

3. Гидденс, Энтони. Культура и общество / Энтони Гидденс // Социология. – М. : Эдиторнал : УРСС, 1999. – 704 с.
4. Ігнатовіч, П. Р. Сацыялогія: вучэб. дапам. для студэнтаў ВНУ / П. Р. Ігнатовіч. – Мінск, 2001. – С. 133–161.
5. Іонін, Л. Г. Социология культуры : учеб. пособие / Л. Г. Ионин. – Минск : Логос, 1996. – 278 с.
6. Манхейм, К. Эссе о социологии культуры / К. Манхейм // Избранное. Социология культуры. – М., 2000. – С. 26.
7. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М., 1973. – 406 с.
8. Сорокин, П. А. Социальная и культурная динамика / П. А. Сорокин ; пер. с англ., вступ. ст. и коммент. В. В. Сапова. – М. : Акад. проект, 2017. – 964 с.
9. Шендрік, А. І. Социология культуры : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Социология» и «Социальная антропология» / А. И. Шендрик. – М. : ЮНИТИ-ДАТА, 2005. – 495 с.

НАВУКОВА-АСВЕТНІЦКАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ МУЗЕЯЎ ВА ЁМОВАХ ПАНДЭМІ

Ю. В. Кавалёва,

*саіскальнік вучонай ступені кандыдата навук
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў,
загадчык аддзела экспазіцыйна-выставачнай работы
Музея гісторыі горада Мінска*

Пандэмія COVID-19 парушыла дзейнасць музеяў ва ўсім свеце, стала пагрозай іх фінансаваму выжыванню і забеспячэнню сродкамі для існавання музейных супрацоўнікаў. Міжнародны савет музеяў (ICOM) хутка адрэагаваў на сітуацыю і запусціў глабальнае даследаванне, каб высветліць уплыў каранціну на работу музеяў. Апытанне ахапіла пяць тэм: бягучая сітуацыя, эканамічнае ўздзеянне, лічбавыя рэсурсы і камунікацыя, бяспека музеяў і захаванне калекцый, музейныя супрацоўнікі-фрылансеры. У даследаванні ўдзельнічала амаль 1600 музеяў і музейных спецыялістаў у 107 краінах на пяці кантынентах. Дадзеныя збіраліся з 7 красавіка па 7 мая 2020 г. Сярод важных аспектаў даследавання – несупадзенне дадзеных у розных рэгіёнах свету.

У красавіку 2020 г. амаль усе музеі свету зачыніліся ў сувязі з пандэміяй. Падчас ізаляцыі многія музеі пашырылі сваю

лічбавую дзейнасць. Хаця амаль палова рэспандэнтаў адказалі, што іх музей ужо прысутнічае ў сацыяльных сетках або падзяліўся сваімі калекцыямі ў інтэрнэце да каранціну, дзейнасць у галіне лічбавых камунікацый павялічылася як мінімум у 15 % музеяў. У прыватнасці, сацыяльная актыўнасць у СМІ павялічылася больш чым у паловы з апытаных музеяў. Большасць музейных спецыялістаў (84 %) працавалі з дому, аднак з часовымі музейнымі супрацоўнікамі былі часткова спынены прафесійныя сувязі і ў 22 % выпадкаў кантракты не працягнутыя. Над многімі музеямі (12 %) наогул навісла пагроза існавання, асабліва над музеямі афрыканскіх, азіяцкіх і арабскіх краін. 80 % рэспандэнтаў адказалі, што меры па бяспецы музеяў былі ўзмоцнены [5].

З эканамічнага пункту гледжання сітуацыя сталася крытычнай для ўсіх напрамкаў дзейнасці ўстаноў культуры. Пандэмія прывяла да скарачэння праектаў і праграм у музеях, прыпыніла як дзяржаўнае, так і прыватнае фінансаванне.

