

РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКИХ ИДЕЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Ржеутский Л.Я.

Учреждение образования

«Военная академия Республики Беларусь»

В наше время так мало того, что может удивить. Постоянно обсуждаются идеи о реформе в системе образования, активно используются в образовательном процессе информационно-телекоммуникационные технологии, исследуется педагогический опыт. Внедряются инновации, о которых раньше можно было бы предположить лишь с позиции фантастики. На прошедшем II съезде ученых Республики Беларусь (12-13 декабря 2017 г.), который стал итоговым мероприятием Года науки, каким был 2017 год, о внедрении ИТТ было отчетливо сказано очень многими, в том числе и Президентом Республики Беларусь.

Мир меняется, также становятся другими, как обучаемые, так и обучающие. Сейчас мало просто преподнести учебный материал и затем проконтролировать его усвоение. Нужно сделать так, чтобы у ученика (студента, курсанта, слушателя и т.д.) он вызвал интерес, сомнения, а может даже смех и, главное, желание постижения нового! Такой эффект можно достичь, используя творческие идеи в образовательном процессе.

Казалось бы, о чем здесь можно говорить? Учреждения образования на своей базе организуют «дни открытых дверей», дают рекламные блоки в СМИ, проводят конференции, в том числе и международные, издают рекламные буклеты и т.д. Эта деятельность может показаться первоначально достаточной в отношении предполагаемых обучаемых и штата сотрудников учреждения образования. Вероятно, настало время, когда «творческий подход» необходимо персонифицировать. Например, как вариант, в рекламном ролике учреждения образования использовать поэтапное качественное становление специалиста: первый курс (не опытный, «неоперившийся птенец»); ближе к выпуску – увлеченный студент (курсант, слушатель, магистрант и т.д.) (далее – слушатель); затем выпускник – подготовленный, устремленный в будущее, специалист; в итоге – профессионал – патриот и опора страны.

Реализацией творческих идей (далее – креативом) в образовательном процессе, применительно к подготовке будущих офицерских кадров (слушателей) может являться не только еженедельный выпуск тематических передач (например, «Арсенал»), не прерываемых креативными рекламными роликами и др., но и преподнесение в СМИ, особенно по телевидению и, главное, в Интернете, происходящих именно позитивных процессов. Современная подача материала привлечет дополнительное количество будущих абитуриентов.

Как вариант, в контексте творческого подхода, могут послужить публикации не только в военной прессе, электронных СМИ материалов, подобных циклу специальных репортажей: «Вкус армейского хлеба» (Белорусская военная газета – далее БВГ, 17.12.2017 № 216; 06.12.2017 №229; 20.12.2017 № 239), где специальный корреспондент государственного учреждения «Военное информационное агентство Вооруженных Сил Республики Беларусь «Ваяр» (далее – «Ваяр») Артур Григорян (выпускник военного факультета БГУ) «внедрился в ряды призывников». Замечательным примером креативной подачи материала в СМИ может являться цикл репортажей спецкора «Ваяра» Вадима Опарина, который стал лауреатом конкурса Белорусского союза журналистов «Дебют – 2017» в номинации «Лучший фотокорреспондент, видео оператор, дизайнер (художник)» (БВГ, 16.12.2017 № 237).

Креативным подходом может стать не только цикл передач по телевидению, наподобие: «Как телерепортеры несколько дней провели в армии», и, как вариант, «Несколько дней в курсантской среде» (для абитуриентов), «Материнский взгляд» (рассказ матери курсанта младшего курса об обучении в высшем военном учебном заведении (далее – ввузе) её сына), «Отцовские наставления» (рассказ отца курсанта о мероприятиях боевой подготовки, проводимых в ввузе) и т.д. Эти материалы будут интересны, познавательны, позволят руководству ввуза оперативно реагировать на «выявленные недочеты», главное, в высокой степени вызовут интерес непосредственно к самому высшему военному учебному заведению. Бренд ввуза значимо повлияет на «выпускаемую продукцию» – профессионалов, патриотов, защитников Отечества.

Автору представляется возможным и необходимым создание интересных брендов по конкретным специальностям, основанным на

реальных примерах. Создание анимационных фильмов, в целях дальнейшего их использования в образовательном процессе, для детей дошкольного и школьного возраста также будет полезным («Десантник Степочкин»). «Десантник Степочкин – вымышленный персонаж мультипликационной дилогии Тимура Курбаналиева, подросток, самовольно призванный в Воздушно-десантные войска, тайком от мамы и работников военкомата» (www.ru.wikipedia.org/wiki...).

Особое место занимает креативная подача учебного материала преподавателями. Ни для кого не секрет, что преподаватели обладающей харизмой, вызывающие интерес, как в себе, так и к преподаваемому материалу, использующие нестандартные подходы, надолго не только «врезаются в память», но и вызывают стойкое желание (побуждение) к познанию, что, несомненно, ставит образовательный процесс на более высокий уровень. У автора этой статьи несомненным примером, в том числе и для подражания, являлся преподаватель Минского СВУ Пётр Яковлевич Погребной. На его занятиях был не только очень качественно преподаваемый учебный материал, но и «незначительные по времени» дополнения: песни под гитару, декламация стихов, небольшие театральные зарисовки, некоторые физические упражнения и т.д. Его занятия, всегда разные, неповторимые, интересные, поучительные, глубинные оставили след в душах очень многих его учеников.

Дизайнерским креативом в образовательном процессе может явиться не только специально оборудованная интерактивная аудитория. Как вариант, это аудитория, оснащенная компьютерами с возможностью выхода в Интернет не только на правительственные, познавательные, учебные порталы и сайты, но и возможностью через определенные технологии (Скайп) проводить сеансы видеоконференций с другими вузами, должностными лицами, профессорско-преподавательским составом и т.д. Подобная технология (видеоконференцсвязь) уже активно применяется в руководстве Министерства обороны Республики Беларусь. Данная технология, в рамках образовательного процесса, позволит получать конкретную информацию от первых лиц по важным вопросам и не находиться в отрыве от реальной жизни.

Креативной сюжетной линией в образовательном процессе может являться создание фильмов, небольшого формата, об учебном заведении, факультетах этого вуза, специальностях, некоторых

достижениях и т.д. Здесь показательным примером может являться опыт учреждения образования «Военная академия Республики Беларусь».

С помощью Военной студии телевидения был создан замечательный фильм об этом учреждении, который креативен и показателен. Подобный опыт есть и у других вузов.

Стереотип в образовательном процессе по подготовке офицера-патриота – это создание образа непререкаемого защитника Отечества, профессионала, надежного человека, опоры государства.

Креатив (всё-таки – творчество) может и должен (многие проявления уже имеют место) стать составляющей в образовательном процессе во благо нашей Республики Беларусь. В нашей стране это понимают.