КАЗГИК
КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ

приоритет



БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩЕГОСЯ МИРА

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Казанский государственный институт культуры»
МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Научная школа «Документ как объект исследования культуры»

БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩЕГОСЯ МИРА

Коллективная монография

Казань, 2025

Содержание

Предисловие *(О.А. Калегина)* 4

Содержательные аспекты подготовки кадров для библиотек *(Галковская Ю.Н.)*.....8

Библиографическая составляющая подготовки библиотечно-информационного специалиста *(Мансурова А.Р.)*.....83

Профессиональный медиаконтент в непрерывном библиотечно-информационном образовании *(Барма О.А., Политевич Е.Э.)* 99

Развитие интерактивных методов обучения в библиотечном образовании *(Яшина Н.Г, . Дрешер Ю.Н.)* 141

Библиотековедение в условиях цифровизации: от классики к постнеклассике *(Бородина С.Д.)*.....176

Научно-исследовательская работа студентов специальности «библиотечно-информационная деятельность» в условиях цифровой трансформации *(Козленко Е.Ю.)* 201

Искусственный интеллект в библиотечно-информационной деятельности *(Заборовская С.В., Матвеева Г.В.)* 230

О некоторых социальных и психолого-педагогических аспектах профессиональной адаптации библиотечных специалистов: в продолжение исследования *(Савич Л.Е.)*.....267

Список использованных и цитированных источников.....302

Об авторах.....338

Профессиональный медиаконтент в непрерывном библиотечно-информационном образовании

Современный исторический этап развития мирового сообщества как в социально-историческом, так и в научно-познавательном измерении характеризуется тотальной цифровизацией. В фокусе внимания исследователей сложность и неоднозначность цифровизации как технологического, социального, культурного явления, оказывающего влияние на технико-технологические аспекты представления данных (метаданных), виртуализацию коммуникативных практик и способов генерации контента (индивидуального, коллективного), создание и управление цифровыми активами и предоставление к ним доступа, конструирование культурных сред бытования человека на основе технологий дополненной реальности, применение искусственного интеллекта и нейронных сетей в (само) образовательных процессах [8; 108; 169; 208; 217]. Переход от аналоговой к цифровой парадигме общественного развития ознаменован отказом от локальных, закрытых информационных сред в пользу глобальных, открытых, объединяющих информационный потенциал всего мирового сообщества. Глобальные информационные среды могут быть созданы государственными органами власти, общественными и профессиональными организациями или быть результатом частных инициатив и функционировать при поддержке международных неправительственных организаций в области образования, культуры, политики, экономики. Сам факт объединения накопленной человечеством информации (формализованных знаний) (как в планетарном масштабе, так и в рамках отдельно взятого государства как отдельного элемента мирового информационного пространства) в единое целое стал возможен благодаря разработке и применению на международном уровне концепции «Общество знания» (или «Общество, основанное на знаниях») [71], а также

информационно-коммуникационных технологий нового поколения – цифровых технологий.

Анализируя программный постулат, представленный во Всемирном докладе ЮНЕСКО «К обществам знания»: «Общества знания – это общества, источником развития которых являются собственное многообразие и собственные способности» [71, с. 19], В. Е. Леончиков отмечает, что употребление самого понятия во множественном числе «не является случайным, поскольку его авторы считают, что не может быть единой модели общества знания. Они будут разными в зависимости от состояния и развития человеческого потенциала или интеллектуального уровня общества той или иной страны мира» [96, с. 332].

В идеале все знания, в том числе аккумулированные в сознании (тезаурусе) людей, должны быть доступны субъектам цифрового пространства через глобальную информационную сеть Интернет, которая, в свою очередь, может рассматриваться как универсальная мировая информационная инфраструктура (с ризоматической структурой). Ее субъектами являются как институализированные общественные институты, придерживающиеся политики открытого доступа к своему контенту, – библиотеки (генерирующие библиографические, фактографические, полнотекстовые базы данных, в том числе в области техники и технических наук, здравоохранения и медицины, экономики и политики, ресурсы страноведческого и краеведческого характера), архивы (формирующие электронные коллекции оцифрованных документов, отражающих историю региона, страны, континента), учреждения образования и научно-исследовательские центры (генерирующие репозитории и тематические электронные библиотеки), издательства (предоставляющие свободный доступ к своим изданиям), профессиональные общественные организации и объединения (размещающие электронные версии изданий и/или изданий, не имеющих печатного аналога, на своих сетевых ресурсах), так и физические лица, размещающие результаты

своей интеллектуальной деятельности на персональных сайтах, в тематических группах и/или личных страничках в социальных сетях, облачных файлохранилищах [147].

Отдельно можно выделить организации, создающие цифровые платформы для размещения текстовых файлов и предоставления к ним доступа как на безвозмездной, так и коммерческой основе, для индивидуальных и/или корпоративных клиентов (например, электронно-библиотечные системы, научные электронные библиотеки, научно-образовательные порталы). Важную роль в развитии данной инфраструктуры играют инициативы, реализуемые общественными организациями и отдельными сообществами, цель которых заключается в устранении барьеров в доступе к информации, постоянном обмене данными, производстве научных знаний на основе взаимовыгодного партнерства [там же].

Если практика доступа к информации, зафиксированной на физических носителях, представленной на цифровых ресурсах и платформах, определена и алгоритмизирована, то доступ к неформализованным знаниям возможен только посредством включения самого их носителя в процесс создания и распространения контента. Неформализованные знания, представленные опытом, интуицией, навыками, взглядами и умениями человека, которые невозможно или сложно выразить в виде четких правил, документов или алгоритмов, востребованы сегодня обществом в силу их инновационности и практико-ориентированности. В то же время, как отмечает Е. Е. Жернов, «Неявное знание, выраженное формально, теряет многое: индивидуальность; свежесть; новизну восприятия; оригинальность познаваемости; возможность обогащения содержания труда, расширения диапазона принятия решений, достижения более высокого уровня использования информации; глубину усвояемости. Это нежелательный результат формализации знаний. Свои неявные знания человек формализует в первую очередь для себя, осознанно

и неосознанно. Он же придает смысл любой информации. Осознав свои знания, решает, делиться ими с другими людьми или нет» [58, с. 69].

