



Петушко Наталья Евгеньевна

Кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой
межкультурных коммуникаций
Белорусского государственного университета
культуры и искусств



Мицкевич Юлия Владимировна

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры
межкультурных коммуникаций
Белорусского государственного университета
культуры и искусств

УДК 378.09:316.77]:378.4[008+7](476-25)

Н. Е. Петушко, Ю. В. Мицкевич

Кафедра межкультурных коммуникаций в образовательном пространстве Белорусского государственного университета культуры и искусств

Представлена эволюция кафедры межкультурных коммуникаций Белорусского государственного университета культуры и искусств. Дается многосторонний, системный анализ учебно-исследовательской деятельности преподавателей и студентов. Различные формы образовательной работы позволили достичь положительных научных, учебно-методических, воспитательных результатов.

Учреждения культуры и искусства играют важную роль в жизни общества. Белорусский государственный университет культуры и искусств (БГУКИ) в 2017–2019 гг. подготовил 857 специалистов с присвоением квалификации «культуролог-менеджер» (дневная и заочная формы обучения).

Идея о необходимости подготовки культурологов высшей квалификации в области менеджмента международных культурных связей появилась в 2008 г., реализовалась она с открытием кафедры межкультурных коммуникаций (2012). Сейчас квалификацию «культуролог-менеджер» можно получить в БГУКИ по специальностям «менеджмент международных культурных связей», «менеджмент рекламы и общественных связей» (табл. 1).

Таблица 1
Статистические данные выпуска специалистов по направлению специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)

Форма обучения	Специализация	Год								Всего
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Дневная	менеджмент международных культурных связей	34	45	37	51	54	41	52	53	367
	менеджмент рекламы и общественных связей	–	–	–	–	–	43	39	45	127
	Всего	34	45	37	51	54	84	91	98	494
Заочная	менеджмент международных культурных связей	–	–	36	80	80	38	67	51	352
	менеджмент рекламы и общественных связей	–	–	–	–	–	–	–	43	43
	Всего	–	–	36	80	80	38	67	94	395
Всего		34	45	73	131	134	122	158	192	889

Как видно из таблицы, 889 специалистам, обучавшимся в БГУКИ, присвоена квалификация «культуролог-менеджер». В деятельности кафедры межкультурных коммуникаций (кафедра), неразрывно связанной с организацией высшего образования (ВО) в БГУКИ, условно можно выделить следующие этапы обучения по профилям:

– становление кафедры и организация образовательного процесса по специальности «культурология» (прикладная), специализациям «менеджмент международных культурных связей», «менеджмент рекламы и общественных связей», и осуществление научных исследований;

– накопление потенциала кафедры, которое определяется увеличением количества обучающихся на дневной и заочной формах обучения и появлением обобщающих теоретических трудов и методических разработок по проблемам межкультурных коммуникаций, рекламы и общественных связей.

Каждый из этих этапов характеризуется поисками и достижениями, которые обеспечивают поступательное развитие кафедры и ВО по специальности «культурология» (прикладная).

Первый руководитель кафедры Александр Владимирович Морозов, известный ученый, доктор филологических наук, профессор, за семь лет (2012–2019) сформировал профессиональный коллектив из числа преподавателей БГУКИ, сотрудников Академии наук Беларуси, специалистов ведущих учреждений культуры и искусства.

Были заложены принципы системы подготовки студентов соответствующей квалификации с включением цикла перспективных курсов; предусмотрено изучение дисциплин специализации на основе компетентностного подхода (т. е. метода моделирования результатов обучения и их представления как норм качества высшего образования).

В разработку компетентностной нормативно-методической модели подготовки выпускника кафедры значительный вклад внесли Н. Н. Королев (доц., канд. пед. наук), Ю. В. Мицкевич (доц., канд. пед. наук), А. В. Поздняков (доц., канд. ист. наук), Т. В. Карнажицкая (доц., канд. культурологии), В. И. Прокопцов (доц., канд. искусствоведения), И. М. Шумская (доц., канд. культурологии), М. И. Веренич (ст. преп.) и др.

