

кантроль). Шмат якія з гэтых элементаў прыдатны і для іншых форм заняткаў.

У выніку яны садзейнічаюць праўленню творчых здольнасцей студэнтаў, іх зацікаўленасці, паглыбленню ведаў і ўдасканаленню прафесійных якасцей.

**Ровіна Р.А.**, дацэнт,  
**Іваноў М.В.**, дацэнт,  
**Касан В.А.**, дацэнт.

## РАЗВІЦЦЁ ТВОРЧЫХ ЗДОЛЬНАСЦЕЙ СТУДЭНТАЎ У ПРАЦЭСЕ ДЗЕЛАВЫХ ГУЛЬНЯЎ

На сучасным этапе ўсё больш высокія патрабаванні прад'яўляюцца да падрыхтоўкі і павышэння кваліфікацыі спецыялістаў. Перад вышэйшай бібліятэчнай адукацыяй таксама стаіць задача павышэння прафесійнай падрыхтоўкі будучых спецыялістаў. Узровень іх ведаў павінен адпавядаць узрастаючым інфармацыйным і бібліяграфічным патрэбнасцям усіх катэгорый чытачоў незалежна ад галіны дзейнасці.

У сувязі з гэтым яшчэ больш актуальнымі становяцца праблема актывізацыі вучэбнага працэсу, пошук такіх форм кантактаў з навучэнцамі, якія б спрыялі набыццю практычных навыкаў бібліяграфічнага пошуку, абслугоўвання спецыялістаў рознымі метадамі. У значнай ступені вырашэнню гэтай праблемы садзейнічаюць такія метады актыўнага навучання, як дзелавыя гульні (ДГ), якія атрымалі шырокае прымяненне. Як сведчаць публікацыі ў спецыяльным перыядычным друку, ДГ з пачатку 80-х гадоў набылі вялікую папулярнасць як сярод выкладчыкаў ВНУ, так і ў практычных работнікаў.

Неабходна адзначыць, што ў навучальным працэсе і на нашым факультэце дзелавыя гульні надасца пэўная увага.

На кафедры бібліяграфіі і дакументазнаўства распрацаваны і ўкаранены ў навучальны працэс ДГ па ўсіх курсах.

Найбольш спрыяльным, на наш погляд, з'яўляецца выкарыстанне ДГ пры навучанні студэнтаў розным відам пошуку і абслугоўванню спецыялістаў. Гэта абумоўлена тым, што ў пазначаных працэсах адбываюцца кантакты паміж спецыялістамі і бібліяграфамі, і таму адносна лёгка правесці імітацыйную канкрэтную сітуацыю.

Аўтары дакладна на працягу некалькіх гадоў праводзілі ДГ пры вывучэнні курса «Бібліяграфія прыродазнаўчай, тэхнічнай і сельскагаспадарчай літаратуры» і курса «Патэнтная і нарматыўна-тэхнічная дакументацыя».

Кожная ДГ вырашае розныя мэты і задачы, абумоўленыя спецыфікай курсаў: тым не менш усе яны накіраваны на набыццё прафесійнага майстэрства з улікам індыўдуальных здольнасцей кожнага і ў той ці іншай ступені працуюць на асэнсаванне студэнтам прэстыжу сваёй прафесіі.

Так, у ДГ па тэме «Выбарчас распаўсюджанне інфармацыі» галоўнай задачай з'яўляецца ўзнаўленне сітуацыі, характэрнай для дзейнасці бібліятэкі на абслугоўванню спецыялістаў навукі, тэхнікі, вытворчасці. Сутнасць такіх ДГ -- замацаванне тэарэтычных ведаў і выпрацаванне навыкаў і здольнасці дакладнага адбору інфармацыі з шырокага кола рэфератыўных і бібліяграфічных крыніц у адпаведнасці з інфармацыйнымі запытамі спецыялістаў.

Пры абмеркаванні вынікаў ДГ студэнты розных спецыялізацый былі дастаткова аднадумны ў тым, што ДГ даюць ім магчымасць уявіць канкрэтную сітуацыю пры абслугоўванні спецыялістаў і адначасова паказваюць цяжкасці, звязаныя са спецыфікай навукова-вытворчай сферы дзейнасці спецыялістаў, іх інфармацыйнымі запытамі, складанасцю навукова-тэхнічнай літаратуры і другасных крыніц інфармацыі.

Такім чынам, ДГ аказвае станоўчы ўплыў на рост прафесійнага майстэрства і дае студэнтам магчымасць адчуць сваю значнасць і неабходнасць.

