

Москва: Всероссийский государственный институт кинематографии, 2010. – 326 с.

3. Birringer, J. Choreographic performance systems / J. Birringer. // Contemporary Choreography: A Critical Reader / ed. by J. Butterworth, L. Wildschut. – London, 2017. – P. 465–479.

4. Is Virtual Reality the Future of Dance? [Электронный ресурс] / C. Escoda. – KQED, 2017. – Режим доступа: <https://www.kqed.org/arts/13811546/is-virtual-reality-the-future-of-dance>. – Дата доступа: 06.03.2021.

5. OpenEndedGroup. [Электронный ресурс]: из заявления художников Билла Т. Джонса, Пола Кайзера и Шелли Эшкар. – Режим доступа: <http://openendedgroup.com/artworks/gc.html>. – Дата доступа: 06.03.2021.

6. The Evolving Story of Dance on Film: An overview of new forms then and now [Электронный ресурс] / –K. Smith. – Dance International Magazine, 2018. – Режим доступа: <https://danceinternational.org/evolving-story-dance-film-overview-new-forms-now/>. – Дата доступа: 06.03.2021.

Кирилова В. В., Концовенко Д. А., студенты 208 группы
 Научный руководитель – Бачурина Т. В.,
 старший преподаватель

ИНСТАГРАМ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ

Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни человека, большинство людей тратят своё свободное время, пользуясь Всемирной Сетью Интернет. Наиболее популярными социальными сетями являются Инстаграм, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, ВКонтакте.

Наиболее подробно мы рассмотрим такую социальную сеть, как Инстаграм, которая пользуется популярностью среди молодых людей.

Инстаграм – это сервис, который позволяет сразу редактировать фотографии и видео и делиться ими со своими друзьями и родственниками. Инстаграм является платформой, которой пользуется 1 миллиард человек по всему миру. Интерфейс и регистрация довольно просты в освоении. Инстаграм не только остаётся для большинства людей социальной сетью для просмотра фотографий, Инстаграм - это выгодная площадка для продвижения и создания своего бизнес-аккаунта. Большинство пользователей подписаны на аккаунты известных производителей и бренды, благодаря этому, они могут посмотреть весь ассортимент в наличии, узнать о выгодных акциях, а также сделать онлайн-заказ.

Недавно Инстаграм представил новые кнопки действий для владельцев бизнес-аккаунтов. Благодаря данным функциям пользователи имеют возможность бронировать гостиницы и резервировать места в ресторане. С помощью этого функционала Инстаграм планирует выйти на рынок предоставления туристских услуг наравне с Facebook и Google. Например, такие туристические агентства как Booking (имеет более 575 тыс. подписчиков) и TripAdvisor (имеет более полутора миллионов подписчиков) являются наиболее популярными страницами в Инстаграм [2].

Инстаграм является отличной площадкой для самореализации и самопродвижения. Наибольшей популярностью пользуются блоги - личные аккаунты, в которых люди делятся своей жизнью, выкладывают видео, пишут посты. От качества контента зависит количество подписчиков. Больше популярностью пользуются блоги на такие темы, как кулинария, здоровый образ жизни, мотивационные блоги, уход за собой, бизнес, домашние животные, психология, развлечения и многое другое [3]. Благодаря своему личному блогу, при большом количестве подписчиков блогеры имеют возможность получать хороший заработок. Одним из способов заработка является реклама. Реклама может не только

поддерживать, но и формировать как нормы поведения, так и ценности, устойчивые образы, на которые ориентируется общество. Безусловно, она еще оказывает существенное влияние на поведение и социальное сознание многих людей. Все это достигается с помощью формирования определенных ценностей, идей, потребностей, стремлений и многих других факторов [1].

Реклама имеет свои плюсы и минусы. К плюсам можно отнести:

1. Продвижение своей деятельности.
2. Основной способ заработка.
3. Повышение узнаваемости и лояльности к бренду.
4. Усиление конкуренции.
5. Информирование подписчиков.

Например, при окрашивании волос не доверяют любому мастеру, а если известный блогер прорекламирует салон и покажет на собственном примере, то страх перед неизвестным исчезнет, а доверие к салону возрастет.

