

Ж. Е. Белокурская,
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры межкультурных коммуникаций

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИГРОВЫХ МЕТОДИК В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ КОПИРАЙТИНГА»

*Я слышу и забываю,
Я вижу и запоминаю,
Я делаю и понимаю.*

Конфуций

Высказывание Конфуция, приведенное в качестве эпиграфа, как нельзя лучше раскрывает тему статьи, поскольку человек в игре как действию и посредством игры творит не только себя, но и мир, в котором живет.

Голландский ученый Й. Хейзинга в исследовании «Homo ludens» («Человек играющий», 1938 г.), представил игру как всеобъемлющий способ человеческой жизнедеятельности, универсальную категорию человеческого существования. По мнению автора, игра «необходима обществу в силу заключенного в ней смысла, в силу своего значения, своей выразительной ценности, а также духовных и социальных связей, которые она порождает, – короче говоря, как культурная функция. Она удовлетворяет идеалам индивидуального самовыражения – и общественной жизни» [3, с. 17].

Сегодня игровые методики – это составная часть современных игровых технологий, представляющих собой такую организацию учебного процесса, которая нацелена на создание, воспитание и внедрение в сознание студента компонентов как общей, так и профессиональной культуры, столь необходимой во многих сферах деятельности человека.

В настоящее время игровые технологии становятся весьма важной тенденцией системы образования. Это актуализировано острой необходимостью подготовки конкурентоспособного специалиста для рынка труда, что, в свою очередь, требует внедрения таких способов общения, которые могли бы стимулировать познавательную активность студентов, форми-

ровать их ценностное отношение к познавательной деятельности, способствуя тем самым максимальной самореализации личности.

Применение элементов игры в учебном процессе представляет собой включение уникального механизма аккумуляции и передачи коллективного опыта. Вместе с тем сама игра предполагает не только результат, но и его творческие возможности.

Основу игровых технологий в студенческой аудитории составляет такое взаимодействие преподавателя с обучаемым, когда второй выступает не столько объектом, сколько ответственным субъектом учебного процесса, обладающим самостоятельной поисковой рефлексией.

Многочисленные исследования современных отечественных и западных ученых затрагивают различные вопросы теории игры, не ориентируя читателя на использование игровых элементов в той или иной учебной дисциплине. В данной связи представляется весьма актуальной адаптация игровых методик к учебному курсу «Технологии копирайтинга». Эта учебная дисциплина сравнительно недавно стала преподаваться на кафедре межкультурных коммуникаций для студентов третьего курса специальности 1-21 04 01 Культурология, направления специальности: 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей, а также на факультете заочного обучения (7, 8, 9 семестры). Настоящий курс включает 10 лекционных часов, 30 практических, 32 лабораторных занятий. Форма контроля – экзамен. Пространство учебной дисциплины позволяет, на наш взгляд, использовать достаточно разнообразный арсенал методических приемов, в том числе и игровых. Их выбор должен быть обусловлен не только дидактической целью семинарского (практического) занятия: повторение, закрепление полученных знаний, воспроизведение и включение их в новую ситуацию, контроль знаний, но и стимулированием творческих возможностей студентов. В данной связи основной целью представленной учебной дисциплины является обучение написанию рекламного («продающего») текста, который в современных рыночных условиях должен быть «цепляющим» своей оригинальностью, основанным на импровизации и эмоциональной выразительности, т. е. креативным по своей

сути. В этом контексте игровые технологии с использованием элементов состязательности при наличии благоприятного психологического климата в студенческой аудитории могут дать вполне ощутимый педагогический эффект. Следует подчеркнуть, что в игре есть реальная возможность каждому студенту проявить свой личностный и творческий потенциал, о чем также свидетельствует теория мотивации А. Маслоу, описывающая стремление человека к максимальному раскрытию своих возможностей в процессе личностного саморазвития [2].

Эффективность учебных игр в контексте семинарских и практических занятий, на наш взгляд, во многом обусловлена их системностью в учебном процессе, а также дальнейшим развертыванием гуманизации межличностной коммуникации между преподавателем и студентами. Вместе с тем следует признать, что использование игровых приемов не всегда может достичь должного результата в учебных группах. Во многом это связано как с процессом подготовки студентов к занятию, так и с их общим культурным уровнем, интердисциплинарным кругозором обучаемых, а также с желанием и готовностью группы к импровизации.

Наиболее эффективное воздействие методических приемов при использовании игры на занятиях по копирайтингу было зафиксировано нами в 301 группе специальности «культурология» специализации «менеджмент рекламы общественных связей» 2019–2020 учебного года. На начальном этапе семинарских занятий все учебные задания с элементами игры были предложены самим преподавателем. В дальнейшем хорошая теоретическая подготовка в тесном сопряжении с достаточно высоким общекультурным уровнем и внутренней потребностью к креативному мышлению позволили большей части студенческой группы не только принимать активное участие в игре, но и самим готовить оригинальные игровые сценарии к последующим занятиям. С течением времени благоприятный психологический климат, который сложился в группе, способствовал тому, что в играх оказались задействованы практически все студенты. В этих играх отчетливо проявился не только эффект личностной значимости каждого из участников, но также и взаимная ответственность студентов за результаты совместной работы при поиске нужных решений.

Среди различных методик игровых технологий наиболее востребованными в группах оказались такие, как игровое проектирование, ролевые игры, «мозговой штурм», профессиональные тренинги, групповые дискуссии и т. п. Формы проведения игр были достаточно разнообразными, что отразили их названия: «Алло, мы учим копирайтинг» (в виде TV-шоу), «Боевой копирайтер» (с использованием соответствующих заданий и атрибутики), расшифровка аббревиатур, задания на исправление ошибок стилистического или лексического характера, а также на знание тропов, дополнение классических или современных стихотворных строк терминами изучаемой дисциплины, составление рекламных слоганов для различных белорусских брендов, подготовка рекламных пауз с музыкальными вставками и т. д. Особо отметим тот факт, что применение во время занятий мультимедийной техники способствовало значительному усилению эффективности проводимой игры.

Таким образом, как показала практика, использование игровых методик на занятиях по учебной дисциплине «Технологии копирайтинга» существенным образом способствует решению важнейших учебных и методических задач, встающих перед преподавателем, позволяя более полно раскрыть творческие способности студентов, организовать процесс обучения в форме состязания, вовлекая всю учебную группу в образовательный процесс и тем самым облегчая усвоение учебной темы.

1. *Кот, А.* Копирайтинг: как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают / А. Кот. – СПб. : Питер, 2015. – 256 с.

2. *Маслоу, А.* Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб. : Питер, 2014. – 480 с.

3. *Хейзинга, Й.* Homo ludens «Человек играющий» : статьи по истории культуры / Й. Хейзинга. – М. : Прогресс-Традиция, 1997. – 416 с.