Падчас каранціну найбольш актыўна музеі праявілі сябе ў сферы лічбавых камунікацый – адзінага сродку ўзаемадзеяння з наведнікамі. Назіраўся рост віртуальных тураў, сацыяльных публікацый у сродках масавай інфармацыі, пашырылася камунікацыя з грамадзянскай супольнасцю праз інтэрнэт. Усё гэта – дэманстрацыя рэактыўнасці і крэатыўнасці культурнага сектара і яго здольнасці адаптавацца да крызісу. З іншага боку, выявіліся некаторыя недахопы, якія не ўлічваліся падчас работы ў віртуальнай сферы ў звыклых умовах. На пытанне аб наяўнасці спецыялістаў, якія могуць працаваць у лічбавай камунікацыі, 55,7 % адказалі, што такія спецыялісты ў штаце музея ёсць, але дадзеная галіна не з'яўляецца іх асноўнай работай, у 26,1 % выпадках такія спецыялісты ў музеях працуюць з сацыяльнымі сеткамі на пастаяннай аснове, а ў 18,3 % такіх спецыялістаў увогуле няма [5].

Беларускія музеі на каранцін не зачыняліся. Аднак пандэмія паўплывала на іх дзейнасць прыкладна гэтаксама, як і на музеі ва ўсім свеце. З сярэдзіны сакавіка назіралася значнае скарачэнне колькасці наведванняў, і многія музеі перайшлі на скарачаны графік работы. Адмяніліся шматлікія праекты, у прыватнасці міжнародныя, з-за немагчымасці іх фізічнай

рэалізацыі. Усе гэтыя працэсы паўплывалі і на фінансавое становішча, выклікалі складанасці з ажыццяўленнем паказчыкаў прагнозаў сацыяльна-эканамічнага развіцця арганізацый культуры.

Аналіз дзейнасці беларускіх музеяў у сферы лічбавых тэхналогій прадэманстраваў рост актыўнасці і з'яўленне новых формаў работы з аўдыторыяй ва ўмовах пандэміі. Разгледзім у якасці прыкладу музеі Мінскай вобласці і г. Мінска. З 25 музеяў Мінскай вобласці, пададзеных на партале «Музеі Беларусі», толькі 8 маюць афіцыйныя сайты [2]. Адсутнасць сайтаў кампенсуецца наяўнасцю суполак і старонак у сацыяльных сетках. Найбольш папулярныя сярод іх: Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram. Аднак чатыры музеі вобласці ўвогуле не актыўныя ў інтэрнэце і не карыстаюцца бясплатнымі магчымасцямі прэзентаваць свае ўстановы. У адзінкавых выпадках музеі ёсць у такіх сацыяльных сетках, як Твітэр (Слуцкі краязнаўчы музей) [4], мэсэнджэр Тэлеграм (Нацыянальны гісторыка-культурны музей-запаведнік «Нясвіж») [3].

Калі звярнуцца да гісторыі музеяў Мінскай вобласці ў сацыяльных сетках, то большасць старонак з'явілася не так даўно – 2015–2020 гг. Больш высокая актыўнасць адзначана ў 2018–2019 гг. Аналіз публікацый на старонках музеяў дазваляе вызначыць іх рэгулярнасць – у сярэднім ад 1–2 публікацый у месяц да 1–2 публікацый на тыдзень. У асобных выпадках старонкі не функцыянуюць на працягу некалькіх гадоў. Галоўныя тэмы публікацый – культурна-адукацыйныя мерапрыемствы і анонсы выставачных праектаў. Найбольшай крэатыўнасцю і нефармальнасцю адрозніваюцца старонкі ў сетцы Instagram па абмене фотаздымкамі, якая разлічана на моладзевую аўдыторыю.

Аналіз актыўнасці музеяў у сацыяльных сетках у перыяд пандэміі паказвае дзве тэндэнцыі. Па-першае, з'яўленне віртуальных выставачных праектаў. Па-другое, рэгістрацыя YouTube-каналаў вясной 2020 г. і публікацыя відэаэкспурсій па музейных экспазіцыях. Гэта дзейнасць накіравана на папулярызацыю музейных экспазіцый і мае навукова-асветніцкі характар. Відэаэкспурсіі прысвечаны асобным тэмам або асобным экспанатам.

