

тей – на кончиках их пальцев. От пальцев, образно говоря, идут тончайшие нити – ручейки, которые питают источник творческой мысли. Другими словами, чем больше мастерства в детской руке, тем умнее ребенок» (В. А. Сухомлинский).

Декоративно-прикладное творчество позволяет развивать у младших школьников эмоционально-ценностное отношение к явлениям национального искусства, положительное восприятие произведений художественной культуры разных народов; на основе этнопедагогического потенциала народного декоративно-прикладного искусства формируются ценностно-смысловые ориентиры.

1. Борзенков, В. Г. Жизнь и ценности. К обоснованию современного натурализма / В. Г. Борзенков // Жизнь как ценность / отв. ред. Л. И. Фесенкова. – М., 2000. – С. 52.

2. Комарова, Т. С. Народное искусство в воспитании детей: для пед. дошк. учреждений, учителей нач. кл., рук. худож. студий / Т. С. Комарова, Т. А. Ратанова, Г. В. Быховец ; под ред. Т. С. Комаровой. – М., 2000. – С. 255.

3. Концепция учебного предмета «Изобразительное искусство» // Маст. адукацыя і культура. – 2009. – № 3. – С. 4–8.

4. Лапіна, С. В. Культура Беларусі ў сусветнай прасторы і гістарычным часе : вучэб. дапам. / С. В. Лапіна, А. А. Жарыкава. – Мінск, 2000. – С. 42.

5. Мясищев, В. Н. Основные проблемы и современное состояние психологии отношений / В. Н. Мясищев // Психологическая наука в СССР : в 2 т. – М., 1960. – Т. 2. – С. 110–125.

## **ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ КОПИРАЙТИНГА»**

**Ж. Е. Белокурская,**

*кандидат филологических наук, доцент*

*Белорусского государственного университета культуры и искусств*

Обеспечение качества образования на основе соответствия перспективным потребностям личности, общества и государства является главной задачей образовательной политики Республики Беларусь на современном этапе развития социума.

Формирование личности, способной к реализации своих возможностей, социально устойчивой и одновременно мобильной,

адаптирующей, творческой, способной вырабатывать и изменять собственную стратегию в новых экономических условиях, – важная составляющая учебно-воспитательного процесса учреждений образования в целом и учреждений образования культурно-гуманитарного профиля в частности.

В рыночных условиях, которые начинают активно проявляться в Беларуси, возникает необходимость изменения отношений между производителями и потребителями во всех сферах деятельности, в том числе в сфере культуры. В этом контексте профориентационная работа в учреждениях высшего образования приобретает особое значение и становится важнейшей функцией образовательного и воспитательного процессов.

В настоящее время в Белорусском государственном университете культуры и искусств на кафедре межкультурных коммуникаций сложилась устойчивая система профессионального сопровождения студентов, которая представлена комплексом педагогических средств, психологических и организационно-методических процедур, которые позволяют актуализировать ситуацию самоопределения студентов и обеспечить их сознательно-творческую позицию в процессе прохождения необходимых ступеней профессионального становления.

Следует отметить ту особенность, что данное учреждение культуры выбирают те абитуриенты, у которых профессиональное самоопределение фактически состоялось и проявляется в достаточной степени сознательном выборе профессии и связанной с ней системы жизненных ценностей. Комплекс дисциплин, представленных в учебных планах кафедры, дает возможность трансформации представлений о профессии в активно-субъектную позицию, направленную на овладение профессиональной компетентностью, а впоследствии – в профессиональную направленность как личностное качество специалиста.

Система профессиональной социализации, которая сложилась на кафедре, включает в качестве необходимого компонента формирования профессионального самоопределения на протяжении всего периода обучения преемственность, т. е. последовательность ключевых ситуаций, ведущих к рефлексии студентом образа «Я в профессии» (например, при проведении на

первом курсе конкурса «Рекламный Олимп»), а также имитационно-игровые и проектные педагогические приемы, производственные и преддипломные практики, научные студенческие конференции и т. д. В результате более половины студентов очной формы обучения, начиная уже с первого и второго курсов, и около 80 % студентов-заочников работают по специальности.

Особое место в профессиональной ориентации занимают специальные дисциплины, в том числе «Технологии копирайтинга», основной целью которых является обучение студентов написанию текстов информационного, коммерческого и рекламного характера. Этот предмет введен в программу в 2016/17 учебном году для студентов третьего курса, обучающихся по специальности «Культурология», направления специализации «Культурология» и «Менеджмент рекламы и общественных связей», и входит в общепрофильный цикл подготовки специалистов культурологов-менеджеров. Он углубляет полученные знания в таких дисциплинах, как «Современные технологии рекламы и связей с общественностью», «Основы связей с общественностью», «Современный русский язык».

