

1. Бойченко, М. Художественный рынок сегодня: две стороны одной медали / М. Бойченко // Науч. мнение. – 2015. – № 4-1. – С. 174–182.
2. Жук, В. Живопись Беларуси на рубеже веков: потери и обретения = Belarus pictorial art between two ages: gains and losses / В. Жук. – Минск : Беларус. навука, 2013. – 159 с.
3. Жук, В. Сучаснае выяўленчае мастацтва Беларусі / В. Жук // Беларус. гіст. часоп. – 2011. – № 8. – С. 37–44.
4. Корбут, В. Уменне гандляваць шэдэўрамі: арт-рынак працуе на сябе і на экспарт / В. Корбут // Беларусь. Belarus: палітыка, эканоміка, культура. – 2010. – № 7. – С. 46–47.
5. Соколов, К. Художественный рынок и границы искусства / К. Соколов, Ю. Осокин // Обществ. науки и современность. – 2015. – № 4. – С. 165–176.
6. Ястраб, Ф.А. Мастацтва і рынак / Ф. Ястраб // Мастацтва ў сацыяльнай прасторы : зборнік / Ф.А. Ястраб. – Мінск, 2011. – Раздз. 3. – С. 156–191.
7. Официальный сайт Национального художественного музея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.artmuseum.by/ru/main>. – Дата доступа: 15.02.2018.

**Капитонова, Ю.С.**, студент

Научный руководитель – Леончиков В.Е.

## **ИНТЕРНЕТ СЕРВИСЫ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В РАБОТЕ БИБЛИОТЕКИ**

В интернет-пространстве удобно размещать оперативную информацию, использовать широкий спектр рекламных решений для продвижения своих

услуг и товаров, получать отзывы о своих продуктах, идеи по их улучшению и т. д.

Социальные медиа с каждым днём собирают вокруг себя всё больше пользователей. Множество социологических исследований во всём мире постоянно подтверждает рост популярности блогов и социальных сетей. Основная цель, ради которой пользователи обращаются к социальным медиа – общение, поддержание контактов с друзьями и знакомыми, а также поиск новых контактов. Тенденцию неуклонно растущей популярности социальных медиа уловило множество компаний, которые, благодаря новым видам взаимодействия с потенциальными клиентами, имеют возможность продвигать среди пользователей сети Интернет практически любые товары и услуги. Для компаний платформы социальных медиа предоставляют все возможности для реализации любых задач в сфере внешних коммуникаций с клиентами.

Соответственно, в стратегии продвижения своего бизнеса в интернете используются самые разнообразные платформы социальных медиа: социальные сети, корпоративные блоги, микроблоги, подкастинг, видеосервисы и множество других.

Библиотеки, стремясь поддерживать свой статус современной информационной службы, также используют ресурсы социальных медиа для взаимодействия с пользователями. В интернет-пространстве главная задача библиотек - быть доступной для читателей - остаётся неизменной. Вместе с тем, глобально расширяются границы и способы взаимодействия с аудиторией, появляется множество новых способов заинтересовать нового пользователя и привести его в библиотеку, а также продуктивно взаимодействовать с уже существующими [2].

В процессе глобальной информатизации общества библиотеке важно не только занимать нишу «хранителя знаний», но и использовать современные технологии, чтобы оставаться востребованной в условиях жёсткой конкуренции со множеством негосударственных компаний, предоставляющих информационные услуги.

На данном этапе существования библиотека уже не является только хранилищем книг, а выполняет функцию информационного центра. Она всегда должна быть доступной, максимально современной и привлекательной для пользователя. К современной библиотеке предъявляются и современные требования: компьютерная грамотность библиотечных работников, присутствие в библиотеке доступа в сеть интернет и достойной технической базы, наличие сайта и страниц в социальных сетях.

Если же библиотека не соответствует вышеуказанным параметрам, она остается не представленной в гигантском информационном массиве сети Интернет, не принимает участия в цифровой системе коммуникации, и её пользователи вынуждены обращаться в иные заведения, которые смогут предоставить требуемые услуги и удовлетворить потребность в информации.

Использование социальных медиа в работе позволяет библиотекам искать новые материалы и идеи; стать более доступными и удобными современным пользователям; реализовывать индивидуальные и коллективные проекты, тем самым создавая выдающиеся творческие продукты, а также становиться проводником инноваций в своем регионе и в библиотечной практике в целом. При помощи социальных медиа библиотека имеет возможность быстро поделиться интересными инициативами и проектами в блогах, представить современные и перспективные формы работы и сразу же поучаствовать в живой дискуссии; оповестить о своей деятельности как можно большее количество людей; формировать и поддерживать положительный образ библиотеки в обществе как современного учреждения, играющего незаменимую роль в развитии образования, науки и культуры и многое другое [1].

Зачастую внедрению новых технологий в библиотеках, особенно в небольших, препятствуют недостаточный уровень квалификации работников и ограниченное финансирование. Вместе с тем, внедрение новых технологий является важным фактором развития библиотеки, элементом комплексной

системы реализации инноваций, повышения качества работы и комфортности обслуживания пользователей.

