалифицированными кадрами (состоялся в 2005 г. в ЗАО «Распадская угольная компания») директор по персоналу ОАО «Междуречье» И. Боковикова высказала ректору КузГТУ следующую претензию: «...на сегодняшний день вы не мотивируете студентов на самообучение и на саморазвитие. Они не читают газеты, не интересуются специальными журналами и публикациями» [2].

При такой организации обучения в вузе сложно ожидать качественной подготовки молодых инженеров в соответствии с современными требованиями рынка труда, особенно в условиях развитой практики сдачи зачетов и экзаменов (ключевые элементы контроля качества подготовки!) за деньги. Требования же работодателей к кадрам неустанно растут, что обусловлено необходимостью повышения конкурентоспособности выпускаемой ими продукции.

Вот пример характерного объявления, отражающего запросы кузбасских организаций к персоналу: «Требуются выпускники вузов экономических факультетов с отличными результатами обучения, развитыми аналитическими способностями, высокой ответственностью и коммуникабельностью». Это сформулированный рыночный запрос! И если задать вопрос: «А какой же процент выпускников соответствует этому запросу?», то ответ будет нерадостным. Потому что обучение в нынешнем вузе не нацелено на развитие перечисленных в объявлении качеств в будущем субъекте рынка труда. Значит, вуз заведомо готовит «товар», слабо соответствующий запросам рынка. В частности, объявления по поводу вакансий с припиской «Выпускникам КемГУ просьба не беспокоить» свидетельствуют о полном неприятии «товара» этого учебного заведения рынком.

Результатом ухудшения обучения в ведущих университетах региона является происходящее падение их престижа и спроса молодежи на предлагаемые ими образовательные услуги. По данным департамента науки и профобразования администрации Кемеровской области, если в предыдущие годы КемГУ и КузГТУ были лидерами по конкурсу абитуриентов, то в 2006 г. КемГУ занял лишь 3-е место, а КузГТУ опустился на 7-е (последнее в Кузбассе!) место [4]. Наряду с перечисленными выше причинами, обусловившими кризисное состояние университетов, можно назвать и слабый уровень их менеджмента, мало пригодного к управлению современными рыночными структурами такого масштаба. Преподаватели говорят об этом между собой, но боятся вынести на широкое обсуждение и предъявить требования к своему руководству. Как следствие — скатывание вузов на позиции аутсайдеров рынка и отсутствие признаков системного развития организаций. Отдельные результаты в виде подписания перед телекамерами контрактов с предприятиями на целевое обучение, ремонта аудиторий и т. п. не меняют картины в целом, так как кризис носит структурный характер.

Как писал академик П. Л. Капица, «...высшее образование до сих пор строится в основном на передаче молодежи знаний и практического опыта и при этом мало интересуются развитием у них творческих способностей. Таким образом, очень часто блестяще окончивший высшее учебное заведение молодой человек на практике оказывается неспособным разработать мало-мальски новую конструкцию или найти нестандартное решение» [5].

Очевидно, что для подготовки вузом инженеров, отвечающих современным требованиям общества, наряду с решением управленческих, организационных, кадровых, финансовых и т. п. задач, требуется обновление обучающей функции, освоение преподавателями новых методов, новых технологий работы со студентами. Велением времени становится *переход от традиционного чтения лекций и решения задач к развитию способностей, заложенных в конкретном ученике, и повышению его пригодности к эффективной деятельности в рыночной среде*. Работать по этому методу в нынешнем вузе могут единицы, в лучшем случае — десятки преподавателей. Для существенного же улучшения качества продукции вуза требуется широкое распространение и применение метода развития способностей студентов.

Автор проработал преподавателем в вузе 10 лет, специализируясь на предмете «Основы

маркетинга». В последние годы он стал применять в своей работе со студентами данный метод развития, что привело к получению следующих основных результатов:

- резко возрос интерес студентов к изучаемому предмету;
- посещаемость занятий составила 100 %, несмотря на их проведение последними учебными часами в расписании;
- студенты стали наблюдать и выделять элементы и инструменты маркетинга в жизни;
- были отмечены посещения лекций сто-

ронными студентами, наслышанными о необычном преподавании предмета;

- возрос интерес студентов к освоению других предметов.