Существуют традиции формализации неформальных знаний через привлечение их носителей к чтению лекций, проведению интерактивных занятий, мастер-классов, участию в работе экспертных комиссий и советов, а также путем написания статей и книг, язык изложения которых скорее публицистический, нежели научный. Спрос на такие знания определяется статусом самого автора (его авторитетностью), сферой его деятельности (ее экономическим потенциалом), корпоративной политикой профессионального сообщества, к которому принадлежит автор и, что важно, сформированным в обществе спросом на его знания, возможностью их фиксировать и распространять посредством цифровых технологий.

С учетом изменений психологических практик восприятия человеком информации, происходящих под воздействием цифровых технологий, активно используемых в данном процессе, важную роль играет не только формат представления самой информации, но и готовность человека адекватно ее использовать в своей деятельности. Сегодня пользователи сети Интернет отдают предпочтение новому с точки зрения технико-технологического формата представления информации медиаконтенту, появление и широкое применение которого отражает, на наш взгляд, все многообразие информационно-коммуникационных практик человечества, его стремление к визуализации информации, преодолению когнитивных барьеров ее восприятия и дальнейшего использования. Технические особенности потребления медиаконтента, а также доступность технологий для его создания и представления в цифровом пространстве позволяют каждому человеку выстраивать собственную политику работы с ним (с учетом своих психологических, мотивационных, когнитивных способностей).

На сегодняшний день под медиаконтентом можно понимать: совокупность данных, представленных с помощью видео– и аудиоэффектов; любая форма информации, представляемая в различных медиаформатах, таких как текст, изображения, видео, аудио и графика, предназначенные для распространения в цифровом пространстве; мультимедийные данные, представленные в виде текстов, звуков, графики, видео и интерактивных элементов, которые могут быть распространены через различные каналы, в том числе в цифровом и аналоговом форматах.

Для профессиональных сообществ создание своего брендового медиаконтента становится частью маркетинговой политики – как внешней – распространение своих идей и концепций, продвижение имиджевой политики и практик сопричастности с обществом, формирование собственного открытого цифрового пространства, так и внутренней – генерация информационного ресурса и его использование для профессионального развития (в том числе и в рамках институциализированных образовательных практик). Медиаконтентом, наиболее часто используемым профессиональными сообществами для распространения профильных знаний среди своих резидентов, является видео– и аудиоконтент, подкасты, скринкасты, инфографика. Этому способствует не только доступность цифровых технологий для их создания и представления, но и сформированный в обществе тренд на их использование как источника передачи актуальной профессиональной информации для освоения новых знаний. Необходимо отметить, что интенсивный и порою не контролируемый процесс генерации и распространения профессионального медиаконтента приводит к функционированию отдельного «профессионального цифрового пространства» (это сайты профильных организаций, специализированные социальные медиа, мобильные приложения и др.), в рамках которого каждый субъект выступает как пассивным потребителем его контента, так и активным создателем последнего. Поэтому медиаконтент,

представленный в цифровом профессиональном пространстве, имеет статус уникального, а процесс его потребления рассматривается как начало создания нового. Результатом практик перевода неформализованных знаний в формализованные является появление на информационном рынке множества изданий (самиздата), видео– и аудиоконтента, другого информационного материала практико-ориентированного характера, а также издательств, агрегаторов, медиа, специализирующихся на их создании, распространении и, если контент востребован в профессиональном сообществе, продвижении и монетизации.

Все вышеперечисленное оказывает влияние на информационное поведение специалиста, способы осуществления процессов, обеспечивающих получение ими информации, ее усвоение, приобретение на ее основе новых знаний и превращение их в персонализированный контент и его представление и распространение в цифровом пространстве.

Потребление профессиональной информации становится более персонализированным благодаря появлению специализированных информационно-поисковых систем, ориентированных на работу с поисковыми запросами каждого пользователя, их качественным анализом. Примером такой системы является Google Scholar. На основе системного анализа научных интересов пользователя, указанных в профиле при регистрации, тематики запросов, Google Scholar осуществляет постоянный поиск релевантных источников научной информации. Результаты такого поиска представляются в виде ссылок на полные тексты (или их метаданные) при каждой загрузке пользователем стартовой страницы поисковика. Для более углубленного тематического поиска пользователь может применить опцию «Оповещение», позволяющую создавать тематические запросы, запросы на поиск работ ученого, поиск ссылок (цитирования) на определенный текст или работы конкретного специалиста. Система осуществляет постоянный поиск по заданным

критериям и представляет его результаты посредством отправки пользователю метаданных на указанный им при регистрации адрес электронной почты в веб-сервисе gmail.com. Таким образом, Google Scholar позволяет не только минимизировать время пользователя на поиск и отбор источников научной информации, релевантных запросу, но и упростить работу с метаданными в режиме удаленного доступа.

Подобную тактику представления информации используют и крупные социальные медиа. На основе представленных при регистрации данных: персональных (место жительства, хобби), профессиональных (сфера деятельности, профессиональные интересы); анализа информационных запросов и просмотренного ранее материала, пользователю предлагается соответствующий по тематике или к нему приближенный контент (например, социальная сеть «ВКонтакте» предлагает своим пользователям ознакомиться с видео-, аудио-, фотоконтентом, близкими по предыдущим запросам; YouTube – просмотреть видеоматериалы, тематика которых коррелирует с предыдущими просмотрами). Такой подход упрощает сам процесс поиска информации, позволяет оперативно знакомиться с материалом идентичным или близким по тематике в круглосуточном режиме [7; 8; 6].

Интенсивность использования медиаконтента в деятельности как отдельно взятого специалиста, так и всего профессионального сообщества в целом привела к формированию отдельного спроса на данный вид информационной продукции, к целостному пониманию последнего как средства лоббизма своих интересов в сети Интернет. Последнее стало основой для появления корпоративных интернет-проектов, цель которых заключается в распространении достоверных и актуальных знаний в доступной для потребителей форме (например, ПостНаука и Arzamas).

Бюджетная доступность цифровых технологий, их функциональность и технологическая адаптивность к решению повседневных задач позволила представителям социально-культурной

сферы активно создавать свой уникальный по содержанию и представлению медиаконтент, отражающий их творческо-производственную и маркетинговую деятельность. Его создание (тематическое наполнение, сюжетность) во многом зависит от преследуемых целей, целевой аудитории, технических возможностей воспроизводства и потребления.

Основными задачами, которые решаются при создании и распространении профессионального медиаконтента организациями социально-культурной сферы, являются:

– *учреждения культуры*: реализация маркетинговой политики и политики лоббизма в сфере ресурсного обеспечения, формирования общественной лояльности, лояльности вышестоящего руководства; отчетность перед учредителем, потребителями, партнерами, профессиональным сообществом; повышение квалификации сотрудников (развитие «человеческого капитала»); увеличение своей конкурентоспособности;
– *учреждения образования в сфере культуры и искусства*: формирование информационно-образовательной среды; реализация образовательных программ и проектов (в том числе в области дистанционного и дополнительного образования), определение и конкурентоспособности на рынке образовательных услуг; проведение профориентационной политики; создание положительного имиджа; продвижение и позиционирование результатов научно-исследовательской деятельности своих резидентов в международном научном пространстве;
– *профессиональные сообщества в сфере культуры*: реализация миссии, целей, решение производственных задач; актуализация профессиональной идеологии в общественном пространстве; распространение инновационного опыта в сфере профессиональной деятельности; отчетность перед органами государственной власти, резидентами,

партнерами; разработка научно-методических материалов, их внедрение в образовательный процесс профильных учреждений образования [6].

Создателями профессионального медиаконтента могут выступать не только юридические, но и физические лица, являющиеся экспертами в определенной области. В последнее время получил распространение и общественное одобрение медиаконтент, создаваемый органами власти (профильными министерствами) для информационно-методического сопровождения организационно-управленческой, научно-исследовательской, творческо-производственной деятельности подведомственных учреждений.

Каналами распространения медиаконтента могут выступать: социальные медиа (интернет-форумы, блогосфера, социальные сети) и веб-сайты (зарегистрированные как официальный интернет-ресурс). Проблематикой в данном контексте является отсутствие единого портала (цифровой площадки), систематизирующей информацию о функционирующих в сети Интернет профессиональных ресурсах.

Библиотечное сообщество активно использует цифровое пространство для реализации своей профессиональной деятельности. Это не только информационное обслуживание пользователей в виртуальной среде, позиционирование и продвижение информационных продуктов и услуг собственной генерации, создание и размещение достоверного и качественного медиаконтента (например, создание фактографической информации и ее размещение на ресурсах открытого доступа), но и реализация политики партнерства – выработка единых подходов к развитию библиотек и библиотечного дела в регионе/стране, реализация программ и проектов, направленных на формирование конкурентоспособности библиотек как информационных институтов общества и библиотечных специалистов как субъектов (государственной/региональной) культурной политики. Создание

профессионального медиаконтента, отражающего профессиональную идеологию, взгляд библиотечного сообщества на процессы общественного развития и их соотнесение с библиотечной политикой позволяет лоббировать интересы, определять роль и место библиотек в трансформирующемся обществе, реализовывать профессиональные инициативы в соответствии со своим ресурсным потенциалом.

Библиотеки, являясь активными субъектами цифрового пространства, используют все его сервисные возможности для реализации своих функций, в том числе и в сфере формирования профессиональной идеологии. Создание профилей в социальных сетях, ведение блогов, YouTube-каналов, подкаст-каналов, страничек в многоязычных универсальных сетевых энциклопедиях позволяют им позиционировать и продвигать свой медиаконтент, предоставлять виртуальным пользователям открытый доступ к нему, распространять достоверные данные, тем самым осуществлять политику лоббизма своих интересов. Сегодня создаваемый библиотечными специалистами профессиональный медиаконтент изначально нацелен на размещение в сети Интернет, что определяет не только выбор программных средств его создания, монтажа, но и разработку стратегии его распространения и представления.

Профессиональный видеоконтент как стратегический ресурс библиотечного сообщества

Подавляющее большинство медиаконтента, циркулирующего в цифровом пространстве, представлено видеоконтентом, под которым традиционно понимается любая информация, отраженная в видеоформате. По оценке И. М. Дорониной, «видеоконтент – это содержательная часть видеоряда, транслируемого на любые типы носителей, с учетом перемонтажа и адаптации к различным типам адресатов» [54]. Популярность данного формата в потребительских практиках виртуальных пользователей

обусловлена такими факторами, как удобство потребления (воспроизводства на различных технических устройствах (в частности, на мобильных устройствах), возможность скачивания и/или хранения), вовлеченность (видео лучше удерживает внимание и генерирует больше взаимодействий, побуждает пользователя на ответную реакцию посредством лайков, комментариев, репостов), алгоритмическая поддержка (социальные сети и платформы продвигают видеоконтент, а их сервисы ориентированы на работы с последним (размещение, хранение, распространение)), психологические аспекты (стремление к простоте, получение удовольствия от просмотра).

Условно видеоконтент, представленный в цифровом пространстве, можно разделить на следующие функциональные категории: презентационное видео; имиджевое видео; обучающее видео; вирусное видео; социальное видео; видео арт.

С развитием социальных медиа, в частности социальных сетей и видеохостингов, видеоконтент рассматривается не только как источник информации, но и инструмент маркетинговой политики. Основная причина его востребованности в маркетинге – способность передавать сложные идеи в легкодоступной форме, создавать эмоциональные связи с аудиторией и стимулировать доверие к рекламируемому объекту. Видеоролики позволяют донести ключевые сообщения до потребителей за считаные секунды, что особенно важно в условиях информационной перегруженности. Многие цифровые платформы – TikTok, Instagram* (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией, запрещена на территории РФ), YouTube, – позволяют пользователям (как физическим, так и юридическим лицам) создавать и распространять видеоконтент, который мгновенно становится вирусным. Секрет успеха такого видеоконтента заключается в его лаконичности и высокой вовлеченности аудитории в их сюжетную линию. Такой формат идеально подходит для современных пользователей, которые предпочитают

получать информацию быстро (в хронографе 5–6 секунд) и без дополнительного информационного сопровождения.

