

процесс и результат создания неразрывно связанного, единого, целого. Этому способствует установление в обучении внутри- и межпредметных связей как механизмов и средств интеграции.

Интеграция знаний - это такое их взаимопроникновение, приводящее студента к пониманию единой научной картины мира, и позволяющее научить его самостоятельно добывать знания, повышать свой интеллектуальный уровень и развивать интерес к учению.

Интегративный подход отражает основную тенденцию развития современной науки — её интегративный характер. Интегративный подход формирует у студентов целостные представления о химической природе как части научной картины мира и позволяет раскрыть возможности применения химических соединений в фармации и медицине.

Методика контекстного обучения будущих врачей дисциплине «Медицинская химия» основана на идее усиления профессиональной направленности при освоении данной учебной дисциплины, реализуемая через систему проблемных ситуаций и задач.

В этом случае моделируется образовательная среда, максимально приближенная по форме и содержанию к профессиональной деятельности.

Применение инновационных методов обучения, основанных на интегративно-контекстном подходе, способствует эффективному освоению не только химических компетенций, но и общих и профессиональных компетенций, а также позволяет улучшить качество подготовки специалистов и помогает решить задачу формирования личности.

Профессионально ориентированные знания являются основой формирования клинического мышления, актуальны для практической медицины, обеспечивают успешное решение и теоретических, и клинических задач. Предлагаемые и реализуемые на кафедре общей и органической химии учебно-методические комплексы и технологии обучения позволяют готовить конкурентоспособных специалистов, способных творчески мыслить и применять свои знания в профессиональной деятельности, для обеспечения современных потребностей медицинской науки и практической медицины и способствуют профессиональному воспитанию будущего специалиста.

УДК 378.178

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Лазарев А.В.

Филиал «Новополоцкая ТЭЦ» РУП «Витебскэнерго»

Идеологическая работа в социальных сетях включает в себя использование различных платформ для распространения определенных идей, ценностей и взглядов. Это может быть, как официальная деятельность предприятия, так и неформальная составляющая деятельности организации. Вот несколько ключевых аспектов этого процесса:

Контент-стратегия. Контент-стратегия разрабатывается на макроуровне и определяет общее направление работы и помогает понять, какие действия предстоит совершить первым делом. Не существует универсального контента для всех ситуаций. Подходящие форматы нужно выбирать в зависимости от целей, особенностей аудитории. Разберем возможные форматы контента:

Лонгриды и шортриды. Текст - основной формат контента. Новости, шутки, анонсы и другую информацию, в которую не нужно углубляться, можно публиковать в виде шортридов. Для более детального изучения темы лучше подойдут лонгриды. Их можно публиковать как посты подлиннее (до 4096 символов) или через отдельный инструмент с визуальным редактором, который превратит пост в полноценную статью.

Изображения и видео с подписью. Это могут быть фотографии мероприятия, инфографики, презентационные и обучающие видеоролики и другие подходящие форматы.

Текст в связке с изображением и видео критически важен. Во - первых, именно он отобразится у пользователей в ленте и будет стимулировать людей зайти на канал. Во-вторых, он позволит подписчикам сразу понять, что происходит на картинке или в видео.

Карточки. Иллюстрации с текстом, на которых собрана полезная для читателей информация. Карточки могут быть исключительно текстовыми, могут содержать картинки, а могут представлять собой инфографику. В тексте-подводке к карточкам удобно продвигать мероприятия, события.

Дайджесты. Схожий с предыдущим формат. Строго говоря, дайджест – не просто подборка, а краткий обзор нескольких статей, тем, событий или других медиа продуктов, которые объединены общей темой.

Опросы и викторины. Вовлекают аудиторию в коммуникацию с администратором или владельцем ресурса. Их можно использовать для получения полезной информации об аудитории.

Кружочки. Видеозаписи длиной до 60 секунд в виде кружочка. Этот формат часто используют в экспертных блогах. Кружочки отчасти выступают аналогом историй и позволяют показать свое «здесь и сейчас».

Аудиосообщения. Не самый распространенный, но достаточно эффективный формат. В аудиосообщениях можно публиковать комментарии экспертов, интервью и даже полноценные выпуски подкастов. И снова: не стоит забывать про текстовые аннотации.

