

информационные порталы Interfax.by, afisha.tut.by, open.by, relax.by, радио Euronplus, Белорусское телеграфное агентство активно анонсируют мероприятия, проводимые в филармонии.

Пакет индивидуальных привилегий состоит в упоминании компании-спонсора в наружной рекламе, выражении признательности спонсору на пресс-конференциях и концертах, размещении информации о спонсоре на официальном сайте филармонии, размещении информации о спонсоре в печатной продукции филармонии (афиши, буклеты, программки, открытки и т.д.).

Таким образом, рекламная деятельность ГКУ «Витебская областная филармония» осуществляется благодаря работе со средствами массовой информации, где активно освещается творческая жизнь филармонии. Так, все сольные концерты и выступления творческих коллективов находят отражение в печатных средствах массовой информации, которые обеспечивают им широкий общественный резонанс. Также можно отметить немаловажную роль в рекламировании мероприятий филармонии и информационных интернет-порталов.

## **МЕДИАКУЛЬТУРА БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА ПО ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ**

**Жилинская Т. С.**

*кандидат педагогических наук,*

*старший преподаватель кафедры информационных технологий в культуре  
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»*

*(Республика Беларусь, г. Минск)*

Информационно-коммуникационные технологии уже давно легли в основу успешной профессиональной деятельности специалистов по организации социокультурной деятельности. Это объясняется тем, что информационно-коммуникационные системы не только все более и более сопутствуют и способствуют их деятельности, но, опосредуя эту деятельность, в конечном итоге сами становятся новой сферой деятельности культуролога, искусствоведа и т.д.

Таким образом, специфической особенностью подготовки будущих специалистов по организации социокультурной деятельности является обучение их организации и осуществлению нужных им видов социальной коммуникации. Традиционно, основными каналами социальной коммуникации выступали разрозненные естественные (речь, мимика и др.), художественные (музыка, танец, театр и др.) и технические (телефон, радио, кино, телевидение, печать и др.) коммуникационные средства. В процессе электронного этапа медиатизации произошел тотальный синтез средств социальной коммуникации в единой электронной мультимедийной коммуникационной среде –

«электронной медиасреде», под которой мы понимаем систему средств (среду) электронной социальной коммуникации (в первую очередь Интернет и интегрированные с ним коммуникационные сети и технологии). Соответственно этим изменениям необходимо вносить коррективы в организацию, содержание и методику преподавания, искать пути их реализации и внедрять в практику преподавания. Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь отмечает, что «...содержание и методики обучения должны быть ориентированы на развитие творческих качеств личности, готовить специалиста способного к самостоятельному непрерывному обновлению знаний, принятию решений, совершенствованию профессиональной компетенции» [3, с.76].

Прошедшие обучение студенты должны уметь управлять информационными процессами, ресурсами, системами, сервисами; обучать и консультировать пользователей в процессе эксплуатации информационных систем; проводить переговоры и презентации проектов на основе онлайн-сервисов; разрабатывать мероприятия по организации рекламно-информационной деятельности; применять инновационные информационные технологии в области социальных коммуникаций и т.д.

Это подразумевает развитие критического мышления, полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки информации, получаемой ими из традиционных и новых «источников информации». Что, в свою очередь, невозможно без овладения знаниями о законах функционирования этих «источников» и умениями находить с их помощью нужное и ценное, отсеивать бесполезное и вредное. Наконец, это немислимо без навыков общения посредством «новых медиа»: мобильных и стационарных сетей (в первую очередь, – Интернет), стремительно развивающихся у нас на глазах. Все это входит в понятие медиакультуры будущего специалиста по организации социокультурной деятельности. Рассмотрим более подробно наполнение этого понятия на примере будущих культурологов.

Обозначим возможные потребности и мотивы осуществления культурологами социально-коммуникационной деятельности в электронной медиасреде. В самом общем смысле, функция культуролога состоит в исследовании и организации коллективной деятельности (некоторой аудитории), имеющей два основных аспекта [2]: информационно-развивающей и рекреационно-компенсаторной. Для этого необходимо обладать знаниями, умениями и навыками самостоятельно или в группе организовывать совместную деятельность некоторого коллектива, поддерживать и развивать взаимодействие в электронной медиасреде. И это означает наличие элементов коммуникационной культуры личности (коммуникационной грамотности).

