

РОЛЯТА НА ПУБЛИЧНАТА КОМУНИКАЦИЯ ЧРЕЗ ИЗЛОЖБИ И СЪБИТИЯ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕТО НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО В НАЦИОНАЛНАТА БИБЛИОТЕКА „СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ“

Боян Аврамов

Университет по библиотекознание и информационни технологии

Резюме: Настоящото научно съобщение анализира ролята на директната публична комуникация в представянето на културното наследство, както и комуникационните стратегии на Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ (НБКМ) за достигане до публиката чрез изложби и събития през периода януари 2024 г. – януари 2025 г. Разглеждат се статистически данни за изложбите, събитията и организиранияте посещения. Целта на анализа е да се оцени ефективността на използваните комуникационни подходи в контекста на съвременните тенденции в библиотечното дело и психологията на възприятието, както и да се формулират препоръки за бъдещо развитие.

Ключови думи: културно наследство; директна публична комуникация; комуникационни стратегии; Национална библиотека „Св. св. Кирил и Методий“; изложби и събития

ВЪВЕДЕНИЕ

Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ е водеща културна институция, която изпълнява множество функции, включително съхранение и популяризиране на културното наследство. В съвременния контекст на динамично развиваща се информационна среда културните институции са изправени пред предизвикателството да адаптират своята комуникационна политика и да разработят гъвкави и ефективни стратегии за ангажиране на обществеността. Това изисква не само запазване на традиционните форми на културна комуникация, но и влияние на иновативни технологии и модели, които да осигурят постоянен и смислен контакт с различните групи потребители. Мотивирани от тези предизвикателства, проф. Денчев и проф. Тодорова подчертават следното:

Необходимостта от гъвкава реакция и адаптивност към промените, съпътстващи глобалните тенденции на развитие на информационната среда, и стремежът за активизиране на човешкия потенциал чрез библиотеките и информацията – налагат приложението на интеграционен подход и на нови организационни и комуникационни модели в библиотечно-информационната сфера (Denchev, Todorova 2018, p. 36).

Тези думи отразяват същността на трансформациите, през които преминава и Националната библиотека. Ефективните комуникационни стратегии са от съществено значение за достигане до широката публика и осигуряване на достъп до културните ценности от библиотечния фонд. Изложбите и събитията играят важна роля в този процес, като предоставят възможност за директна комуникация и ангажиране на публиката. В

контекста на съвременните обществени и технологични промени ефективната комуникация се превръща в жизненоважен фактор за успешното изпълнение на мисията на библиотеката. Публичните отношения са стратегически процес на комуникацията, който изгражда взаимноизгодни отношения между организациите и техните публики. В случая на НБКМ публиките са многообразни – от академични изследователи и студенти до широката общественост, включително ученици, студенти и чуждестранни посетители. Комуникационната стратегия на НБКМ представлява сложен комплекс от методи, инструменти и канали, които целят разширяване на аудиторията и задълбочаване на общественото възприятие за ролята на библиотеката като културен и информационен център.

МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Настоящото научно съобщение анализира комуникационните стратегии на Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ (НБКМ) за достигане до публиката чрез изложби и събития през периода януари 2024 г. – януари 2025 г. Специално внимание е отделено на ролята на директната публична комуникация в представянето на културното наследство, съхранявано в библиотеката. Материалът се позовава на статистическите данни за броя на изложбите, събитията и организираниите туристически посещения в Националната библиотека, като ги съпоставя с теоретични концепции от областта на библиотечния мениджмънт и публичните комуникации.

РОЛЯТА НА ДИРЕКТНАТА ПУБЛИЧНА КОМУНИКАЦИЯ В ПРЕДСТАВЯНЕТО НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

В свят, наситен с информация, способността да се комуникира ефективно, е от изключително значение. Публичната комуникация е ключов процес, който формира общественото мнение, изгражда доверие и свързва организации и институции с техните публики. Обикновено при този процес съобщението и посланието от източника достигат до аудиторията чрез посредници. Тези посредници могат да бъдат различни медийни платформи – от традиционните, като телевизия, радио и вестници, до динамичните платформи на интернет, като сайтове, блогове и социални мрежи.

