

ДИСКУССИОННАЯ ПЛОЩАДКА В БИБЛИОТЕКЕ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНТОВ К БИБЛИОТЕКЕ КАК БРЕНДУ

Е. С. Быстрова,

*соискатель ученой степени кандидата наук учреждения
образования «Белорусский государственный университет
культуры и искусств», ведущий библиограф государственного
учреждения «Национальная библиотека Беларуси»*

Аннотация. Рассмотрены особенности и задачи использования в деятельности библиотеки метода дискуссии при формировании у студентов ценностного отношения к библиотеке. Описана методика проведения дискуссионной площадки «Библиотека как бренд и ценность», организованной совместно Президентской библиотекой Республики Беларусь и Белорусским государственным университетом культуры и искусств. Приведены результаты социологического исследования, проведенного по итогам дискуссионной площадки.

Ключевые слова: ценность библиотеки, бренд библиотеки, студенты, библиотечно-информационное образование, дискуссия.

DISCUSSION PLANT IN THE LIBRARY AS A MEANS OF FORMING STUDENTS' VALUE ATTITUDES TO THE LIBRARY AS A BRAND

E. Bystrova,

*Competitor of a Scientific Degree of Candidate of Sciences of the
Educational Institution «Belarusian State University of Culture
and Arts», Leading Bibliographer of the State Institution
«National Library of Belarus»*

Abstract. The article examines the features and tasks of using the discussion method in library activities when forming a value-based attitude towards the library among students. The author describes the methodology for

conducting the discussion platform «The Library as a Brand and Value», organized jointly by the Presidential Library of the Republic of Belarus and the Belarusian State University of Culture and Arts. The author provides the results of a sociological study conducted following the discussion platform.

Keywords: library value, library brand, students, library and information education, discussion.

В библиотекведении все большую актуальность приобретают вопросы, связанные с ценностью библиотеки. Чтобы оставаться востребованными информационными центрами, библиотеки находятся в постоянном поиске новых методов и форм работы, популяризируют уникальные аспекты своей деятельности. Большое значение для восприятия библиотеки как ценности имеют качественные информационные ресурсы и услуги, PR-деятельность и реклама, квалифицированный персонал. Грамотно разработанная маркетинговая стратегия способна сформировать имидж библиотеки как ценного информационного и социокультурного центра. На наш взгляд, одним из инструментов повышения ценности библиотеки является брендинг. Бренды ассоциируются с высоким качеством товаров и услуг, вызывают доверие потребителей. Так, П. С. Прасолова определяет бренд библиотеки как «образ совокупности впечатлений пользователя библиотеки, основанных как материальными, так и духовными артефактами, отличающими библиотеку от других субъектов социокультурного пространства, делающих ее узнаваемой и востребованной обществом» [4].

Поскольку библиотека – это будущее место работы студентов специальности «библиотечно-информационная деятельность», им важно воспринимать ее как главную профессиональную ценность. Хорошим средством формирования ценностного отношения студентов к библиотеке как бренду является дискуссия [1; 2]. Она относится к активным методам педагогического взаимодействия, которые «позволяют стимулировать инициативность студентов, способствуют развитию рефлексивного мышления» [1, с. 40]. Главным отличительным признаком дискуссии является возможность свободного обмена мнениями по вопросам, которые на данный момент в науке и практике являются неуроченными. Для студенческой аудитории в дискуссионной площадке привлекательны неформальная атмосфера, понятность и доступность преподносимой информации, использование возможностей визуализации (презентации, фото- и видеоматериалы). Огромное значение в дискуссии имеет личность ведущего (модератора), его знание обсуждаемой проблемы, умение поддержать активность аудитории.

Важными задачами дискуссии являются:

- обоснование актуальности проблемы;
- выявление и анализ имеющейся информации по всем аспектам обсуждаемой проблемы, ее творческое осмысление;
- развитие умения аргументированно обосновать свою точку зрения;
- выявление возможных способов углубленной работы с содержанием проблемы в науке и практике;
- ориентация на использование полученных в ходе дискуссии знаний в дальнейшей профессиональной деятельности [3, с. 82].