Преподавателями кафедры в 2010-е гг. решаются ключевые задачи: конструирование процесса обучения, направленного на формирование у будущих специалистов академических, социально-личностных и профессиональных (организационно-управленческих, коммерческих, финансово-хозяйственных, маркетинговых и рекламно-информационных) компетенций; внедрение педагогических технологий обучения, способствующих повышению познавательной активности и самостоятельности студентов; разработка учебно-методического обеспечения образовательного процесса в соответствии с практико-ориентированным характером подготовки будущих специалистов в области менеджмента международных культурных связей. Реализация профильной подготовки осуществляется посредством включения в образовательный процесс таких дисциплин, как «Теория, история и практика международных культурных связей», «Технологии организации международных культурных связей», «Туризм в сфере международных культурных связей», «Проектный менеджмент в сфере международных культурных связей», «Менеджмент в сфере культуры за рубежом», «Кросс-культурный менеджмент», «Грантовый менеджмент в сфере культуры», «Культурная дипломатия», «Культурная политика зарубежных стран», «Техника ведения международных переговоров» и пр. Обучение будущих менеджеров-культурологов международных культурных связей направлено на формирование умений: прогнозировать, планировать и осуществлять международную инновационно-методическую и художественно-твор-

ческую деятельность учреждений культуры и искусства; разрабатывать социокультурные проекты различного профиля и уровня с зарубежными коллегами; привлекать иностранные организации и фонды к участию в культурных программах и проектах; оказывать организационно-методическую поддержку учреждениям социокультурной сферы Республики Беларусь по реализации культурных проектов за пределами страны.

Практическая составляющая обучения помогает студентам приобрести профессиональные навыки. Они имеют возможность проходить производственную практику в Минском международном образовательном центре Йоханнеса Рау, Представительстве Россотрудничества (Российский центр науки и культуры в Минске), Республиканском центре национальных культур и т. д. Кафедрой установлено сотрудничество с организациями-заказчиками кадров по подготовке специалистов в области менеджмента международных культурных связей: Большим театром Беларуси, Национальным художественным музеем Республики Беларусь, Молодежным театром эстрады, Национальным историко-культурным музеем-заповедником «Несвиж» и пр.

Следует отметить, что преподаватели кафедры в рамках межкафедральной темы «Маркетинг культурных услуг в Республике Беларусь» проводят научные исследования по темам: вопросы межкультурных коммуникаций, социокультурного проектирования, социально-педагогической направленности рекламной деятельности в сфере досуга и др. Их работы публикуются в СМИ, в материалах научных и научно-практических конференций республиканского и международного уровней.

Развитие рекламной деятельности культурно-досуговых учреждений в Беларуси потребовало профессиональной подготовки специалистов в сфере маркетинга, рекламы и общественных связей. Руководством университета и факультета культурологии и социокультурной деятельности (ФКиСКД) в 2013 г. было решено открыть на базе кафедры новую специализацию «менеджмент рекламы и общественных связей». Начался новый виток развития кафедры, который характеризуется совершенствованием учебно-методической деятельности, приростом кадров с учеными степенями, расширением научной проблематики в соответствии с новой специализацией. Первым преподавателем, защитившим кандидатскую диссертацию, стала Ю. В. Мицкевич [5]. Ее педагогическая деятельность и научно-методическая работа профессорско-преподавательского состава (ППС) дали положительный результат: в учебный план специализации «менеджмент рекламы и общественных связей» введены основные специальные дисциплины – «Реклама в сфере культуры», «Основы рекламной и PR-деятельности социокультурных институтов», «Рекламные технологии в социокультурной сфере», «Современные

технологии рекламы и связей с общественностью», «Технологии брендинга», «Персональный брендинг» и пр.; разработаны первые учебные программы по дисциплинам «Реклама в сфере культуры», «Рекламный менеджмент в социокультурных институтах», «Современные технологии рекламы и связей с общественностью»; заключены договоры с организациями-заказчиками кадров по подготовке специалистов в области менеджмента рекламы и общественных связей – с рекламными агентствами «Реклама-ОН», «БелРИА», «Subbota» и др.

