

И. Ф. Заманова, М. С. Малышева // Культура: управление, экономика, право. – 2022. – №3. – С. 36–40. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49520602> (дата обращения: 15.03.2025).

Зорич Ю.Н., студент 431 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Галковская Ю.Н.,
кандидат педагогических наук, доцент

ПОДКАСТИНГ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ БИБЛИОТЕК И БИБЛИОТЕЧНОЙ ПРОФЕССИИ

Библиотеки в настоящее время находятся в постоянном поиске эффективных форм популяризации своей деятельности и профессии, адаптируясь к динамично меняющимся предпочтениям потребителей информации.

Характер информационного и медиапотребления в последние годы претерпел существенные изменения: на фоне ослабления позиций традиционных СМИ значительно возросла роль цифровых медиа в удовлетворении информационных потребностей аудитории. Для современных интернет-пользователей привычным делом стало фоновое информационное потребление, позволяющее «совмещать эту активность с другими видами деятельности». Библиотеки предпринимают попытки следования в русле новых медиатрендов. К числу набирающих популярность средств доведения до читателей информации, используемых в интернет-пространстве, относится подкастинг. Популярность данного вида представления сведений стремительно растет. Подкасты как форма коммуникации способствует не только вовлечению

аудитории в новые процессы общения, но и являются новым инструментом для продвижения.

Феномен библиотечных подкастов хотя и становился предметом исследования многих авторов, но пока не получил достаточного освещения в научной литературе. В Беларуси подкасты используются не так широко, как за рубежом, поэтому белорусские подкасты на данный момент являются наиболее привлекательным форматом для библиотечной аудитории [2].

Объектом исследования является подкастинг как средство продвижения библиотек и библиотечной профессии. Предметом исследования – теоретико-методические аспекты создания подкастинга как средства продвижения библиотек и библиотечной профессии.

Целью исследования является изучить роли подкастинга как инновационного коммуникационного инструмента для продвижения библиотек и библиотечной профессии и создать подкасты, которые смогут повысить осведомленность, вовлеченность и оценку библиотечных услуг, ресурсов и жизненно важной роли, которую библиотеки играют в сообществах.

Для более широкого раскрытия данной темы необходимо решить следующие задачи:

- определить общие понятия подкастинга, его функции и задачи для обеспечения понимания особенностей данного инструмента;
- изучить технологии создания и производства подкастов;
- проанализировать успешные библиотечные подкасты, чтобы определить лучшие практики, темы и стратегии взаимодействия с аудиторией;
- разработать проект по созданию подкастов для продвижения и популяризации библиотек и библиотечной профессии на основе изученного опыта.

Изучением подкастинга занимаются Г. М. Агеева, П. В. Сысоев, А. А. Володин, Л. А. Круглова, А. С. Герасименко и др. Все перечисленные

исследователи и деятели внесли значительный вклад в изучение и развитие подкастинга, каждый из них акцентировал внимание на различных аспектах этого явления.

Подкастинг представляет собой новый формат распространения различного типа аудиоконтента. Разные типы подкастов могут взаимодействовать между собой, образовывать новые виды. Подкасты базируются на различных сервисах и приложениях, при этом авторы могут размещать контент одновременно на нескольких площадках. Коммуникативная эффективность подкастов проявляется в обратной связи пользователей: просмотрах, лайках и комментариях.

Широко известно использование подкастов в качестве рекомендательного книжного сервиса. Авторство подкастов, как правило, принадлежит специалистам радиоиндустрии либо обычным пользователям интернета. Чаще всего подкастерами, повествующими о книгах и литературе, выступают писатели, журналисты, книжные обозреватели, критики, редакторы. В этом ряду достойное место должны занять и библиотекари.

Перспективным видится создание подкастов, направленных на обсуждение профессиональных библиотечных проблем, содействие самообразованию, повышению квалификации сотрудников библиотек, совершенствованию навыков работы с читателями и других аспектов библиотечной деятельности.

Подкастинг – дополнительный эффективный инструмент продвижения и популяризации библиотеки, который:

– расширяет пользовательскую аудиторию библиотеки – пользователи находят подкасты на основе своих интересов или по рекомендации, что способствует знакомству с библиотекой, производящей подкасты; затем слушатели переходят на веб-сайт, тем самым библиотека привлекает потенциальных пользователей;

– повышает лояльность к библиотеке как социально-культурному институту – подкасты часто представляют неформальную сторону организации, придающую ей человеческий облик; рассказы сотрудников о повседневных делах способствуют росту лояльности, позволяют аудитории ближе познакомиться с живыми историями; это создает ощущение присутствия, приближая пользователей к библиотеке;

– рекламирует библиотеку – в ходе повествования сотрудники естественным образом упоминают о своей деятельности, акциях, мероприятиях, услугах, тем самым рекламируя себя.

Подкастинг не только увеличивает охват пользователей библиотеки, но и органично рекламирует ее продукцию, способствуя укреплению лояльности пользователей.

Как белорусские, так и зарубежные библиотеки осознают потенциал подкастов как средства продвижения книг, библиотечных услуг и самой профессии библиотекаря. Подкасты становятся эффективным инструментом для привлечения новой аудитории, расширения доступа к библиотечным ресурсам и формирования сообщества читателей. В обоих случаях подкасты используются для обсуждения актуальных тем, проведения интервью с авторами и экспертами, а также для создания образовательного контента.

Зарубежные библиотеки уже давно интегрируют подкасты в свои услуги, создавая уникальные форматы, которые привлекают внимание различных аудиторий. Они используют подкасты для освещения актуальных тем, проведения интервью с авторами, обсуждения новых поступлений и организации виртуальных мероприятий. Такие инициативы не только расширяют доступ к информации, но и способствуют формированию активного сообщества пользователей.

Еще в 2007 г. на 73-й Генеральной конференции IFLA в рамках совета «Библиотеки для будущего: прогресс, развитие и партнерство» Р. Л. Робертс,

представительница Библиотечной системы Стенфордского университета (США), в своем выступлении указала на уникальную ценность подкастинга как альтернативной формы распространения техник информационной грамотности, обслуживающих пользователей библиотеки, рекомендуемой, в частности, Educause — некоммерческой американской ассоциацией, продвигающей использование информационных технологий в высшем образовании [1].

Уже в то время ряд библиотек активно использовал подкасты.

Библиотека Конгресса США ведет несколько популярных подкастов разнообразной тематики: «Америка работает» («America Works» — сотни устных интервью, собранных в полевых условиях Центром американского фольклора (America Folklife Center) в рамках проекта «Профессиональная жизнь американского народа» (Occupational Folklife Project); «Современная народная жизнь» (Folklife Today — устные истории о культурных традициях, местных обычаях различных этносов из архива Центра американского фольклора); «Из гнезда дрозда: поэзия из Библиотеки Конгресса» (From the Cat-bird Seat: Poetry from the Library of Congress), где известные поэты читают и обсуждают стихотворные произведения и многие другие.

Как и в США, в России первые подкасты появились в 2004-2005 гг., однако если на Западе индустрия в тот период переживала настоящий бум, в России до 2010-х гг. лишь малая часть аудитории вообще слышала о существовании такого явления.

На сегодняшний день можно констатировать, что подкасты активно используются многими учреждениями культуры России — свои подкасты есть у библиотек, музеев, театров и дворцов культуры. И несмотря на то, что число прослушиваний (особенно в сравнении с коммерческими проектами) сравнительно невелико, даже небольшие проекты оказывают положительный эффект. Исследования цифрового пространства показывают, что внедрение цифровых технологий и общая цифровизация положительно влияют на

посетителей, активное ведение социальных сетей и реализуемые интерактивные проекты значительно повышают вовлеченность зрителей, а также способствуют созданию сплоченного интернет-сообщества.

В России наиболее благоприятная ситуация с созданием и использованием подкастов сложилась у публичных библиотек.

