

«Линейная алгебра», «Векторная алгебра и аналитическая геометрия», «Введение в математический анализ», «Дифференциальное исчисление одной и нескольких переменных», «Интегральное исчисление», «Комплексные числа», «Дифференциальные уравнения», «Теория вероятностей», «Математическая статистика» и «Ряды».

Электронный учебно-методический комплекс направлен на закрепление изученного теоретического материала, рекомендуется в качестве пособия по самостоятельной работе для студентов всех направлений, всех форм обучения. Им могут воспользоваться студенты, обучающиеся в магистратуре и аспирантуре, желающие углубить знания по математике.

Филологические науки

ОБ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОМ УЧЕБНИКЕ «ИГРА В КОПИРАЙТИНГ»

Волкова И.И.

*Российский университет дружбы народов, Москва,
e-mail: irma-irma@list.ru*

Учебник подготовлен для авторского курса «Копирайтинг: теория и практика производства заказных текстов» и является его неотъемлемой частью. Данный курс (в структуре ООП относится к вариативной части профессионального цикла) существует в учебном плане филологического факультета Российского Университета дружбы народов в течение последних десяти лет, но до последнего времени не имелось специального учебника по копирайтингу. Теперь он есть.

Учебник «Играем в копирайтинг» разработан для магистрантов двух родственных направлений, непосредственно связанных с коммуникативистикой и информационным производством: журналистика и связи с общественностью. Рекомендуется к изучению в магистратуре по двум специальностям: «Управление бизнес-коммуникациями» и «Организация информационного производства».

Поскольку курс интерактивен (рассчитан на постоянный диалог с аудиторией, обратную связь в процессе обучения) и предусматривает развитие профессиональных навыков с помощью тренинговых и игровых заданий, учебник был задуман как диалог мастера с начинающими копирайтерами. Опыт, накопленный автором учебника, профессиональным копирайтером и одновременно преподавателем с двадцатипятилетним стажем, позволил собрать под одной обложкой множество необычных заданий, развивающих творческое мышление, навыки создания текстов для конкретной целевой аудитории. Главная установка – показать копирайтинг как ремесло, которым может овладеть практически любой грамотный человек, интегрированный в профессиональную коммуникативную среду. Актуальность копирайтерской проблематики, а соответственно, и учебника, очевидна: достаточно сделать поисковый запрос «копирайтинг» в рунете и получить более трех миллионов ссылок на документы. Остановимся подробнее на обосновании концепции учебника.

В информационную эпоху процесс дигитализации спровоцировал лавинообразный рост

потребностей в новых текстах, сетевые ресурсы нуждаются в постоянно обновляемом контенте; текст, созданный под конкретные запросы аудитории, становится одним из самых востребованных товаров на рынке информации. Тексты нужны для различных видов коммуникаций, для самопрезентации и представления идей. Современная экономика опирается на массивы оцифрованной информации, политические процессы отслеживаются и корректируются в виртуальном пространстве; Всемирная Сеть, каких-то пятнадцать лет назад бывшая прерогативой избранных, стремительно становится заурядным способом общения; искусство публичной презентации компаний, проектов, инициатив, личностей является решающим фактором успеха. Потребность в массовом производстве различных по содержанию и форме текстов пока не вызвала рост релевантных предложений.

Традиционная журналистика трансформируется и постепенно сдает свои позиции под натиском новых медиа, где формируется мощное общественное движение гражданских журналистов. Меняется самоидентификация специалистов средств массовой информации (СМИ) – они все чаще ощущают себя не частью социального института, как было прежде, а представителями сферы информационного обслуживания. Диктатура рынка вкупе с интернет-коммуникациями и виртуализацией общественных процессов вызвала к жизни и стремительно распространила новую профессиональную активность – копирайтинг (производство заказных текстов). Отмечается массовая миграция журналистов в новую профессию, а также прирост числа копирайтеров за счет представителей других профессиональных сфер, подчас очень далеких от филологии и коммуникативистики. В массовом сознании произошла путаница, которая была спровоцирована некоторой, при первом приближении, схожестью журналистики и копирайтинга, путаница усугубилась растерянностью традиционных журналистских школ в связи с методической неопределенностью, академической неосвоенностью нового явления. Копирайтинг, не будучи изучаем в высшей школе, стал предметом малоформатных программ, сетевых краткосрочных курсов, авторских сетевых вебинаров копирайтеров-практиков.