Данной теме посвящены публикации И.В. Юрик, В.К. Степанова, И.Н. Огневой, Г.Н. Слесаренко, Г.Н. Нелиной, Г. Уразгельдиевой и др.

Объект исследования – интернет сервисы и социальные медиа в работе библиотек.

Предмет исследования – теоретико-организационный аспект применения интернет сервисов и социальных медиа в работе библиотекаря.

Целью данной работы является определение перспективных направлений использования различных интернет сервисов и социальных медиа в работе библиотек на основе изучения их практического опыта.

Для достижения намеченной цели поставлены следующие задачи:

- Выявление, изучение и аналитический обзор литературы по теме исследования;
- Определение функций и принципов социальных медиа;
- Изучение представленности библиотек ЦБС в сети Интернет, проведение сравнительного анализа используемых библиотеками ЦБС социальных медиа и анализа публикуемого контента;
- Выявление организационных проблем использования социальных медиа в работе библиотек, разработка рекомендаций на основе изученного опыта.

Структура работы. В первой главе «Теоретические вопросы использования социальных медиа в работе библиотек» мы даём характеристику функций библиотек и демонстрируем важность для библиотеки быть представленной в цифровой среде, раскрываем виды социальных медиа, применяемые в деятельности библиотек, принципы, функции, а также проблемы использования социальных медиа в библиотеках. Рассматриваются потребности граждан информационного общества, которые с успехом могут быть удовлетворены библиотеками. Делается обзор применения социальных медиа в библиотеках Беларуси на примере публичных библиотек.

Во второй главе «Использование социальных медиа в библиотеках Беларуси», изучается представленность библиотек ЦБС разных регионов Беларуси в сети интернет, с целью изучения инновационного опыта библиотек страны. На основе классификаций социальных медиа И.В. Юрик и В.К. Степанова будет разработана таблица для сравнительного анализа используемых библиотеками социальных медиа. После выявления наиболее пользующихся спросом социальных медиа будет произведен анализ публикуемого контента. На основе исследования будут представлены рекомендации белорусским библиотекам по работе в различных социальных медиа, приведены цифровые показатели и примеры наиболее успешной работы библиотек, а также публикуемого ими контента.

Предполагается разработка проекта «Банк инновационных идей» в помощь инновационной деятельности библиотек на основе социальной сети Pinterest. В связи с неограниченной глубиной поиска в данном сервисе, возможно накопление и постоянное обновление значительного массива инновационных идей со всего мира. Нами разработан широкий спектр категорий, по которым будут делиться найденные идеи, в том числе имеются разделы в помощь работе в социальных медиа. К примеру, такие разделы, как «Обслуживание пользователей», «Книги и чтение», «Массовые мероприятия» граничат с разделами «Блог», «Инфографика».

Таким образом, несмотря на трудности, белорусские библиотеки активно откликаются на происходящие изменения и интегрируются в современную информационную среду. Методы проектно-программного управления информационными ресурсами трансформируются в долгосрочные авторские и региональные проекты, креатив-проекты, имидж-проекты, работающие в основном в режиме реального времени. Библиотеки ведут работу в интернет-среде, используют множество социальных медиа, выступают инноваторами, реализуя масштабные проекты, ориентированные на продвижение своей деятельности и занимая своё место в информационной среде.

---

1. Степанов, В.К. Библиографическое обслуживание в эпоху цифровых коммуникаций / В.К. Степанов // Библиография и книговедение. – 2007. – № 2. – С. 22-41.

2. Библиотека - это информационный центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://kopilkaurokov.ru/vsemUchitelam/prochee/stat-i>. - Дата доступа: 02.03.2018.

**Каракуца Д.В.**, студент

Научный руководитель – Абрамович П.А.

**ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ КОМАНДЫ СТУДЕНТОВ  
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА  
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ К УЧАСТИЮ В СОРЕВНОВАНИЯХ ПО  
ОСНОВАМ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
«СТУДЕНТЫ. БЕЗОПАСНОСТЬ. БУДУЩЕЕ»**

Безопасность людей всегда имеет огромное значение в жизни общества. Государством созданы целые институты, основной задачей которых является спасение человеческих жизней и предотвращение опасных ситуаций, приводящих к гибели людей. Одна из главных функций данных институтов – это воспитание у населения правильного поведения в чрезвычайных ситуациях и обучение грамотным действиям при оказании первой медицинской помощи.

Министерство по чрезвычайным ситуациям проводит активную работу с наиболее незащищёнными слоями населения, такими как: пенсионеры и дети. С данными группами проводятся образовательные беседы, а с детьми – дополнительно различные конкурсы и игры, так как информация усваивается и запоминается лучше, когда её применяют на практике.

Трудоспособное население также не оставлено МЧС без внимания. Для этого организованы специальные тематические курсы, на которых можно