Очень интересный российский подкаст – подкаст Библиотеки иностранной литературы г. Москва “О чем говорят библиотекари?”. «О чем говорят библиотекари?» – это новый подкаст Центра междисциплинарных исследований «Иностранки» о книжной и визуальной культуре, феномене перевода, дополненной реальности и многом другом. В нем раскрываются фонды Библиотеки с нового ракурса, показывая на собственном примере – пространство библиотек не ограничивается вдумчивым чтением в тишине. В нем есть место для удивления, восхищения, смеха и дружеской беседы (в том числе с библиотекарями), а также для смешных и трогательных историй из жизни сотрудников и библиотечарской практики.

В Республике Беларусь, подкастинг, как средство продвижения книги и чтения, еще не получил должного развития, но при этом, у библиотек Беларуси есть возможность занять лидирующую позицию в данном сегменте. В 2021 г. сотрудники Ивьевской районной библиотеки совместно с представительством Белорусского республиканского союза молодежи и газетой «Іўеўскі край» запустили подкаст «#BookTalk», цель которого – продвижение книги и чтения в молодежной среде. Подкаст состоит из серии выпусков, продолжительность которых не более трех минут. Их авторами стали подростки, активные читатели библиотеки, для которых подкаст – возможность поделиться с окружающим миром своими впечатлениями от прочитанных художественных произведений. Записи подкастов размещаются на официальных сайтах организаторов и в личных аккаунтах самих авторов в социальных сетях.

Несмотря на то, что библиотеки Беларуси и другие учреждения культуры уже начали освоение сферы подкастов, однако впереди еще много работы как в идейной части, так и в части освоения новых жанров. И хотя библиотечные подкасты не могут в полной сфере конкурировать с большими коммерческими проектами, они могут занять прочное место как дополняющий элемент, поддерживающий интерес к книгам и библиотечной профессии.

Различия в подходах к подкастингу существенны и связаны с культурными и социальными контекстами, в которых функционируют библиотеки. Зарубежные библиотеки, как правило, более активно экспериментируют с формами и форматами подкастов, включая использование различных жанров и стилей, что позволяет им лучше адаптироваться к интересам и потребностям своей аудитории. В то же время, библиотеки Беларуси, хотя и начинают активно внедрять подкастинг, часто сталкиваются с ограничениями в ресурсах и опыте, что может сказываться на качестве и разнообразии контента.

Тем не менее, опыт как белорусских, так и зарубежных библиотек демонстрирует, что при правильном подходе и учете местных особенностей подкастинг способен значительно обогатить библиотечную практику и повысить ее привлекательность для пользователей.

В рамках нашего исследования изучаются особенности подкастинга как инструмента библиотечного маркетинга, технологии его создания и производства, а также разнообразный опыт внедрения подкастинга в деятельность библиотек Беларуси и зарубежных стран. По итогам изучения планируется создание собственного подкаста для продвижения и популяризации деятельности библиотек и библиотечной профессии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Савицкая, Т. Е. Подкасты в библиотеках США [Электронный ресурс] / Т. Е. Савицкая // Обсерватория культуры. – 2022. – Т. 19. – № 4. – С. 381-389. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49516401>. – Дата доступа: 16.10.2024.

2. Свергунова, Н. М. Подкастинг как инструмент реализации гуманистической миссии библиотеки [Электронный ресурс] / Н. М. Свергунова, О. А. Барма // Научные и технические библиотеки. – 2022. – № 11. – С. 97-119. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_49897476_56573464.pdf. – Дата доступа: 16.10.2024.

Зубчёнок Е.П., студент 105 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Васюк Т.И.,
доцент

ТВОРЧЕСКИЙ ПУТЬ НАРОДНОГО ХУДОЖНИКА БЕЛАРУСИ

А. М. КИЩЕНКО

В ряду современных советских художников Александр Михайлович Кищенко занимает почетное место. Его одинаково интересовали картина, портрет, натюрморт. А. Кищенко владел техниками мозаики, фрески, гобелена. Творческий стиль художника многообразен, тематика широка, он глубоко переосмысляет реальность, обладает ярким гражданским сознанием, остро чувствует современность и использует уникальные художественные приёмы для передачи эмоций.

Вершиной творчества А. Кищенко стал «Гобелена века» (1994). Впечатляют характеристики произведения: высота – 19 м, ширина – 14 м, вес –