Профессиональный видеоконтент, отражающий не только теоретико-методологический, но и практико-ориентированный контент, является сегодня действенным инструментом в реализации образовательного процесса в учреждениях высшего образования по подготовке квалифицированных кадров. Его использование в рамках лекционных занятий, проведения практических и лабораторных занятий, способствует вовлечению обучающегося в изучение учебных тем, а также погружению в изучаемое проблемное поле. Как отмечает И. В. Кондратенко, «применение видеоматериалов в учебном процессе позволяет внести разнообразие в учебный процесс, сделать приобретение знаний интересным, наглядным процессом, избежать формализма и зубрежки. Анализ демонстрационных материалов не позволяет формально и шаблонно выполнять задание, побуждает делать это творчески, осознанно, тем самым более продуктивно» [82, с. 33]. Самыми распространенными типами видеоконтента, используемыми в образовательном процессе, являются: студийные видеолекции, интерактивные, анимационные видеоролики, видеодемонстрации, скринкасты и псевдовидео. Большинство из них заимствуется профессорско-преподавательским составом из видеохостинга YouTube, социальной сети «ВКонтакте», сайтов профессиональных сообществ и профильных организаций.

Активность библиотек по созданию собственного видеоконтента определяется, во-первых, реализацией маркетинговой политики по отношению к внешнему окружению в общем и к своим реальным и потенциальным потребителям в частности; во-вторых, трансляцией профессиональной идеологии в цифровом пространстве – распространение профессиональных знаний, определение их актуальности и реализация на их основе корпоративной коммуникации; в-третьих, формирование своей конкурентоспособности как социокультурного института

общества, «третьего места», площадки для деловых встреч, решения социально значимых вопросов. Немаловажным в данном контексте является реализация коллаборативных практик с субъектами медиапространства – средствами массовой коммуникации. В рамках взаимодействия последние формируют свою информационную повестку, а библиотеки реализуют свою маркетинговую коммуникационную политику – позиционируют себя и свои ресурсы в цифровом пространстве. Примером такой коллаборации является регулярное выступление сотрудника Минской областной библиотеки им. А. С. Пушкина Никиты Валерьевича Мищенко («книжного эксперта и охотника за новинками») в программе «Мировое утро с «Подъемной силой» радиостанции «Радио МИР» [114] (Рисунок 1).

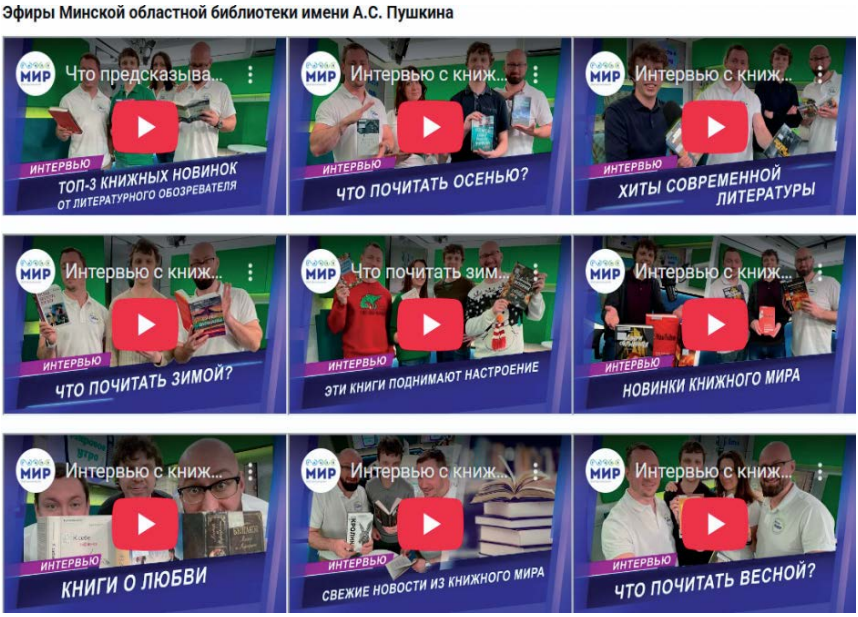


Рисунок 1 – Скриншот сайта государственного учреждения «Минская областная библиотека им. А. С. Пушкина»

Сегодня нет единой, общепринятой классификации видеоконтента, создаваемого библиотеками. Н. В. Попова на основании видеоконтента, представленного в свободном доступе, на сайтах библиотек и в социальных медиа, предлагает следующую типологию: «видеообзор (непродолжительный видеоролик, посвященный нескольким книгам, как правило, имеющий информационный или рекомендательный характер); виртуальная книжная выставка (публичная демонстрация в Интернете с помощью средств веб-технологий виртуальных образов специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации); вебинар (онлайн-семинар или веб-конференция); интервью (видеозапись беседы между двумя людьми, один из которых является известным человеком, медийной личностью и представляет интерес для аудитории); юмористический видеоролик (короткое видео, как правило, направленное на популяризацию книг, чтения, библиотек и других связанных тем); интернет-трансляция (передача в эфир какого-либо действия, мероприятия, которое происходит в данное время в определенном месте); видеоотчет (короткий ролик о реализованном в библиотеке проекте или мероприятии); буктрейлер (небольшой видеоролик, имеющий целью привлечение внимания к какой-либо книге. Как правило, в буктрейлере отражен сюжет произведения, представлены основные герои)» [148, с. 264–265]. Также автор отмечает, что «среди встречающихся на библиотечных каналах видео можно обнаружить также мультипликационные, документальные, игровые короткометражные и полнометражные фильмы» [148, с. 265].

На наш взгляд, профессиональный видеоконтент, создаваемый библиотеками, можно разделить на видеоконтент, цель которого – популяризация продуктов и услуг библиотеки; видеоконтент, направленный на распространение социально значимой информации; видеоконтент, ориентированный на формирование коммуникации с представителями профессионального сообщества;

видеоконтент, направленный на распространение профессиональных знаний; обучающий видеоконтент; видеоконтент развлекательного (юмористического) характера (вирусный); брендовый видеоконтент; персонализированный видеоконтент.

Актуальность для образовательной практики специалистов, занимающихся вопросами подготовки, повышения квалификации и переподготовки библиотечных специалистов, представляют видеозаписи профессиональных мероприятий, проводимых библиотеками с другими субъектами информационного рынка (архивами, агрегаторами мировых информационных ресурсов), и представленные в цифровом пространстве в свободном доступе (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Скриншот из социальной сети «ВКонтакте» (сообщество государственного учреждения «Витебская областная библиотека им. В. И. Ленина»)

Площадками для размещения профессионального библиотечного видеоконтента являются сайты библиотек, их YouTube-каналы, персональные и/или тематические группы в социальных сетях, корпоративные цифровые платформы. Для студентов, обучающихся по специальности «библиотечно-информационная деятельность», интерес представляют YouTube-каналы библиотек, являющихся научно-методическими центрами, инициаторами профессиональных мероприятий, субъектами культурной и корпоративной политики:

– YouTube-канал Российской государственной библиотеки – содержит видеозаписи лекций, конференций, семинаров, а также скринкасты видеоуроков для пользователей электронных информационных ресурсов собственной генерации. Видеоконтент размещен в тематических плейлистах: «Виртуальные экскурсии», «Реставрация документа: Консерватизм и инновации – 2021 (V)», «Цикл лекций о киноискусстве (2020)», «Leninkatour: экскурсии и мастер-классы», «Вебинары Ленинки на PRO.Культура.РФ – профессионалам», «Роль науки в развитии библиотек. Семинары», «Профессионалам книжного и библиотечного дела», «Главное о Ленинке – Российской государственной библиотеке», «Лекции в РГБ», «Электронные базы данных в РГБ», «Учебные фильмы» и др. Необходимо отметить высокое качество видеоматериала, детализацию содержательного компонента (Рисунок 3).

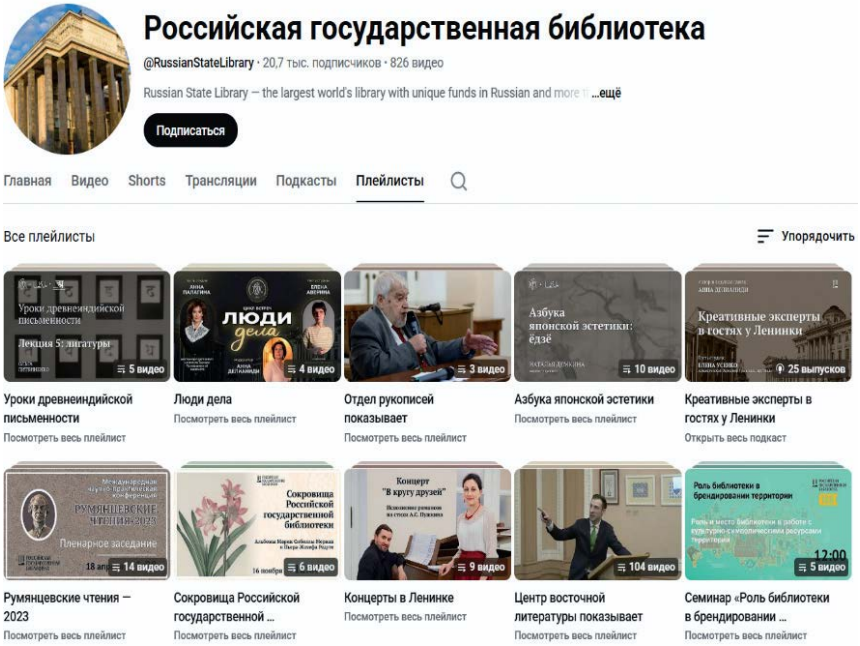


Рисунок 3 – Скриншот YouTube-канала федерального государственного бюджетного учреждения «Российская государственная библиотека»

– YouTube-канал Российской ассоциации электронных библиотек – отражающий видеозаписи семинаров («Библиотечный специалист как объект изучения», «Библиотека в цифровой среде»), конференций («LIBCOM-2019», «Обнаружение заимствований – 2019», «IPR EDU – 2019»), круглых столов («Библиотечная экономика») и др. Основная часть видеоконтента не структурирована по плейлистам, что затрудняет поиск и идентификацию видеоматериала;
– YouTube-канал Государственной публичной научно-технической библиотеки Сибирского отделения Россий-

ской академии наук – аккумулирует видеозаписи научных мероприятий, проводимых как самой библиотекой, так и совместно с партнерами. Интерес представляет плейлист «Библиотекарям» и «Лекторий ГПНТБ СО РАН»;

– YouTube-канал Ассоциации менеджеров культуры – отражает видеозаписи форумов, лекций и семинаров в области социокультурного управления – плейлисты: «Новые идеи для путешествий. Проектная лаборатория Фонда Тимченко и АМК», «Музей – Волонтер – Общество», «Программа «Думать. Делиться. Действовать»», «Адаптация: практики о практиках», «Международный форум «Культура в действии»;
– YouTube-канал Научной библиотеки Белорусского национального технического университета – представлены видеозаписи по темам: «Гиды по ресурсам и базам данных БНТУ», «Как изменились библиотеки в период пандемии: опыт США и Беларуси (2021)», «Адаптация опыта американских библиотек в Беларуси: 27/01/2021», «#20мвб. 10 декабря. 20-я Международная научно-практическая конференция «Менеджмент вузовских библиотек»», «StandUp_Читки в Научной библиотеке БНТУ» (Рисунок 4);

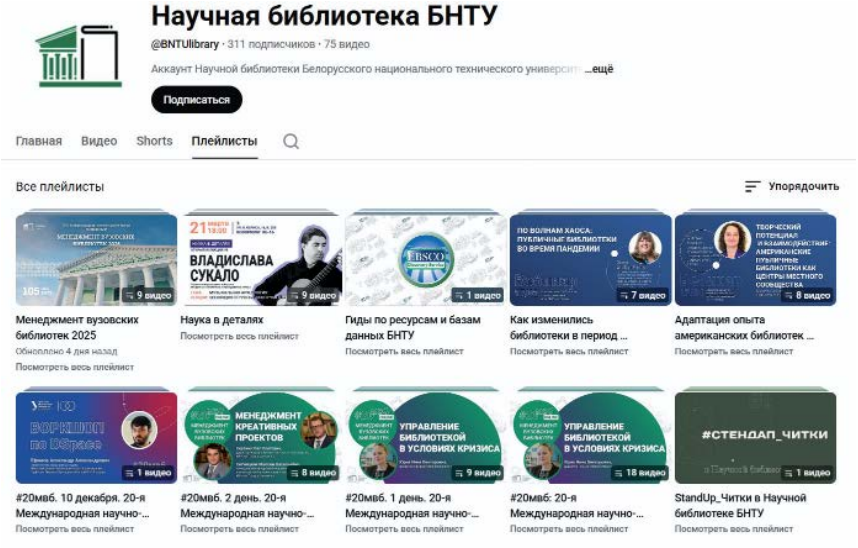


Рисунок 4 – Скриншот YouTube-канала Научной библиотеки Белорусского национального технического университета

