

драматический смысл пьесы? – в том, что К.И. постепенно сходит с ума («у меня что-то с головой» повторяет она на протяжении всей пьесы).

Таким образом, Д. Гинк в пьесе главный акцент ставит не на жизни и судьбе героини, как Ф.М. Достоевский, а на пограничном состоянии доведенной до крайности К.И. И именно нервная, рваная, неровная композиция пьесы создает явную картину безумия и гибели человека. Драматург меняет композиционный ракурс романа, и это сообщает нам новое видения трагедии жизни К.И.

2. Давыдова, М. Конец театральной эпохи / М. Давыдова. – М. : ОГИ, 2005. – 384 с.

3. Малочевская, И.Б. Режиссерская школа Товстоногова / И.Б. Малочевская. – СПб. : Изд-во СПбГАТИ, 2003. – 157 с.

Сидоров Г.В., студ. 431 гр.

Научный руководитель – Петушко Н.Е.

КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДЕТСКОЙ БИБЛИОТЕКИ: ТЕОРЕТИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Для того чтобы понимать, что представляет собой сегодня культурно-досуговая деятельность (далее СКД), какие функции она выполняет и каково её содержание, необходимо, прежде всего, определить терминологический аппарат КДД. Первым понятием, которое лежит в основе исследования и выделяется в качестве важного элемента его фундамента, является *«социально-культурная деятельность»*. Оно имеет множество трактовок, которые рассматривают СКД с различных позиций.

Однако наиболее приемлемой кажется трактовка, предложенная А.В. Соколовым. В своей работе «Социально-культурная деятельность как учебный предмет и объект теории» исследователь рассматривает *СКД* как «культурную деятельность социальных субъектов (профессиональных и непрофессиональных социальных групп, вплоть до общества в целом) по обобществлению культурных новаций; развитию способностей индивидов и обслуживанию их творческой деятельности; социальной коммуникации, т.е. распространению, сохранению и общественному использованию всех видов культурных ценностей» [9, с. 76].

Однако это далеко не единственный взгляд на понятие социально-культурно досуговой деятельности. Различные подходы к проблеме разработки в начале двухтысячных годов высказывали Н.Н. Ярошенко, Т.Г. Киселёва и Ю.Д. Красильников, А.С. Ковальчук, а также ряд других учёных. Так, у Ю.Д. Красильникова и Т.Г. Киселёвой *СКД* это не что иное, как «Социально педагогическая и социально-культурная среда обитания человека, пути и формы активного воздействия на эту среду и на активное функционирование в ней личности» [5, с. 8–9].

Естественно, что рассматривать содержание КДД без понимания самого определения культурно-досуговой деятельности, а также его связи с термином СКД попросту невозможно. Как и СКД, «*культурно-досуговая деятельность*» имеет широкий спектр трактовок различных учёных, однако мы приведём лишь некоторые из них, наиболее точно характеризующие суть понятия.

Ответ на вопрос, относительно того, что стоит понимать под КДД, у З.С. Тиньковой выглядит следующим образом: «При рассмотрении всей совокупности потребностей, удовлетворяемых в сфере досуга, делается акцент на культурных потребностях, являющихся побудительной силой для осуществления культурной деятельности, т.е. деятельности человека

по производству, распространению, сохранению и потреблению ценностей духовной культуры. Для выделения данного направления досуговой деятельности из совокупности всех возможных в отечественных научных исследованиях стал употребляться термин «*культурно-досуговая деятельность*» [10, с. 8].

Естественно, что понимание сути КДД невозможно в полной мере, без обращения к такому термину как «*досуг*». Досуг являет собой не что иное, как деятельность в свободное время. И. В. Воробьева в своём учебно-методическом комплексе приводит наиболее точную на данный момент дефиницию. Так, *досуг* является частью внерабочего времени, остающегося после удовлетворения трудовых, физических, санитарно-гигиенических потребностей, и необходим для восстановления физических и духовных сил человека. Структурно досуг складывается из самообразования, инкультурации, социальной активности, различных направлений творчества и самодетельности, а также занятий с детьми, общения по интересам и пассивного отдыха [1, с. 23].

Так как детская библиотека сегодня осуществляет культурно-досуговую деятельность, можно говорить об её участии в развитии рынка услуг (хотя и в гораздо меньшей степени, например, чем частные фирмы, организующие мероприятия досугового характера), а это значит, что должна предлагать своим пользователям/ посетителям некий *культурный продукт*. «*Культурный продукт* – это результат творческой работы, который несет на себе персональную/авторскую печать как часть производимого продукта. Культурный продукт всегда является предметом авторского права. В большинстве своем культурный продукт содержит некий символический посыл, адресованный потребителям рынка. В современном обществе культурные продукты, с одной стороны, являются

носителями самобытности, культурных ценностей, а с другой стороны – фактором экономического и социального развития» [7].