Значительное внимание было уделено разработке и внедрению в учебный процесс практико-ориентированных заданий и технологий. Среди эффективных форм проведения практических занятий – круглые столы, игровой тимбилдинг (Team building), форумы, тренинги, мастер-классы, дискуссии, конкурсы. Ярким примером последнего выступает проект «Рекламный Олимп». Организация и проведение данного конкурса-смотря позволили первокурсникам получить первый опыт в позиционировании рекламных обращений социально-культурной направленности, научиться управлять воздействием рекламы на различные группы населения, осмыслить возможности более эффективной реализации ее воспитательного потенциала. Расширению профессиональных умений студентов I–IV курсов данной специализации содействовала реализация ежегодного кафедрального проекта (с 2013), посвященного профессиональному празднику «День рекламиста» [4]. Без отрыва от учебы студенты демонстрировали видеопрезентации, проводили интерактивные игры, викторины. Старшекурсники делились секретами успешной сдачи экзаменационной сессии и рассказывали о преимуществах гармоничного взаимодействия с преподавателями. Опережая хронологию, отметим, что в 2019 г. были пересмотрены концептуальные подходы к содержанию проекта и впервые организован показ рекламных обращений на белорусском языке. Апробированная инновационно-педагогическая форма содействовала углублению национальной идентичности молодежи через творчество в области рекламы [1]. Благодаря правильной организации процесса обучения будущие специалисты в области менеджмента рекламы и общественных связей приобретают навыки управления рекламным процессом, начиная от исследования потребностей различных категорий населения, выбора рекламной стратегии, медиапланирования, разработки креативного рекламного обращения и до оценки социально-педагогической действенности рекламы на целевую аудиторию социокультурных институтов.

Таким образом, выбранный подход в развитии кафедры и ВО специальности «культурология» (прикладная) был продуктивным. Защищена первая кандидатская диссертация по профилю подготовки культурологов-менеджеров в сфере рекламы (Ю. В. Мицкевич); ФКиСКД

выпускает специалистов по международным культурным связям, рекламе и общественным связям; разработана учебно-методическая документация, которая содействует повышению качества преподавания специальных дисциплин, становлению сотрудничества с ведущими учреждениями культуры и искусства, рекламными и маркетинговыми агентствами; теоретико-методологическое осмысление разнообразных направлений менеджмента и маркетинга в сфере культуры способствует совершенствованию подготовки специалистов по международным культурным связям и рекламе.

Плодотворными в развитии кафедры были 2010-е гг. В 2014 г. кафедре дополнили преподаватели Ж. Е. Белокурская (доц., канд. филол. наук), И. Н. Воронович (доц., канд. культурологии), А. И. Гурченко (канд. искусствоведения), А. Н. Надумович (канд. филол. наук), Т. Д. Рабец (доц., канд. филол. наук), А. А. Цобкало (доц., канд. ист. наук), Е. А. Криштаносова (доц., канд. культурологии), Н. Л. Балич (доц., канд. социол. наук), М. А. Коденев (магистр культурологии), П. М. Сапотько (магистр культурологии), В. В. Филиппенко (магистр пед. наук); в 2015 г. – Л. Е. Криштапович (проф., д-р филос. наук), Н. Е. Шелупенко (канд. культурологии), Е. Г. Коваленя (канд. культурологии), Е. В. Голикова-Пошка (канд. искусствоведения), Д. А. Кривошей (канд. ист. наук), Н. А. Домашевич; в 2016 г. – Т. М. Смоликова (канд. культурологии), Ю. А. Яроцкая (канд. культурологии), А. Г. Матвеев (магистр культурологии); в 2017 г. – Н. Е. Петушко (доц., канд. пед. наук); в 2018 г. – Л. В. Левшун (доц., д-р филол. наук), А. А. Филиппов (канд. полит. наук.), В. А. Волков (магистр культурологии), А. В. Калашникова (исследователь-искусствовед); в 2019 г. – Ю. А. Косик (канд. культурологии) и др. Средний возраст преподавателей кафедры – 43 года (по состоянию на 01.09.2019 г.).

Значительно увеличился процент профессорско-преподавательского состава с ученой степенью: в 2014 г. он составлял 50 %, в 2016 г. – 76 %, а в 2019 г. – 77 %.

На наш взгляд, это позволило глубже разрабатывать проблемы фундаментальной и прикладной культурологии в рамках научно-исследовательской работы кафедры, например, по темам «Маркетинг культурных услуг в Республике Беларусь» (до 2015), «Культурная дипломатия Республики Беларусь» (с 2016). Современное исследование выполняется ППС по направлению «Пути совершенствования культурной дипломатии Республики Беларусь». Апробация итогов работы реализуется посредством публикации монографий: «Сістэма вобразаў усходнеславянскіх замоў: структурна-семантычны і функцыянальны аспекты» (Т. Д. Рабец), «Беларусь как русская святыня» (Л. Е. Криштапович), «Медиапространство и личность: особенности вза-

имодействия» (Т. М. Смоликова), «Судьбы народов Беларуси под оккупацией (июнь 1941 – июль 1944 г.)» (Д. А. Кривошей), «Исполнительский фольклоризм в Беларуси на рубеже XX-XXI вв.» (А. И. Гурченко), «Интерференция христианства в культуру Японии» (Ю. А. Яроцкая), научных и научно-методических статей ППС [2; 3; 7; 11, с. 379–383; 12; 13, с. 202–204], участия членов кафедры в международных и республиканских научных и научно-практических конференциях (табл. 2).

