

УДК 811.161.1

Д. А. Уланова,

филологический факультет,

Омский государственный педагогический университет

Научный руководитель: канд. филол. наук, доц. Ю. Ю. Литвиненко

Региональный бренд как способ повышения познавательной активности учащихся

Аннотация. В статье рассматривается понятие «региональный бренд», актуальность его включения в обучение русскому языку в школе. Представлены примеры заданий на основе регионального компонента. Сделаны выводы об эффективности и результативности такого подхода на уроках.

Ключевые слова: система образования, региональный компонент, познавательная активность, бренд региона, межпредметные связи.

Современная система образования ориентируется на новые федеральные государственные образовательные стандарты. Эти стандарты не просто задают идеал образованности, но и учитывают возможности как самих учащихся, так и образовательной системы в целом для его достижения. Фундаментом для реализации этих стандартов служит учебный план, традиционно включающий три основные составляющие: федеральный компонент, гарантирующий единство образовательного пространства страны и интеграцию личности в мировую культуру; национально-региональный (или просто региональный) компонент, призванный отражать уникальные особенности и удовлетворять культурно-образовательные запросы народов и регионов России; и компонент самой образовательной организации (школьный).

Также одним из самых важных аспектов в современном образовании является познавательная активность учащихся. В соответствии со словарным определением, познавательная активность — «это деятельностное состояние личности, которое характеризуется стремлением к учению, умственному напряжению и проявлению волевых усилий в процессе овладения знаниями» [4, с. 58]. Отсюда следует, что роль учителя в повышении познавательной активности немаловажна. Он должен направлять ученика, строить урок так, чтобы мотивация и активность учащихся повышалась.

В контексте этих изменений, особенно при преподавании русского языка и литературы, всё более очевидной становится значимость и востребованность активного использования регионального компонента.

«Региональный компонент представляет собой последовательное и систематическое включение местного языкового материала в образовательный курс русского языка» [3, с. 83].

Внедрение регионального компонента в учебные программы по русскому языку, как на базовом, так и на дополнительном уровне, сегодня воспринимается как актуальная и общественно значимая задача. Его изучение в школе служит важным мостом, соединяющим теорию обучения с реальной жизнью учащихся. Этот подход играет ключевую роль в формировании культуры межнационального общения, воспитании истинного патриотизма, толерантности и миролюбия, а также открывает детям богатство национальной среды.

Интеграция регионального компонента с содержанием других учебных предметов представляет собой эффективный путь к повышению результативности урока. Такой подход позволяет органично сочетать три основные образовательные цели: обучающую, развивающую и воспитательную. Межпредметные связи, построенные на региональном материале, не только активизируют мыслительную деятельность школьников, но и пробуждают глубокий, искренний интерес к истории родного города или села, происхождению названий улиц, географических объектов, фамилий и имен земляков. Включение такого материала делает уроки живыми и захватывающими, значительно повышая их учебный и воспитательный эффект.

Цель использования регионального материала — «это формирование целостных знаний о родном крае, развитие творческих и исследовательских умений, воспитание любви и уважения

к историческому и литературному наследию родного края» [2, с. 28].

Если говорить про региональный компонент в более широком смысле, то под ним подразумевается бренд региона/региональный бренд. Понятие «бренд региона» включает в себя узнаваемые символы, образы, исторические события, выдающихся личностей, культурные явления, уникальные природные объекты и даже специфические элементы городского или сельского ландшафта. «Иными словами, бренд региона — это его своеобразная визитная карточка, вызывающая в сознании человека устойчивые ассоциации, отражающие связь между предметом (продуктом, услугой, достопримечательностью, персоной и т. д.) и географическим пространством (территорией), которое служит естественным местом существования этого предмета» [1, с. 13]. В контексте Омска и Омской области «омский бренд» — это совокупность всего, что ассоциируется с нашим городом и регионом.

Омский регион обладает уникальным культурно-историческим и языковым потенциалом. Однако в методике обучения русскому языку в школе этот материал зачастую остается невостребованным, несмотря на его высокую воспитательную и познавательную ценность.

Внедрение омского бренда в методику преподавания позволит сделать обучение более близким и понятным учащимся, усилит мотивацию к изучению предмета, будет способствовать сохранению региональной культуры. Это особенно важно в современных условиях, когда необходимо не только обучать грамотной устной и письменной речи, но и формировать у школьников уважение к языковому и культурному наследию своего края.

Для наглядного примера представим несколько заданий на основе бренда «Авангард»:

1. Морфемика и словообразование. Морфемный разбор: разберите по составу слова, связанные с темой хоккея и ХК «Авангард»: хоккеист, вратарский, тренировка, болельщик, предсезонный, омский, ледовый.

2. Лексика и фразеология. Этимологическая справка: подготовьте сообщение об этимологии нескольких хоккейных терминов (например, хоккей, пас, гол, снайпер, плей-офф).

3. Морфология. Работа с аббревиатурами: расшифруйте и запишите полные названия аббревиатур, встречающихся в спортивном контексте (например, КХЛ, МХЛ, НХЛ, ХК, СКА, ЦСКА). Объясните правила их написания.

Эти задания направлены на усвоение различных разделов языкознания, а также на развитие ключевых компетенций учащихся: языковой, лингвистической, коммуникативной и социокультурной. Задания могут быть как небольшими, используемыми в качестве иллюстративного или тренировочного материала при изучении конкретных тем, так и более объемными, лежащими в основе целых уроков, серий уроков или внеурочных проектов.

Естественно, «работа с региональными материалами мыслится только как компонент сложной многоаспектной деятельности учителя, она не должна и не может вытеснить из урока тематически разнообразные материалы, иллюстрирующие вечные общечеловеческие ценности вне их этногеографической определенности» [5, с. 59].

Таким образом, из всего выше сказанного можно сделать вывод о том, что внедрение регионального бренда в обучение русскому языку в школе может способствовать повышению не только познавательной активности учащихся, как одного из важных аспектов обучения, но и множеству других необходимых составляющих современного образования, таких как мотивация, патриотизм, уважение к языковому и культурному наследию своего края.

1. Виданов Е. Ю. Формирование регионального бренда в процессе обучения русскому языку как иностранному // Филологический аспект : междунар. науч.-практ. журнал. Сер. : Методика преподавания языка и литературы. — 2023. — № 6 (23). — С. 12–19.

2. Горникова О. В., Искуечева Г. А. Использование национально-регионального компонента на уроках русского языка // Образовательный альманах. — 2023. — № 5 (67). — С. 28–30.

3. Каурова Ю. Ф., Пономарёва Л. Д. Реализация регионального компонента в современной системе обучения русскому языку // COLLOQUIUM-JOURNAL. — 2019. — № 25–5 (49). — С. 82–84.

4. Лучникова Е. В. Формирование познавательной активности учащихся на современном уроке // Вестн. Перм. гос. гуманитар.-пед. ун-та. Сер. № 1. Психол. и педагог. науки. — 2018. — № 2. — С. 57–62.

5. Сопоева Н. Х. Интеграция как одна из основных форм реализации национально-регионального компонента в обучении младших школьников // Вестн. Севе.-Осетин. гос. ун-та им. К. Л. Хетагурова. — 2013. — № 2. — С. 52–59.