Заметим, что такая деятельность соответствует коммуникационным потребностям личности и в качестве предметной конкретизации, – т.е. мотива, имеет организацию совместной коммуникационной деятельности в электронной медиасреде. Поэтому данный аспект социальной коммуникационной деятельности культурологов в электронной медиасреде мы будем называть *организационно-коммуникационным*.

Другой мотив взаимодействия культурологов со средой электронной социальной коммуникации усматривается в области использования ее как интерфейса к информационным ресурсам общества. Удовлетворение информационных потребностей традиционно связываются в педагогике с информационной культурой личности (информационной грамотностью).

С другой стороны, использование электронной медиасреды необходимо для информационного обеспечения самой электронной социальной коммуникации. Т.е. является условием социальной коммуникационной деятельности в электронной медиасреде, точнее, условием организационно-коммуникационного аспекта этой деятельности. Знания, умения и навыки поиска и обработки информации посредством электронной медиасреды, причем информации, необходимой только для организационно-коммуникационного аспекта электронной социальной коммуникации, является отдельным элементом информационной культуры культуролога, поэтому данный аспект его электронной социальной коммуникационной деятельности мы будем именовать *поисково-информационным*.

В итоге, социальная коммуникационная деятельность культурологов в электронной медиасреде имеет два аспекта: основной – организационно-коммуникационный и вспомогательный – поисково-информационный [1].

Специфика профессиональной и творческой деятельности культуролога в информационном обществе состоит в том, что практически она протекает обычно либо в форме коммуникации с коллективным субъектом, либо в форме информационного поиска. Учитывая то, что информационные и коммуникационные средства и ресурсы в условиях информационного общества интегрированы в единую электронную коммуникационную среду – электронную медиасреду, можно утверждать, что профессиональная и творческая деятельность культуролога почти всегда имеет форму коммуникации в электронной медиасреде.

В соответствии с этим, сущностью медиакультуры студентов специальности «Культурология» является система видов социальной коммуникации в электронной медиасреде, необходимых культурологам для практической деятельности в условиях информационного общества. Содержание основ медиакультуры включает знания, умения и навыки практико-ориентированных видов деятельности, осуществляемых культурологами в форме социальной коммуникации в электронной медиасреде (создание культурно-просветительных проектов на основе социальных сетей и блог-технологий; проведение досуговых Интернет-мероприятий и др.).

Отметим, что знания и представления современного человека об окружающей действительности формируется не просто под воздействием, но в значительной степени *посредством* медиасреды. Кроме всего, в применении к содержанию образования студентов, специальность которых связана с организацией социокультурной деятельности, задача развития медиакультуры личности приобретает двойственный характер. С одной стороны, деятельность рассматриваемых специалистов сегодня невозможна без посредства медиасреды. С другой стороны, в их компетенции находится задача развития

тех аспектов общей культуры общества, которые соответствуют их конкретной специальности. Что, учитывая медиатизацию всей сферы общественных отношений и культуры, невозможно без знаний, умений и навыков создания и совершенствования медиасреды, ее использования для решения этой задачи. Таким образом, они должны уметь не только адекватно воспринимать медиасреду, но и эффективно действовать на свою аудиторию посредством медиасреды. Это и есть основное требование к уровню их медиакультуры.

Развитие медиакультуры будущих специалистов по организации социокультурной деятельности должно преследовать цель подготовки к полноценной активной творческой и профессиональной деятельности. А это включает в себя формирование представлений о важности и ценности медиакультуры, получение знаний о медиасреде, умений и навыков ее использования: для доступа к информационным ресурсам, критического восприятия медиавоздействий, коммуникативной компетентности, позиционирования в медиасреде, осуществления медиаобразования в процессе профессиональной деятельности, развития знаний о медиасреде и ее основных компонентах, овладения арсеналом средств, позволяющих формировать медиакультуру общества, эффективного воздействия на «аудиторию» посредством медиасреды и т.д.

