

Боб А. Е., студентка 108 гр.

научный руководитель – Бачурина Т.В.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (НА ПРИМЕРЕ БГУКИ TV)

В современном мире – массовая коммуникация неотъемлемая часть жизни. Наиболее важными средствами массовой информации являются – интернет, телевидение, пресса и радио. Эти СМИ постоянно развиваются и взаимодействуют. Одним из примеров взаимодействия является создание телеканала на пространстве интернета, в частности создание канала на YouTube. Наш университет один из немногих учреждений образования в Республике Беларусь, имеющий собственное телевидение. Поэтому данная тема является актуальной для меня, как для студента БГУКИ.

Британский институт изучения общественного мнения дал, на мой взгляд, наиболее близкое моей теме определение термину «связи с общественностью». «Связи с общественностью – это обдуманная, спланированная и последовательная деятельность по установлению и поддержанию взаимопонимания между некоей организацией и ее общественным окружением». Специалист данной сферы, несомненно, использует в своей деятельности достижения научно-технической революции. Поэтому на телевидении сотрудник данной профессии просто необходим.

Развитие коммуникативных возможностей – это реальность сегодняшнего дня. Например, еще несколько лет назад в диковинку была цифровая фототехника и видеотехника, а сегодня она становится самым востребованным способом передачи визуальных изображений (в странах

Западной Европы уже прекращена продажа обычных пленочных фотоаппаратов) [3, С. 3].

Развитие цифрового искусства позволяет сделать вывод о целесообразности использования новых мультимедийных технологий, которые значительно упрощают алгоритм записи и воспроизведения записанной файловой информации.

Кроме того, новые цифровые мультимедиа значительно повлияли на степень массовизации искусства, открыв тем самым альтернативный, новый потенциал использования интерактивного режима «запрос – отклик» в творческом процессе. Это обстоятельство следует учитывать и в меру имеющихся возможностей овладевать навыками работы с современными видами коммуникаций [1, С.115].

Университетское телевидение – это особый вид корпоративных СМИ, претендующий на собственный медиасегмент, способный выйти за пределы корпоративной замкнутости, рассматривается как информационный повод и источник информации для СМИ. Привлекает внимание СМИ и продукция вузовского телевидения, его творческий потенциал, конкурентоспособность по отношению к другим СМИ. Формируется положительный имидж высшего учебного заведения, которое самим фактом существования корпоративного телевидения заявляет о своем имиджевом превосходстве по отношению к конкурентам [2, С. 3].

БГУКИ TV является студенческим проектом и был создан в 2016. Но уже за короткий промежуток времени зарекомендовал себя как качественный продукт студенческого самоуправления, получив диплом на Республиканском конкурсе проектов и инициатив творческой молодежи «Гений-стартап». Университетское телевидение – это отличный шанс для студентов ВУЗа на практике освоить азы различных профессий. На данный

момент в БГУКИ TV работают продюсеры, режиссёры, операторы, корреспонденты и ведущие, менеджеры, редакторы, дизайнеры и специалисты по связям с общественностью. Все эти должности занимают студенты БГУКИ. Благодаря работе PR – специалистов, университетское телевидение имеет возможность сотрудничать со спонсорами, тем самым увеличивая аудиторию. Например, на Новогоднем мероприятии студенты имели возможность участвовать в конкурсе различных сертификатов и призов. Все подарки были актуальны для студентов, так как PR-специалисты учитывали имеющиеся возможности и интересы аудитории.

Телевидение высших учебных заведений предоставляет СМИ информацию о вузе, заявляет о себе как о составляющей бренда университета, его визуального имиджа, позиционируется как основа высококачественной профессиональной подготовки студентов, способ реализации творческих амбиций студентов и т. д. Ставится задача сформировать определённое представление об учебном заведении как о центре концентрации научных, культурных, общественно-гуманистических ценностей [2, С.57].

Таким образом, БГУКИ TV – отличная площадка для реализации потенциала студентов, незаменимая практика в сфере культуры, а также отличное проведение досуга.

-
1. Бачурина, Т.В. Цифровое искусство как новое явление современного информационного общества / Т.В. Бачурина // АСОБА ЁКАНТЭКСЦЕ СУЧАСНЫХ САЦЫЯКУЛЬТУРНЫХ ПРАЦЭСАЎ : матэрыялы I Міжнароднай Навуковай канферэнцыі памяці Ядвігі Дамінікаўны Грыгаровіч (12 лістапада 2014 г., г. Мінск) / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў; рэдкал.: В. Р. Языковіч (старш.) [і інш.]. – Мінск : БДУКМ, 2015. – с. 112-116.

2. Говердовская-Привезенцева, С. А. Университетское телевидение. Информационные программы : учеб. пособие / С. А. Говердовская-Привезенцева ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2015. – С.3, С.57
3. Марков, А. А. Коммуникационные аспекты в связях с общественностью. – 2008. – С. 3.

Боброва А.С., студентка411 гр.

Научный руководитель – Макарова Е.А.

**ОРГАНИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕТЕЙ И МОЛОДЁЖИ ПО МЕСТУ
ЖИТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ ЗАДАЧ ПРИКЛАДНОЙ
КУЛЬТУРОЛОГИИ (НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «ДВОРЕЦ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ
«ЗОЛАК» Г. МИНСКА».)**

Я.Д. Григорович и А.И. Смолик с позиций прикладной культурологии выделяют следующие задачи, стоящие перед социальными институтами воспитания: разработка общих социальных и методических основ их работы в современных условиях; уточнение социальных функций, целей и задач их деятельности; разработка современных методов и технологий институциональной социокультурной работы, специализированных методик социокультурной работы с отдельными группами населения и др.[1]. Кроме того, важнейшей функцией и одновременно задачей культурных институтов является «реализация культурной политики по социализации и инкультурации личности,