Проведенное анонимное анкетирование двух групп студентов (28 чел.) специальности «экономист-горняк» КузГТУ четвертого года обучения, которое имело целью развитие их способностей к анализу и обобщению, показало, что студенты весьма положительно оценивают применение нового подхода в работе с ними (табл.).

Ответы студентов на вопросы анкеты

Номер анкеты	В чем, по вашему пониманию, состоит метод, применяемый проф. С. А. Прокопенко? Что вам удалось подметить?	Чем отличается курс лекций проф. С. А. Прокопенко от других?
1	По моему пониманию, метод состоит в том, чтобы заинтересовать, зацепить нас. Мне кажется, что метод хорошо работает, так как перед каждым занятием нам приходилось читать книги, сначала без интереса, но теперь интерес появился и это хочется делать для себя.	Интересом к нему и необычным способом ведения занятий. Обычно на занятиях мы автоматически пишем и решаем. На занятиях маркетингом нам нравится думать, но говорить еще трудно.
2	Метод, применяемый Прокопенко, состоит в том, что он не просто читает лекционный материал, его лекции всегда интересны, насыщены примерами из личной жизни (своей и выдающихся людей). С примерами приходит понимание, как маркетинг связан с жизнью. Эпиграфы перед лекциями заставляют думать...	Пока еще ни один курс не был так близок к реальной жизни. Курс интересен, и с каждым занятием приходит более глубокое понимание рыночных отношений, да и просто жизни.
3	Метод состоит в развитии личности студента. Очень интересными рассказами о жизни своей и других людей преподаватель заставляет задуматься над происходящим вокруг и делать соответствующие выводы. Предмет самый творческий из тех, которые у нас уже были, затрагивает почти все сферы жизни.	Интересный подход профессора к своему предмету: эпиграфы к каждой лекции и семинару, необычные домашние задания, заставляющие изучать дополнительную литературу. Многие студенты нашей группы начали посещать библиотеку, читать журналы по маркетингу, чтобы изложить свои обретения за прошедшую неделю. Позже многие поняли, что маркетинг — это очень интересно, некоторые сделали значительный рывок в учебе, впервые вышли за кафедру и выступили с докладом.
4	Метод состоит в том, что Прокопенко хочет развить в нас, студентах, скрытые качества. Обычно преподаватели дают нужный материал, читая его уже машинально, не задумываясь о знаниях студентов, не пытаясь нас привлечь к предмету. Профессор же подталкивал нас к саморазвитию, чтобы не сидели на лекциях, а стремились к познанию. Также в общении с С. А. Прокопенко многие из нашей группы научились более точно выражать свои мысли.	Отличия: — выдаются очень интересные эпиграфы к лекциям; — интересно придумано в начале и конце лекции спрашивать студентов о приобретенных знаниях, отсюда видно, что Прокопенко интересно, как мы их усваиваем; — мне нравится слушать истории из жизни С. А. Прокопенко. Они всегда бывают кстати и помогают лучше понять и усвоить предмет; — различные приемы стимулирования студентов за успехи; — поразила первая лекция о счастливой жизни и месте в ней маркетинга (!).

