

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ ПО КЕРАМИКЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

*Михайловская М.Ф.,*

*магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

Научный руководитель – Сысоева И.А., канд. тех. наук, доцент

На сегодняшний день одной из актуальных задач в дополнительном образовании детей и молодежи является развитие творческих способностей. Творчество служит реализацией новых идей, отказ от привычных схем, штампов, шаблонов и стереотипов в деятельности. Основной целью теории и практики художественного образования является формирование творческой личности. Успешно реализовать эту цель можно в процессе развития способностей учащихся на занятиях по керамике. В ходе таких занятий ребята получают знания, умения, навыки, знакомятся с миром разных предметов в процессе частичного использования, так называемого бросового материала, идет осознание единства человека с природой.

Посещая кружок по керамике, дети работают с натуральным материалом – глиной. В процессе взаимодействия с глиной развивается мелкая моторика, что для детей крайне важно. Это тесно связано с развитием речи. В человеческом мозгу центры речи и движения пальцев очень близки. Во время работы с материалом активизируются соответствующие части мозга, одновременно стимулируя соседние области, отвечающие за речь. Следует отметить, что работа с глиной имеет психотерапевтическое назначение, она становится своего рода проводником в глубины сознания. Это приводит к архетипическому уровню, на котором слова становятся неважными, они заменяются ощущениями, ассоциациями, образами.

Актуальность исследования заключается в эффективности занятий по декоративно-прикладному искусству как возможность развития творческой личности.

Цель данной работы – проанализировать методические рекомендации проведения занятий по обучению работе в технике ручной лепки с учетом возрастных особенностей школьников и содержания заданий.

**Материал и методы.** Материалом исследования послужили работы учеников III-IV классов школ и гимназий г. Витебска, которые посещают кружок по керамике, организованный на базе ВГУ имени П.М. Машерова «АРТ-академия Квадрат». Используются методы: исследовательский, описательный и метод обобщения.

**Результаты и их обсуждение.** На занятиях по лепке дети получают определенную физическую нагрузку, которая имеет место и во время подготовки материалов к занятию и в процессе работы с глиной. Желания детей создать красивый предмет и украсить его во многом зависят от их заинтересованности. Готовое изделие – бесспорное подтверждение того, что ребенок может сделать своими руками красивую и полезную вещь, а это вклад в повышение самооценки.

В преддверии весны ребятам было предложено выполнить тарелку «Мартовский кот». Учитывая разновозрастную группу, младшим было предложено выполнить тарелку с минимальным количеством декора, а детям постарше с доработкой штампов. Для выполнения задания потребовалось два занятия, каждое длилось 1,5 часа. Работа разделилась на четыре этапа.

Первый этап включал в себя изготовление картонных шаблонов тарелки; подготовка массы; инструментов для работы; штампов. При изложении материала использовалась технологическая карта изготовления тарелки, так же предложен иллюстративный материал, включающий всевозможные варианты тарелок.

Второй этап. После разбора последовательности выполнения работы ученики приступили к выполнению. Основной кусок глины разделили на две части. Из первого куска раскатали пласт толщиной 3-4 мм, прикладывали шаблоны и с помощью стеки по контуру вырезали основу тарелки, излишки сминали. Готовую деталь для придания формы перекладывали на обожженную тарелку. Второй кусок глины потребовался для изготовления деталей кота. Готовые детали перекладывали на доску, чтобы немного подвялить.

Третий этап – сборка тарелки. На основу тарелки приклеивали с помощью шликера детали кота, птички. Раскатывали жгуты и дорабатывали образы кота и птички. Ребятам постарше было предложено усложнить декор, добавить на фон тарелки цветы с помощью оттиска и пустиль каемку из жгута.

Четвертый этап. Готовые изделия зачищали, обжигали в муфельной печи. На втором занятии прошедшие обжиг изделия расписывали акрилом, так как это покрытие более безопасно, чем глазури. Подведение итогов занятия: дети получили новые знания в обработке керамического черепка, так же оценив работы других учащихся, подчеркнули важные для себя моменты, которые будут использовать в дальнейшем.



Рисунок 1 – Работы младших детей



Рисунок 2 – Работы старших детей

**Заключение.** Проведенное исследование показало, что изучение приемов работы с глиной и изготовление изделий из нее увлекает детей, развивает их фантазию и стремление к познанию народных видов искусств. Взаимодействие в разновозрастных группах идет делегирование, старшим детям некоторых педагогических задач: самостоятельно объясняя какие-то вещи младшим товарищам, старшие дети получают возможность «закрепить» изученный материал.

1. Жук, В.И. Декоративно-прикладное искусство Беларуси XVIII–XX вв. / В.И. Жук – Минск «Белорусская наука», 2006. с.– 320.

## ОТРАЖЕНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В СРЕДСТВАХ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

*Молдаванова Е.О.,*

*студентка 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Сергеев А.Г., ст. преп.*

При современной повышенной конкуренции в ресторанном бизнесе сложилась ситуация, в которой визуальная составляющая фирменного стиля заведения является важным условием для успеха предприятия. Доступность и разнообразие заведений общественного питания привели к избытку предложения на рынке данных услуг, что повлекло за собой широкий спрос на визуальное разнообразие компаний. В связи с этим разработка фирменного стиля компании в ресторанном бизнесе сегодня является необходимой составляющей. При этом для привлечения клиента недостаточно яркой наружной рекламы и интерьера. Современные средства коммуникации предоставляют широкий спектр дополнительного контента для продвижения компании. При этом системный комплексный подход в разработке визуального дизайна является необходимым условием хорошей узнаваемости предприятия [1]. Посетителю ресторана теперь наравне со вкусом фирменного блюда и его подачи важно то, каким будет его визуальное сопровождение. Таким образом, задачей, стоящей перед дизайнером, является обобщенная реализация фирменного стиля в интерьере, полиграфии и средствах цифровых коммуникаций.

Какое изображение увидят подписчики, когда клиент отметит заведение в социальной сети, насколько профиль ресторана соответствует его высокому уровню, насколько он вызывает желание его посетить и передает особенность заведения. Всё это является проблемной задачей