Исходя из вышеизложенного, можно констатировать, что использование метода дискуссии направлено на развитие у студентов коммуникативных навыков, умения анализировать и обобщать информацию, самостоятельно формулировать и грамотно выражать свои мысли по обсуждаемой проблеме. Важными условиями проведения дискуссии являются взаимоуважение между всеми участниками, толерантность к новым идеям, способность воспринимать противоположную позицию [1; 2].

В феврале 2024 г. в Президентской библиотеке Республики Беларусь прошло мероприятие в формате дискуссионной площадки «Библиотека как бренд и ценность». В дискуссии приняли участие специалисты библиотек, студенты и выпускники факультета информационно-документных коммуникаций Белорусского государственного университета культуры и искусств. Выбор Президентской библиотеки в качестве места проведения мероприятия обусловлен тем, что она является настоящим брендом страны. Библиотека располагает уникальными фондами по экономике и праву (в том числе редкими и старопечатными изданиями), имеет привлекательное дизайнерское оформление читальных залов, сформировала коллектив высококвалифицированных сотрудников. Кроме того, на ее базе функционирует филиал кафедры информационных ресурсов и коммуникаций БГУКИ, что важно для формирования ценностного отношения студентов к библиотеке как бренду.

Целью мероприятия было сформировать представление о ценности библиотеки как бренда.

Достижение поставленной цели предполагало решение следующих задач:

- повысить у студентов интерес к проблеме формирования ценностного отношения к библиотеке как бренду;
- разнообразить знания участников о различных аспектах библиотечного брендинга и ценности библиотеки;
- обсудить актуальные вопросы формирования ценностного отношения к библиотеке как бренду;

– укрепить профессиональное взаимодействие студентов и молодых специалистов библиотек.

В дискуссионной площадке приняли участие студенты четвертого курса ФИДК БГУКИ, профессорско-преподавательский состав факультета, молодые библиотекари крупнейших библиотек Беларуси (Национальная библиотека Беларуси, Президентская библиотека Республики Беларусь, Центральная научная библиотека имени Я. Коласа Национальной академии наук Беларуси, Республиканская научно-техническая библиотека, Республиканская научная медицинская библиотека).

В ходе дискуссии обсуждались актуальные вопросы библиотековедения, такие как «Бренд и его значение для библиотеки», «Какие преимущества получает библиотека от того, что является брендом», «В чем заключается профессиональная ценность библиотеки как бренда для студентов-библиотекарей и молодых сотрудников библиотек». Основной акцент в выступлениях участников был сделан на возможностях профессионального развития молодых библиотекарей, профессиональной ценности библиотеки для уже состоявшихся специалистов, на требованиях к библиотеке как бренду в Год качества. Студенты ознакомились с опытом работы молодых библиотекарей и возможностями профессионального развития в библиотечной сфере.

Участники мероприятия отмечали важность в контексте брендинга социокультурной деятельности библиотеки, PR, качественных информационных ресурсов, хорошего финансирования. Однако многие сошлись во мнении, что самое главное место в продвижении библиотечного бренда занимают люди – сотрудники, которые могут реализовать потенциал библиотеки. Положительный имидж библиотеки и библиотечной профессии следует формировать на стадии обучения. Поскольку студенты – это молодежь, для них в библиотеке важна атмосфера уникальности, то есть максимальное соответствие стилю поведения молодых людей, возможность самостоятельно и свободно работать с информацией. Чем полнее у библиотеки фонд профессиональной литературы и чем больше она предоставляет возможностей для повышения уровня знаний, тем выше ее ценность для студентов. Если в начале учебы мотивация к работе в библиотеке сформирована не в полной мере, то студенты-выпускники уже обладают профессиональными идеями, которые хотели бы реализовать. Образ библиотеки как бренда здесь является хорошим стимулом к дальнейшей деятельности, связанной с организацией и продвижением библиотечных проектов, формированием уникальных информационных ресурсов, использованием креативных методов и форм при обслуживании пользо-

вателей. Ценность библиотеки как бренда для студентов заключается еще и в том, что она предоставляет хорошие условия работы для выпускников вуза. Это дружественное отношение к молодым специалистам, помощь более опытных сотрудников, налаженная система стимулирования и поощрений, возможности повышения квалификации и дополнительного образования, общественная работа. При этом в ходе дискуссии был отмечен очень интересный аспект, заключающийся в том, что для молодого специалиста важно не просто попасть на работу в библиотеку, которая является брендом. Гораздо более значимо работать в библиотеке так, чтобы благодаря усилиям молодого библиотекаря она могла претендовать на статус бренда.