Номер анкеты	В чем, по вашему пониманию, состоит метод, применяемый проф. С. А. Прокопенко? Что вам удалось подметить?	Чем отличается курс лекций проф. С. А. Прокопенко от других?
5	У С. А. Прокопенко самые неординарные методы обучения, которые встречались мне за три года обучения в КузГТУ. Он не просто приходит прочитать лекции, а развивает в нас личности, искренне и с большим энтузиазмом пытается зажигать в студентах интерес к предмету, учебе и жизни в целом.	Отличие в том, что на этих занятиях не страшно высказать свое мнение, здесь идет свободное общение между преподавателем и студентами. Только на этом предмете мы выполняем домашние задания, которые развивают нашу логику и мышление. Хорошо, что в КузГТУ есть такой преподаватель и у студентов есть возможность развиваться с ним.
6	Как велся предмет «Маркетинг», я не забуду никогда, он засел и вжился в меня навсегда.	Курс отличается насыщенностью, увлекательностью, простотой изложения. Ни один преподаватель раньше не работал так с нами. Несмотря на то, что маркетинг у нас шел 4-й и 5-й парой, все работали оживленно.
7	Метод состоит в совмещении преподавания самого предмета и разностороннего развития студентов, стимулировании к саморазвитию каждого из нас.	Приводилось много примеров из жизни, деятельности различных фирм, после чего на многие вещи смотришь другими глазами.
8	Метод состоит в том, чтобы мы развивались сами, стремились к развитию, чтобы научились не только слушать, читать, видеть, но и понимать, анализировать, складывать знания в свой багаж.	Профессор пытался не только развивать наше мышление, но и правильно выражать свои мысли перед группой, не стесняясь. Нас учили работать над задачей и самостоятельно, и с группой.
9	Это метод, позволяющий заинтересовать ученика в изучении предмета, пробудить интерес к знанию маркетинга, его пониманию и применению. Также поощряется самостоятельная работа, выдача студентами интересных мыслей, идей, проектов.	Проф. С. А. Прокопенко стремился заинтересовать студентов в отличие от многих других преподавателей, которые, как правило, просто начитывают материал. Кроме того, нас натаскивали видеть маркетинг вокруг себя, в жизни.
10	Метод состоит в том, что преподаватель дает начальный импульс к саморазвитию, но не просто так, а связывает его со своим предметом. Студент сам становится заинтересованным в развитии, а С. А. Прокопенко нужен, чтобы в этом помочь.	На этих занятиях идет свободное общение преподавателя и студента. Каждый может высказать свою точку зрения. Не было, чтобы преподаватель унижал студента, наоборот, он может признать и свою неправоту.
11	Метод состоит в том, что преподаватель с интересом относится к работе со студентами и все свои познания, не тая в себе, передает, развивая в нас личности. Еще метод отличается необычностью, хотя бы тем, что перед каждой лекцией записывается интересный и глубокий эпиграф, побуждающий к обдумыванию.	Маркетинг обобщает в себе много других предметов, от этого он становится еще более интересным и развивающим. Для того чтобы понять какой-то маркетинговый инструмент, приходилось учиться самому пониманию нового. Это уникальный по своей сложности предмет.
12	Метод заключается в использовании необычного интеллекта, большого багажа знаний, огромного количества примеров и в общении без превосходства, воспринимая каждого из нас как отдельную личность, прислушиваясь к нашему мнению.	Здесь мы развивали свои личности, учились учиться. За интересные мысли, оригинальные ответы нас поощряли «козырными картами». А победитель конкурса на лучшую курсовую работу получил возможность часового общения с профессором в ресторане за бесплатным обедом.
13	Метод состоит в попытке заинтересовать студента в изучении получаемого материала, а не просто в прочтении курса лекций. Многие преподаватели довольствуются нашим «узнал», тогда как Прокопенко интересовало наше развитие через «узнал — понял — научился». Благодаря этому курсу я стал больше анализировать и просто больше ДУМАТЬ!!!	1. Высоким уровнем организации семинарских занятий, их интересностью и познавательностью. 2. Большим количеством примеров на лекциях. 3. Высокой четкостью и последовательностью выдачи материала. 4. Большим количеством (для меня лично) узнаваемого НОВОГО+ИНТЕРЕСНОГО материала.