Что же касается *содержания КДД*, то, вновь обратившись к пособию З.С. Тиньковой, видим, что она предлагает в содержание включать такие пункты как:

- непосредственные переживания, впечатления и состояния, которые испытывает человек, включенный в конкретный вид досугового занятия и тем самым удовлетворяющий свои потребности;

- осмысление человеком воспринимаемой информации, художественных образов, общего культурного контекста, который в это время оказывается в фокусе его внимания;

- его оценки, которые возникают у него по поводу качества отдыха, а также услуг, если они ему оказываются в этом процессе» [10, с. 39–40].

Разными специалистами в сфере СКД и КДД количество функций и их содержание определяются по-разному. Так, у разных авторов в работах может насчитываться от четырёх (О.Д. Дашковская: 1) *рекреационная и терапевтическая функция*. 2) *Творческо-развивающая функция*. 3) *Воспитательные и просветительные функции*. 4) *Функция поддержания социальной солидарности*) [4, с. 18] до десяти пунктов (И.Л. Смаргович: 1) *социализирующая*, 2) *культуротворческая*, 3) *рекреационно-развлекательная*, 4) *познавательно-образовательная*, 4) *коммуникативная*, 5) *творческая*, 6) *эстетическая* и 7) *воспитательная*, 8) *самореализационная*, 9) *рекреационно-оздоровительная*, 10) *компенсаторная*) [8, с. 17–18], а некоторые функции объединяют в себе деятельность по более «мелким» направлениям (например, эколого-охранительная функция). Считаем, что *наполнение этого своеобразного «списка» варьируется в зависимости от этапа развития СКД/КДД и*

общества, а также явлений, характерных в определённый временной период.

Таким образом, культурно-досуговое направление в деятельности детских библиотек представляет взаимодействие культурной и досуговой работы, взаимопроникающих в процессе друг в друга. Поэтому правомерно говорить о КДД, как о способе грамотной организации досуговой деятельности пользователя библиотеки и одновременно его введения в сферу культурного развития общества. На современном этапе развитие детских библиотек можно проследить на примере наполнения их сайтов.

Далее рассмотрим их роль в создании образа библиотек как социально-культурных центров. Как в реальной библиотеке существует один официальный (иначе – парадный) вход, так и у библиотеки должна существовать главная точка входа в её виртуальное представительство. Это значит, что паблики в социальных сетях, официальные страницы библиотек на подобных ресурсах, а также блоги, не должны становиться заменой официального веб-ресурса, а служить лишь его дополнением, средством получения быстрой информации или площадкой для коммуникации сотрудников и пользователей.

Для того чтобы веб-сайт заработал, необходимо укрепить репутацию путем выстраивания взаимоотношений с соответствующими аудиториями. Чтобы проделать эту работу эффективно, необходимо обеспечить легкость пользования сайтом для посетителей, а также доверие и уважение к нему. Помимо этого он должен быть одинаково занимательным, для случайных пользователей (или пользователей, открывших ресурс первый раз), так и для посетителей со стажем. Это значит, что основное внимание необходимо уделить простоте навигации по страницам и рубрикам вкупе с

разработкой эргономичного дизайна и написанием грамотных текстов для разделов.

Немалую роль в популярности сайта играют разделы с практическими материалами: оригинальными сценариями, грамотными видеосюжетами и качественными фотографиями мероприятий, проводимых в самой библиотеке и за её пределами. В контексте культурно-досуговой деятельности детского библиотечного учреждения наличие собственного интернет-портала – это действенный способ информирования пользователей (реальных и потенциальных) о предстоящих праздничных мероприятиях, конкурсах, открытии новых клубов и кружков для досуга.

Работа библиотеки по созданию сайта – достаточно свободное творчество. И как в любом другом виде деятельности, в создании веб-ресурса существуют положительные и отрицательные аспекты. Так, существенным недостатком является недостаточное финансирование работ, связанных с организацией и продвижением сайта.