Непонимание принципиальной разницы между журналистикой и копирайтингом приносит вред будущим профессионалам обеих сфер. На наш взгляд, сегодня невозможно учить студентов журналистике без сравнения ее с копирайтингом, рекламой, маркетинговыми коммуникациями, с деятельностью по связям с общественностью. Именно такой подход использовался при подготовке учебника.

Отдельно следует остановиться на стиле, в котором написан учебник «Играем в копирайтинг». Академизм и научная сухость, перегруженность научной терминологией совершенно неуместны и даже вредны для учебника по копирайтингу. Вряд ли можно ли научиться создавать эффективные тексты по скучному пособию! Специфика курса, необычность его объекта и предмета обусловили особый подход к языку и стилю учебника, в котором присутствуют элементы публицистичности, достоверность интонации, интроверсия, – научность содержания спрятана за легкостью формы. Инновация в том, что академический учебник превращен в доброжелательный и вдохновляющий инструмент общения.

Почему учебник назван экспериментальным? Учить копирайтингу традиционно и без затей невозможно – предмет не тот! А значит, и учебник по старинке писать было нельзя. Автору не сразу удалось найти форму отражения собственных аудиторных экспериментов. Но однажды пришла в голову простая мысль – посоветоваться со студентами, целевой аудиторией. Был проведен семинар «Учебник моей мечты». Подтвердилось предположение, что для современных ребят, взращенных на инфографике и клиповых форматах, одинаково важны и форма, и содержание. Именно в таком порядке. Форма обязана быть необычной, неожиданной по подаче и интонации. Что касается содержания – студенты хотят учебник, написанный понятным, человеческим языком, без заумных

определений, с игровыми заданиями, смешными примерами. Чтобы хотелось перечитывать его как любимую книжку, чтобы он побуждал к действию, заставлял верить в собственные силы и улучшал настроение.

Было решено писать учебник вместе со студентами. Автором была разработана концепция и структура будущей книги (две части, в каждой по две главы). Затем для каждой главы был сделан креатив-бриф (именно такой документ является основополагающим для любого копирайтера), назначены руководители четырех проектов (по числу глав), которые набрали себе творческие коллективы из числа однокурсников. Эксперимент был назван «Сами себе копирайтеры: пишем учебник вместе». В результате родился необычный учебник.

Таким образом, главы учебника студенты написали в режиме реального копирайтинга, во время учебного курса, руководствуясь брифами, которые получили от преподавателя. Одновременно автор учебника (преподаватель учебного курса «Копирайтинг: теория и практика производства заказных текстов») написал свой вариант учебника по тем же креатив-брифам. За две недели до торжественной передачи рукописи автору учебника и сведения воедино ученической и преподавательской версий, ребята провели презентации своих проектов перед студентами и приглашенными профессиональными копирайтерами, ответили на вопросы.

Пока издана первая часть учебника, озаглавленная «Что и Кто» (что такое копирайтинг и кто такой копирайтер). Это экспериментальный авторский учебник, в котором вариант, написанный студентами, представлен как практический опыт выполнения учебного задания.

По тому же игровому принципу готовится к изданию вторая часть учебника «Играем в копирайтинг», которая будет называться «Где и Как» (где работают копирайтеры и как они готовят тексты).

Философские науки

ПРОГРАММА ИНТЕГРАЦИИ ЧЕЛОВЕКООМЕРНОСТИ В СОВРЕМЕННУЮ НАУКУ И ОБРАЗОВАНИЕ

Молодыхенко В.В., Троицкая Т.С.

*Мелитопольский педагогический университет
имени Богдана Хмельницкого, Мелитополь,
e-mail: troizka@ukr.net*

В условиях глобальной угрозы самоуничтожения человечества современные наука и образование для большинства людей здравого смысла становятся решающим фактором спасения мира и «безусловным арбитром» противостояния значительно «обездуховленной» техноген-

ной цивилизации, в которой жизнь людей обустроивается в рамках материальных ценностей, и культуры человека как механизма сохранения и эволюции человечества.

Эксплицируя образование и науку как способы и результаты формирования человека культурного, как вектор движения человечности от homo sapiens (человек разумный) к homo sapientis (человек мудрый), следует все научно-образовательные трансформации направить на проектирование, реализацию и экспертизу становления человека как человека.

Проблемы антропологизации («очеловечивания») современной науки и образования предстают как многоплановые, противоречивые