Номер анкеты	В чем, по вашему пониманию, состоит метод, применяемый проф. С. А. Прокопенко? Что вам удалось подметить?	Чем отличается курс лекций проф. С. А. Прокопенко от других?
14	Метод состоит в: 1) побуждении к осмыслению жизни; 2) пробуждении интереса к ней (через интересные истории, примеры, слова...); 3) саморазвитии и самовыражении; 4) научении анализу сложившейся ситуации.	На этом предмете преподаватель делился своими достижениями, тем самым стимулировал и нас стремиться выше и дальше.
15	Метод состоит в понятном, доступном и нестандартном изложении лекционного материала с жизненными примерами, развивающими нашу эрудицию и интеллект.	Необычное проведение занятий. Нестандартные домашние задания, например, разобрать по трем уровням товар Олега Митяева. Интересные рассказы о выдающихся людях и путях достижения ими успеха (творчество В. В. Верещагина).
16	Метод состоит в том, чтобы заинтересовать нас в саморазвитии, самосовершенствовании, так как ни один преподаватель не сможет научить нас чему-то без нашего желания и стремления узнавать новое и добиваться успеха.	Отличается необычной манерой преподавания и открытием нового понимания, казалось бы, давно известных всем понятий и явлений. Еще ни один преподаватель не заставлял нас так сильно задуматься о жизненных вопросах. Студенту, конечно, проще выучить лекционный материал и пересказать его на экзамене, но это не ведет к совершенствованию и быстро забывается.
17	Метод состоит в том, чтобы заинтересовать студента в добровольном стремлении к самосовершенствованию, развитию себя любимого как в области маркетинга, так и в экономике в целом.	Курс отличается своей новизной и трудностью, а от этого и большим интересом, который я проявляю к нему.
18	Чтобы увидеть студентов с «беременными пониманием глазами», профессор добивался от ученика не простого конспектирования, а понимания, «переваривания» в голове услышанного.	Это единственный предмет, который проникал внутрь и переворачивал наши представления о рынке, товаре, даже о СЧАСТЬЕ И УСПЕХЕ человека в жизни.
19	Метод состоит в познании себя, своих возможностей, развитии личности, инноваторстве... Манеры преподавателя (жестикаляция, повышение и понижение голоса) заставляют слушать, познавать, усваивать, делать выводы. Это единственный преподаватель, который вызывает такой высокий интерес к своему предмету. Рассказы С. А. Прокопенко о том, где и что он видел, вызывают интерес и стремление к применению.	Курс маркетинга отличается от других... всем! А именно: — особенным преподаванием; — умением четко выделять главное в лекции; — формированием интереса у всех; — интересными примерами; — раздачей студентам «козырных карт» за интересные ответы; — необычным построением занятий.
20	Метод состоит в стремлении открыть и пробудить в нас желание и интерес к анализу всего того, что происходит вокруг нас, в нашей жизни.	Отличается тем, что, выходя из аудитории, обдумываешь и анализируешь прошедшее занятие.
21	Метод состоит в попытке задеть самолюбие студентов и заставить их развиваться. Научить студентов применять полученные знания на практике.	Курс отличается от других: 1) необычным подходом к обучению студентов; 2) прямым диалогом с преподавателем; 3) занятия всегда разные, неординарные и интересные
22	Метод заключается в том, чтобы научить студентов думать и правильно излагать свои мысли. Научить студентов применять полученные знания на практике на протяжении жизни.	Занятия всегда начинались с разговора о том, что мы узнали, что поняли, чему научились за прошедшую неделю, т. е. что мы обрели в интеллектуальной сфере.
23	В попытке заинтересовать учащихся, подтолкнуть к самообучению и развитию.	1. На этом предмете мы работали, думали в ходе лекций, а не просто автоматически писали под