Использование хештегов. Применение хештегов при написании постов и публикаций для социальных сетей позволяет увеличить охват выпускаемых постов и публикаций. Автор поста или публикации ставит символ # и пишет слово или несколько слов по теме и характеризующие данное событие или изображение.

Преимущества использования хэштегов для социальных сетей:

- хэштеги позволяют распределить посты по темам в социальных сетях;
- с помощью ключевых слов можно выделить основную мысль поста;
- хэштеги дают возможность пользователям социальных сетей быстро найти необходимую информацию.

В мире, где каждая секунда важна, хэштеги становятся ключом к мгновенному доступу к самым актуальным интересным и обсуждаемым темам. Они не просто метки, но и мощный инструмент для увеличения охвата и вовлечения аудитории. Понимая силу и мощь хэштегов, мы можем превратить обычный пост или публикацию в вирусный контент, который будет гулять по социальным сетям, привлекая внимание аудитории и интерес к нашему ресурсу.

Работа с дезинформацией. Перед тем как размещать какую-либо новость, статью, публикацию, особенно если часть информации или ее основная масса берутся из открытых источников (внешних), очень важно проверять и убеждаться в корректности и точности той информации что мы планируем использовать, и которую планируем использовать. Казалось бы, если материалы доступны в официальных источниках, таких как печатные СМИ, радио, телевидение или интернет-издания любого рода, то факты, преподнесенные аудитории, наверняка прошли проверку. К сожалению, это далеко не всегда является правдой.

Всё более актуальной проблемой становятся так называемые фейковые новости. Это ложная или вводящая в заблуждение информация, которая преподносится в качестве неоспоримой правды. Фейковыми новостями могут быть названы не только те публикации в медиа пространстве, в которых журналист заранее знает о содержащейся лжи, но и частично неточная информация, содержащая, в том числе, и достоверные данные. В данном случае автор мог провести проверку не всех фактов или намеренно преувеличить некоторые данные, чтобы сделать конкретную точку зрения более весомой.

Неправдивая информация очень опасна, так как она может стать инструментом пропаганды или манипуляции. Кликбейтные заголовки, подставной контент, часто направленный на преподнесение определенных событий в выгодном свете - все это также является дезинформацией.

Самый лучший способ борьбы с дезинформацией - это разоблачать её или проверять факты. Проверка фактов работает в том смысле, что она

уменьшает веру в ложную информацию, хотя зачастую эффект получается небольшим и эфемерным. Учитывая ресурсоёмкость, все больше внимания уделяется не только разоблачению дезинформации, но и попытками расширить способность распознавать её, то есть, предварительному разоблачению.

Анализ контента конкурентов. При построении своей работы важно проводить анализ каналов коллег из иных организаций.

Данный анализ позволяет увидеть текущие тренды, присмотреть и перенять идеи и тренды во взаимодействии с аудиторией. При изучении контента на сторонних каналах можно почерпнуть полезные идеи и определить, какого контента возможно не хватает.

Взаимодействие с аудиторией. Активное вовлечение пользователей через комментарии, опросы, обсуждения – один из ключей к успешной коммуникации. Это помогает создать сообщество и укрепить связь с последователями.

Активное и регулярное обновление контента поддерживает интерес аудитории к каналу. Ну и что очень важно на все вопросы и комментарии пользователи должны получать обратную связь и ответы.

Идеологическая работа в социальных сетях требует творческого подхода и постоянного учета изменений в политической и социальной среде, а также в технологиях коммуникации.

УДК 377

ОРГАНИЗАЦИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В УЧРЕЖДЕНИЯХ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ланина С.Ю.

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Благовещенский государственный педагогический университет»

Требования, предъявляемые к выпускнику учреждения среднего профессионального образования, согласно федерального государственного образовательного стандарта, включают в себя наличие у него помимо профессиональных умений, такие качества как: патриотизм; высоко нравственность; культурность; уважительное отношение к окружающим и т.п. Эти требования, определяют необходимость выстраивания гармоничной работы в системе среднего профессионального образования, двух взаимосвязанных систем: образовательной и воспитательной.

Под воспитательной системой будем понимать динамическую систему взаимосвязанных элементов, взаимодействие которых направлено на создание качественных условий для развития и формирования личности обучающегося. К элементам, такой системы, относятся формы, средства,