Медиакультура, как культурологический феномен, постоянно усложняется и умножается, поскольку и сама медиасреда находит отражение в самой себе (Интернет-телефония, Интернет-радио- и телевидение). Поэтому современному специалисту по организации социокультурной деятельности уже не достаточно профессионально владеть традиционной культурой или даже уметь обращаться к ее достижениям посредством медиасреды. Он должен профессионально владеть отражением традиционной культуры в медиасреде, ориентироваться в медиасреде как в области своей профессиональной и творческой деятельности, в том числе уметь использовать ее для эффективного воздействия на свою аудиторию.

Для решения указанных задач на кафедре информационных технологий в культуре БГУКИ разработан электронный медиа-ресурс ([infinculture.blogspot.com](http://infinculture.blogspot.com)) для обучения информационным технологиям будущих специалистов по организации социокультурной деятельности. Данный ресурс реализован в форме блога и используется не только как информативный источник, но и как инструмент, который может быть использован в будущей профессиональной деятельности. При организации обучения информационным технологиям на основе данного ресурса студенты не только изучают информационные технологии, но и учатся организовывать социальную коммуникацию в Интернете. Аналогичный ресурс может быть использован и для организации конкурсов, выставок, конференций, семинаров и других культурно-просветительных мероприятий, которые проводят специалисты по организации социокультурной деятельности в своей профессиональной деятельности.

Культура Беларусі : рэаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12-13 чэрвеня 2012 г. / рэдкал.: І.І. Крук (гал.рэд.), А.А. Галкін, І.Р. Голубева. – Мінск, 2012. – С. 308 – 311.

2. Мойсейчук, С.Б. Режиссура культурно-досуговых программ : учебно-методическое пособие для студентов вузов по направлению специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная) / С. Б. Мойсейчук ; [среди рец. П. А. Гуд]. – Минск : [б. и.], 2011. – 98 с.

3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г./ Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь; Редколлегия: Я.М. Александрович и др. – Минск : Юнипак, 2004. – 200 с.

## **ТЕАТРАЛЬНО-ЗРЕЛИЩНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В КОНЦЕРТНОЙ ПРОГРАММЕ СОВРЕМЕННЫХ МУЗЫКАЛЬНЫХ КОЛЛЕКТИВОВ БЕЛАРУСИ**

**Зыкович Е. Е.**

*аспирант кафедры белорусской и мировой художественной культуры  
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»  
(Республика Беларусь, г. Минск)*

Изменения в сфере культуры и искусства в XX веке сильно повлияли на развитие современной музыки, и как следствие, – ее интерпретации для зрителя. В наше время артист старается не только привлечь слушателя своим музыкальным материалом, но и заинтересовать его интересно поставленным и зрелищным театральным шоу, сопровождающим выступление. В истории искусств музыка и театр выступают как две крупнейшие взаимосвязанные категории, допускающие при обращении к ним использование самых различных исследовательских ресурсов. И сама театральная практика никогда не обходила музыку своим вниманием [3]. Музыкальное искусство так же стало плотно впитывать в себя элементы театральной зрелищности.

Это затронуло и отечественных исполнителей. На современной белорусской сцене можно заметить все больше коллективов, в концертных выступлениях которых задействованы элементы театральности. Выражается она абсолютно по-разному. Это могут быть нестандартные музыкальные инструменты в составе коллектива, а порой и бытовые приборы вместо них, либо участие дополнительных артистов, не связанных с музыкальной частью и многое другое.

Одним из ярчайших представителей на современной белорусской сцене можно отметить кабаре-бэнд "Серебряная свадьба". Коллектив был образован в 2005 году, и за десять лет существования успел перерасти из странствующего балаганчика, играющего "пригородный шансон", в передвижной музыкальный театр, поднимающий в своем творчестве самые серьезные экзистенциальные проблемы.

В сентябре 2015 года коллектив выпустил альбом "Музыка – все!", адресованный детям. Звучание альбома перенасыщено различными бытовыми