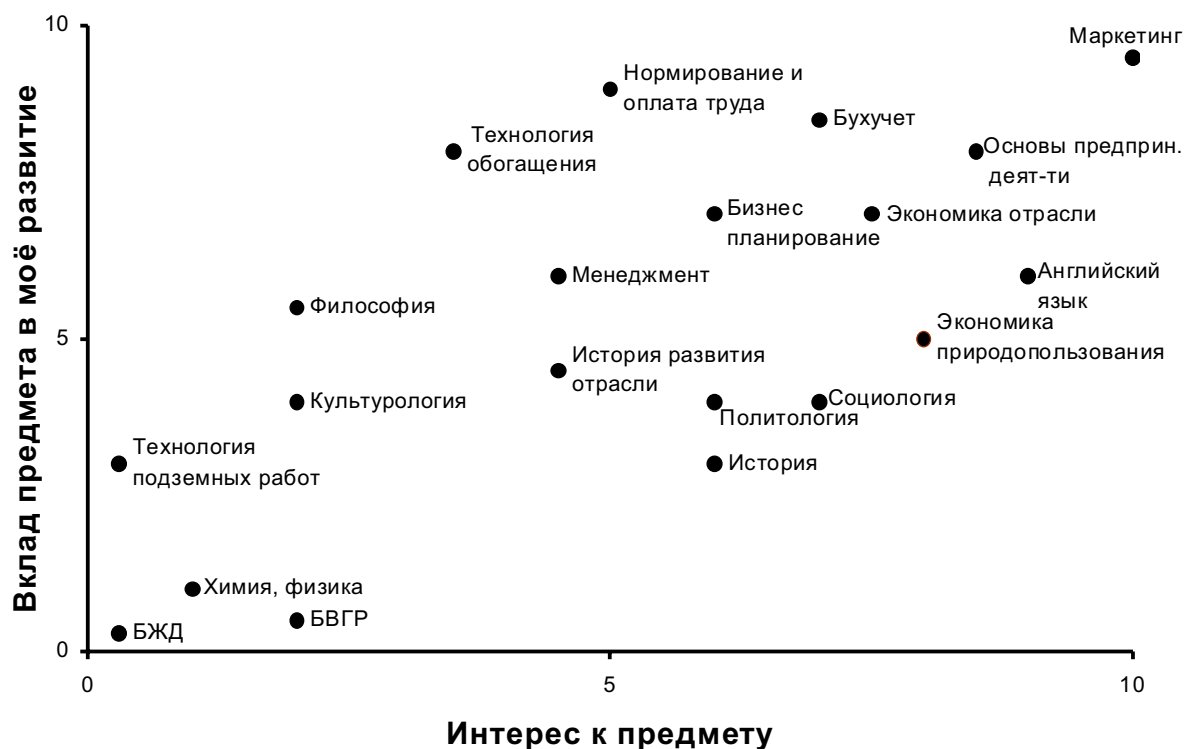
Номер анкеты	В чем, по вашему пониманию, состоит метод, применяемый проф. С. А. Прокопенко? Что вам удалось подметить?	Чем отличается курс лекций проф. С. А. Прокопенко от других?
24	Метод, применяемый С. А. Прокопенко, состоит в том, чтобы научить нас основам маркетинга, правильному донесению своих мыслей, работе в группе, делать правильные выводы из полученной информации, ставить перед собой цели и находить пути к их достижению.	диктовку, как у других преподавателей. 2. Много примеров в лекциях, где указывались жизненные ситуации с применением знаний из маркетинга. Курс отличается от других: — неординарностью; — активной работой студентов; — насыщенностью информацией.
25	По моему пониманию, метод состоит в том, чтобы зажечь в студентах интерес к своему развитию.	Курс «Основы маркетинга» отличается: — необычностью домашних заданий; — эпиграфами к каждой лекции; — написанием студентами и вывешиванием на доске листочков с тем, что мы узнали, что поняли и чему научились за прошедшую неделю и за услышанную лекцию.
26	На первой лекции С. А. Прокопенко сказал, что педагогика для него хобби, и стало понятно, что он будет делать все, чтобы было интересно на его предмете. Он и стремился к тому, чтобы каждый работал, думал, развивался.	Если бы все преподаватели имели такой подход, то и другие предметы стали бы интересными.
27	Метод заключается в том, что теоретическая информация преподносится, будучи подтвержденной практикой, и при этом с необычной философской точки зрения, что воспринимается с большим интересом.	Профессор относился к студенту не как к сосуду, который нужно наполнить, а как к факелу, который нужно зажечь. Часто использовался прием развития студентов через изложение ими обретений по системе: узнал — понял — научился.
28	Профессор стремится, чтобы мы развивались не только в сфере маркетинга, а вообще. Учились мыслить, общаться, научились добиваться успеха и счастья в жизни. В доказательство приводится много примеров.	То, о чем мы говорим на этом предмете, ближе всего к жизни.

Использование студентами предложенного инструмента позиционирования товаров для оценки преподаваемых в вузе дисциплин позволило обучающимся на практике применить полученные знания с позиций потребителя учебных курсов университета и критически оценить их качество. Позиционирование выполнялось в координатах «интерес к предмету — вклад предмета в мое развитие» и показало лидирующие позиции дисциплины «маркетинг» по сравнению с остальными (см. рис.).

