

Доказательством этого может служить признание членами общества во все исторические периоды ценности, которую олицетворяла в себе идея справедливости. Справедливость рассматривается не только как идеал всего человечества и фундамент права и его норм, но и как либеральная ценность. Эта позиция соответствует современным процессам расширения влияния на область права актуальных философских, политических, культурологических теорий, способствует активизации диалога правовых культур современности, создавая возможности диалога правовых культур.

1. Докучаев, И. И. Ценность и социально-правовая норма как формы культуры / И. И. Докучаев // Вопросы культурологии. – 2018. – № 8. – С. 62–78.

2. Михайлов, С. В. Правовые ценности и их классификация [Электронный ресурс] / С. В. Михайлов // Актуальные проблемы современной науки. – Режим доступа: naukarus.com. – Дата доступа: 02.05.2019.

3. Нерсесянц, В. С. Философия права : учебник для вузов / В. С. Нерсесянц. – М. : Издательская группа НОРМА–ИНФРА М, 1982. – 652 с.

4. Сонин, В. В. Правовая культура и традиция в их соотношении / В. В. Сонин // Правоведение. – 2001. – № 4. – С. 231–243.

5. Царева, Е. А. Символы в диалогическом пространстве культуры / Е. А. Царева // Вопросы культурологии. – 2019. – № 1. – С. 26–29.

6. Michaels, R. Legal Culture [Electronic resource] / R. Michaels // Handbook of European Private Law. – Mode of access: [https://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3012&context=faculty\\_scholarship](https://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3012&context=faculty_scholarship). – Date of access: 02.05.2019.

**Н. Ю. Вайцехович,**

*кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры библиотечно-информационной  
деятельности Белорусского государственного  
университета культуры и искусств*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ УНИВЕРСИТЕТСКИХ БИБЛИОТЕК**

Современное образование становится ресурсоцентричным: реальная ценность и эффективность образовательных практик все в большей степени определяется качеством доступных

учебных материалов, их семантическим, формальным, знаковым, функционально-дидактическим разнообразием.

Инновационные образовательные технологии и новые образовательные модели (от «перевернутого класса» до дистанционного обучения) основаны на выстраивании эффективных стратегий взаимодействия преподавателей и студентов посредством информационных образовательных ресурсов (ИОР), которым передается не только функция трансляции содержания образования, но и обратной связи, отработки практических навыков, тьюторской поддержки (интерактивные учебные пособия с использованием искусственного интеллекта, видеолекции, мультимедийные учебники и практикумы и т. п.).

Эти переходные процессы в образовании, вызванные активным внедрением новых технологий, все большим распространением цифровых моделей обмена информацией, оказывают большое трансформирующее влияние на деятельность университетских библиотек. Они становятся лидерами движения за открытый доступ, управляя институциональным репозиторием и активно наращивая контент, распространяемый под открытыми лицензиями. Размещение публикаций и других результатов исследований в репозиториях – один из каналов перевода их в открытый доступ, отвечающий международным инициативам в этой области – принципам Plan S (2018): результаты исследований должны быть немедленно размещены в репозиториях открытого доступа без эмбарго [2].

В OpenDOAR, глобальном каталоге институциональных репозиториях открытого доступа с гарантированным качеством, зарегистрированы на данный момент 34 белорусских репозитория (общее количество государственных УВО в Беларуси – 42, частных УВО – 9). Востребованность ресурсов репозиториях неуклонно возрастает у внутренних и внешних пользователей, демонстрируя сложившийся в обществе запрос на открытую информацию. Такой объем многооборотных ресурсов открытого доступа 34 университетов Беларуси естественным образом диктует задачу их агрегации на одной платформе. Реализация проекта национального агрегатора онлайн-репозиториях открытого доступа, над которым работают ведущие университетские библиотеки Беларуси и научные организации, позволит расширить географию обращений к каждому репозиторию.

торию и к национальным ИОР в целом, значительно увеличить показатели использования и цитирования работ, обеспечить их сохранность и продвижение в международные научные поисковые системы и сервисы [1; 2].