– YouTube-канал Центральной городской публичной библиотеки имени В. В. Маяковского – размещены видеозаписи конференций (например, «Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций»), тематических семинаров, проводимых для сотрудников публичных библиотек;
– YouTube-канал Свердловской областной универсальной научной библиотеки им. В. Г. Белинского («Клуб друзей Белинки») – содержит видеозаписи секционных заседаний, мастер-классов, проводимых в рамках научной конференции «неКонференция библиотечных блогеров»;
– YouTube-канал «Территория культуры. Образование: образовательный канал для специалистов в сфере культуры» – представлены видеозаписи научных мероприятий, мастер-классов, онлайн-лекций, тематика которых

варьируется от создания контента для социальных сетей и работы с виртуальными посетителями музеев до разработки программ продвижения продуктов и услуг организаций сферы культуры в мировом информационном пространстве, а также видеозаписи по созданию комфортной среды для пользователей библиотек посредством использования экодизайна;

– YouTube-канал «БИБЛИОКЛУБ: Университетская библиотека онлайн» – размещены видеозаписи вебинаров, проводимых компанией «Директ-Медиа», учебные видеоролики по работе с функционалом ЭБС «Университетская библиотека онлайн», конструктора сайтов «Tilda Publishing» и др.

Для студентов, обучающихся по специальности «библиотечно-информационная деятельность», особый интерес представляет видеоконтент, размещенный в профессиональных сообществах в социальной сети «ВКонтакте»: «Планета методистов» (сообщество Белгородской государственной универсальной научной библиотеки); «Кабинет библиотековедения БАН» (сообщество Кабинета библиотековедения Библиотеки Российской академии наук); «Методическая приемная Омской “Пушкинки”» (сообщество Омской государственной областной научной библиотеки имени А. С. Пушкина); «Современная библиотека: методический ракурс» (сообщество Челябинской областной библиотеки для молодежи) (Рисунок 5); «Библиотеки 51» (сообщество Мурманской государственной областной универсальной научной библиотеки) и др. В указанных сообществах и подобных им размещаются не только видеозаписи самостоятельно проведенных научных мероприятий, но и видеозаписи мастер-классов, онлайн-лекций, встреч с представителями информационных агентств, созданных организациями-партнерами или представленных в свободном доступе в социальных медиа, на сайтах профильных организаций.

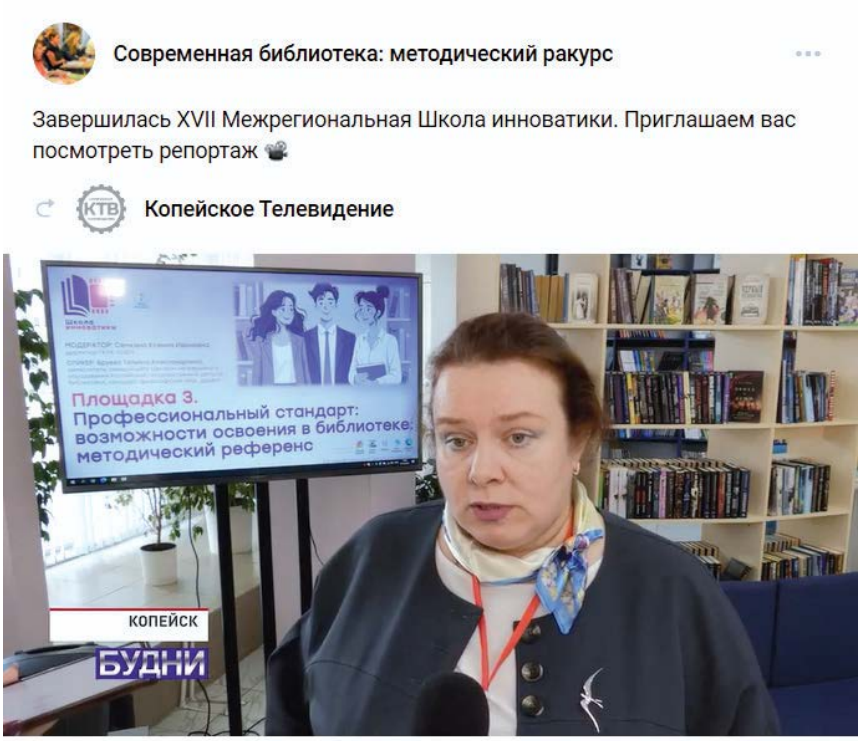


Рисунок 5 – Скриншот из социальной сети «ВКонтакте» (сообщество государственного казенного учреждения культуры «Челябинская областная библиотека для молодежи»)

Отдельно необходимо отметить видеоконтент, генерируемый организациями, занимающимися грантовой и проектной деятельностью в сфере культуры и искусств, например,

«Благотворительный фонд Владимира Потанина», «Фонд Тимченко», «Библиотека нового поколения», «Сообщество работников культуры – CultManager.ru». Тематика представленного видеоконтента варьируется от технологий работы с грантодателями до реализации партнерских отношений с представителями международного и местного бизнес-сообщества, сферы культуры и искусства по реализации культурных инициатив.

Большинство библиотек и организаций предоставляют доступ к своему видеоконтенту посредством его размещения на собственных официальных сайтах, например, видеозаписи вебинаров «Видеоарт в библиотеке», «Эффективные технологии работы с молодежью в условиях современной библиотеки», «Новая библиотека с новым смыслом: векторы развития» на сайте Красноярской краевой молодежной библиотеки; видеоинтервью с грантодателями, записи вебинаров по привлечению дополнительных финансовых средств организациями сферы культуры на портале «Культура. Гранты России»; видеозаписи вебинаров по вопросам использования интернет-маркетинга, цифровых технологий в деятельности специалистов сферы культуры на цифровой платформе «PRO.Культура.РФ» и др. [8].

В последнее время в образовательном процессе для формирования профессиональных компетенций студентов, обучающихся по специальности «библиотечно-информационная деятельность», активно используются скринкасты – видеоролики, записанные с помощью специального программного обеспечения, которые демонстрируют действия на экране компьютера, сопровождающиеся голосом, титрами, различными спецэффектами.