Таким образом, **переход от метода традиционного обучения к методу развития студентов позволил существенно повысить качество освоения предмета и их инженерной подготовки**, а также конкурентоспособность продукции вуза на рынке труда.

Эй, вы, задние, делай как я!
Это значит — не надо за мной!
Ни к чему вам моя колея!
Выбирайтесь своей колеей!

В. С. Высоцкий

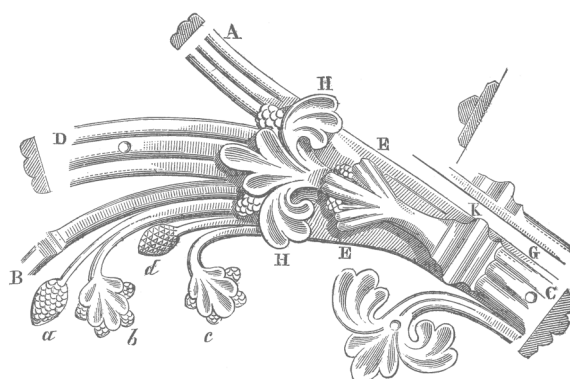


Пример позиционирования предметов, изучаемых студентами специальности «экономист-горняк» в КузГТУ

Литература

1. Кузнецкий край (Кемерово). 2006. № 77, 20 июня. С. 18.
2. Кадры — забота общая // Деловой Кузбасс (Кемерово). 2005. № 4–5. С. 72–78.

3. Корчуганова Н. П. Риелторский бизнес в Кемерове // Авант-Партнер (Кемерово). 2006. № 11(107). С. 7.
4. Сидорова К. А. Куда идут абитуриенты? // Авант-Партнер (Кемерово). 2006. № 25 (121). С. 4.
5. Капица П. Л. Воспитать талант // Знамя. 1988. № 9. С. 208–217.



Н. Н. Морозова, И. М. Фадеева

МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ ЛИЧНОСТИ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УНИВЕРСИТЕТСКОМ КОМПЛЕКСЕ*

N. N. Morozova, I. M. Fadeeva

The model of research references of individuality as base of quality management of research activity in university

The article views the model of research competences required for research work. On the basis of competence and activity approach authors make a differentiation between general (instrumental, interpersonal, personal) and professional (general professional and special) competences of a specialist's individuality. The given competences is being analysed throughout the pre-university, undergraduate and graduate levels of educational system. The model of research competences is regarded as a basis for establishing a quality management system in research activity conducted at a university complex.

В системе высшего образования России, как и в странах Евросоюза, уже давно назрела необходимость получить новое качество образовательных результатов. Эта ситуация связана с невозможностью повышения качества образования за счет экстенсивного роста объема информации, подлежащей усвоению.

В зарубежной и отечественной практике существует довольно много подходов к целям и образовательным результатам. Один из таких современных подходов определяет интегративные качества личности как наиболее значимые результаты образования.

В системах образования многих стран в последние годы наметился переход от «знаниевой» модели обучения, цель которой — основные знания, умения и навыки (ЗУН), к «компетентностной», цель которой — формирование социально и профессионально компетентной личности [1]. В данном контексте усвоение готовых знаний становится не целью, а одним из вспомогательных средств при подготовке специалиста. В современном обществе востребованы такие качества личности, как самостоятельность, критическое мышление, умение творчески решать возникающие проблемы, а также навыки самообразования и самообеспечения. Уровень образования человека при этом определяется сложностью проблем, решаемых им на практике. Поэтому

образование с позиций компетентностного подхода — это формирование опыта, направленного на решение значимых для личности проблем с использованием имеющихся в культуре общества достижений и осмысления собственного опыта обучаемых [2].