Сегодня в тех библиотеках, которые хотят иметь свой сайт, как минимум, должны появиться творческие сотрудники, отвечающие за него. Именно от их вкуса в сочетании со специальными знаниями во многом зависит успешность сайта библиотеки. Однако для грамотной организации ресурса требуются совместные усилия группы профессионалов в разных областях: дизайнера, веб-мастера, программиста и других. Не говоря уже о постоянной работе по обновлению, добавлению, изменению материалов и т.д. При этом важно иметь серверную технику, высокоскоростные каналы связи, а также сотрудников, отвечающих за наладку и работу оборудования. Таким образом, создание и поддержка сайта требуют кадрового и финансового обеспечения.

Считаем, что оптимальным вариантом является сайт небольшой сети библиотек (например, одной детской ЦБС). Пользователь подобного ресурса должен получить доступную информацию о том, какие издания есть в системе, где они хранятся, узнать о наличии издания в конкретной библиотеке. Можно реализовать возможность заказать издание через сайт или прочитать его электронную копию. С помощью такого объединённого ресурса удобно проводить окружные мероприятия, конкурсы, фестивали книги и реализовывать иные формы культурно-досуговой деятельности, требующие наличия библиотеки в сети Интернет.

На сегодняшний день уже не встает вопрос: нужен сайт или не нужен. Проблема заключается в том, чтобы с помощью веб-страницы можно было создавать имидж детской библиотеки и давать возможность её пользователям общаться между собой и с сотрудниками библиотеки. В качестве базовых можно предложить следующие три критерия оценки сайтов: информативность, открытость, интерактивность.

1. Информативность. Сайт является удобным каналом информирования целевых аудиторий и ее изучения. На сайте должна быть представлена:

- общая информация о сайте/портале;
- нормативные документы;
- справочники и базы данных;
- информация о конкурсах и тендерах;
- карты сайта;
- англоязычная версия сайта;
- новостная информация.

2. Открытость.

- раздел об организационной структуре библиотеки
- информация о сотрудниках

контактная информация структурных подразделений
информация о территориальных органах, филиалах
информация о руководителях
контактная информация
аналитические и статистические материалы

3. Интерактивность – одно из самых существенных отличий интернет-ресурсов от других способов подачи информации. Интерактивность позволяет не только довести до посетителя какую-либо информацию, но и узнать реакцию на материалы сайта, организовать диалог. Посетитель сайта чувствует себя полноправным участником процесса формирования информационного материала. Его мнение не только услышано, но и представлено широкой интернет-общественности.

Сайт должен быть эффективным. Оценить эффективность сайта можно двумя способами:

Количественный анализ с помощью статистики сервера. Для этого можно использовать следующие показатели:

- количество обращений к сайту;
- суточная статистика частоты его посещений;
- количество отдельных людей, его посетивших;
- время, проведенное на сайте;
- какие страницы использовались для входа и выхода посетителей.

Качественный анализ путем:

- опроса потенциальных потребителей в целях определения уровня удовлетворенности сайтом. В процессе опроса устанавливаются степень важности и оценка компонентов сайта (содержание, дизайн, удобство пользования и др.);

- изучения откликов, поступающих от посетителей.

Сайт должен быть доступен в сети 24 часа 7 дней в неделю – это аксиома.

Для того чтобы наглядно продемонстрировать эффективность работы библиотек по созданию и ведению собственного сайта рассмотрим таблицу. для изучения особенностей были выбраны следующие сайты: <http://www.rgub.ru/> (сайт Российской государственной библиотеки для молодёжи); <https://koldingbib.dk/> (сайт библиотеки Колдинга (Дания)); <http://www.childlib.by/> (сайт Централизованной системы детских библиотек г. Минска).

Критерий оценки	http://www.childlib.by/	http://www.rgub.ru/	https://koldingbib.dk/
Информативность			
Общая информация о сайте/портале	Не требуется.	Не требуется.	Не требуется.
Нормативные документы	На сайте библиотеки раздела с нормативными документами выявить не удалось.	Представлены документы, регламентирующие деятельность библиотеки и её филиала в виде активных ссылок на актуальные тексты, а также в виде PDF-файлов, доступных для скачивания.	На сайте библиотеки раздела с нормативными документами выявить не удалось в обеих версиях ресурса: английской и датской.
Справочники и базы данных	На сайте не представлены в полном объёме, существует лишь текстовое описание данных продуктов без возможности удалённого доступа.	Доступ к справочникам и базам данных предоставлен частично. Стоит отметить, что для всех ресурсов данного типа при отсутствии онлайн-доступа указан зал библиотеки (филиала), в котором можно получить доступ к документам.	Представлен доступ к онлайн-справочникам и базам данных, имеющихся в библиотеке. Требуется ввод данных пользователя библиотеки: логина и пин-кода.
Информация о конкурсах и	Периодически появляются новостные	Представлена полная информация о	Информационный раздел с данными о