В рамках мероприятия был проведен мозговой штурм, результатом которого стала совместная разработка условий, необходимых для формирования бренда библиотеки. Среди них были названы: звучное название, имиджевые проекты, дружественная атмосфера и комфортные условия работы, связь с общественностью, партнерство с другими библиотеками, маркетинговый поток (библиотека всегда должна быть в центре внимания), персональный бренд, профессиональное общение.

Значимым этапом в организации и проведении дискуссионной площадки в библиотеке является оценка ее эффективности через налаживание обратной связи с участниками. Реализация данной задачи выполнялась нами посредством анкетирования. Студентам была предложена анкета, состоявшая из вопросов закрытого и открытого типов.

На вопрос «Воспринимаете ли вы библиотеку как ценность?» большинство респондентов ответили «Да, воспринимаю» (25 %) и «Скорее да, чем нет» (62,5 %), что является достаточно высоким показателем. На вопрос «Повышается ли для вас привлекательность библиотеки как будущего места работы от того что она – бренд?» ответы респондентов распределились следующим образом: «Да» – 30 %, «Скорее да, чем нет» – 47,5 %, «Скорее нет, чем да» – 20 %, «Нет» – 2,5 %. При ответе на вопрос «Какие у вас ожидания от библиотеки как от будущего места работы?» 62,5 % респондентов склоняются к тому, что их ожидания скорее позитивные, поскольку в библиотеке можно найти интересные и перспективные направления работы, однако для того, чтобы она могла стать брендом, в библиотечную сферу надо внедрять ряд инноваций. При этом около 20 % респондентов считают, что, несмотря на преимущества библиотек как социального института, в их деятельности слишком многое нуждается в трансформации, то есть оценивают перспективы работы в

библиотеке скорее как негативные. Около 10 % респондентов не сформировали свою точку зрения. На вопрос «На ваш взгляд, влияет ли на качество работы библиотекаря-библиографа восприятие им библиотеки как бренда и профессиональной ценности?» респонденты отвечали следующим образом: «Да» – 32,5 %, «Скорее да, чем нет» – 42,5 %, «Скорее нет, чем да» – 12,5 %, «Нет» – 10 %.

В рамках анкетирования у студентов была возможность высказать свои впечатления и пожелания от дискуссионной площадки. Нами было получено большое количество положительных отзывов. Многие студенты отметили, что мероприятие было интересным и познавательным, у всех желающих была возможность высказать свое мнение.

Таким образом, дискуссионная площадка «Библиотека как бренд и ценность» является эффективным методом формирования ценностного отношения студентов к библиотеке. Она поспособствовала формированию знаний о библиотеке как бренде и ценности, коммуникативной компетенции студентов-библиотекарей, их умению работать в команде. Кроме того, одним из результатов дискуссионной площадки стало развитие у участников навыка подготовки научных сообщений, докладов, анализа и синтеза профессиональной информации.

1. *Березкина, Т. Ю.* Дискуссия как метод формирования ценности семьи у будущих педагогов / Т. Ю. Березкина, Л. Г. Пузен // Вестн. Сургут. гос. пед. ун-та. – 2019. – № 5 (62). – С. 39–43.

2. *Давыборец, Е. Н.* Применение дискуссии в современном учебном процессе / Е. Н. Давыборец, Е. В. Еленева // Экономика и социум. – 2014. – № 4 (13). – С. 863–868.

3. *Мартынова, Е. В.* Методы развития системы ценностей у молодежи / Е. В. Мартынова // Духовно-нравственное воспитание студентов в условиях современного вуза : материалы науч.-практ. конф. – Екатеринбург, 2005. – С. 78–84.

4. *Прасолова, П. С.* Бренд современной библиотеки: путь создания [Электронный ресурс] / П. С. Прасолова // Культура: теория и практика. – 2022. – № 3 (48). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/brend-sovremennoy-biblioteki-put-sozdaniya/viewer>. – Дата доступа: 07.03.2024.