

УДК 37.014.54

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Веренич Г.Д., ст. преп., Марцева С.В., ст. преп., Сидор Д.Е., студ.

*Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Беларусь имеет развитую систему образования, которая обеспечивает подготовку широкого круга специалистов, готовых эффективно работать в современном мире. Беларусь считается государством, где реализуется принцип непрерывности образования – «образование через всю жизнь». В соответствии с мировыми тенденциями подготовка специалистов ведется на двух ступенях высшего образования.

Образование – это обучение и воспитание в интересах личности, общества и государства, направленные на усвоение знаний, умений, навыков, формирование гармоничной, разносторонне развитой личности обучающегося.

Образовательная деятельность – деятельность по обучению и воспитанию, осуществляемая учреждением образования (организацией, реализующей образовательные программы послевузовского образования, иной организацией, которой в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность, индивидуальным предпринимателем, которому в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность [1].

В интересах устойчивого развития образование должно обеспечить возможность участия каждого человека в повышении качества собственной жизни и жизни местного сообщества, реализуемую на всех уровнях образования: дошкольном, школьном, профессиональном и послевузовском [2].

В настоящий момент системы образования во всем мире принимают меры по организации образования в условиях пандемии коронавируса (COVID-19). Экстренный переход на дистанционное обучение учебных заведений можно рассматривать как общемировой эксперимент по интенсивному внедрению технологий дистанционного обучения в образование. Что сопряжено с определенными проблемами, обусловленными главным образом недостаточным техническим оснащением (неготовность инфраструктуры массового дистанционного образования), отсутствием подготовки педагогов к работе в новых условиях. Одновременно новый формат обучения предоставляет широкий спектр возможностей и перспектив для изменения и совершенствования образовательных систем, для которых критическая ситуация создает форсированные условия.

Важными задачами в сфере образования становятся своевременный анализ происходящей ситуации, принятие адекватных мер, учитывающих специфику конкретной страны, и поддержка всех участников образовательной системы: учащихся, их родителей, педагогов и администрации на всех уровнях. Необходимо также учитывать международный опыт и использовать наиболее эффективные практики. Важным является уровень технологической оснащенности учебных заведений и подготовки педагогических работников к онлайн-обучению.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кодекс Республики Беларусь Об образовании 13.01.2011 № 243–З.
2. Концептуальные подходы к развитию системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года. Приказ Министерства образования Республики Беларусь 29.11.2017 № 742.

УДК 316.776

ОБРАЗ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Зиновьева Е.Б., к.п.н., доц., Филенко А.С., студ.

*Российский государственный гуманитарный университет,
г. Москва, Российская Федерация*

В современной рекламной коммуникации активно создается и используется образ семьи. Создание образа представляет собой процесс, в рамках которого происходит наделение смыслом определенных знаков.

В современной российской рекламе используются образы семьи с разным значением.

В рамках проводимого исследования была поставлена цель: выявить типичные образы семей, конструируемые в рекламных сообщениях. Была составлена выборка рекламных сообщений, размещенных на двух разных медианосителях (50 рекламных сообщений из печатных СМИ, 50 телевизионных роликов). В ходе анализа делался акцент на визуальной составляющей рекламных сообщений. Остановимся на интерпретации основных выявленных в ходе анализа рекламных сообщений образах семьи.

Во-первых, образ семей с детьми. Построение данного образа опирается на использование стереотипного представления широких масс людей о семье, о детях как неотъемлемой части семьи. Спецификой данного типа рекламных сообщений является отображение полной семьи, то есть в изображениях присутствуют оба родителя и ребенок/дети. В частности, в рекламе многоместных автомобилей, недвижимости, бытовой техники мы можем наблюдать наличие детей разного возраста, хотя рекламируемые предметы не нацелены на детскую аудиторию.

Во-вторых, образ многопоколенческой семьи. Данный образ связан с традиционными ценностями, с уважением к старшим поколениям, с взаимопониманием и взаимопомощью как основой семейной жизни. В российских реалиях мы замечаем не редкую ситуацию совместного проживания и ведения домашнего хозяйства тремя и более поколениями в рамках одной семьи. Образ многопоколенческой семьи встречается в рекламе банковских услуг, в рекламе продуктов питания, лекарств.

В-третьих, образ молодой семьи без детей. Причем понятие молодой семьи не зависит от возраста супругов. Супружеская пара, связанная романтическими отношениями, наиболее часто встречается в рекламе парфюмерной продукции, туристических услуг, в рекламе сферы развлечений.

В-четвертых, образ с ограниченным числом членов семьи. Имеются в виду образы: мать и ребенок, отец и ребенок, бабушка и внук, дедушка и внук, то есть образы «взрос-