тендерах	статьи об участии библиотек детской системы в тендерах, а также проведении конкурсов, однако постоянная рубрика отсутствует.	проектах трёх уровней: специальных, общероссийских и международных.	проводимых конкурсах/ конкурсах, в которых библиотека принимает участие отыскать не удалось в обеих версиях ресурса: английской и датской.
Карты сайта	Карта сайта присутствует, однако в ней указаны разделы, которые на сайте отсутствуют. иконка карты сайта весьма неприметна и пользователь может её пропустить.	Отсутствует. Однако структура сайта является весьма простой и эффективной при навигации по страницам.	Отсутствует.
Англоязычная (на других языках) версия сайта	Отсутствует.	Действует полноценная англифицированная версия сайта.	Действует ограниченная англифицированная версия веб-сайта.
Новостная информация	Выделен соответствующий раздел, однако обновляется с опозданием.		
Открытость			
Раздел об организационной структуре библиотеки	Информация об организационной структуре представлена в виде списка отделов.	Информация об организационной структуре представлена подробно с делением на логические блоки.	Информация об организационной структуре отсутствует.
Информация о сотрудниках	Представлена в ограниченном виде.	Представлена в ограниченном виде.	Представлена в ограниченном виде.
Контактная информация структурных подразделений	Представлена для головной библиотеки и филиалов отдельно.	Указаны контактные телефоны, e-mail и почтовый адрес.	Указаны контактные телефоны, e-mail и почтовый адрес.
Информация о территориальных органах, филиалах	Выделена в специальный раздел «Библиотеки»	Представлена контактная информация филиала, его краткое описание, а также афиша мероприятий отделения.	Филиалы отсутствуют.
Информация о руководителях	Представлена для головной библиотеки	Представлена краткая справка о	Представлена в разделе «Find

	и филиалов отдельно. Однако не наблюдается систематизации в предоставлении сведений и использования единого шаблона для оформления данных.	директоре библиотеки, о руководителях подразделений и филиалов краткие справки отсутствуют.	personale» с указанием адресов электронной почты и контактных телефонов. Информация систематизирована и оформлена согласно одному общему шаблону.
Контактная информация	Присутствует на главной странице, отдельного раздела в меню нет.	Выделена в отдельный пункт главного меню. Также есть чат с библиотекарем, а также возможность отправки из окна чата СМС-сообщения или e-mail.	Выделена в отдельный пункт главного меню. Также есть онлайн-чат с библиотекарем.
Аналитические и статистические материалы	Отсутствуют.	Предоставляется удалённый и локальный доступ к нескольким базам данных и электронным библиотекам, а также электронной библиотеке диссертаций РГБ.	Предоставляется удалённый и локальный доступ к нескольким базам данных и электронным библиотекам.
Интерактивность			
	Пользователю предоставляется возможность получить ответы на интересующие вопросы с помощью веб-формы обратной связи.	Предоставлен доступ к библиотеке комиксов, оцифрованных книжных изданий, доступен онлайн-чат с библиотекарем, а также существует возможность виртуального тура по зданию библиотеки.	Предоставляется возможность использовать электронные базы данных и электронные библиотеки, а также воспользоваться доступом к онлайн-фильмотеке/аудиотеке. Помимо этого доступен онлайн-чат с библиотекарем, функции бронирования библиотечных

			помещений для проведения мероприятий, заказа авиабилетов, прохождения водительских тестов и многое другое.
--	--	--	--

Исходя из результатов анализа, можно говорить о том, что в системе детских библиотек внимания поддержанию и наполнению сайта, а также его дизайну и адаптации для разных браузеров уделяется мало. Крайне слабо представлена культурно-досуговая работа ЦБ и библиотек-филиалов, видеоролики (и не только) на страницах сайта (в новостях) заменяются ссылками на другие ресурсы, что существенно снижает востребованность данной площадки у потенциальных пользователей.

В это же время примеры молодёжных библиотек России и зарубежья показывают заинтересованность их администрации и сотрудников в активном продвижении на информационном рынке и рынке услуг. Такие библиотеки активно сотрудничают с кино- и аудиопорталами, книжными магазинами (онлайнowymi), а также широко освещают свою культурно-досуговую работу не только на собственном ресурсе, но и в ряде других СМИ. При всём этом, российские и зарубежные библиотеки активно пользуются современными технологиями и с помощью Интернета открывают доступ к лицензионным изданиям комиксов, художественной литературе, создают дочерние интерактивные порталы по разным направлениям. Всё это, несомненно, является хорошим примером грамотного осуществления культурно-досуговой деятельности во Всемирной Сети.