Кроме этого, научно-исследовательские разработки преподавателей находят отражение в учебно-методической документации. Выдан ряд учебных программ: «История и теория международных культурных связей» (А. В. Морозов, А. В. Поздняков, И. Н. Воронович), «Менеджмент в сфере культуры за рубежом» (Н. Н. Королев, А. В. Морозов, М. И. Веренич), «Технологии организации международных культурных связей» (А. В. Морозов, А. В. Поздняков, И. Н. Воронович), «Кросс-культурный менеджмент» (А. В. Морозов, А. В. Поздняков, И. Н. Воронович), «Проектный менеджмент в сфере международных культурных связей» (А. В. Морозов, А. В. Поздняков, П. М. Сапотько), «Туризм в сфере международных культурных связей» (Н. Е. Шелупенко), «Международные культурные связи в сфере музыкального искусства» (А. И. Гурченко), «Бизнес-администрирование» (Т. Д. Рабец), «Международный модельный бизнес» (Е. Г. Коваленя), «Реклама в сфере культуры» (Ю. В. Мицкевич), «Реклама и связи с общественностью в сфере культуры» (Ю. В. Мицкевич, Н. А. Домашевич), «Технологии брендинга» (Ю. В. Мицкевич, Ж. Е. Белокурская), «Брендинг» (Ю. В. Мицкевич, Ж. Е. Белокурская), «Менеджмент рекламы и общественных связей» (А. В. Морозов, Ю. В. Мицкевич, Ж. Е. Белокурская), «Основы связей с общественностью» (Т. М. Смоликова).

Таблица 2

Публикационная активность ППС кафедры

Вид издания	Год							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Всего	
							к-во назв.	объем (в п. л.)
Научные работы								
Монографии	1	1		3		2	7	76,1
Науч. ст. в рец. изд., рек. ВАК Беларуси	6	5	6	14	11	14	56	28,93
Науч. ст. в рец. изд., рек. ВАК России		2			1	1	4	3,11

Науч. ст. в науч. журн. Респ. Беларусь			2				2	0,65	
Науч. ст. в зарубежных науч. журналах		1	1	15	8	6	31	19,5	
Науч. ст. в науч. сб. Респ. Беларусь	12	9	14	19	7	4	65	45,79	
Науч. ст. в зарубежных науч. сборниках		1	2		3	3	9	6,9	
Материалы науч. конф. Респ. Беларусь	16	7	27	26	29	17	122	42,14	
Материалы науч. конф. зарубежных стран	8	7	10	12	13	14	64	26,4	
Тезисы науч. конф. Респ. Беларусь			1	4	1		6	1,35	
Тезисы науч. конф. зарубежных стран		1			2	2	5	0,66	
Научно-попул. ст., опублико- ванные в изд. Респ. Беларусь			2	1	1	2	6	23	
Научно-попул. ст., опублико- ванные в изд. зарубежных стран			1				1	0,3	
Авторефераты диссертаций				1			1	8,4	
Депонированные науч. работы					1		1	1,7	
Всего	к-во названий	43	34	66	95	77	65	380	284,93
	объем (в п. л.)	13,65	27,61	46,33	91,75	37,69	67,9		

Расширился диапазон учебно-методических пособий. Причем среди последних преобладают издания, предназначенные как для общего, так и профильного образования студентов: «Методика организации дистанционного обучения в учреждениях высшего образования в сфере культуры на основе LMS Moodle» Т. М. Смоликовой, «Технологии эффективной коммуникации» А. В. Морозова [8], «Документационное обеспечение управления» Н. Е. Петушко [10], «Реклама в сфере культуры»

Ю. В. Мицкевич [6]. Значительная работа проведена по подготовке учебно-методических комплексов для электронной библиотеки университета, что способствует повышению качества преподавания дисциплин специализаций в условиях практико-ориентированного обучения (табл. 3).