Нягледзячы на тое што якасць відэакантэнтэу або мультымедынасць віртуальных выставак не вельмі высокая, тым не менш гэта першая спроба для некаторых музеяў выхаду ў глабальную інфармацыйную прастору. Складаныя ўмовы паставілі перад музеямі новыя выклікі і задачы, і кожны на сваім узроўні і зыходзячы са сваіх магчымасцяў іх вырашаў. Гэта выявіла шэраг недахопаў у сістэме адукацыі музейных супрацоўнікаў і неабходнасць выкарыстання новых падыходаў да музейнай адукацыі. З іншага боку, супрацоўнікі раённых музеяў праявілі свае здольнасці і паказалі навыкі, якія раней не выкарыстоўвалі.

Для параўнання разгледзім сітуацыю са сталічнымі музеямі. Сярод 17 мінскіх музеяў (без уліку філіялаў), якія прэзентаваны на партале «Музеі Беларусі», афіцыйныя сайты адсутнічаюць толькі ў Музея гісторыі медыцыны і Музея Уладзіміра Георгіевіча Мулявіна. Музеі Мінска адрозніваюцца высокай сацыяльнай актыўнасцю. Яны пададзены ў асноўным у такіх сацыяльных сетках, як Вконтакте, Facebook, Instagram. Беларускі дзяржаўны музей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны адзіны сярод мінскіх музеяў мае Тэлеграм-канал [1].

З вясны 2020 г. большасць мінскіх музеяў пачалі працаваць над стварэннем відэаэкспурсій, якія публікаваліся не толькі на іх старонках сацыяльных сетак, але і на наваствораных YouTube-каналах. Публікацыі мелі серыйны характар, што, безумоўна, павышае цікавасць з боку віртуальных наведнікаў і надае большую значнасць дадзенай форме работы з аўдыторыяй.

Такім чынам, новыя ўмовы жыцця закранулі ўсе сферы дзейнасці чалавека. Глобальная інфармацыйная прастора стала адзінай бяспечнай пляцоўкай для камунікацыі паміж людзьмі. Музеі хутка прыстасаваліся да новай неардынарнай сітуацыі і змаглі ў новым фармаце працягваць сваю работу і выконваць свае навукова-асветніцкія функцыі.

1. Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.warmuseum.by/>. – Дата доступа: 23.08.2020.

2. Музеи Беларуси [Электронный ресурс] / Каталог. Минская область. – Режим доступа: <http://museum.by/catalog?region=441>. – Дата доступа: 23.08.2020.

3. Нацыянальны гісторыка-культурны музей-запаведнік «Нясвіж» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://niasvizh.by/be/>. – Дата доступа: 23.08.2020.

4. Слуцкий краеведческий музей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://twitter.com/slutsk_museum. – Дата доступа: 23.08.2020.

5. Museums, museum professionals and COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>. – Дата доступа: 23.08.2020.

НЯСВІЖСКІ КАТЭХІЗІС 1562 г. СЫМОНА БУДНАГА ЯК ПОМНІК РЭЛІГІЙнай ЛІТАРАТУРЫ

І. П. Клімаў,

кандыдат філалагічных навук, дацэнт,

дацэнт кафедры беларускай і замежнай філалогіі

Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў

Гістарычнае развіццё катэхізічнай літаратуры не было прамым і аднастайным. Хаця першыя вопыты катэхізічных твораў прыпадаюць на сярэдзіну IV ст., яны далей не знайшлі шырокага развіцця. Да пачатку XVI ст. катэхізісамі служылі хутчэй аказіянальныя творы пераважна дыдактычнай ці схаластычнай скіраванасці, у якіх не склалася ні сталага зместу, ні сталай кампазіцыі. Катэхізацыя разглядалася больш як вусная практыка і хутчэй належала да місіянерскай дзейнасці, якая ў эпоху Сярэднявечча знаходзілася на перыферыі клопатаў царквы.

Сітуацыя памянялася ў эпоху Рэфармацыі, калі клопатам царквы ў Заходняй Еўропе стала дасягненне трывалых ведаў пра хрысціянскую рэлігію сярод саміх вернікаў, а не набыццё новых празелітаў. Менавіта ў самім хрысціянскім асяроддзі пачалася шырокая місіянерская дзейнасць, і тут катэхізіс зрабіўся неабходным і асноўным інструментам такой дзейнасці. У выніку ў XVI ст. у катэхізісах тлумачыліся базавыя формулы і паняцці хрысціянскай рэлігіі, пададзеныя абмежаванымі біблейнымі і царкоўнымі тэкстамі (звычайна кароткага