Дзелавыя гульні «Патэнтная даследаванні» з'яўляюцца імітацыйнай; на працягу

яе трэба вырашаць канкрэтныя арганізацыйныя і тэхналагічныя задачы. Студэнты дзейнічаюць у розных сітуацыях, на розных этапах патэнтна-інфармацыйнага забеспячэння ў адпаведнасці з абранымі мэтамі. Ад гэтага залежаць стратэгія пошуку інфармацыі, размеркаванне функцый паміж уздзельнікамі брыгады, аналіз інфармацыі і падрыхтоўка справаздачы.

Такім чынам, аналізуючы канкрэтныя сітуацыі патэнтна-інфармацыйнай дзейнасці, студэнты набываюць практычныя навыкі вырашэння арганізацыйных пытанняў (рэжымнае аб'ёму працы ўнутры брыгады, сумесны выбар ацымальных шляхоў правядзення патэнтных даследаванняў і г.д.) і тэхналагічных задач (засваенне відаў патэнтнага пошуку, метадыкі выкарыстання розных крыніц пры яго правядзенні, аналізу атрыманай інфармацыі, падрыхтоўкі справаздачы аб патэнтных даследаваннях).

На працягу гульні яны працуюць з бібліяграфічнымі і рэфератыўнымі паказальнікамі, крыніцамі фірменнай і рэкламнай інфармацыі, звяртаюцца да тэкстаў розных відаў дакументаў.

Пры падрыхтоўцы справаздачы ідзе засваенне метадаў графічнага прадстаўлення атрыманай інфармацыі (складаюцца табліцы, гістаграмы, дыяграмы, графікі і г.д.).

Такім чынам, на працягу гульні студэнты аналізуюць рынак гатовых тэхналогій і прымаюць канкрэтныя сітуацыйныя рашэнні.

Але адзначаючы стаючы вынік выкарыстання такіх актыўных форм навучання, як ДГ, неабходна падкрэсліць і пэўныя адмоўныя моманты, якія, на наш погляд, можна сфармуляваць наступным чынам.

1. Правядзенне ДГ было (і ёсць) справай выкладчыка, прадметна-метадычнай камісіі; нават у рамках адной кафедры (не кажучы пра факультэт) не ставілася пытанне аб прывядзенні выкарыстання ДГ у нейкую (адпаведную) сістэму, якая, на наш погляд, павінна прадугледжваць:

-- метаакіраванасць кожнай ДГ на рэзультат творчых здольнасцей студэнта;

-- паслядоўнасць саставу ДГ у адпаведнасці з праходжаннем і перасмненасцю дысцыплін;

-- міжнародныя сувязі;

-- правядзенне комплекснай (выніковай) ДГ у якасці атэстацыі (перад ДЭК).

2. Сёння, калі значнае месца ў навучальным працэсе адведзена аўтаматызаваным тэхналогіям, неабходна перагледзець тэматыку і змест правядзення ДГ з улікам выкарыстання банка дадзеных.

3. Улічваючы ўзрастаючую ролю замежнай мовы ў інфармацыйна-бібліяграфічнай дзейнасці, мэтазгодна прадугледзець распрацоўку (разам з кафедрай замежных моў) ДГ на замежнай мове.

4. На наш погляд, неабходна умацаваць метадычны ўзровень ДГ, што лепш за ўсё можа зрабіць метадычная секцыя савета ФБІС.

Яцэвіч М.А.,  
дацэнт

## ДЗЕЛАВЫЯ ГУЛЬНІ ЯК СРОДАК АКТЫВІЗАЦЫІ ЗДОЛЬНАСЦЕЙ СТУДЭНТАЎ ПРЫ Вывучэнні КУРСА «ІНФАРМАЦЫЙНА- БІБЛІЯТЭЧНЫ МАРКЕТЫНГ»

Згодна з новым вучэбным планам пяцігадовага тэрміну навучання на курс «Інфармацыйна-бібліятэчны маркетынг» адведзена 70 гадзін, 36 з іх займаюць практычныя заняткі, а дакладней -- дзелавыя гульні па розных напрамках маркетынгавай дзейнасці бібліятэк і інфармацыйных службаў. Сярод іх -- устанавленне кіраўніцкай структуры для ажыццяўлення маркетынгавай дзейнасці бібліятэкі, сегментацыя і пазіцыяніраванне інфармацыйнага рынку, распрацоўка праграмы маркетынгавай дзейнасці бібліятэкі, распрацоўка рэкламнай кампаніі, вывучэнне грамадскай рэпутацыі бібліятэкі і інш.

Свосасаблівацю пералічаных вышэй дзелавых гульняў з'яўляецца тое, што студэнты падчас іх правядзення працуюць у камандах па 3 - 4 чалавекі. Прытым кожная з каманд вырашае агульную задачу. Вызначаецца лідэр.