Директната публична комуникация е форма на общуване, при която има непосредствен контакт между комуникатор и публика. Те се намират на едно и също място и по едно и също време, което позволява двустранен обмен на информация без посредници и моментална обратна връзка. В контекста на публичната комуникация добавянето на „директна“ уточнява липсата на посредници между изпращача и получателя на съобщението или посланието. Въпреки че самата концепция за пряко общуване пред публика съществува от древността (например ораторство или публични дебати), конкретният израз „директна публична комуникация“ не е свързан с определен автор. Използва се, за да се разграничи този вид комуникация от други форми, включващи медии или други посреднически канали. Директната публична комуникация играе ключова роля в представянето на културното наследство. Изложбите и събитията,

провеждани в културните институции, предоставят възможност за непосредствен контакт с публиката, което позволява по-ефективно предаване на информация и създаване на емоционална връзка.

Успешната комуникация трябва да бъде проста, конкретна, достоверна, емоционална и разказана в история. НБКМ се стреми да прилага тези принципи в своите комуникационни стратегии, като представя културното наследство по начин, който е достъпен, интересен и запомнящ се. Изложбите често използват визуални елементи, интерактивни дисплеи и мултимедийни презентации, за да привлекат вниманието на посетителите и да ги ангажират с темата. Събитията, като представяния на книги и организирани групови посещения с беседа в Националната библиотека, предоставят възможност за директен диалог между авторите, експертите в библиотеката и публиката.

Според Василева: „Комуникацията е в основата на всяка човешка дейност, включително и на библиотечната професия. Тя е процес на общуване, при който се предават и приемат информация, идеи, емоции и други“ (Vasileva 2023). Директната публична комуникация и общуването с публиката позволяват на Националната библиотека да изпълнява своята социална роля, като осигурява емоционална връзка между читателите и културното наследство. В този контекст Русинова подчертава: „Библиотеките днес са призвани да бъдат активни участници в културния живот на обществото, а не просто хранилища на книги“ (Rusinova 2014).

Ефективният библиотечен ПР се основава на разбирането на нуждите и мотивацията на различните публики. Според поведенческите теории възприемането на библиотеката и нейното съдържание се влияе от фактори като предишен опит, лични интереси и социални влияния. Комуникационните стратегии трябва да бъдат съобразени с тези фактори, за да бъдат ефективни. Много са важни сегментирането на публиката и адаптирането на съобщенията към специфичните нужди на всяка група. В контекста на НБКМ това означава създаване на различни комуникационни подходи за ученици, студенти, изследователи, туристи и широката общественост.

Представянето на културното наследство изисква специално внимание към начина, по който информацията се поднася, за да бъде едновременно автентична и привлекателна. НБКМ рамкира своето културно наследство по начин, който да го прави релевантно и интересно за съвременната публика, като същевременно запазва неговата историческа и културна стойност.

КОМУНИКАЦИОННИ СТРАТЕГИИ НА НАЦИОНАЛНАТА БИБЛИОТЕКА „СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ“

Настоящото научно съобщение анализира комуникационните стратегии на Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ (НБКМ) за достигане до публиката чрез изложби и събития през периода януари 2024 г. – януари 2025 г. Съобщението разглежда статистически данни за изложбите, събитията и организиранияте посещения.

Обзор на изложбената, събитийната и туристическата дейност на НБКМ през 2024 г.

През цялата календарна 2024 г. Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ реализира богата и разнообразна програма от изложби и събития, обхващащи различни аспекти на българската и световната история, култура и изкуство. През този период НБКМ организира 52 изложби и експозиции, което подчертава активната ѝ роля в културния живот на страната. Тематичното разнообразие на изложбите е отличителен белег на Националната библиотека, включвайки:

- **Юбилей и годишнини:** Изложби, посветени на бележити личности като Тодор Бурмов, Катя Попова, Дечко Узунов, Панчо Владигеров, Христина Морфова, Салвадор Дали, Борис Христов, Михаил Глинка, Петър Дънов, Едгар Дега, Никола Начов, Любомир Пипков, Йордан Радичков, Николай Ръорих, Любен Каравелов, Анри дьо Тулуз-Лотрек, Георги Баев, Анри Матис и др. Тези изложби имат за цел да почетат паметта на изтъкнати личности и да представят техния принос към културното наследство.

- **История и култура:** Изложби, представящи важни моменти от българската история и културното наследство, като „Раждането на модерния град“, „Медицината в Османската империя“, „Българите католици XVI – XIX в.“, „Силата на свято“, „Арабска лексикография – избрани ръкописи“, „Българите търговци в Османската империя“ и др. Тези изложби имат за цел да разкрият пред публиката важни аспекти от миналото и да насърчат интереса към историята и културата на България и други народи.