Таблица 3

Учебно-методическая работа ППС кафедры

Вид издания	Год							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Всего	
							к-во назв.	объем (в п. л.)
Учебно-методические издания								
Учебные пособия		2			3		5	82,39
Учебно-методические пособия		2	1	1	1	1	6	86,4
Учебно-методические рекомендации		1	1				2	3,12
Типовые программы	1		4	3	3	5	16	28,93
Программы учеб. курсов	1	6	2	1			10	14,28
Научно-метод. ст. в сборниках					3	2	5	2,5
Материалы научно-метод. и научно-практ. конф.		8				2	10	3,5
Депонированные научно-методические работы				19	14	2	35	135,6
Иное	1			3	2	1	7	42,39
Всего	к-во названий	3	19	8	27	26	13	96
	объем (в п. л.)	35,08	110,06	31,79	90,5	112,38	19,3	399,11

Вклад в развитие отраслевой науки кафедра вносит и путем включения всех обучаемых в учебную работу с постепенной трансформацией ее в научно-исследовательскую. Овладение студентами исследовательских компетенций проходит в несколько этапов. На 1-м этапе они постигают начальные элементы исследовательской деятельности, направленной на формирование навыков работы с научной информацией. На 2-м – выполняют курсовые работы, а на 3-м – выпускную квалификационную (дипломную) работу. В 2014, 2015 и 2019-м гг. сотрудники кафедры (А. В. Морозов, Ю. В. Мицкевич, Ж. Е. Белокурская, Н. Е. Петушко) в помощь студентам разработали «Методические рекомендации по подготовке, оформлению и защите курсовых работ», «Методические рекомендации по подготовке, оформлению и защите дипломных работ»

и «Методические рекомендации по подготовке, оформлению и защите курсовых проектов» по дисциплинам «Практика международных культурных связей», «Современные технологии рекламы и связей с общественностью», «Технологии брендинга». Главное заключается в том, что исследовательская работа студентов по курсовому и дипломному проектированию носит сквозной характер, что дает возможность глубоко изучить теорию и накопленный опыт, детально разработать практическую часть исследования, осуществить социокультурный проект и описать его результаты.

Широкое ознакомление с результатами проводимой студентами исследовательской работы проходит благодаря ежегодным научно-практическим конференциям студентов, магистрантов и аспирантов БГУКИ. Если учитывать, что в 2014–2019 гг. на кафедре обучалось 829 человек (дневная и заочная формы обучения специализаций «менеджмент международных культурных связей» и «менеджмент рекламы и общественных связей»), то научной работой охвачено 69 % студентов (табл. 1). Ежегодно студенты предоставляют доклады (около 50) на научные конференции университета, других учреждений высшего образования страны; научные работы (20 работ) на Республиканский конкурс, 2 (10 %) из них получили диплом лауреата (науч. рук.: И. Н. Воронович, А. В. Морозов), 8 (40 %) – диплом I категории (науч. рук.: Ж. Е. Белокурская, И. Н. Воронович, Ю. В. Мицкевич, А. В. Морозов, В. В. Филиппенко, Н. Е. Шелупенко), 8 (40 %) – диплом II категории (науч. рук.: И. Н. Воронович, А. И. Гурченко, Ю. В. Мицкевич, Н. Е. Петушко, В. В. Филиппенко, Н. Е. Шелупенко) и 2 (10 %) – диплом III категории (науч. рук.: Ю. В. Мицкевич, Т. М. Смоликова; табл. 4).

Таблица 4

Организация на кафедре научно-исследовательской работы студентов

Наименование показателя	Год						Всего
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
К-во студентов, принимающих участие во всех формах НИРС	91	155	195	63	63	67	571
К-во докладов, прочитанных студентами на научных конференциях	32	32	62	53	53	46	278
К-во научно-метод. мероприятий, проведенных кафедрой для активизации НИРС, в т. ч.:							47
– мастер-классов		7	11	5	12	10	45
– выставок научных (творческих) работ	1						1

– смотров-конкурсов	1						1
К-во студенческих работ, победивших на Респ. конкурсе научных работ студентов		3	2	5	3	7	20
К-во именных стипендиатов							35
стипендиат специального фонда Президента Республики Беларусь	2	3	2	1	3	3	14
стипендия им. П. Бровки	1	1				1	3
стипендия им. Я. Коласа	1		1		1	1	4
стипендиаты совета УВО	1		1	4	5	3	14

Кроме того, студенты специализаций привлекаются к работе креатив-лаборатории «Мастерская международного арт-менеджмента» (рук. В. А. Волков), научного кружка «Межкультурный диалог» (рук. М. А. Коденев), творческой гостиной «Брависсимо» (рук. Ю. В. Мицкевич), объединения по интересам рекламного и PR-характера (рук. Ю. В. Мицкевич), функционирующих при кафедре. Их цель – создание лично ориентированной образовательной среды, направленной на формирование и развитие исследовательских компетенций будущих специалистов в области менеджмента международных культурных связей и менеджмента рекламы и общественных связей.

