

Следовательно, можно утверждать, что культурное наследие народа вместе с национальным социально-экономическим окружением создают базис для существенных различий в стилях рекламы. Рекламотворчество белорусских агентств все чаще использует результаты рекламных исследований национального рынка и его потребителей, опираясь на традиции национальной культуры и культурно-исторические ценности белорусов.

1. Ученова, В. В. История рекламы: Детство и отрочество / В. В. Ученова, Н. В. Старых. – М. : Смысл, 1994. – 96 с.

2. Федорова, Л. Н. Реклама в социоинформационном пространстве: социологические эссе / Л. Н. Федорова. – М. : Моск. рекл. обозрение, 1996. – 106 с.

3. Цітоў, В. С. Этнаграфічная спадчына. Беларусь: краіна і людзі / В. С. Цітоў. – 2-е выд. – Мінск : Беларусь, 2001. – 208 с.

ФАРМІРАВАННЕ І РАЗВІЦЦЁ КАШТОЎНАСНЫХ АДНОСІН СТУДЭНЦКАЙ МОЛАДЗІ ДА СВАЁЙ МАЛОЙ РАДЗІМЫ

В. М. Белакурскі,

*кандыдат філасофскіх навук, дацэнт,
дацэнт кафедры філасофіі і метадалогіі гуманітарных навук
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў;*

Ж. Я. Белакурская,

*кандыдат філалагічных навук, дацэнт,
дацэнт кафедры міжкультурных камунікацый
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў*

Праблема каштоўнасцей разглядалася яшчэ ў часы антычнасці. Геракліт, Платон, Арыстоцель, Сенэка, Цыцэрон былі першымі сярод тых, хто спрабаваў асэнсаваць «каштоўнас-

ныя» рысы характару чалавека, нарматыўнасць яго паводзін, сэнс і каштоўнасць грамадскага жыцця, а таксама сацыяльных ідэалаў. Тэарэтычны аналіз каштоўнасцей, пошук іх крыніц, пабудова класіфікацый адбываюцца ўжо ў Новы час і прыводзяць да адасаблення аксіялогіі як самастойнай галіны філасофскіх ведаў. У еўрапейскай філасофскай думцы, з аднаго боку, адбываецца рацыяналізацыя паняцця каштоўнасці (І. Кант, В. Дыльтэй, В. Віндэльбанд, Г. Рыкерт, Г. Коген і інш.), з другога – развіваецца пазарацыянальнае вучэнне аб каштоўнасці як бессвядомым валявым феномене (А. Шапенгаўэр, Ф. Ніцшэ).

У савецкі перыяд развіцця філасофіі быў унесены значны ўклад у даследаванне лагічнага зместу паняцця каштоўнасці (А. Івін, С. Анісімаў, В. Васіленка, М. Каган і інш.), этыка-эстэтычнай ролі каштоўнасцей (В. Тугарынаў, А. Драбніцкі, А. Гусейнаў і інш.). Аналіз духоўных і сэнсажыццёвых каштоўнасцей праводзіўся ў працах А. Гурэвіча і М. Баргі. Прыкметна, што інтарэсы даследчыкаў былі звязаны як з лагічным аналізам паняцця каштоўнасці, так і з вывучэннем ролі каштоўнасцей у дынаміцы грамадства. Так, у манаграфіях В. Сцёпіна, Г. Выжляцова і Ю. Шрэйдэра развіваецца паняцце каштоўнасцей як сацыякультурных феноменаў свядомасці і грамадскай жыццядзейнасці [3; 1; 4].

Праблема вывучэння каштоўнасных арыентацый з’яўляецца адной з самых актуальных у сучасным грамадстве. Сёння прыярытэты дзяржаўнай палітыкі Рэспублікі Беларусь у адносінах да моладзі ляжаць у напрамку стварэння спрыяльных умоў па фарміраванню маральных і культурных каштоўнасцей, што абумоўлена тымі дынамічнымі зменамі, якія адбываюцца ў сацыяльнай і духоўнай сферах соцыуму.

Сістэма адукацыі як сацыяльны інстытут заклікана захоўваць і памнажаць культурныя каштоўнасці, фарміраваць культурнае асяроддзе і культурныя эталоны. Значная роля ў гэтым працэсе належыць вну культуры, выпускнікі якіх за-

кліканы быць не толькі захавальнікамі духоўнага і творчага патэнцыялу роднай культуры, але і адказнымі носьбітамі і транслятарамі культурных каштоўнасцей.

Асаблівую ўвагу навукоўцаў выклікае сёння праблема каштоўнасных адносін моладзі да сваёй малой радзімы. Фарміраванне грамадзянскай ідэнтычнасці, выхаванне патрыятычнай асобы ў сучаснай навучальнай установе немагчыма без далучэння кожнага студэнта да яе гісторыі, культуры, а таксама традыцый. Адзначым, што гэта праблема даволі грунтоўна закранаецца ў шэрагу прац даследчыкаў Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў (М. А. Мажэйка, А. І. Смолік, В. Р. Языковіч, М. А. Бяспалая, В. П. Пракапцова і інш.).

