

5. Селиверстов, С. Э. Социальная реклама : искусство воздействия словом / С. Э. Селиверстов. – Самара : Бахрах-М, 2006. – 287 с.

6. Социальная реклама : учеб. пособие для студентов вузов / Л. М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 271 с.

*А. В. Литвинович, магистрант БГУКИ
Научный руководитель – С. В. Зыгмантович,
кандидат педагогических наук, доцент*

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА БИБЛИОТЕКИ (НА ПРИМЕРЕ ЦНБ им. Я. КОЛАСА НАН БЕЛАРУСИ)

Возросшая роль коммуникационных взаимодействий в функционировании и развитии современных библиотек выдвигает на первый план проблему организации коммуникаций как внутри библиотеки, так и за ее пределами с целью проведения оптимально благоприятных для библиотеки коммуникационных процессов. Эффективные коммуникации на практике являются необходимым условием успешного достижения стоящих перед библиотекой целей.

Коммуникационное пространство библиотеки нами понимается как пространство, в пределах которого происходит процесс коммуникации (обмен информацией), обусловленный спецификой библиотечной среды и компонентами организационной культуры и включающий в себя внутренние и внешние коммуникации.

Основой для дифференциации коммуникационного пространства библиотеки является его базовая категория – коммуникация. В зависимости от места возникновения выделяют внешнюю и внутреннюю коммуникацию, т. е. внешнее и внутреннее коммуникационное пространство. По направленности во внутренней коммуникации выделяют горизонтальные и вертикальные коммуникации. В свою очередь горизонтальные по месту возникновения делятся на коммуникации внутри подразделения и между подразделениями; по составу участников выделяют коммуникации между руководителями и между сотрудниками. Вертикальные коммуникации по направленности дифференцируются на восходящие и нисходящие, по составу выделяют коммуникации типа «руководитель – подчиненный», «руково-

дитель – коллектив» и коммуникации руководителей различных уровней. По способу возникновения выделяются формальные и неформальные коммуникации [7].

С целью анализа организации коммуникационного пространства библиотеки рассмотрим некоторые компоненты внешней коммуникации Центральной научной библиотеки имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси за период с 2008 по 2012 г. (информация приводится по годовым отчетам библиотеки).

Внешние коммуникации – это обмен информацией между библиотекой и ее внешней средой. Задача внешних коммуникаций заключается в трансформировании желаемой стратегической позиции в поведение библиотеки, ее коммуникационные послания и символы на организационном, производственном и функциональном уровнях [1].

К внешним коммуникациям библиотеки относится взаимодействие со следующими группами: учредителями, пользователями (реальными и потенциальными), СМИ, органами государственного управления (власть), партнерами (книготорговые организации, библиотеки, общественные организации, учреждения культуры, спонсоры и др.). Наиболее значимой категорией среди указанных выступают пользователи библиотеки. Несмотря на важность данных в этом направлении, количественные показатели приводятся лишь в отчетах за 2008 и 2009 г. Общее число пользователей ЦНБ НАН и 24 библиотек сети в 2008 г. составило 37 890, количество посещений – 557 696, в т. ч. в режиме *online* – 195 512; в 2009 г. – 37 596 пользователей, 590 688 посещений, в т. ч. *online* – 346 412 [2–6]. Несмотря на уменьшение числа пользователей, количество посещений увеличилось, что примечательно – в режиме *online*. Это напрямую связано с увеличением числа услуг, предоставляемых в режиме удаленного доступа. Коммуникации с пользователями осуществляются не только при их обслуживании, а также при ведении договорных отношений, проведении информационно-выставочной деятельности, информационных недель, рекламе библиотечных продуктов и услуг, мониторинге потребителей информации с целью изучения информационных потребностей, обратной связи.

Одним из приоритетных направлений в деятельности библиотеки является проведение выставок. Так, за рассматриваемый период общее число выставок составило 2856, в т. ч. 783 из них

тематические [2–6]. Проведение такого большого количества выставок говорит о том, что библиотека ведет активную работу по раскрытию фонда, продвижению имеющихся изданий и попутно своей продукции, информированию пользователей о фондах и новых поступлениях, формированию информационной культуры пользователей и привлечению большего числа пользователей.

Для обслуживания потребителей информации необходимо постоянное пополнение и обновление фондов библиотеки. Основным источником пополнения фонда является обязательный экземпляр, предоставляемый издающими организациями Беларуси, а также представительствами данных организаций за пределами республики. На протяжении 2008–2012 гг. библиотека сотрудничала с Российской академией наук, Всероссийским институтом научной и технической информации, Посольством Германии и частными лицами. Большое количество документов библиотека приобрела с помощью международного документообмена со странами СНГ и Балтии, а также благодаря дарам из архива историка И. Б. Канапацкого [2–6]. Широкое сотрудничество с большим количеством издающих и книготорговых организаций, а также дарителями дает возможность библиотеке наиболее полно укомплектовать фонд редкими и актуальными отечественными и зарубежными изданиями в соответствии со спецификой библиотеки.