Среди основных направлений работы креатив-лаборатории «Мастерская международного арт-менеджмента»: изучение международного опыта разработки и реализации инновационной деятельности в области культуры и искусства; участие в международных арт-проектах, проводимых по линии государственных и общественных организаций в Республике Беларусь и за рубежом; взаимодействие на базе разработки и реализации международных арт-проектов с учреждениями социокультурной сферы Республики Беларусь; взаимосвязь с зарубежными учебными заведениями и организациями по профилю деятельности лаборатории.

В ходе работы научного кружка «Межкультурный диалог» студенты изучают деятельность международных, региональных и национальных организаций, осуществляющих глобальную, региональную и национальную политику в сфере международных культурных связей; исследуют историю взаимодействия белорусской культуры с культурами других стран и народов; учатся устанавливать эффективные взаимоотношения с зарубежными партнерами; изучают опыт организации работы белорусских учреждений социокультурной сферы с различными международными организациями в рамках конкретных программ

с учетом их специфики, а также современных требований национальной культурной политики Республики Беларусь.

Во время практических занятий в объединениях (творческая гостиная «Брависсимо» и объединение по интересам рекламного и PR-характера) студенты выполняют функциональные обязанности менеджеров, дизайнеров, копирайтеров, спичрайтеров, режиссеров, корреспондентов, редакторов, имиджмейкеров, что позволяет ознакомиться с полным циклом производства и позиционирования рекламного и PR-продуктов.

Важно подчеркнуть, что выступления студентов с докладами на заседаниях креатив-лаборатории, научного кружка, творческой гостиной и объединения по интересам рекламного и PR-характера дают возможность создания ситуации успешного публичного представления своего опыта исследовательской работы и формирования позитивных мотивационных механизмов.

Отметим, что в 2014–2019 гг. с привлечением студентов проведены научно-практические семинары, открытые лекции и мастер-классы, с каждым годом их число возрастает (табл. 4). Среди них:

- мастер-класс британских экспертов в области креативных индустрий в рамках VI фестиваля молодежных экспериментальных арт-проектов «Fun House» (координатор П. М. Сапотько);

- открытая лекция С. Гольдина, доктора исторических наук, директора Центра Чейза в Еврейском университете в Иерусалиме (координаторы: И. Н. Воронович, П. М. Сапотько);

- мастер-класс Т. Уильяма, эксперта программы ЕС и Восточного партнерства «Культура и креативность» (Великобритания; координатор А. В. Морозов);

- мастер-класс А. Майской, директора Центра шведских исследований (Centre for Swedish Studies, CSS; координатор А. В. Морозов);

- мастер-класс М. С. Маркова, председателя правления Второго национального телеканала (координатор Н. Е. Петушко);

- лекция директора Польского Института в Минске Цезария Карпиньского в рамках учебно-ознакомительной практики (координатор Н. Е. Петушко);

- открытая лекция «Туризм в сфере международных культурных связей» М. П. Портного, заместителя министра спорта и туризма Республики Беларусь (координаторы: И. Н. Воронович, Н. Е. Шелупенко);

- мастер-класс И. М. Эйсмонта, председателя Национальной государственной телерадиокомпании Беларуси (координаторы: А. А. Цобкало, Н. Е. Петушко);

- встреча Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Болгария в Республике Беларусь господина Георгия Васильева со студентами кафедры (координаторы: Н. Е. Петушко, В. В. Филиппенко);

– вистреча Чрезвычайнаго і Полномочнаго Пасла Ізраіля в Беларусі Алона Шогама і першаго сакратаря пасольства Государства Ізраіль в Рэспубліке Беларусь Екатеріны Литвак со студэнтамі кафедры (координатары: Н. Е. Петушко, В. А. Волков) і пр.

