

дыха всей семьей. – Режим доступа: <http://brestnote.by/15580-letopis-brestrskoy-kreposti-novaya-istoricheskaya-ekspoziciya-otkrylas-v-citadelivideo.html>. – Дата доступа: 08.07.2019.

9. *Майстровская, М.* Музейная экспозиция: тенденции развития / М. Майстровская // На пути к музею XXI века. Музейная экспозиция: теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции: сборник научных трудов / М-во культуры РФ, Российская академия наук, Российский ин-т культурологи. – М., 1997. – С. 7–22.

10. *Никишин, Н.* Музейные средства: знаки и символы / Н. Никишин // На пути к музею XXI века. Музейная экспозиция: теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции: сборник научных трудов / М-во культуры РФ, Российская академия наук, Российский ин-т культурологи. – М. : РИК, 1997. – С. 23–41.

11. *Новицкая, А. В.* К вопросу о музеефикации дворцово-парковых и замковых комплексов Республики Беларусь (1991–2013) / А. В. Новицкая // Веснік БДУ: навуковы часопіс Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. – 2014. – № 3. – С. 41–45.

12. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. – 2009. – № 5. – С. 46–65.

13. Филиал «Художественный музей» [Электронный ресурс] // Брестский областной краеведческий музей. – Режим доступа: <http://brokm.by/filial-hudojestvennyi-muzei.html>. – Дата доступа: 10.08.2019.

С. А. Паўлава,

*кандыдат філалагічных навук, дацэнт,
прафесар кафедры бібліятэчна-інфармацыйнай
дзеянасці Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта
культуры і мастацтваў*

ПАБЛІК РЫЛЕЙШНЗ ЯК САЦЫЯЛЬНАЯ ТЭХНАЛОГІЯ Ў ПРАМОЦЫІ БІБЛІЯТЭЧНЫХ ПАСЛУГ

Сучасны стан бібліятэчнай справы характарызуецца тым, што бібліятэкі ўжо яўна недастаткова выкарыстоўваюць традыцыйныя формы, метады і рэсурсы для паспяховай рэалізацыі сваёй місіі. З мэтай прыцягнення карыстальнікаў, эфектыўнага ўзаемадзеяння з наваколлем і ў калектыве, уваходжаньня ва ўсе грамадскія кантэксты спецыялістам бібліятэк неабходна актыўна засвойваць асноўныя элементы прамоцыі паслуг да карыстальнікаў: публік рылейшнз, рэкламы, індывідуальнай работы і метадаў стымулявання збыту.

Трэба адзначыць, што паблік рылейшнз як сацыяльная тэхналогія прамоцыі бібліятэчных паслуг не атрымала ў айчынным бібліятэказнаўстве комплекснай, разнастайнай і дэталёвай распрацоўкі.

Найбольш падрабязна ў тэарэтычных працах разглядаецца рэклама. Але ў той жа час абагульняючых звестак аб комплекснай праблеме рэкламнай дзейнасці бібліятэк у літаратуры няма. Выключэнне складае работа С. Г. Матлінай «Привлекательная библиотека, или Что может реклама» [4].

Паблік рылейшнз, у параўнанні з рэкламай, з'яўляецца амаль не вывучаным накірункам дзейнасці бібліятэк па прамоцыі паслуг. Дадзены элемент прамоцыі паслуг да карыстальнікаў знайшоў адлюстраванне ў працах расійскіх навукоўцаў: Ю. Б. Аўраевай, В. К. Ключева, А. М. Ястрабава [3, с. 113–115] і інш. Што тычыцца беларускага бібліятэказнаўства, праблемы паблік рылейшнз не атрымалі адэкватнага адлюстравання ў навуковай літаратуры. Слабая тэарэтычная распрацаванасць праблем, з якімі спецыялістам па паблік рылейшнз прыходзіцца сутыкацца на практыцы, недастатковасць навукова-абгрунтаваных метадык і скудны арсенал сродкаў, якія можна выкарыстоўваць на практыцы, негатыўна ўплываюць на ўзровень прафесіяналізму бібліятэкараў, прамоцыю бібліятэчных паслуг.

Роля паблік рылейшнз у арганізацыі, асмысленне падыходаў да вывучэння паняцця «паблік рылейшнз» разглядалася намі ў папярэдніх працах [5, с. 38–42]. Намі абгрунтавана паблік рылейшнз як функцыя сістэмы кіравання. Тэрмін «сістэма» мае дачыненне да паблік рылейшнз, гэта значыць: па-першае, што работа спецыяліста гэтай сферы ўяўляе сістэмны працэс, які характарызуецца не толькі цалкавым адзінствам кіраўнічых аперацый, але і паслядоўнай рэалізацыяй розных этапаў самога працэсу. Па-другое, паблік рылейшнз як сфера дзейнасці таксама ўяўляе сабой цалкавую сістэму, якая ўключае шэраг падсістэм: сувязі са СМІ, сувязі з органамі мясцовага самакіравання, сувязі з інвестарамі, карпаратыўныя камунікацыі і інш. Пры гэтым у падсістэмах выкарыстоўваюцца ўніфікаваныя РР-тэхналогіі. У давадзены бібліятэчных паслуг да карыстальнікаў бібліятэк значная роля належыць сацыяльна-камунікацыйным тэхналогіям, якія не толькі аптымізуюць сацыякультурную прастору, але і павышаюць імідж бібліятэкі. Па выз-