- **Изкуство и литература:** Изложби, посветени на различни форми на изкуството и литературни събития, включително изложби за Дечко Узунов, Панчо Владигеров, Христина Морфова, Салвадор Дали, Борис Христов, Михаил Глинка, Едгар Дега, Любомир Пипков, Стоян Венев, Николай Ръорих, Георги Баев, Анри Матис и др. Тези изложби представят богатството и разнообразието на изкуството и литературата и тяхната роля в културния живот.

- **Виртуални изложби:** Част от изложбите, като тези за Дечко Узунов, Панчо Владигеров, Николай Ръорих и Любомир Пипков, са представени и във виртуална форма, осигурявайки по-широк достъп до културното наследство.

Таблица 1. Изложби и експозиции на НБКМ през 2024 г.

Категория на изложбата	Брой изложби
Юбилей и годишнини	14
История и култура	18
Изкуство и литература	16
Виртуални изложби	4
Общо	52

Виртуалните изложби са пример за това как Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ използва новите технологии, за да направи културното наследство по-достъпно и интригуващо. Включването на виртуални изложби е ключов елемент от съвременния библиотечен ПР, тъй като те преодоляват географските ограничения и достигат до по-широка аудитория, особено до по-младите поколения, които са по-активни онлайн (Todorova 2017).

Реализирането на 52 изложби и експозиции през 2024 г. е ярък пример за активна комуникационна стратегия, свързана с посетителите на Националната библиотека. Тематичното разнообразие, обхващащо юбилеи, исторически събития, изкуство и литература, демонстрира опит за достигане до широк кръг аудитория с различен спектър от интереси. Юбилейните изложби използват принципа на „емоционалната връзка“ в библиотечната психология, посветени на познати и уважавани личности, събуждайки чувство на възхищение или национална гордост. Комуникационната стратегия тук често се фокусира върху „човешката история“ зад експонатите, което е лесно възприемано и запомнящо се. Представянето на исторически и културни теми има за цел да образова и информира публиката за важни аспекти от националната история и култура. Художествените и литературните изложби се фокусират върху естетическото удоволствие и стимулирането на културните интереси на публиката. Комуникационната стратегия на беседващия експерт често набляга на визуалните елементи и емоционалното въздействие на произведенията.

През 2024 г. в Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ са проведени общо 49 събития, включващи представяния на книги, връчване на награди и церемонии, с обща аудитория от 2531 души. Тези събития имат важна роля за популяризирането на културното наследство и стимулирането на интереса към четенето и знанието. Това е важен елемент от стратегията за директна публична комуникация. Тези събития създават възможности за личен контакт с публиката, за обратна връзка и изграждане на ангажирана общност с насока към библиотеката.

Таблица 2. Представяния на книги, връчване на награди и церемонии в НБКМ през 2024 г.

Тип събитие	Брой събития	Обща аудитория
Представяния на книги, награди, церемонии	49	2 531 души

Организираните туристически посещения със съпътстващи беседи също са важен инструмент за популяризиране на библиотеката и запознаване на обществеността с нейното функциониране и съдържание. Провеждането на 183 туристически тура за 3927 организирани посетители показва, че Национал-

ната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ активно работи за привличане на нови посетители и запознаването им с библиотечните колекции и услуги.

Таблица 3. Организиран туристически посещения с беседи в НБКМ през 2024 г.

Категория посетители	Брой посетители	Брой проведени турове
Студенти, ученици, туристи	3 927	183

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Комуникационните стратегии на Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ играят важна роля за популяризирането на културното наследство и достигането му до все по-широка публика. През календарната 2024 г. библиотеката реализира богата и разнообразна програма от изложби и събития, които демонстрират нейната активна роля в културния живот на страната. Изпълнението на интеграционния подход към библиотечно-информационния мениджмънт осигурява адаптивност и устойчивост на институцията в условията на глобални промени и засилена конкуренция за вниманието на публиката. Това налага непрекъснато усъвършенстване на комуникационните модели, за да се гарантират културното и общественото значение на Националната библиотека за бъдещите поколения.

ИЗВОДИ

Въпреки постигнатите резултати има възможности за по-нататъшно подобрене на комуникационните стратегии. Например комбинираното използване на социалните медии, дигиталните технологии и директната публична комуникация може да помогне за по-лесно достигане до младата аудитория. Заедно с това провеждането на проучвания сред аудиторията може да даде ценна информация за нейните нужди и предпочитания. Въз основа на анализа на резултатите следните препоръки за бъдещо развитие на комуникационните стратегии на Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ ще се интегрират функционално:

- **Засилване на дигиталното присъствие:** Разработване на по-активна стратегия за социални медии, включваща редовно публикуване на интересно и ангажиращо съдържание. Използване на дигитални инструменти за популяризиране на изложби и събития, като виртуални турове, онлайн каталози и интерактивни презентации.