Компетентностный подход не является новым для российского образования. Ориентация на освоение обобщенных способов деятельности была ведущей в работах отечественных педагогов, таких как И. Я. Лернер, В. В. Краевский, М. Н. Скаткин, П. Г. Щедровицкий и их последователей. Однако данная ориентация практически не использовалась при разработке государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования, типовых учебных программ, систем контроля и т. д. По мнению В. И. Байденко, подобная жесткая ориентация на результаты «сужает миссию высшего образования, его этическую и духовную функции, его нацеленность на развитие личности, сохранение, наследование и развитие ценностного «ядра нации» [3, с. 29].

Для разделения общего и индивидуального в содержании компетентностного образования используют понятия «компетенция» и «компетентность». Компетенция понимается как совокупность взаимосвязанных качеств личности, заданных по отношению к определенному кругу пред-

* Статья поддержана аналитической ведомственной программой «Развитие научного потенциала высшей школы (2006–2008 гг.)», проект РНП 2.2.2.4.3068.

© Н. Н. Морозова, И. М. Фадеева, 2007

метов или процессов и необходимых, чтобы качественно и продуктивно действовать по отношению к ним; компетентность определяется как владение человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности [4]. Таким образом, компетенции выступают как цели образовательного процесса, а компетентность как результат, совокупность личностных качеств специалиста.

Компетентностный подход позволяет создать сквозную модель специалиста, согласующую между собой интересы личности и общества и позволяющую построить систему опережающей трансляции требований рынка труда и запросов социума в образовательное пространство. Только путем непрерывной корректировки выраженного в понятиях компетенций образа специалиста и трансляции этой коррекции через систему критериев в виде цели для сферы образования можно «приучить» структуры образования к постоянному обновлению и самосовершенствованию, сама эта трансляция должна осуществляться через систему государственных образовательных стандартов [3]. Специалисты указывают, что в условиях глобализации и возрастающей подвижности квалификационных характеристик не профессиональные навыки, а базовые и социальные компетенции выходят на первый план: умение личности самостоятельно выстраивать свой жизненный путь в противоречивом, многополюсном, постоянно меняющемся мире.

Механизм формирования компетентности в университетском комплексе есть последовательное достижение человеком более высокого уровня развития в процессе движения по следующим уровням: довузовскому, вузовскому и послевузовскому. Причем интеграция в рамках университетского комплекса предполагает, что компетенции будут формироваться и в научно-исследовательской деятельности как части процесса подготовки специалиста с высшим образованием.

Довузовский уровень формирования и развития компетенций предполагает достижение элементарной и функциональной грамотности, когда на доступном минимально необходимом уровне формируются первоначальные знания, мировоззрение и определенные модели поведения, необходимые для последующего профессионального образования. На этом уровне предполагается овладение наиболее общими способами деятельности (в том числе научно-исследовательской), направленными на познание и

преобразование тех или иных объектов действительности.

На вузовском уровне ставится задача формирования на базе общего образования таких компетенций, которые позволяют человеку наиболее полно и продуктивно реализовать себя в конкретных видах профессионально-трудовой деятельности, соответствующих общественно необходимому разделению труда и рыночным механизмам стимулирования наиболее эффективного и конкурентоспособного функционирования работника той или иной квалификации и профиля. Предполагается ориентация на применение и организацию знания, на стратегию повышения гибкости в пользу расширения возможностей трудоустройства и диапазона выполняемых задач, бесконечное разнообразие профессиональных и жизненных ситуаций. Достижение вышеобозначенных целей возможно при постановке в приоритетное положение междисциплинарно-интегрированных требований к результатам образовательного процесса.

На послевузовском уровне развития компетенций происходит переход к свободному научному поиску с опорой на имеющуюся базу компетенций, сформированную на основе общего и профессионального образования. Предполагается овладение культурой научного поиска и получения научных результатов, где соблюдаются этические нормы профессионального поведения, происходит адекватная оценка своего личного участия в развитии науки и общества в целом, вносится вклад в непрерывный социокультурный процесс на микро-, мезо-, макро- и мегауровнях. Здесь должно происходить формирование индивидуального менталитета личности — устойчивых, глубинных основ мировоззрения, ценностных структур и поведенческих моделей, которые придают личности ученого свойства уникальной неповторимости в сочетании с открытостью для непрерывного обогащения собственных ментальных характеристик и способностей к всесторонней самореализации.