начэнні Д. П. Гаўры, сацыяльна-камунікатыўная тэхналогія – гэта «опіраючаяся на определенный план (программу действий) целенаправленная системно-организованная деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта, направленная на решение какой-либо социально значимой задачи» [2, с. 12–13]. У базавае вызначэнне паняцця ўкладаецца не толькі філасофскі сэнс, але ў ім праглядаецца і прыкладны сэнс гэтага паняцця: сістэма, арганізаваная праграма, можна працэс, які складаецца з сукупнасці аперацый, структур і працэдур, што забяспечвае дасягненне мэты сацыяльнага суб'екта сродкамі кіруемай сацыяльнай камунікацыі.

Аб'ектам сацыяльна-камунікатыўнай тэхналогіі з'яўляецца сацыяльная прастора і сацыяльны час, кіраванне якімі здзяйсняецца сродкам мэтанакіраванай сістэмна арганізаванай сацыяльнай камунікацыі.

Прадметам сацыяльна-камунікатыўнай тэхналогіі выступае арганізаваны на базе сацыяльных камунікацый мэтанакіраваны сістэмны працэс кіравання сацыяльнай прасторай і сацыяльным часам для вырашэння вызначанай сацыяльна значнай задачы [2, с. 7].

Сацыяльная прастора як аб'ект сацыяльна-камунікатыўнай тэхналогіі мае свае суб'екты, якія яе рэалізуюць: сацыяльнае супольніцтва, сацыяльныя арганізацыі, сацыяльныя інстытуты. Актыўнай формай дзейнасці суб'ектаў з'яўляецца сацыяльнае партнёрства, якое як элемент камунікацый і інавацыйнай дзейнасці публічных бібліятэк у беларускім бібліятэказнаўстве патрабуе цалкавага, шматаспектнага вывучэння. Неабходна адзначыць работы Ю. А. Пераверзевай [6], якая разглядае сацыяльнае партнёрства як падсістэму франдрайзінгавай дзейнасці.

На самой справе шматфункцыянальнасць бібліятэчнай дзейнасці дазваляе ініцыіраваць шматбаковыя партнёрскія праекты, якія дазваляюць аб'ядноўваць для вырашэння агульных задач намаганні некалькіх партнёраў. Сацыяльнае партнёрства – гэта сістэма цывілізаваных грамадскіх адносін, якія забяспечваюць узаемавыгаднае супрацоўніцтва – гэта перспектыўны шлях для далейшага развіцця, пазіцыяніравання прамоцыі паслуг-бібліятэк. Найбольш перспектыўным метадам рэалізацыі сацыяльнага партнёрства з'яўляецца праектная дзейнасць бібліятэк.

У сваей практычнай дзейнасці бібліятэкі Беларусі ўжо некалькі гадоў падтрымліваюць і развіваюць партнёрскія адносіны з органамі мясцовага самакіравання на раённым узроўні: так цэнтралізаваная сетка публічных бібліятэк Слаўгарадскага раёна рэалізавала праект «Воссоздаем историю вместе». Ініцыятарам гэтага праекта была студэнтка-завочніца БДУКМ Н. А. Шамалава. Праект быў распрацаваны у межах праграмы ААН «Из прошлого в будущее». Вядома, што ўсё большую актуальнасць набывае праблема захавання культурнай спадчыны і яе перадача наступным пакаленням рознымі бібліятэчнымі сродкамі. Тут, падчас Паўночнай вайны 1700–1721 гг. рускія войскі пад началом Пятра I атрымалі гістарычную перамогу над Шведскім корпусам генерала Левенгаўпта і сарвалі план паходу шведскага караля Карла на Маскву.

Мэта праекта – стварыць музейную экспазіцыю пад адкрытым небам, прысвечаную бітве пад Лясной, непасрэдна на месцы гістарычнай падзеі. Кола партнёраў дастаткова шырокае: бібліятэка-музей, прыход Свята-Пятра-Паўлаўскага храма-помніка, а/г Лясная і інш. Праект выклікаў зацікаўленасць міжнароднага супольніцтва: Еўрасаюз прафінансаваў праект, задачы якога былі выкананы. Сацыяльны эффект бяспрэчны: прамоцыя бібліятэчных паслуг і павышэнне іміджу бібліятэкі-музея, пашырэнне турыстычнай і экскурсійнай дзейнасці, захаванне і папулярызацыя культурнай і гістарычнай спадчыны края.