У псіхалага-педагагічным слоўніку каштоўнасныя адносіны разглядаюцца як суб'ектыўнае адлюстраванне аб'ектыўнай рэчаіснасці, дзе аб'ектам каштоўнасных адносін выступаюць значныя для індывіда прадметы і з'явы. Такім чынам, каштоўнасць трактуецца ў кантэксце значнасці таго ці іншага прадмета, з'явы для суб'екта, звязаных з яго асэнсаванымі ці неассэнсаванымі патрэбамі, выказанымі як інтарэсы і мэты. У сваю чаргу, каштоўнасныя арыентацыі уяўляюць сабой маральныя імператывы, якія з'яўляюцца своеасаблівым падмуркам асабовага самавызначэння кожнага індывіда. У вузкім сэнсе яны выступаюць тымі крытэрыямі, дзякуючы якім індывід ацэньвае навакольную рэчаіснасць, выбіраючы найбольш прыдатную мадэль паводзін. Жыццёвы свет чалавека аказваецца ўпісаным у гэты прасторавы вобраз часткі свету. З аднаго боку, дадзены вобраз створаны чалавекам, з другога – ён сам актыўна фарміруе пагружанага ў яго чалавека (Ю. Лотман) [2].

Імкненні пэўнай часткі сучаснай моладзі, маніфестуючай свой «вобраз будучага», нярэдка сведчаць аб паніжэнні ролі духоўных прыярытэтаў індывіда ў параўнанні з вітальнымі, геданістычнымі і эканамічнымі. Незадаволенасць рэчаіснас-

цю падштурхоўвае іх да «ўцёкаў» ад паўсядзённасці ў віртуальны свет, містыку, арыентуе на асабістыя інтарэсы і перажыванні, узмацняе эгаістычныя тэндэнцыі.

Духоўнае, сацыяльна-палітычнае, а таксама геаграфічнае адзінства нацыі можна выразіць адным паняццем – радзіма. Разам з тым, у кожнай асобы павінна быць разуменне сваіх вытокаў, сваіх духоўна-культурных каранёў, каб дакладна і выверана ідэнтыфікаваць сябе ў прасторы і часе, надзяляючы сваё існаванне належным сэнсам. Такое разуменне і набывае назву «малая радзіма». Найбольш яскравымі асацыяцыямі, звязанымі з малой радзімай, найчасцей выступаюць дзіцячыя ўспаміны, месца, дзе нарадзіўся, вобраз маці, родныя краевіды і г. д.

У фарміраванні каштоўнасных адносін да малой радзімы ў сістэме вну важная роля належыць такім псіхалагапедагагічным кампанентам, як кагнітыўны, эмацыянальны і матывацыйна-паводзінавы. Асаблівай увагі патрабуе развіццё здольнасці студэнтаў да рэфлексіі. Таму на першы план выступае кагнітыўны кампанент. Рэфлексія вызначае сэнсавое поле каштоўнасці, садзейнічае самаразвіццю маладой асобы незалежна ад сацыяльна-прыроднай праграмы. Дадзены кампанент уключае паслядоўнае асэнсаванне сутнасці любові да малой радзімы і спосабаў яе праяўлення ў розных формах студэнцкай дзейнасці. Эмацыянальны кампанент узрастае ў час стварэння выкладчыкам такіх сітуацый, калі студэнт перажывае пачуццё любові і гонару за сваю малую радзіму, яе гісторыю, сваіх вядомых патрыётаў-землякоў – знакамітых навукоўцаў, паэтаў, мастакоў, чэмпіёнаў спартыўных спаборніцтваў, выдатных ваенных і інш. Так, у курсе вучэбнай дысцыпліны «Персанальны брэндывнг» уключаны разгляд такіх тэм, як «Асобы-брэнды ў беларускай гісторыі і культуры», «Ансамбль “Сябры” як выбітны музычны брэнд Беларусі», «Слуцкія паясы – нацыянальны брэнд Беларусі: традыцыі і сучаснасць», «Белавежская пушча ў сістэме на-

цыянальных брэндаў» і інш. Матывацыйна-паводзінавы кампанент умацоўвае валявыя здольнасці студэнта, ахопліваючы не толькі вобласць патрыятызму, але і культуру міжнацыянальных адносін. Гэтаму спрыяюць спартыўныя спаборніцтвы, турыстычна-краязнаўчая дзейнасць, святкаванні выдатных дат, сустрэчы з ветэранамі вайны і працы.

Фарміраванне каштоўнасных адносін студэнцтва да малой радзімы патрабуе сёння насычэння адукацыйна-выхаваўчага працэсу рознымі мадэлямі каштоўнага выбару – конкурсамі сацыяльных праектаў, у тым ліку на малой радзіме, дзейнасцю па захаванню помнікаў гісторыі і культуры, валанцёрскім рухам, мастацкімі рамёствамі, музычным фальклорам і г. д.

Існасць і дынаміка вобраза малой радзімы становяцца ў наш час сапраўднай духоўнай патрэбай, а таксама асновай сацыяльных паводзін студэнцкай моладзі, паколькі перажываюцца і ўсведамляюцца як узаемазалежнасць духоўнай свабоды і сацыяльнай адказнасці будучага нацыянальнага інтэлігента-прафесіянала.

1. *Выжлецов, В. П.* Аксиология культуры / В. П. Выжлецов. – СПб. : Изд. С.-Петербур. ун-та, 1996. – 149 с.

2. *Лотман, Ю. М.* Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство, 2000. – 704 с.

3. *Степин, В. С.* Теоретическое знание / В. С. Степин. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 744 с.

4. *Шрейдер, Ю. А.* Ценности, которые мы выбираем. Смысл и предпосылки ценностного выбора / Ю. А. Шрейдер. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 208 с.