Для того чтобы максимально эффективно представлять свою деятельность системе детских библиотек города Минска следует полностью пересмотреть дизайн сайта, его наполняемость и структуру.

Для внедрения таких преобразований необходимо разработать новую модель, макет сайта и привлечь дополнительные источники финансирования. Это можно сделать за счёт размещения в специальном разделе сайта рекламных объявлений (данный источник дохода весьма распространён на многих порталах интернета), а также, вероятно, воспользоваться услугами компании, занимающейся продвижением сайтов в Интернете. Конечно же, такой подход потребует привлечения спонсорского финансирования и участия в программах, предоставляющих финансовые гранты.

Большое внимание стоит уделять и отражению КДД в электронной среде: наполнять разделы сайта видеороликами с проведённых мероприятий, брать интервью у гостей – это всё будет содействовать повышению уровня известности библиотеки в белорусском сегменте Всемирной Сети. После изучения трех сайтов библиотек, работающих с детьми и молодежью в разных странах, можно сделать следующий вывод: белорусскому сайту системы детских библиотек города Минска требуются не только косметические, но и функциональные преобразования. Так как сайт выполняет функцию страницы-визитки, то эффективнее преобразовать его в единственную страницу-презентацию сети библиотек с активными ссылками на собственные блоги филиалов и онлайн-проекты, что существенно снизит затраты на поддержание ресурса и упростит его продвижение в Сети. Кроме того, постоянная работа с веб-ресурсами позволит детским библиотекам существенно расширить зону охвата культурно-досуговой деятельности за пределы самого учреждения и страны, а значит, появятся новые возможности для заключения партнёрских отношений, поиска спонсоров и создания имиджа социально-культурного центра в современном обществе.

1. Воробьева, И.В. Социально-культурная деятельность : учебно-методический комплекс / И.В. Воробьева. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2009. – 106 с.
2. Галоўная старонка / Цэнтралізаваная сістэма дзіцячых бібліятэк г. Мінска [Электронны рэсурс]. – Режим доступа : <http://www.childlib.by/>. – Дата доступа : 25.02.2016.
3. Главная страница / Российская государственная библиотека для молодежи [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rgub.ru/>. – Дата доступа : 25.02.2016.
4. Дашковская, О.Д. Организация досуговой деятельности: текст лекций /О.Д. Дашковская. – Ярославль: Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, 2009. – 75 с.
5. Киселёва, Т.Г., Красильников, Ю.Д. Социально-культурная деятельность: Программа-конспект учебного курса. – М. : МГУКИ, 2001. – С. 8–9.
6. Koldingbibliotekerne / Koldingbibliotekerne [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://koldingbib.dk/>. – Дата доступа : 25.02.2016.
7. Предпринимательство в культуре / Фонд знаний «Ломоносов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:01296:article>. – Дата доступа : 18.01.2015.
8. Смаргович, И.Л. Основы культурно-досуговой деятельности : учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений по направлению специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная) / И.Л. Смаргович ; Министерство культуры Республики Беларусь, Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2013.–С. 17–18.

9. Соколов, А.В. Социально-культурная деятельность как учебный предмет и объект теории / А.В. Соколов // Вести. МГУКИ. – 2005. – №2. С. 74–82.

Синицына О.А., студ. 508 а гр.

Научный руководитель – Песецкая Т.И.

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Современная рекламная компания имеет широкий спектр возможностей ее реализации, таких как: наружная реклама, реклама на микро и макро носителях, реклама на телевидении, радио реклама, реклама в интернете, печатная реклама. Последний элемент возник с появлением печатного дела в 1472 г. [1], и является актуальным и по сей день, удивляя новизной и необычностью форм исполнения. **Полиграфическая рекламная продукция.** Каждый из нас часто сталкивается с раздаваемой полиграфической рекламной продукцией – буклетами и листовками, визитками и флаерами. Пройдя, сквозь плотные ряды промоутеров на выставке или презентации, каждый уносит с собой пачку рекламных проспектов. Рекламная полиграфия окружает нас везде. Мы даже учимся управлять рекламным потоком, отвернувшись от рекламного плаката или просмотрев буклет не сразу, а в свободное время, сохраняя при этом ту информацию, которая действительно нужна.

Рекламная компания с помощью полиграфической рекламы проходит следующие этапы: