

Применение метадау грубых загадау, выпадкі адміністравання і ў цэлым арганізацыя калгасау “зверху” спараджалі не толькі негатыўную рэакцыю на калгасны лад, але і актыўнае процідзеянне сялянск. Крыніцы, датаваныя 1949–1950 гг., утрымліваюць нямаля прыкладау, якія адлюстроўваюць напружанасць эмоцый, гэтак уласцівых жаночым масавым выступленням. Так, у в. Смонічы Маладзечанскай вобласці звыш 40 жанчын, усяляк праклінаючы калгас і саветы, лажыліся пад трактар, які выехау правесці агульнае ўзворванне поля [5, арк. 11]. У другім калгасе група жанчын перашкодзіла калектыўнай уборцы ўраджаю, збіўшы мужчын, якія працавалі на жнявэрцы. Характэрным з’яўляецца выпадак у в. Андрэўцы Свірскага раёну, дзе жанчыны ўзламалі калгасны свіран і разнеслі зерне па хатах [6, с. 26].

І хоць калектыўныя формы выступлення жанчын успрымаліся з меншай палітызацыяй, адпаведныя органы адзначалі, што жанчыны праяўлялі асаблівую актыўнасць, быўшы найбольш схільнымі да ўплыву правакацыйных антысавецкіх чутак і настрояў [5, арк. 7]. Такім чынам, партыйныя функцыянеры тлумачылі прычыны меўшых месца фактаў жаночых пратэстаў перш за ўсё падрыўной дзейнасцю класавых ворагаў, а не актыўным выкарыстаннем метадаў прымусу ў ходзе стварэння калгасау і негатыўнымі момантам калгаснай рэчаіснасці (дрэнная арганізацыя працы, абуральная безгаспадарчасць і г.д.).

На працягу наступных гадоў пратэст сельскіх жанчын супраць адмоўных кампанентаў і характарыстык калгаснай сістэмы выяўляўся ў пасіўных формах, пераважна ва ўхіленні ад удзелу ў грамадскай вытворчасці. Прысутная ў архіўных матэрыялах інфармацыя сведчыць, што распаўсюджанай была сітуацыя, калі жанчыны, якія ўступілі ў калгас, на працу не выходзілі і не выпрацоўвалі ніводнага працадня [7, арк. 155 ; 8, арк. 175].

Заклучэнне. Уяўляецца магчымым канстатаваць, што антыкалгасная актыўнасць сялянск цалкам ўкладвалася ў агульнае рэчышча супраціву сельскіх жыхароў Заходняй Беларусі палітыцы гвалтоўнай калектывізацыі другой паловы 1940-х – пачатку 1950-х гг. Разам з тым, жанчыны часта адыгрывалі больш актыўную ролю ў пратэстным руху, чым мужчыны. Гэта было абумоўлена не толькі склаўшымся пасля вайны значным колькасным прываліраваннем жанчын сярод дзеяздольнага сельскага насельніцтва, але вынікала таксама з сутнасных характарыстык жаночай ментальнасці. Жанчыны былі менш схільныя, чым мужчыны, да ўдзелу ў мерапрыемствах савецкай улады, аказваючы процідзеянне любым спробам звонку зламаць традыцыйны сельскі ўклад і зрабіць пэўны замах на дамашні ачаг. Нарэшце, з завяршэннем к 1952 г. кампаніі па калектывізацыі ў заходніх раёнах БССР, жанчыны-калгасніцы не жадалі мірыцца з заганамі гаспадарчай арганізацыі калгаснай сістэмы і дэманстравалі сваю незадаволенасць і нязгоду са склаўшайся рэчаіснасцю.

1. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 4-п. Воп. 20. Спр. 221.
2. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 4-п. Воп. 49. Спр. 16.
3. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 4-п. Воп. 49. Спр. 11.
4. Дзяржаўны архіў Віцебскай вобласці. – Ф. 10060-п. Воп. 1. Спр. 320.
5. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 4-п. Воп. 49. Спр. 21.
6. Курков, И. Гендерный строй белорусской деревни в 20-е гг. / И. Курков // Иной взгляд : Международный альманах гендерных исследований. – Мн., 2000. – Март. – С. 25–26.
7. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 4-п. Воп. 49. Спр. 32.
8. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 4-п. Воп. 49. Спр. 25.

МУЗЕИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

А.Ю. Папроцкая

Витебск, Витебский областной краеведческий музей

Пандемия коронавируса не могла не сказаться на пространстве современного музея. Многие из них либо полностью прекратили свою деятельность, либо ушли в онлайн-формат. После долгих месяцев карантина стало абсолютно очевидным, что музеи, которые продолжали вести активную онлайн-работу, открывая выставки и экспозиции для виртуального просмотра и работая с потенциальной аудиторией, стали все более востребованными для посетителя. Несмотря на многочисленные сложности, с которыми столкнулась сфера культуры во время пандемии, можно выделить ряд перспективных направлений деятельности в развитии музея как социокультурного института.

Цель исследования – проанализировать формы и методы работы музеев в период пандемии, определить перспективные направления в развитии музейной деятельности.

Материал и методы. Материалом для данного исследования послужил опыт работы известных музеев мира в период пандемии коронавируса (2020 г. – начало 2021 гг.). Использован комплекс методов, среди которых центральное место занимают сравнительно-сопоставительный, социологический, аналитический, междисциплинарный подход.

Результаты и их обсуждение. Проанализировав современную музейную коммуникацию в период 2020 года – начала 2021 года, опыт работы большого количества музеев мира оказалось возможным определить наиболее интересные и перспективные методы и формы развития музейной деятельности.

Сейчас, как никогда за многие последние десятилетия, стало очевидным, что музей является важной частью нашей жизни. Многие музеи мира отмечают, что их онлайн-аудитория за последние месяцы увеличилась в 3–4 раза, и желающих приобщиться к прекрасному становится все больше и больше [5]. Неудивительно, что сейчас любые сообщения о возобновлении работы музеев и о том, в каком режиме они работают, воспринимаются с повышенным вниманием и особым интересом.

Многие музеи мира перешли на электронное бронирование билетов. Уже не нужно стоять часами в очереди, чтобы попасть в музей: потребуется предварительная запись и регистрация на определенный сеанс просмотра произведения искусства. Таким образом, оптимизация музейной деятельности становится важным плюсом его дальнейшего развития.

Можно говорить и о внедрении новых методов работы музея в онлайн-пространстве [1]. Музейные сотрудники изобретают современные форматы взаимодействия с искусством и осуществляют оригинальные проекты с художниками, разрабатывают кураторские экскурсии и мобильные гиды. Это онлайн-беседы об искусстве с профессиональными искусствоведами и виртуальные экскурсии по выставкам, 3D-панорамы залов и коллекций [2]. Спектр форм работы с посетителем сейчас становится необычайно расширенным, что дает возможность музею привлечь к своим коллекциям в будущем многочисленную целевую аудиторию.

Использование в работе музея инновационных технологий - это неоценимый опыт для сферы культуры, так как для данной отрасли зачастую характерен традиционализм в подходе к методам работы с аудиторией. Новаторским и интересным шагом на пути к диалогу музея и посетителя является разработка приложения Google Arts & Culture [4]. Проект предлагает бесплатные онлайн-туры по лучшим музеям мира. Здесь мы можем отфильтровать работы по времени создания и даже по цветовой гамме. Таким образом, музей становится интересен не только профессионалу, но и человеку, не знающему всех тонкостей искусства, но желающему их познать и в последствии прийти в музей.

Все запланированные события, связанные с арт-рынком, тоже стали жертвой коронавируса, но это не повод отказаться от приобретения произведений искусства и продукции музеев. Музеи и галереи внедряют в свою деятельность новые маркетинговые приемы и методы. На арт-пространстве появляются онлайн-ярмарки, открываются виртуальные комнаты просмотра и покупки произведений искусства. Как сказал нью-йоркский галерист Дэвид Цвирнер: «будущее наступило намного раньше» [3].

В данный момент музейными сотрудниками уделяется большое внимание усовершенствованию своего музейного сайта и размещения разнопланового контента на его страницах [1]. В музеях идет активная работа по изучению продвижения музея по средствам социальных сетей и созданных там официальных аккаунтов. Маркетинг в социальных сетях сейчас является частью коммуникационной стратегии музея. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения бренда музея и решения других бизнес-задач. Во многих музеях мира появляются такие специалисты как SSM-менеджеры, которые работают в рамках продвижения музея и с его целевой аудиторией.

Изучая свою целевую аудиторию, музей получает возможность ее анализа. Сейчас возможно выявить, например, какие группы населения определенного региона страны посещают музеи чаще, какие музейные экспонаты привлекают посетителя, возраст и предпочитаемый музейный контент слушателя и многое другое. Таким образом, музей может создавать продукт, который будет интересен самым разным категориям посетителей.

Появление разнообразия музейных услуг и продуктов, что рождает здоровую конкуренцию между музейными организациями. В XXI веке стало понятно, что музейное дело, не меньше, чем другие сферы нашей жизни нуждается в совершенствовании.

Фондовая и научно-исследовательская работа в музее не останавливается. Публикуются научные статьи, искусствоведческие исследования, выпускаются новые программы и циклы. Музеи, освободив часть рабочего времени, имеют возможность углубиться в изучение своих коллекций и фонда.

И именно сейчас, в век онлайн-технологий, пришло точное понимание того, что никакой онлайн-контент никогда не сможет заменить личное общение человека с искусством. Компьютерное изображение не станет альтернативой знакомства с подлинной картиной или другим шедевром.

Заключение. Несмотря на многочисленные сложности в деятельности современных музеев в период пандемии, мы выделили ряд перспектив, которые открылись перед музейным пространством. С большой вероятностью можно заявить, что возможности полностью возвратиться к жизни музея, какая она была до пандемии, уже нет. Музей, как и общество, меняется. Новые тенденции и стратегии должны стать не только способом изучения музейного продукта, но и его продвижения. Временное всегда может стать постоянным, поэтому сейчас одна из задач, которая должна стоять перед музеем – это воспитание подготовленного посетителя. Пандемия временна, а искусство постоянно – и музей остается той коммуникативной площадкой, которая воспитывает и транслирует ценности искусства, традиции и культуры. Новации же признаны не только способствовать совершенствованию музейного пространства, но и являются незаменимым звеном во всей сфере развития культуры.

1. Музей Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://museum.by>. – Дата доступа: 27.01.2021.
2. Третьяковская галерея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tretyakovgallery.ru>. – Дата доступа: 26.01.2021.
3. David Zwirner [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.davidzwirner.com>. – Дата доступа: 26.01.2021.
4. Google Arts & Culture [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artsandculture.google.com>. – Дата доступа: 26.01.2021.
5. Museo Louvre [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.louvre.fr/en>. – Дата доступа: 26.01.2021.

ОТМЕНА КРЕПОСТНОГО ПРАВА В ВИТЕБСКОЙ ГУБЕРНИИ

*Н.Н. Пархимович
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

В аграрной истории Беларуси особое место занимает проблема крепостного права. В отечественной историографии этой теме уделено должное внимание. Вместе с тем на уровне отдельных губерний эта проблема практически не затрагивалась.

Цель работы: выявить и проанализировать условия, особенности и недостатки реформы 1861 г. в Витебской губернии.

Материалы и методы. Материалами для исследования стали опубликованные документы, Полное собрание законов Российской империи (т. 36), работы российских и белорусских историков. Исследование проводилось на основе системы общенаучных и специальных исторических методов, авторских суждений и выводов.

Результаты и их обсуждение. Процесс отмены крепостного права в Витебской губернии имел свои особенности. Крепостное право в губернии отменялось на основе общероссийских законов и двух местных положений: 1. «Местное Положение о поземельном устройстве крестьян, водворённых на помещичьих землях в губерниях: Великороссийских, Новороссийских и Белорусских»; 2. «Местное Положение о поземельном устройстве крестьян, водворённых на помещичьих землях, в губерниях: Виленской, Гродненской, Ковенской, Минской и части Витебской». Первое из них имело силу в уездах: Велижском, Витебском, Городецком, Лепельском, Невельском, Полоцком, Себежском, и Суражском. Второе применялось в уездах: Динабургском, Дриссенском, Люцинском и Режицком. Необходимость этих Положений диктовалось существованием в губернии 2-х форм землепользования: общинного – в первых 8-ми уездах и подворного – в 4-х следующих.