

Жигальская А. А., БГУКИ, студент 508 группы
заочной формы обучения
Научный руководитель – Жилинская Т. С.,
кандидат педагогических наук, доцент

СОЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ СЛУЦКОГО ГОРОДСКОГО ДВОРЦА МОЛОДЕЖИ

Необходимость наличия официального интернет-представительства продиктована требованиями общества, в связи с тем, что родители и обучающиеся хотят знать о реалиях учреждения культуры. В первую очередь они используют сеть Интернет в качестве источника информации. Г. Вайнерчук в своей книге «Информационный удар. Как сделать, чтобы в шумном медиамире услышали именно тебя» пишет: «Социальные медиа похожи на крекеры: мы незамедлительно получаем удовольствие и никак не можем остановиться и прекратить их жевать. Люди не выпускают из рук мобильные устройства и внутривенно получают непрерывный, беспорядочный поток информации, изображений и общения. Люди проводят там настолько много времени, что уже хотят по-другому общаться и с компаниями, брендами, сервисами. Они хотят, чтобы им предложили иной способ взаимодействия даже тогда, когда они не находятся в режиме онлайн. Очень Важная Новость? Даже не сомневайтесь в этом...» [3]. Эта цитата доказывает, что в эпоху бурного развития информационных технологий, электронное представительство в сети Интернет необходимо любой организации, будь то коммерческая фирма, учреждение образования или учреждение культуры.

Информационные технологии активно используются в деятельности учреждений культуры. Создание интернет-представительства сегодня является необходимостью для репрезентации своих преимуществ перед другими учреждениями города Слуцкого городского Дворца молодежи,

которое включает в себя не только веб-сайт учреждения, но и официальные страницы в популярных социальных сетях (на примере социальной сети «ВКонтакте»).

Тема создания сайтов становится всё более популярной, в Интернете есть огромное количество статей, написанных как профессионалами-разработчиками, так и пользователями-любителями. В книге Якоба Нильсена «Веб-дизайн. Удобство использования веб-сайтов» рассмотрены основные правила создания сайтов, которые позволят сделать их успешными, но при этом простыми и удобными в процессе пользования. В книге размещено большое количество рекомендаций высококвалифицированных специалистов в этой области, с учетом опыта работы и отзывов тысяч пользователей. Кроме этого, подробно рассказано о принципах работы элементов сайта, секретах правильного оформления меню, систем поиска. Указаны методы использования мультимедийных технологий, написания уникальных текстов [8].

В книге «Редактируем дизайном» Яна В. Уайта подробно описаны принципы, использование которых делает публикации на сайте привлекательными и легко читаемыми. Здесь можно найти большое количество советов, как максимально воздействовать на потенциального читателя. Изложены оригинальные советы, но при этом простые в использовании, способствующие максимальному охвату и воздействию на аудиторию, а также повышающие конкурентоспособность сайта [13].

Книга Анара Бабаева «Создание сайтов» представляет собой сборник рекомендаций и указаний от признанных профессионалов в сфере интернет-технологий. Здесь можно найти информацию о любом этапе создания сайта: от проработки до запуска и тестирования. В книге подробно описан процесс управления проектом создания сайта с точки зрения разработчиков, аналитиков, маркетологов, дизайнеров и менеджеров, а также затронута тема мобильной версии сайта. Помимо всего вышеперечисленного, данная книга –

это сборник методов и рекомендаций по созданию сайтов разной сложности во взаимосвязи с бизнес-процессами [1].

В научной статье Г. Н. Крючковой «Выбор CMS при создании сайта организации» описаны эффективные методы и формы контроля сайта. Для сравнения в статье приведено три системы управления контентом (CMS): WordPress, Joomla и коммерческая система Битрикс. Они подробно анализируются с точки зрения создания корпоративного сайта [6].

В статье Л. Инькова «Технологии создания современного сайта образовательного учреждения» подробно рассматривается процесс создания сайта с использованием бесплатной системы управления контентом без затрат большого количества времени и знаний в области веб-программирования. Кроме этого, сравниваются две CMS: WordPress и Joomla [5].

Тенденция развития Интернета в последние 10 лет демонстрирует стремительный рост интереса его пользователей к информационному контенту, размещенному не только на официальных сайтах учреждений, но и в социальных сетях. Так как информация, размещенная на данных платформах, отражает потребность людей в быстром доступе к знаниям, легкому общению с большим количеством людей, развлечениях. Стремительно увеличивающаяся аудитория социальных сетей повлияла на переосмысление их целей и задач. Сегодня они выступают площадкой для позиционирования и продвижения товаров и/или услуг. Особенно актуально это для сферы культуры, для интернет – представительства учреждения культуры, потому что имеют большой потенциал эффективности рекламы на бюджетной основе, что особенно значимо для сфер образования, культуры и искусства.

Впервые термин «социальная сеть» появился в 1954 году, еще задолго до появления Интернета. Его ввел социолог из «Манчестерской школы» – Джеймс Барнс. Он считал, что «социальная сеть – это нечто, что объединяет группы людей по интересам» [2].

Современный автор Игнатъев Д. определяет социальные сети «как социальную структуру, состоящую из узлов (примерами узлов могут быть отдельные люди, группы людей или сообщества), связанных между собой одним или несколькими способами посредством социальных взаимоотношений» [4]. Силаева В.Л. считает, что на сегодняшний день можно выделить два определения социальной сети: «как социальной структуры и ее специфической реализации в Интернет-среде» [12]. Тенденция показывает, что сегодня большое число научных исследований, связанных с различными типами сообщения между людьми, сосредотачиваются на социальных сетях и особенностях коммуникации, порожденных их возрастающей популярностью среди самых разных слоев мирового сообщества [7]. И для современных организаций присутствие в социальных сетях – это возможность установления связей и коммуникаций с целевой аудиторией без значительных финансовых затрат [9].

Д. Румянцев в своей книге «Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Новые практики и технологии» делает упор на социальную сеть «ВКонтакте» [10]. Автор рассматривает ее функциональные возможности, выделяет преимущества и дает практические рекомендации по работе именно с этой социальной сетью.

Свой интерес на изучение данной социальной сети направил и А. Сенаторов [11]. Его книга «Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство» – это целая инструкция организациям для успешной работы с функционалом «ВКонтакте».

Таким образом, функциональные значимые возможности сайта и социальных сетей как интернет – представительства учреждения культуры нельзя отрицать. Они всё больше проникают в жизнь общества и все возможные его структуры, от чего складывается впечатление, что они существовали всегда. Соответственно очевидна явная польза для продвижения деятельности нашего Слуцкого городского Дворца молодежи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бабаев, А. А. Создание сайтов / А. А. Бабаев – СПб. : Издательство Питер, 2014. – 410 с.
2. Барнс, Д. А. Классы и собрания в норвежском островном приходе / Д. А. Барнс. – 1954. – 19 с.
3. Вайнерчук, Г. Информационный удар. Как сделать, чтобы в шумном медиамире услышали именно тебя / Г. Вайнерчук – СПб. : Питер, 2015. – 115 с.
4. Игнатъев, Д. Настольная энциклопедия Public Relations. – 2-е изд. / Д. Игнатъев, А. Бекетов. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 496 с.
5. Инькова, Н. А. Создание Web-сайтов: Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / Инькова Н.А., Зайцева Е.А., Кузьмина Н.В., Толстых С.Г. // Режим доступа: <http://club-edu.tambov.ru/methodic/fio/p5.doc>. – Дата доступа: 15.02.2020.
6. Крючкова, Г. Н. Выбор CMS при создании сайта организации / Г. Н. Крючкова, А. Н. Городищева. – М. : 2014. – С. 246–247.
7. Меркулова, Т. В. Моделирование динамики пользователей социальных сетей [Электронный ресурс]. / Т.В. Меркулова, Е.Ю. Кононова. – Режим доступа: <http://www.cyber.kharkov.ua/contentimages/15.model.soc.net.pdf>. – Дата доступа: 03.02.2020.
8. Нильсен, Я., Хоа Лоранжер. Web-дизайн: удобство использования Web-сайтов / Пер. Иващенко В. – М. : Вильямс, 2009. – 378 с.
9. Рогачева, Г. И. Современные информационные образовательные ресурсы / Г. И. Рогачева // Информатизация школьного образования: Материалы межд. науч.-практ. конф. 17-18 сентября 2002 г. – Барнаул: Темпера. 2006. – 61 с.
10. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Новые практики и технологии / Д. Румянцев. – Питер, 2014. – 256 с.
11. Сенаторов, А. А. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство / А. А. Сенаторов. – Москва : Альпина Паблишер, 2015. – 167 с.

12. Силаева, В. Л. Интернет как социальный феномен / В. Л. Силаева // Социологические исследования. – 2008. – №11. – С. 101–107.

13. Уайт, Ян В. Редактируем дизайном / Пер. Е. Фотьянова. – М. : ШКИМБ, 2011. – 248 с.

Жидкая К. В., БГУКИ, студент 220н группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Беляева О.П.,
доцент кафедры

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНО-ПОДРАЖАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКЕ БЕЛОРУССКОГО НАРОДНО-СЦЕНИЧЕСКОГО ТАНЦА

Белорусский народ на протяжении своей истории создал множество ярких, самобытных танцев. Песни и танцы – древнейшие виды искусства. Постепенно в белорусском народно-сценическом танце в художественной форме появилось ощущение красоты жизни, эмоциональность, темперамент и характер народа. На протяжении длительного времени танец белорусов был малоизвестен даже на родине и редко выходил за пределы деревни.

Лексика народно-сценического танца выражает национальные особенности белорусской культуры, которые обусловлены природно-климатическими условиями, жизненным укладом народа, его нравами, моралью, этикой. Она исполняется в определенной манере, что дает представление о характере белорусской народности. Хореографическая лексика способствует развитию танцевальности, артистизма, стилистики исполнения. Она очень разнообразна и часто дополняется пантомимой, мимикой, жестами.

Средством, формирующим модель будущей постановки и определяющим ее специфические черты, является лексика танцевального