Для продвижения библиотеки, ее фондов, продуктов и услуг, а также для формирования положительного имиджа осуществляется взаимодействие со СМИ. На протяжении рассматриваемого периода взаимодействие библиотеки и СМИ было скорее активным, чем пассивным. Так, в 2008 г. было 57, в 2009 г. – 228, в 2010 г. – 207, в 2011 г. – 290, в 2012 г. – 428 сообщений. О библиотеке пишут как сотрудники, так и корреспонденты, но стоит отметить, что инициатива находится на стороне сотрудников библиотеки [2–6]. Нет определенной тенденции к увеличению или уменьшению количества сообщений, происходят резкие скачки. В целом за данный период количество сообщений в СМИ увеличивалось.

Организация научной коммуникации сотрудниками библиотеки – приоритетное направление работы, т. к. библиотека имеет статус научной. Основу такой коммуникации составляет профессиональное общение участников. Основной ее формой

является проведение в библиотеке конференций, семинаров, симпозиумов и школ. На протяжении рассматриваемого периода были организованы научные мероприятия совместно с Институтом славяноведения РАН, Советом по книговедению при Международной ассоциации академий наук, Научным центром исследований истории книжной культуры, Национальным координационным центром биобезопасности, Высшей аттестационной комиссией, Национальной книжной палатой и другими организациями. Кроме этого, сотрудники принимали активное участие в научных мероприятиях, проходивших как на территории республики, так и за ее пределами [2–6]. Проведение научных мероприятий – это расширение связей, возможность полемики и нового видения различных направлений науки, возможность публикации результатов своих исследований. Такое активное участие в научных мероприятиях говорит об инициативном подходе к развитию научных связей.

Таким образом, можно сказать, что организация внешнего коммуникационного пространства соответствует целям и задачам, поставленным перед библиотекой, и является развивающейся. Для дальнейшего успешного функционирования системы внешних коммуникаций библиотеке необходимо: осуществлять деятельность, связанную с созданием положительного имиджа библиотеки; развивать как традиционные, так и электронные формы коммуникации, ориентироваться на запросы пользователей информации; постоянно повышать квалификацию кадров на уровне регламентируемого и нерегламентируемого дополнительного профессионального образования; вести работу по оптимизации материально-технической базы.

Список использованных источников

1. *Алешина, И. В.* Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М., 2006. – 241 с.
2. Отчет о работе ЦНБ имени Якуба Колоса и библиотек научно-исследовательских учреждений Национальной академии наук Беларуси за 2008 год / Национальная академия наук Беларуси, Центральная научная библиотека имени Якуба Колоса. – Минск, 2009. – 47 с.
3. Отчет о работе Центральной научной библиотеки имени Якуба Колоса и библиотек научно-исследовательских учреждений Национальной академии наук Беларуси за 2009 год / Национальная академия наук Беларуси, Центральная научная библиотека имени Якуба Колоса. – Минск, 2009. – 61 с.

4. Отчет о работе Центральной научной библиотеки имени Якуба Колоса и библиотек научно-исследовательских учреждений Национальной академии наук Беларуси за 2010 год / Национальная академия наук Беларуси, Отделение гуманитарных наук и искусств, государственное учреждение «Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа». – Минск, 2011. – 63 с.

5. Отчет о работе Центральной научной библиотеки имени Якуба Колоса Национальной академии наук Беларуси за 2011 год / Национальная академия наук Беларуси, Отделение гуманитарных наук и искусств, государственное учреждение «Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа». – Минск, 2012. – 73 с.

6. Отчет о работе Центральной научной библиотеки имени Якуба Колоса Национальной академии наук Беларуси за 2012 год / Национальная академия наук Беларуси, Отделение гуманитарных наук и искусств, государственное учреждение «Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа». – Минск, 2013. – 75 с.

7. Яковлев, И. П. Основы теории коммуникации / И. П. Яковлев. – СПб.: Институт управления и экономики, 2001. – 203 с.

Лу Мэнмэн, соискатель ученой степени

кандидата искусствоведения

Научный руководитель – В. П. Прокопцова,

доктор искусствоведения, профессор

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КИСТИ И ТУШИ В ТРАДИЦИОННОЙ КИТАЙСКОЙ ЖИВОПИСИ

Штрих тушью – самая характерная особенность китайской живописи. Китайские художники используют тушь не только для того, чтобы передать форму, светотень, фактуру объекта, но и для того, чтобы выразить внутренний смысл произведения и идею художника. Поэтому в китайской живописи использование туши характеризуется своей самостоятельной эстетической ценностью.

Известный художник династии Цин Ши Тао утверждал: «Одна черта – это существо и основа объекта». В китайском языке это воззрение выражено в одном слове – «ихуалун» («ихуа» – одна черта; «лун» – взгляд). Он говорил: «Китайские художники пользуются кистью, чтобы выражать вселенную выразительно через разнообразное качество штрихов тушью. Поэтому правильное использование кисти, является важнейшим вопросом для создания китайской живописи» [1, с. 48].