- **Проучване на аудиторията:** Провеждане на редовни проучвания на аудиторията, за да се разберат нейните нужди, интереси и предпочитания. Използване на резултатите от проучванията за разработване на по-целенасочени и ефективни комуникационни стратегии.

- **Партньорства и сътрудничество:** Установяване на партньорства с дру-

ги културни институции, образователни организации и медии, за да се разшири обхватът на комуникационните дейности.

- **Обучение и развитие на персонала:** Осигуряване на редовно обучение и развитие на персонала в областта на комуникациите, маркетинга и връзките с обществеността.

- **Измерване на ефективността:** Въвеждане на система за измерване на ефективността на комуникационните стратегии, за да се оцени тяхното въздействие и да се направят необходимите корекции.

Чрез прилагането на тези препоръки Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ ще продължи да бъде водещ културен център, успешно представяйки своя фонд от богато културно наследство на широката публика и утвърждавайки своята роля в културния и социалния живот на България.

ЛИТЕРАТУРА

ДЕНЧЕВ, С.; ТОДОРОВА, Т., 2018. Международно сътрудничество и катедра „Библиотечен мениджмънт“. В: ТОДОРОВА, Т.; ЦВЕТКОВА, Е. (ред.). *Библиотечният и информационен мениджмънт: 10 години постижения и предизвикателства: научен сборник с доклади от Научна конференция по повод 10 години от създаването на катедра „Библиотечен мениджмънт“ при Университета по библиотекознание и информационни технологии*. София: Академично издателство „За буквите – О писменехъ“, с. 19 – 37.

ВАСИЛЕВА, Р., 2023. *Модуси на меките умения на библиотекарите*. София: Академично издателство „За буквите – О писменехъ“.

РУСИНОВА, Е., 2014. *Маркетинг и PR – иновационни библиотечни технологии*. София: ДюМира.

ТОДОРОВА, Т., 2017. *Библиотечни политики*. София: Академично издателство „За буквите – О писменехъ“.

REFERENCES

DENCHEV, S.; TODOROVA, T., 2018. *Mezhdunarodno satrudnichestvo i katedra „Bibliotechnen menidzhmant“*. V: TODOROVA, T.; TSVETKOVA, E. (red.). *Bibliotechniyat i informatsionen menidzhmant: 10 godini postizhenia i predizvikatelstva: nauchen sbornik s dokladi ot Nauchna konferentsia po povod 10 godini ot sazdavaneto na katedra „Bibliotechnen menidzhmant“ pri Universiteta po bibliotekoznanie i informatsionni tehnologii*. Sofia: Akademichno izdatelstvo „Za bukвите – O pismenehy“, s. 19 – 37.

VASILEVA, R., 2023. *Modusi na mekite umenia na bibliotekarite*. Sofia: Akademichno izdatelstvo „Za bukвите – O pismenehy“.

RUSINOVA, E., 2014. *Marketing i PR – inovatsionni bibliotechni tehnologii*. Sofia: DioMira.

TODOROVA, T., 2017. *Bibliotechni politiki*. Sofia: Akademichno izdatelstvo „Za bukвите – O pismenehy“.

THE ROLE OF PUBLIC COMMUNICATION THROUGH EXHIBITIONS AND EVENTS IN THE POPULARIZATION OF CULTURAL HERITAGE IN THE NATIONAL LIBRARY “ST. ST. CYRIL AND METHODIUS”

Abstract: *This scientific report analyzes the role of direct public communication in the presentation of cultural heritage, as well as the communication strategies of the National Library “St. St. Cyril and Methodius” (NLCM) to reach the public through exhibitions and events in 2024. Statistical data on exhibitions, events and organized visits are examined. The aim of the analysis is to evaluate the effectiveness of the used communication approaches in the context of current trends in librarianship and the psychology of perception, and to formulate recommendations for future development.*

Keywords: *cultural heritage; direct public communication; communication strategies; National Library; exhibitions and events*

Boyan Avramov, PhD Candidate

Scientific Advisor: Prof. DSc Tania Todorova
University of Library Studies and Information Technologies
Sofia, Bulgaria
E-mail: avr@dir.bg