Для будучых спецыялістаў в облаці рэкламы і агульных сувязей пастаянна праводзяцца майстар-класы с ізнатнымі прафесіяналамі, работаючымі в Беларусі: П. Фоміным (креативный директор рекламной компании «Ambition DDB»), М. Лесовским (экаунт-менеджер рекламного агентства «Brave Pony»), А. Яхновец (руководитель творческой группы «Subbota»), К. Воробьевым (продюсер киношколы-студии «Мастерская социального кино»), Н. Цариковой (возглавляла рекламное агентство «TDI Group»), Ю. Ляшкевич и Ю. Головиной (копирайтер и графический дизайнер), Е. Антоновой (директор интернет-агентства MAXI.BY media), А. Карнаухом (директор по продажам на телеканале ВТВ, радиостанции Юмор FM, Радио Relax и Авторадио), И. Кольченко (директор «Sette Studio») [9] и др. Знакомство с историей их успеха, разбор результативных кейсов рекламных и PR-кампаний позволяет студентам обогатить знания в области эффективных переговоров с участниками рекламного процесса, укрепить личностную мотивационную основу.

Следует обратить внимание на деятельность кафедральных предметно-методических комиссий: 1. История, теория и практика международных культурных связей; 2. Междисциплинарный анализ рекламной деятельности и связей с общественностью. За каждой закреплены функции, направленные на повышение качества преподавания специальных дисциплин и уровня учебно-методического обеспечения образовательного процесса, использования рейтингового контроля итогов учебно-познавательной деятельности студентов.

Кафедра на данном этапе сотрудничает с зарубежными и белорусскими учреждениями высшего образования, частными и общественными организациями в сфере культуры и креативности. Реализуются совместные проекты, проводятся занятия на базе ведущих учреждений культуры и искусства, в рекламных и маркетинговых агентствах, преподаватели и студенты стажировались в Беларуси и за рубежом, белорусские специалисты по маркетингу, культурологии читают лекции в университетах зарубежных стран, также проводятся совместные фундаментальные и прикладные исследования и разработки. Будущие культурологи-менеджеры посещают выставки рекламы, дизайна, полиграфии «Мятный лев», «Бренд года», фестиваль маркетинга и рекламы «Белый квадрат» и др.

Практико-ориентированный характер подготовки специалистов реализуется в пределах функционирования филиала кафедры межкультур-

турных каммунікацый БГУКИ на базе ўчреждения «Национальный исторический музей Республики Беларусь». Кооперация и координация работы распространяется как на образовательный процесс, так и на повышение квалификации специалистов с высшим образованием в области культуры. Реализация форм сотрудничества соответствует положениям Государственной программы «Образование и молодежная политика на 2016–2020 годы» (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 28.03.2016 № 250) и «Концептуальным подходам к развитию системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года» (приказ Министерства образования Республики Беларусь 29.11.2017 № 742).

Значительно расширился перечень организаций, являющихся базами практики и заказчиками кадров по подготовке специалистов. Сегодня студенты с учетом выбранных специализаций проходят практику (и трудоустроены) во Дворце Республики, Национальном агентстве по туризму, Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь, на телеканалах СТБ и ОНТ, Национальной киностудии «Беларусьфильм», предприятии «Киноvideопрокат», в информационном агентстве «БелТА», Доме прессы, Национальном центре современных искусств, Центре «Национальная школа красоты», спортивно-развлекательных комплексах «Чижовка-Арена», «Минск-Арена», рекламных агентствах «ГДИ Промоивент», «Белая Карона», общественных объединениях и организациях «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО», Белорусское общество дружбы и культурной связи с зарубежными странами, акционерном обществе «Итало-белорусский центр сотрудничества и образования “Сардиния”», культурных центрах в Минске – Китайском, Индийском, Японском, Израильском «Натив», Информационном Центре посольства США в Республике Беларусь и пр.

С 2019 г. кафедрой заведует кандидат педагогических наук, доцент Наталья Евгеньевна Петушко.

На сегодняшний день на кафедре ведется комплексная разработка вопросов теории и практики коммуникационного менеджмента и межкультурного диалога в контексте государственной политики в сфере культуры, научной школы в пределах этих направлений, подготовка учебных, практических пособий для студентов и специалистов учреждений социокультурной сферы Республики Беларусь. Большое внимание уделяется воспитательной работе. Кураторы групп содействуют формированию у студентов культуры времяпрепровождения outdoor.