Компетентностная модель специалиста представляет собой описание присущего ему набора компетенций. Ниже мы предлагаем модель исследовательских компетенций, которые необходимы для научно-исследовательской работы в процессе подготовки специалиста с высшим образованием и дальнейшей научной деятельности. Для этого целесообразно выделить общие и профессиональные компетенции специалиста-исследователя.

К общим компетенциям (базовым, ключе-

вым, универсальным и др.) специалисты относят способности, основанные на знаниях, опыте, ценностях, склонностях, которые приобретаются во всех типах образовательной практики; владение методологией и терминологией из отдельных областей знаний и др. Общие компетенции, необходимые для профессиональной и научной деятельности, мы подразделяем на инструментальные, межличностные и личностные.

Под инструментальными компетенциями (имеющими инструментальную функцию) понимают когнитивные способности, т. е. восприятие и использование идей и мыслей; методологические способности — организация времени, принятие решений, выбор стратегии учебы и т. д.; технологические навыки (включая использование различных технических средств и работу с компьютером); лингвистические навыки.

Рассматривая инструментальные компетенции в исследовательской деятельности с точки зрения деятельностного подхода, в котором исходным методом изучения психики выступает анализ преобразований психического отражения личности в процессе деятельности, мы подразделяем их на следующие группы:

- компетенции в приобретении знаний;
- компетенции в предвидении результатов, построении гипотезы;
- компетенции в выборе оптимальных путей решения проблемы и их реализации;
- компетенции в критическом оценивании и объяснении полученных результатов.

Учитывая непрерывность и преемственность процесса образования, интеграцию высшего образования и научно-исследовательской работы, считаем целесообразным развести исследовательские компетенции по разным уровням системы образования. В табл. 1 отражены исследовательские компетенции, являющиеся, на наш взгляд, базовыми, универсальными для специалистов любого профиля подготовки.

Одним из интегральных компонентов среди базовых инструментальных компетенций выступает информационная компетентность. Ее содержание включает в себя владение конкретными навыками по использованию различных технических устройств и компьютерных технологий, умение извлекать информацию из различных источников, представлять ее в обобщенном виде и эффективно использовать; развитие умений аналитической переработки информации; знание особенностей информационных потоков в своей предметной области и т. д.

Понятие «информационная компетентность» неправомерно отождествлять с понятием «информационная грамотность». Информационная грамотность определяется как умение будущего специалиста идентифицировать вид необходимой информации, произвести ее поиск, осуществить ее отбор и анализ, эффективно использовать в профессиональной деятельности [5]. Таким образом, понятие информационной грамотности охватывает технологическую сторону работы с информацией, а выбор технологий работы во многом определяется имеющимися техническими средствами. Знания и умения работы с современной компьютерной техникой часто определяют как компьютерную грамотность (техническая сторона работы). Но основное отличие грамотности от компетентности, на наш взгляд, в том, что грамотный человек владеет знаниями, а компетентный — реально и эффективно может (готов) использовать знания в решении практических задач.

Хотя из содержания информационной компетентности видна необходимость ее формирования для решения различных проблем повседневной и профессиональной деятельности, социальной жизни, однако имеется еще несколько свойств, определяющих данную компетентность как ключевую.

Информационная компетенция многопланова, т. е. для выработки соответствующих способностей требуется значительное интеллектуальное развитие, проявление таких качеств, как абстрактное мышление, алгоритмическое мышление, саморефлексия, определение собственной позиции и т. д. (например, выбор значимой информации требует развития таких личных качеств, как самостоятельность и критичность). Необходимы различные типы действий: умение действовать автономно, использовать интерактивные режимы, входить в различные социальные группы и функционировать в них. Следует также подчеркнуть ее полифункциональный характер: формирование информационной компетентности является одной из целей образования, но в то же время это ведущее средство процесса обучения.

Так как информационная компетентность является ключевой, т. е. формирование происходит на всех уровнях образования, при этом должны выполняться принципы непрерывности и преемственности. Важно выяснить, какие компетенции будут формироваться на каждом этапе образования. То есть необходимо проектирование ключевых, межпредметных и предметных