Как отмечает Е. В. Тулупова, преимуществом учебного видео с применением скринкастинга является «качественно новое восприятие и переработка информации: в процесс восприятия вовлекаются слуховой и зрительный каналы, что позволяет заложить учебную информацию в долговременную память; удобный онлайн-просмотр (не надо скачивать файл); асинхронный

доступ: ролики можно просматривать в любое время, в любом удобном месте, его можно остановить, отмотать и воспроизвести повторно; пошаговое описание производимых действий в форме видеоинструкции; возможность акцентировать внимание пользователя на важных моментах» [209, с. 44].

С развитием технологий скринкастинга и его технологической доступностью библиотечные специалисты создают различные по тематике и содержанию видеоуроки, позволяющие потребителям данного контента получать знания по методике работы (алгоритмизация) с информационными ресурсами библиотек, ее услугами и продуктами. Актуальными и детально проработанными, на наш взгляд, являются видеоуроки:

– размещенные на сайте Национальной библиотеки Беларуси (nlb.by): «Веб-каталог НББ. Основы поиска: Поиск по фондам библиотеки»; «Регистрация на портале и личный кабинет пользователя»; «Виртуальная служба “Спроси библиотекаря”»; «Виртуальный сервис “Электронная доставка документов”»; «БД “Ученые Беларуси”»; «Приобретенные базы данных» и др.;
– видеоуроки Государственной публичной научно-технической библиотеки Сибирского отделения Российской академии наук (spsl.nsc.ru/) – «Как пользоваться поиском книг в каталоге ГПНТБ СО РАН», «Как пользоваться поиском журналов в каталоге ГПНТБ СО РАН» и др., представленные на YouTube-канале библиотеки.

Кроме того, интерес представляют видеоинструкции, создаваемые агрегаторами электронных информационных ресурсов с целью популяризации своих ресурсов и формирования навыков использования всего их функционального потенциала (например, ЭБС «Лань» разработала для своих пользователей следующие видеоинструкции: «Поиск в ЭБС «Лань», «Работа с текстами в ЭБС «Лань», «Мобильное приложение ЭБС «Лань»).

С развитием партнерских отношений с субъектами информационной сферы библиотеки совместно создают видеоконтент с последующим его размещением на ресурсах партнеров.

Профессиональный библиотечный видеоконтент, в рамках общей тенденции обращения общества к видео как стратегическому информационному ресурсу и его использования в реализации персонализированных образовательных практик представляет интерес для студентов, обучающихся по специальности «библиотечно-информационная деятельность», так как:

- отражает современные тенденции развития библиотечной сферы как сферы технологических, научных, информационно-методических, образовательных, социокультурных практик;
- формирует альтернативные точки зрения на рассматриваемые вопросы;
- определяет информационную повестку библиотечного сообщества и способы ее распространения и реализации;
- оказывает воздействие на профессиональную модель информационного поведения библиотечного специалиста;
- формирует профессиональные компетенции студентов.

Инфографика как средство визуализации профессионального контента

В цифровом пространстве постоянно меняются требования к формату визуальной (ре)презентации профессиональной информации, подходы к ее представлению и подаче конечному потребителю. Сами требования – результат развития не только цифровых технологий, но и потребительских практик самих пользователей. Создаваемый и транслируемый профессиональный медиаконтент должен быть ярким, наглядным, зрелищным, привлекающим внимание целевой аудитории. Для пользователя интерес представляют форматы, отражающие

большой объем данных, но в то же время по представлению и изложению отличающиеся простотой изложения, доступностью для понимания и дальнейшего использования. Огромным потенциалом в этом плане обладает инфографика, способная комплексно представлять информацию, сжато и концептуально доносить до аудитории большие массивы данных, обеспечивать высокий уровень усвоения информации, предлагать игровые форматы восприятия. Инфографика не просто представляет цифры и факты, а рассказывает историю с помощью изображений, диаграмм, схем и текста, делая информацию наглядной и легко запоминающейся. Она помогает быстро объяснить сложные темы благодаря сочетанию визуальных элементов (Рисунок 6).

Инфографика – это отражение сведений без сопроводительного текста. В других ситуациях инфографика может дополнять текст, помогать читателю усваивать представленный контекст. Как отмечает С. И. Симакова, инфографика – это «визуальное представление информации, данных или знаний в виде статических и динамических карт, схем, таблиц, диаграмм и так далее, с помощью которых сложное воспринимается как простое, а абстрактное конкретизируется. Состоящая из многочисленных информационно емких элементов, связанных между собой, инфографика представляет собой объект, обращенный к ассоциативному мышлению читателя или зрителя, его прошлому опыту, его знаниям и умениям. При этом человек, воспринимающий инфографическое сообщение, остается в достаточной мере свободным в выборе способов анализа материала, последовательности просматривания тех или иных фрагментов инфографики и так далее» [172, с. 78].



Рисунок 6 – Скриншот сайта Белорусского телеграфного агентства

По мнению К. В. Нефедьева, инфографика особенно хорошо работает там, где нужно «показать устройство или алгоритм работы чего-либо; отобразить соотношение предметов или фактов во времени и пространстве; продемонстрировать тенденцию развития объекта; компактно раскрыть составные части сложного явления; организовать большие объемы информации» [124, с. 89].

А. А. Градюшко приводит следующую классификацию [50, с. 112–113]:

- по типу источника: энциклопедическая инфографика (сосредоточена на объяснениях универсального характера); новостная инфографика (создается под определенную новость в оперативном режиме); аналитическая инфографика (сопоставляет результаты различных исследований); инфографика-реконструкция (воссоздает динамику того или иного события в хронологическом порядке»);
- по способу отображения: статичная инфографика (одиночные изображения без анимации: графики, диаграммы, шкала времени, карта, схема, сопоставление каких-либо явлений); интерактивная инфографика (инфографика с анимированными элементами: такой вид инфографики предполагает участие пользователя в управлении отображаемыми данными, он может выбирать представление этих сведений, настраивать уровень погружения и сравнения, использовать «ползунки» и другие интерактивные элементы); видеоинфографика.

Исследователи Г. А. Никулова и А. В. Подобных классифицируют инфографику по характеру визуализации информации [128, с. 377]:

- для представления количественных (числовых) данных: графики, диаграммы, гистограммы;
- для представления совокупности объектов и качественных данных: планы-графики, схемы, реконструкции, ментальные карты, диаграммы трендов, организационные диаграммы, технологические диаграммы.

П. Н. Тарасенко предлагает делить инфографику «по принципу самодостаточности информации на независимую и комплементарную (дополняющую материал)» [205, с. 98].