Следует подчеркнуть, современный Минск наполнен смысловыми пространствами, в городе реализуется большое количество культурных и развлекательных проектов. Преподаватели кафедры обращают внимание студентов на тот факт, что следовать традициям рода, уважать мнен-

ние родителей, быть дома не только гостем – это дальновидное мышление и поведение. Одной из доминантных задач является нравственное воспитание молодежи в период социальных трансформаций, сопровождающихся пересмотром ценностно-смысловых установок и выработки новой системы ориентиров.

В заключение отметим, за восемь лет работы кафедра стала научным, образовательным и культурным центром, осуществляющим подготовку высококвалифицированных специалистов в области менеджмента международных культурных связей и менеджмента рекламы и общественных связей.

1. «Беларуская мова, я кахаю» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.buk.by/news_detail.php?ID=5194. – Дата доступа: 17.03.2020.

2. *Белокурский, В. М.* Компетентностный подход как образовательная стратегия современного учреждения высшего образования / В. М. Белокурский, Ж. Е. Белокурская // Компетентностный подход в высшем образовании: проблемы и перспективы : материалы науч.-метод. конф., Минск, 4 февр. 2016 г. / М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: Ю. П. Бондарь (пред.) [и др.]. – Минск, 2016. – С. 43–48.

3. *Гурченко, А. И.* Культурная дипломатия Республики Беларусь как инструмент формирования и укрепления международного имиджа государства / А. И. Гурченко // Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25–26 берез., 2020 р. / М-во освіти і науки України ; Київ. ун-т культури, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ, 2020. – С. 8–10.

4. День рекламиста 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://buk.by/news_detail.php?ID=3798. – Дата доступа: 03.03.2020.

5. *Мицкевич, Ю. В.* Организационно-педагогическое обеспечение рекламной деятельности культурно-досуговых учреждений : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Ю. В. Мицкевич. – Минск, 2012. – 215 л.

6. *Мицкевич, Ю. В.* Реклама в сфере культуры : учеб.-метод. пособие / Ю. В. Мицкевич ; М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2019. – 104 с.

7. *Мицкевич, Ю. В.* Стратегии продвижения учреждений высшего образования на рынке образовательных услуг / Ю. В. Мицкевич // Весн. Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – 2019. – № 4. – С. 77–82.

8. *Морозов, А. В.* Технологии эффективной коммуникации : в 2 ч. / А. В. Морозов, Н. В. Волох. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2018. – Ч. 1 : Публичное выступление. – 62 с. ; Ч. 2 : Деловая дискуссия. – 45 с.

9. Мы в ответе за тех, кого продвигаем! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.buk.by/news_detail.php?ID=4341. – Дата доступа: 18.03.2020.

10. *Петушко, Н. Е.* Документационное обеспечение управления : учеб.-метод. комплекс / Н. Е. Петушко ; М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2020. – 165 с.

11. *Петушко, Н. Е.* Практико-ориентированная подготовка специалистов в области прикладной культурологии (на примере курса «Проектный менеджмент в сфере международных культурных связей») [Электронный ресурс] / Н. Е. Петушко // Практико-ориентированный подход в подготовке специалистов сферы культуры : материалы науч.-метод. конф., Минск, 1 февр. 2018 г. / М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: А. А. Корбут [и др.]. – Минск, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Депонировано в БГУКИ 19.12.2018, № 035519122018.

12. Шелупенко, Н. Е. Межкультурные коммуникации в современном мире / Н. Е. Шелупенко // Навуковы пошук у сферы культуры і мастацтва : матэрыялы навук. канф., прысвеч. Году культуры ў Рэспубліцы Беларусь, Мінск, 24 лістап. 2016 г. / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2018. – С. 577–581.

13. Шелупенко, Н. Е. Практико-ориентированное обучение как необходимое условие формирования профессиональных компетенций культуролога-менеджера [Электронный ресурс] / Н. Е. Шелупенко // Практико-ориентированный подход в подготовке специалистов сферы культуры : материалы науч.-метод. конф., Минск, 1 февр. 2018 г. / М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: А. А. Корбут [и др.]. – Минск, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Депонировано в БГУКИ 19.12.2018, № 035519122018.

N. Petushko, Y. Mickevich

**Department of intercultural communications in the educational space
of the Belarusian State University of Culture and Arts**

The evolution of the Department of intercultural communications of the Belarusian State University of Culture and Arts is presented. A multilateral, systematic analysis of the academic and research work of teachers and students is given by the authors. Various forms of academic work allowed achieving positive scientific, academic, methodical, and educational results.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 13.04.2020.