Основным минусом рекламы в Инстаграм является необъективность, большинство блогеров скорее дезинформируют своих подписчиков, чем просвещают. Их основной целью является получение прибыли, и зачастую ради неё они пренебрегают интересами своей аудитории. Они не проверяют достоверность и качество работы аккаунта, который они рекламируют.

Блогеры оказывают большое влияние на мнение общества. Они могут прививать нормы и ценности молодому поколению, внушать им свой образ поведения. Некоторые подписчики считают их жизнь идеальной и стремятся подражать им. Это может иметь как положительный эффект, так и отрицательный. Например, при ссоре двух блогеров, один из них может подстрекать своих подписчиков оказывать моральное давление на другого блогера, даже если на это нет веских причин.

В Беларуси Инстаграм также занимает лидирующие позиции среди молодёжи. Наиболее известными блогами являются Koko.by, Obzor.by, Влад

Бумага, Дима Ермузевич, Лера Яскевич, Нина Сереброва и многие другие. Koko.by – это блог, в котором автор пишет рецензии на различные заведения города Минска, рассказывает про качество еды, атмосферу и цены. Также в блоге имеются рецепты, афиши, последние новости из мира ресторанного бизнеса. Ещё одним похожим блогом является обзорный журнал Obzor.by. В нём авторы рассказывают про интересные места, куда можно сходить с семьёй и друзьями, тестируют различные новинки, а также пишут интересные статьи на волнующие темы. Влад Бумага, более известный под псевдонимом А4, является самым популярным блогером в странах СНГ, на его YouTube канале 29 миллионов подписчиков. Влад бумага снимает в основном челленджи, а также выпускает свои песни.

БГУКИ не отстаёт от модных трендов и также имеет свой аккаунт в Инстаграм, и в инстаграм-аккаунте кафедры информационных технологий в культуре регулярно выкладываются посты, новости и творческие работы студентов.

Исходя из всего вышеописанного, можно сделать определенные выводы. Жизнь современного человека сложно представить без социальных сетей. Нельзя однозначно сказать, чего больше приносят социальные сети, пользы либо же вреда. На наш взгляд, каждый человек вправе сам решать, чего больше он возьмёт от проведения своего свободного времени в социальных сетях. Некоторые люди используют их сугубо для деловых целей, а некоторые для развлекательных. Социальные сети могут помочь скоротать своё свободное время, но также могут вызвать зависимость. Для того, чтобы извлечь как можно больше пользы и минимум вреда от социальных сетей, современному человеку стоит подходить грамотно к их использованию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бачурына, Т. У. Інфармацыйныя тэхналогіі як інструментарый рэкламы / Т. У. Бачурына // Навуковы пошук у сферы сучаснай культуры і

мастацтва : матэрыялы навуковай канферэнцыі прафесарска-выкладчыцкага складу Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў, прысвечанай Году культуры ў Рэспубліцы Беларусь (Мінск, 24 лістапада 2018 г.) / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў. – Мінск, 2018. – С. 35-39.

2. Дударенко, В. Инстаграм как способ манипуляции общественным сознанием // Hotel Advisors [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hoteladvisors.ru/>. – Дата доступа: 06.03.2021.

3. Пищальникова, М. А. Фотография на социальную тему в Instagram // Век информации (Сетевое издание), 2019. – Т.3. – № 3(8). – Июль, 2019.

Кисляч А. О., студент 208 группы
Научный руководитель – Песецкая Т. И.,
кандидат физико-математических наук, доцент

ПАТРИОТИЗМ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

В условиях глобализации и политических изменений, как отмечают в своем исследовании Рональд Инглхарт, Кристиан Вельцель [1], «рельеф» культурных ценностных паттернов той или иной нации, народа, населения региона, страны претерпевает большие трансформации. Данная статья посвящена анализу трансформации ценности патриотизма, на основе данных культурологических исследований, осуществляемых в рамках программы World Values Survey и доступных на онлайн ресурсе worldvaluessurvey.org.

В своем исследовании Беляева Е.В. отмечает полисемантичесность понятия «патриотизм», зависимость его смысла от личной интерпретации [2, стр.11]. Анализ контента 214 эссе студентов БГУ, проведенный ею, выявил, что наиболее упоминаемыми контекстами патриотизма являются «защита своей страны и самопожертвование» – 57%, а также «любовь к