

1. Багатыроў, А. Беларуская савецкая музыка за 30 год / А. Багатыроў // Літ. і маст. – 1947. – 6 снеж.
2. Журавлев, Дм. Союз композиторов БССР : краткий библиографический справочник / Дм. Журавлев ; редкол.: А. Кортес [и др.]. – Минск : Беларусь, 1978. – 304 с.
3. Жураўлёў, Д. Саюз кампазітараў БССР : у 5 т. // ЭліМБел. – Т. 4. – С. 664–665.
4. Постановление № 393 Совета Народных Комиссаров Белорусской ССР «Об утверждении Устава Союза советских композиторов Белоруссии от 12 июля 1944 г.», г. Гомель. Подписано Зам. Председателя Совета Народных Комиссаров БССР К. Киселевым, Управляющим делами СНК БССР С. Костюком. Заверено Нач. протокольной группы СНК БССР Д. Зубком // БГАМЛИ. – Ф. 119. – Оп. 1. – Ед. хр. 1. – Л. 32.
5. Протокол общего собрания членов Союза советских композиторов БССР совместно с представителями ЦК КП(б)Б, г. Минск, 18 дек. 1947 г. // БГАМЛИ. – Ф. 119. – Оп. 1. – Д. 15. – Л. 12–4.
6. Стенограмма V пленума ССК БССР // БГАМЛИ. – Ф. 119. – Оп. 1. – Ед. хр. 55. – Л. 12.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ОБРАЗОВАНИИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Т. М. Смоликова,

кандидат культурологии,

доцент кафедры межкультурных коммуникаций

Белорусского государственного университета культуры и искусств

Информационные технологии и социальные сети являются сегодня неотъемлемой частью нашей жизни. Каждый пользователь, достигший 13 лет, может зарегистрироваться в социальной сети. Исключение составляют пользователи социальной сети WhatsApp, минимальный возраст регистрации которых – 16 лет.

Социальные сети сегодня интегрированы не только в повседневную жизнь людей, но и являются критерием отбора по владению профессиональными навыками работы в них. Так, по результатам исследования коммуникационного агентства «ARS Communications» в сфере PR респонденты на второе место ставят навыки работы в социальных сетях [1].

В учебном процессе активно используют онлайн-инструменты для удовлетворения образовательных требований, поэтому социальные сети как инструмент продвижения изучается в учебных курсах и осваиваются навыки по практическому использованию их в разных проектах.

Учебный курс «Технологии SMM-продвижения» был разработан на кафедре межкультурных коммуникаций в 2020 г. в Белорусском государственном университете культуры и искусств (далее – БГУКИ) [2]. Его цель – формирование у студентов комплекса знаний о технологиях продвижения в социальных сетях; выработка навыков практического применения технологий SMM в интересах бизнеса, использования в государственных учреждениях и структурах некоммерческих организаций для эффективного коммуникативного взаимодействия субъектов SMM с целевыми аудиториями. Курс состоит из 10 лекционных, 12 практических и семинарских, 14 лабораторных часов. На самостоятельную управляемую работу студентов отведено 26 часов. Итоговой формой контроля знаний является зачет.

С сентября 2020 г. спецкурс преподается для студентов как очной, так и заочной формы получения образования.

Однако возникает вопрос: какие преимущества и недостатки в организации образовательного процесса с использованием социальных сетей можно выделить?

Практика организации и внедрения практикоориентированного учебного курса «Технологии SMM-продвижения» показала несомненные преимущества:

- использование разнообразных методов и форм работы со студентами: дискуссии, тренинги, ток-шоу, презентации, круглые столы, деловые и имитационные игры, анализ кейсов по материалам сайтов и др.;

- заинтересованность студентов при выполнении практических и лабораторных заданий, которые предполагают:

- ✓ сравнительный контент-анализ личной страницы аккаунта социальной сети и аккаунта известного блогера или бренда;

- ✓ использование инструментов SMM-продвижения в социальных сетях (Facebook, Вконтакте, Telegram, Instagram, TikTok и др.);

- ✓ оформление аккаунтов визуальными программными средствами, создание графических и анимационных открыток (Crello, Canva и др.);

- ✓ разбор правил и специфики написания текстов в социальных сетях;
- ✓ разработку контент-плана для социальных сетей по видам (вирусный, продающий, информационный и др.);
- ✓ применение алгоритмов автоматических триггерных рассылок.