Курс включает 10 лекционных часов, 30 часов отведены на практические и семинарские занятия, 32 часа – на лабораторные занятия, 4 часа – на КСР. Таким образом, курс является практически ориентированным на углубление профилирующих знаний, необходимых специалистам по рекламе.

Важность словесного оформления рекламного обращения как основы большинства современных рекламных стратегий определяет значимость дисциплины в повышении общекультурного уровня речевых сообщений, в формировании у студентов умений синтезировать грамматические конструкции на базе предварительного анализа языкового материала в конкретной рекламной коммуникации.

Курс ставит целью дать студентам знания об основных направлениях копирайтинга, сформировать навыки стилистически оправданного вербального обеспечения маркетинговых коммуникаций.

Несмотря на то, что в настоящее время дисциплина «Технологии копирайтинга» входит в число учебных дисциплин многих российских высших учебных заведений культуры и ис-

кусств, адаптация ее в условиях нашего вуза является достаточно сложной задачей и предполагает использование новых образовательных технологий: деловых игр, тренингов, презентаций, видеодемонстраций, дискуссий и т. п. Особый акцент, как мы считаем, нужно делать на включении в содержание практических, семинарских, лабораторных занятий, а также в тексты лекций белорусского материала.

Эффективность занятий возрастает, если в них принимают участие практики-профессионалы. Так, на практическое занятие «Вербальные и визуальные компоненты рекламного текста» была приглашена журналист газеты «Комсомольская правда» Надежда Белохвостик – автор цикла статей «Шедевры Третьяковской галереи» и других культуроведческих публикаций.

Такие деловые встречи не только повышают содержательный уровень занятия, но и дают реальный пример использования знаний на практике, расширяют возможности будущего трудоустройства выпускника творческого вуза.

Система профориентационной работы в процессе преподавания дисциплины «Технологии копирайтинга» является частью воспитательной работы и включает профессиональное просвещение, социально-профессиональную адаптацию, профессиональное воспитание, профессиональное консультирование, оказание индивидуальной помощи.

Таким образом, учебная дисциплина «Технологии копирайтинга» предоставляет широкие возможности и для целенаправленного формирования ценностных ориентаций студентов, способствует выработке активной гражданской позиции, поскольку содержание лучших рекламных текстов и текстов статей культуроведческого профиля становится предметом обсуждения и оценки, когда студенты являются не только потребителями информации, но и участвуют в продуктивной деятельности по осмыслению основных понятий дисциплины, в том числе и нравственно-этического характера.

Последовательная интеграция учебной и воспитательной работы на занятиях является основной целью учебной дисциплины «Технологии копирайтинга».

---

1. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка / И. Б. Голуб. – М. : Рольф, Айрис-Пресс, 1997. – 448 с.

2. *Парабеллум, А. 77 секретов копирайтинга. Тексты, которые продают* / А. Парабеллум. – СПб. : Питер, 2013. – 112 с.

3. *Слободянюк, Э. П. Настольная книга копирайтера* / Э. П. Слободянюк. – М. : Вершина, 2008. – 250 с.

4. *Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие* / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2009. – 528 с.

## **АРТ-ДИЗАЙН: НА ГРАНИ ИСКУССТВА И ДИЗАЙНА**

***Л. В. Березкина,***

*кандидат философских наук, доцент*

*Белорусской государственной академии искусств*

Дизайн как предметное творчество междисциплинарен и представляет собой яркую область интеграции знаний. В современном мире, постоянно усложняясь под влиянием меняющихся исторически обусловленных процессов, дизайн тесно взаимодействует с такими отраслями науки, как социология, культурология, эргономика, психология, отраслями рекламы и маркетинга. Изначально классический дизайн имел своим главным объектом проектирования промышленную продукцию. Термин «промышленный дизайн» был утвержден решением Первой генеральной ассамблеи Международного совета организаций промышленного дизайна (ICSID – International Council of Societies of Industrial Design) в 1959 г. Термин «дизайн» является профессиональным сокращением термина «промышленный дизайн», который раскрывался как проектная художественно-техническая деятельность по разработке промышленных изделий с высокими потребительскими свойствами и эстетическими качествами по формированию гармоничной предметной среды жилой, производственной и социально-культурной сфер.

В начале XXI в. дизайн превратился в глобальное явление постиндустриального общества, охватившее новые области проектной практики, что, естественно, сопровождалось специализацией проектировщиков. Сейчас перечень основных видов современного проектного дизайнерского творчества, выделяемых исследователями, представляет собой внушительный