Университетская библиотека объединяет активных производителей и потребителей знаний, что создает для нее благоприятную ситуацию на рынке знаний. Однако многочисленные исследования показывают, что студенты и преподаватели практически не используют веб-сайт библиотеки в качестве отправного пункта поиска информации, редко обращаются к электронному каталогу, доступным ЭБС. Если идея репозитория открытого доступа, являясь безусловным трендом, в значительной степени продвигает себя сама, то уникальные цифровые коллекции и базы данных, создаваемые и приобретаемые университетскими библиотеками, остаются недостаточно востребованными и требуют принятия специальных маркетинговых мер и технологических решений, направленных на их продвижение. Эти решения лежат, главным образом, в плоскости развития систем обнаружения/доступа, которые позволяют осуществлять интегрированный поиск по всем библиотечным ресурсам и фильтровать в общих поисковых системах документы, доступные в университетской библиотеке через собственные или подписные ресурсы.

Отдельные библиотеки идут на достаточно радикальные шаги, отказываясь от собственной поисковой системы и публичного электронного каталога в пользу предоставления максимально широкого доступа к научной информации (на основе ресурсов Интернет и развития рекомендательных сервисов). Здесь, прежде всего, следует отметить последовательные фундаментальные изменения в библиотеке Утрехтского университета (Нидерланды), обстоятельно описанные в научных источниках, например [9].

Белорусские университетские библиотеки в большей степени ориентированы на внедрение сервисов обнаружения, мобильных технологий («библиотека в твоей руке») и браузерных расширений типа Lean Library («библиотека в твоём браузере»), которые обеспечивают продвижение ресурсов, лицензированных библиотекой, и их доступность вне стен университета: когда пользователь просматривает домен, находящийся в

конфигурации доступа библиотеки, расширение перенаправляет его на страницу входа в библиотеку, и, после ввода своих учетных данных, пользователь получает мгновенный доступ к ресурсу [7]. По сути, речь идет об изменении информационного поведения пользователей и самого формата взаимодействия библиотеки с университетским сообществом, когда библиотека встраивается в индивидуальные исследовательские практики, обеспечивая обнаружение собственных (и внешних) ресурсов и бесшовный доступ к ним.

По мере того как библиотеки смещают зону своей активности из физического пространства в онлайн-овое и социальные сети, перед библиотекарями открываются новые возможности в продвижении научных и образовательных ресурсов, от дистанционного обучения и консультирования до внедрения всего комплекса современных маркетинговых методов и инструментов [3; 4; 5; 6]. Многочисленные исследования последних лет позволяют убедиться в эффективности использования интерактивных веб-инструментов, мобильных и медийных технологий для расширения пользовательских аудиторий и оптимизации использования ресурсов библиотеки. Все большее количество университетских библиотек Беларуси устойчиво используют общие и профессиональные социальные сети, видеоблоги, мессенджеры, подкастинг в качестве каналов двустороннего взаимодействия с пользователями, информирования и обучения. При этом отмечается, что тон, формат, содержание и контекст общения в социальных медиа оказывают решающее влияние на эффективность маркетинговых действий [8]. Так, например, модель взаимоотношений частных лиц предпочтительней, чем модель «клиент – организация»; социальные взаимодействия дают существенно больший эффект, чем создание оригинального контента и т. п.

Среди новейших трендов в этой области следует отметить:

- широкое внедрение инструментов CRM – управления взаимоотношений с клиентами (построение сообществ, активных групп поддержки, повторяющихся аудиторий вокруг определенного библиотечного контента, персонализированное обслуживание и т. п.);

- мониторинг средств социального общения (*Social media listening*) с использованием соответствующих инструментов аналитики для получения качественной обратной связи;

– контент-маркетинг (создание вовлекающего контента – полезной информации, контекстных новостей, ценных советов по развитию гибких навыков (англ. *soft skills*), языковых навыков, информационной компетентности, которые помогают продвигать основные библиотечные продукты/услуги и т. п.);

– технологии визуализации (создание образовательных презентаций и видеороликов, *live-video*, иллюстрации, фотографии, *gif*, инфографика, подготовка видеообзоров на библиотечные ресурсы с демонстрацией работы в базах данных, поисковых системах, библиотечных приложениях и т. п.);

– многоканальность (маркетинговое воздействие на аудиторию сразу по нескольким важнейшим каналам – ПК, видео, мобильные платформы, соцсети и др., с высокой аффинитивностью и охватом).