- гибкая система общения и сотрудничества между студентами и преподавателем, поддержка и обмен документами (Google Drive Box, Google Docs);

- формирование критического мышления и целенаправленная работа с информацией (работа с сайтами Tumblr и Pinterest, помощь в поиске идеи для проектов); доступ и использование свежих данных по темам;

- повышение уровня грамотности, использование различных форм коммуникации (онлайн-сообщения, комментарии, интерактивные формы взаимодействия, символы, фрагменты анимации);

- использование дистанционной формы проведения занятий.

К недостаткам в организации изучения учебного курса с использованием социальных сетей можно отнести:

- низкий уровень контроля и информационной безопасности при работе студентов с веб-сайтами, особенно вне учебного заведения;

- социальные сети как отвлекающий фактор в образовательном процессе (общение с друзьями, переключение внимания на другие темы);

- использование недостоверной информации (требуется время на проверку данных);

- зависимость, троллинг, гриффинг и мошенничество в социальных сетях.

Безусловно, практика использования социальных сетей в образовательном процессе имеет больше преимуществ, чем недостатков. Однако образовательный процесс должен координироваться и контролироваться со стороны преподавателя.

Внедрение практикоориентированного спецкурса «Технологии SMM-продвижения» показало следующие результаты:

- 66 % студентов из общей учебной группы очной формы получения образования предпочли изучать (среди других учебных дисциплин) спецкурс «Технологии SMM-продвижения»;

- заинтересованность студентов в знаниях обеспечила высокий уровень посещаемости – 86 % (учебные занятия иногда проходили в дистанционном режиме);

– в течение семестра 25 % студентов из группы получили предложения о трудоустройстве (в качестве стажера) в различные организации и компании.

Кроме того, контроль за получением знаний, за работой с информацией в учебных классах выше, выше эффективность, чем при самостоятельной подготовке студентов SMM-проектов вне занятий.

Современные, отвечающие требованиям рынка знания и навыки повышают конкурентоспособность специалиста, они быстрее находят практическое применение уже в период обучения. Несомненно, полученные профессиональные знания и навыки студентов на рынке труда будут применяться в интерактивных формах коммуникаций в интересах бизнеса, государственных учреждений и структур некоммерческой деятельности.

1. Что происходит с PR в Беларуси: акцент на диджитал, соцсети и талантливых сотрудников [Электронный ресурс] // Marketing.By: информ.-справочный портал. – Режим доступа: <https://marketing.by/novosti-rynka/issledovanie-rynka-pr-v-belarusi-aktsent-na-didzhital-sotsseti-i-talantlivykh-sotrudnikov/> – Дата доступа : 13.04.2021.

2. Смоликова, Т. М. Технологии SMM-продвижения / Т. М. Смоликова [Электронный ресурс] // Репозиторий БГУКИ. – Минск, 2021. – Режим доступа: <http://repository.buk.by/bitstream/handle/123456789/22644/ТЕХНОЛОГИИ%20SMM-PRODVIZHENIYA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. – Дата доступа: 13.04.2021.

ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ТЕАТРАЛЬНУЮ СФЕРУ БЕЛАРУСИ

А. М. Стельмах,

*кандидат искусствоведения, доцент,
декан факультета заочного обучения*

Белорусского государственного университета культуры и искусств

В развитии отечественного театра сегодня наблюдаются очень непростые процессы, которые, по точному высказыванию профессора Р. Б. Смольского, можно рассматривать в контексте «своеобразного диалектического закона единства и борьбы противоположностей» [4, с. 27].