Відавочны і эканамічны эффект: якаснае выкананне бібліятэчных паслуг карыстальнікам, рост даходаў мясцовага насельніцтва, рамеснікаў, сыравараў раёну за кошт паслуг турыстам і гасцям горада, прыцягненне грашовых сродкаў у раённы бюджэт за кошт росту патокаў турыстаў і правядзення экскурсійнай дзейнасці. Таксама можна сказаць аб устойлівасці вынікаў праекта. «Музей пад адкрытым небам» працягвае працаваць і па сённяшні дзень, штогод праводзяцца фестывалі, прысвечаныя бітве пры Лясной. Дзякуючы адкрыццю «Музея пад адкрытым небам» распрацаваны новы турыстычны маршрут. Усё гэта сведчыць аб прыцягненні ўсё большай колькасці карыстальнікаў, турыстаў. Вынікі рэалізацыі праекта размяшчаюцца на сайце Слаўгарадскай раённай бібліятэкі, у раённых і абласных СМІ, на сайтах Міжнароднага фонду развіцця сель-

скіх тэрыторый, Слаўгарадскага раённага выканаўчага камітэта і мясцовага фонду развіцця сельскіх тэрыторый.

Нажаль, такіх прыкладаў не так многа. Менавіта ў сацыяльным партнёрстве пры распрацоўцы праекта праглядаюцца ўсе сацыяльна-камунікатыўныя тэхналогіі. Неабходна звярнуць увагу на падрыхтоўку кадраў: засваенне студэнтамі акадэмічных, сацыяльна-асобасных, прафесійных кампетэнцый у межах вучэбнай дысцыпліны «ПР і бібліятэчная рэклама», якая павінна заняць асобнае месца ў структуры вучэбных дысцыплін. Гэта дысцыпліна комплексная, яна аб'ядноўвае веды розных вучэбных дысцыплін і павінна выкладацца на патоку. Актуальнасць разглядання сацыяльна-камунікатыўных тэхналогій і гатоўнасць засваення іх студэнтамі абумоўлена тым, што ў работах, прысвечаных камунікацыі падкрэсліваецца іх роля ў двух аспектах: складанасць палітычнай абстаноўкі на міжнародным узроўні, амбівалентнасць глабалізацыі. Па-другое, станам сацыяльнай нестабільнасці [7, с. 242].

Па нашаму меркаванню, веданне сэнсу, прынцыпаў і механізмаў сучасных камунікатыўных тэхналогій і валоданне актуальнымі камунікатыўнымі навыкамі з'яўляецца важнай умовай уключнасці студэнтаў і бібліятэчных спецыялістаў у эфектыўнае сацыяльнае ўзаемадзеянне і важнай умовай уваходжання бібліятэк у пазітыўныя сацыяльныя працэсы, накіраваныя на прамоцыю паслуг.

1. Авраева, Ю. Б. Как библиотеке вписаться в рынок / Ю. Б. Авраева, И. И. Петухова // Библиография. – 1995. – № 6. – С. 113–115.

2. Гавра, Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции / Д. П. Гавра // Петербургская школа PR: от теории к практике. – СПб., 2003. – С. 12–13.

3. Клюев, В. К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности : учеб. пособие / В. К. Клюев, Е. М. Ястребова. – М. : Профиздат, 1999. – 144 с.

4. Матлина, С. Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама / С. Г. Матлина. – М. : Либерия, 1997. – 96 с.

5. Паўлава, С. А. PR у сістэме кіравання бібліятэкай / С. А. Паўлава // Сучасныя інфармацыйныя тэхналогіі і сацыяльная значнасць бібліятэк : зб. навук. прац / Нацыянальная бібліятэка Беларусі. – Мінск, 2004. – С. 38–42.

6. *Пераверзева, Ю. А.* Бібліятэкі і сацыяльнае партнёрства / Ю. А. Пераверзева // Весн. Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – 2007. – № 8. – С. 133–140.

7. *Смакотина, Н. Л.* Основы социологии нестабильности и риска: философский, социологический и социально-психологический аспект: монография / Н. Л. Смакотина. – М. : КДУ, 2009. – 242 с.

С. А. Пациенко,
кандидат культурологии,
доцент кафедры менеджмента
социально-культурной деятельности
Белорусского государственного
университета культуры и искусств

ЭКСКУРСИИ В ФОРМАТЕ *FREE WALKING TOUR* КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ

Free walking tour (с англ. бесплатная пешеходная экскурсия) – это формат экскурсии, который не предполагает фиксированной оплаты работы гида. В качестве вознаграждения за проведенную экскурсию туристы оставляют гиду денежные пожертвования, размер которых полностью зависит от их решения либо могут вообще ничего не платить.

Как правило, *Free walking tour* – это пешая экскурсия, проводимая по городу и позволяющая экскурсантам познакомиться с культурными, историческими и иными городскими достопримечательностями различного рода – будь то памятники, значимые социально-культурные объекты, дома знаменитостей, муралы и проч. *Free walking tour* могут включать как официальную информацию (статистические данные, исторические факты, документальные фото и т. д.), так и городские легенды, предания и фантастические истории.

По информации «Гардианс», экскурсии такого формата начали проводиться в различных городах мира с 2004 г. [2]. Основная идея *Free walking tour* заключается в предоставлении возможности любому человеку, независимо от его финансовых ресурсов, знакомиться с городами по всему миру. *Free walking tour* как социальный проект пропагандирует идею доступности путешествий и всеобщего равенства в получении культурной информации; имеет культурно-образовательную направлен-