Специалисты отмечают, что для достижения эффективного использования своих ресурсов библиотекам необходимо выйти за рамки упрощенного понимания маркетинга как рекламы и обратиться к системному подходу, основанному на целевых рынках, стратегических императивах и потребностях пользователей, т. е. развить маркетинговую ориентацию всей организации [4]. В этом случае реальные и потенциальные потребности пользователей становятся отправной точкой для выстраивания стратегии продвижения библиотечных ресурсов и библиотечной деятельности в целом. Движение университетов на пути к модели 3.0, 4.0, растущая при этом потребность в качественных образовательных ресурсах мгновенного доступа позволяет библиотекам сохранять за собой статус центра интеллектуального влияния и даже усиливать свои позиции при условии включенности в образовательные и научные процессы, освоения новых технологических решений, позволяющих активно участвовать в дистанционном и мобильном обучении (от учебных пособий, тематических руководств и путеводителей по ИОР до программ мобильного обучения), оказывать консультативную и экспертную помощь по разработке образовательных ресурсов нового поколения (мультимедийных учебников и массовых онлайн-курсов, тестов, тренажеров, видеолекций, подкастов и т. п.), содействовать оптимизации процессов создания, агрегации, распространения нового знания и оценки его влияния.

1. Кузьминич, Т. В. Национальный сегмент в информационном обеспечении образовательного процесса: современные белорусские реалии [Электронный ресурс] / Т. В. Кузьминич // Наука и научная информация. – 2019. – № 2(2). – С. 86–95. – Режим доступа: <https://doi.org/10.24108/2658-3143-2019-2-2-86-95>. – Дата доступа: 25.07.2019.
2. Разумова, И. К. Куда катится мир? [Электронный ресурс] / И. К. Разумова // VII Междунар. конф. НЭИКОН «Электронные научные и образовательные ресурсы: создание, продвижение и использование», Ретимно, Греция, 22–29 сент. 2019 г. – Режим доступа: <https://conf.neicon.ru/materials/63-Overseas2019/20190924-07-Razumova.pdf>. – Дата доступа: 1.08.2019.
3. Bhardwaj, R. K. Marketing of Library Resources and Services: A Structured Literature Review / Raj Kumar Bhardwaj, P.K. Jain // DESIDOC Journal of Library & Information Technology. – 2016. – V. 36. – № 3. – P. 119–125.
4. Distributed learning and virtual librarianship / Sharon G. Almquist, editor : e-book. – Santa Barbara – Denver – Oxford: Libraries Unlimited, 2012. – 306 p.
5. Jessy, A. Marketing of resources and services with emerging technologies in modern libraries: An overview / A. Jessy, M. Rao // International Journal of Information Dissemination and Technology. – 2016. – V. 6. – № 1. – P. 15–20.
6. Khan, M. T. Library Social Media Services (LSMS)! Going Viral for Survival / M. T. Khan, M. Rafiq // Pakistan Library & Information Science Journal. – 2019. – Т. 50. – № 3. – P. 23–32.
7. Lean Library : official site [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.leanlibrary.com>. – Date of access: 24.06.2019.
8. Neilson, Christine J. What Do Health Libraries Tweet about? A Content Analysis [Electronic resource] / J. Neilson Christine // Partnership : the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research. – 2016. – V. 11 (1). – Mode of access: <https://journal.lib.uoguelph.ca/index.php/perj/article/view/3661>. – Date of access: 24.06.2019.
9. Wilders, C. Thinking the Unthinkable: A Library Without a Public Catalog [Electronic resource] / C. Wilders // Proceedings of the Charleston Library Conference. – 2015. – Mode of access: <https://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1696&context=charleston>. – Date of access: 24.06.2019.