

Е.А. Воробьева

Е.А. Кузьминов

БГУ (Минск)

Научный руководитель — И.И. Янушевич

БОЛОНСКИЙ ПРОЦЕСС ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ: ЗА И ПРОТИВ

Беларусь ведет поиск оптимально подходящей модели социально-политического устройства. Образованию, как и другим аспектам социальной сферы, уделяется огромное внимание. На сегодняшний день под особым прицелом находится вся система высшего образования, в том числе и вопрос о присоединении к Болонскому процессу, который воспринимается как оптимальная и наиболее успешная организация системы высшего образования.

Беларусь — одно из последних государств Европы, не вступивших в Болонский процесс. Первую заявку на участие страна подала в 2011 г. Она была отклонена по ряду причин, а вопрос заморожен до 2015-го. В 2015 г. Министерство образования снова подало заявку на присоединение к единому европейскому образовательному пространству. О желании присоединиться говорит тот факт, что Беларусь на протяжении нескольких лет осуществляет реформы в собственной системе высшего образования. Среди них можно отметить сокращение сроков обучения для большинства специальностей с 5 до 4 лет, введение двухступенчатой системы высшего образования (бакалавриат — магистратура) и организацию участия нашей страны в европейских программах обмена студентами.

Кроме иностранных профессиональных экспертов и специалистов высшей школы, Беларуси важно учитывать мнение по поводу Болонского процесса самих студентов. Ведь, по сути, на них изменения в системе образования отразятся больше всего. Студенческий совет по качеству образования БГУ провел интернет-опрос среди студентов БГУ, касающийся Болонского процесса. Результаты опроса таковы: 68 % студентов считает, что Беларуси необходимо вступить в Болонский процесс, 32 % против вступления; 38 % учащихся на вопрос «готовы ли преподаватели и студенты к изменениям в системе образования?» ответили «да, готовы», 48 % «нет, не готовы» и 14 % не смогли дать конкретный ответ; 16 % считает систему высшего образования Беларуси удовлетворительной, а 52 % студентов дали ответ «меня устраивает не все».

В программах Международного обмена участвовало всего 10 % опрошенных, а остальные хотели бы поучаствовать. На открытый вопрос «что бы вы хотели изменить в системе образования?» были получены следующие ответы:

- добавить практикоориентированность предметов, а непрофильные дисциплины отнести к курсам по выбору;

- сделать обмен студентами более доступным;
- увеличить количество часов преподавания иностранного языка.

Из результатов опроса видно, что и среди студентов нет устойчивого отношения к данному вопросу. 48 % «не готовых» и 68 % «за» — это, скорее, эмоции, неподкрепленные экспертной оценкой. Только 10 % опрошенных студентов участвовали в программах международного обмена. Между тем не студенты и выпускники определяют потребности рынка труда, а, наоборот, рынок труда предъявляет к выпускникам набор необходимых компетенций. Академическая мобильность также приобретает иной вид, когда развитие технологий такое, что даже бабушка из белорусской глубинки может пообщаться по видеосвязи со своей внучкой, живущей в Париже или Владивостоке. Что касается курсов по выбору, в 2015 г. решается вопрос о расширении списка курсов для всех специальностей, дабы студенты могли выбирать то, что считают нужным.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что вступление в Болонский процесс на сегодняшний день является оптимальным вариантом совершенствования системы высшего образования Беларуси. Его поддерживает как большинство студентов, так и Министерство образования страны. Однако резкий переход к новой системе не даст положительных результатов, поэтому наиболее верным шагом будет постепенное преобразование системы.

*Н.И. Знак
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель — кандидат исторических наук Т.В. Воронич

РЕКЛАМА КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Актуальность данной темы связана с тем, что в современном обществе существует множество социальных проблем, с которыми люди сталкиваются ежедневно; социальная реклама направлена на помощь в решении данных проблем и обращает общественное внимание на них.

Цель исследования — выявить наличие социальной рекламы в Минске, соответствующей основным проблемам жителей города.

Социальные проблемы, общественные проблемы — вопросы и ситуации, которые прямо или косвенно влияют на человека и с точки зрения всего или значительного числа членов сообщества являются достаточно серьезными проблемами, требующими коллективных усилий по их преодолению.

Социальная реклама — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства [1, с. 22—23].

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

315

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/elib@bseu.by>