В работе А. В. Авиденко выделены девять основных типов инфографики с точки зрения объекта представления:

статистическая, таймлайн, карта, схема, иерархия, матрица, алгоритм, фото, сравнение [1, с. 60].

Инфографика как мощный инструмент визуализации данных обладает своими преимуществами и недостатками. Среди достоинств можно привести: графическое представление данных; быстрое восприятие читателем; эмоциональное воздействие; адаптация под различную аудиторию. К недостаткам инфографики необходимо отнести: ограничение объема информации и искажение сведений; зависимость от контекста; сложность создания и невозможность выбора единого, удовлетворяющего всех читателей, представления информации; ограниченность в форматах.

В библиотечной практике инфографика используется: для организации рекламной кампании; демонстрации динамики деятельности библиотеки в официальной документации, планово-отчетной документации; визуализации фактов о писателях, книжных изданиях; проведения культурно-досуговых мероприятий; проектной деятельности; создания алгоритмов действий (Рисунок 7).

В образовательном процессе инфографика позволяет упростить и ускорить восприятие сложной информации, делая процесс обучения более наглядным, увлекательным и эффективным. Она помогает студентам лучше запоминать материал (поскольку мозг обрабатывает визуальную информацию быстрее), а также систематизировать знания, развивать критическое и аналитическое мышление. Кроме того, инфографика способствует индивидуализации обучения и может использоваться как для подачи нового материала, так и для проверки знаний и самостоятельной работы студентов.

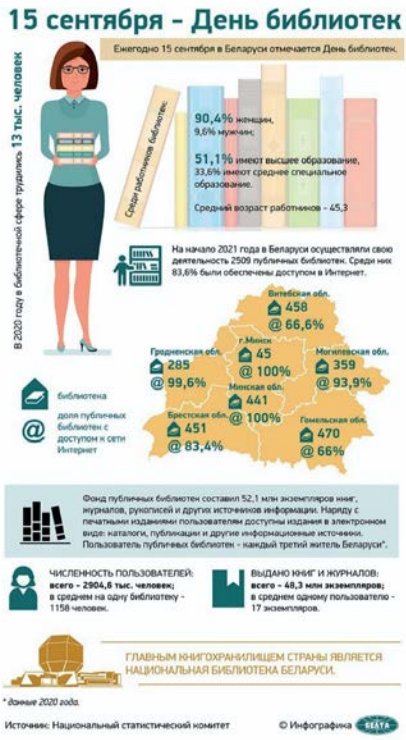


Рисунок 7 – Скриншот сайта Белорусского телеграфного агентства

Подкаст как эффективный инструмент представления профессиональной деятельности библиотечного специалиста

Исследователи отмечают, что термин «подкаст» был введен в терминосистему гуманитаристики в 1994 году журналистом Беном Хамерсли, а годом позже внесен в Новый Американский Оксфордский словарь, который обозначил его «как цифровую аудиозапись радиопередачи, размещенную в интернет-пространстве и доступную для свободного скачивания» [30 , с. 107].

Л. А. Круглова, рассматривая историю развития подкастинга и анализируя основные его определения, подчеркивает, что

подкастинг предполагает размещение серии выпусков в сети Интернет по одному адресу, наличие своего исполнителя, определенной тематики и периодичности [88, с. 91].

Привлекательной особенностью подкаста для виртуальных пользователей является возможность его скачивания на имеющееся устройство и прослушивания в удобное время, независимо от местонахождения. Как отмечает А. А. Журавлева, главное достоинство подкастов состоит в «бескрайних возможностях: бесконечном жанровом разнообразии, тяге к экспериментированию (в самых разных творческих ролях и смыслах) и практически полной свободе подкастера, гибкому хронометражу программ, доступности в технико-технологическом отношении, моментальной связи со своей аудиторией и возможности дальнейшего развития или корректировки подкаста» [59, с. 112].

Основой для классификации подкастов могут стать их тематическая или жанровая составляющая, информативность, технические особенности создания и другие факторы [169].

Е. А. Воинова и Е. В. Сивякова, раскрывая типологические особенности подкастов, предлагают выделять такие основания для классификации, как информационность, формат и сюжет [30, с. 112]. С точки зрения информационности подкасты подразделяются на событийные и вневременные. Содержание событийных подкастов посвящено актуальной новостной повестке. Внесобытийные – раскрывают определенную тематику, не обязательно привязанную к текущим событиям. С точки зрения формата подкастов выделяют повествовательный и дискуссионный типы. В зависимости от существующей или отсутствующей сюжетной линии подкасты можно классифицировать на сюжетные (если серия подкастов выстроена по одной сюжетной линии) и внесюжетные (когда выпуски посвящены различным темам или представлены рядом историй, посвященных одной проблеме) [30, с. 112]. При этом каждая из существующих классификаций дополняет другую.

В настоящее же время эта форма доведения информации до потребителя активно используется в различных сферах жизнедеятельности, включая бизнес, культуру, образование.

Как отмечают специалисты, «подкаст, акцентируя общественную повестку, как правило, выводит слушателя на более широкий проблемный контекст» [30, с. 110].

Рассматривая преимущества использования подкастов в образовательном процессе, ученые выделяют 23 дидактических свойства данной технологии. Среди них: возможность формирования индивидуальной образовательной траектории обучающегося; развитие различных компетенций; преодоление временных и пространственных границ; асинхронный обмен информацией между преподавателем и студентом и другие [169, с. 104].

Основные форматы подкастов: интервью; панельная дискуссия; дружеская беседа; авторский комментарий; документальный сторителлинг; нарратив.

В образовательном процессе наибольшую популярность получили следующие форматы подкастов:

– *авторский комментарий* (монолог) – сольный подкаст, в рамках которого ведущий рассказывает новости, истории, рассуждает или отвечает на вопросы, поступающие от слушателей (посредством прямых телефонных звонков, сообщений в мессенджерах). Продолжительность каждого выпуска 15–20 минут;
– *документальный сторителлинг* (нарратив) – последовательное повествование о чем-либо, как правило, сюжетное (наличие четко выстроенного сюжета, проработка образов героев, подобранное музыкальное или иное звуковое сопровождение);
– *аудиостатьи* – перевод текстового материала в аудиоформат (важную роль играет личность самого диктора, его подход к озвучиванию текста, его интерпретация);

– *– радиопередачи* – формат передач, пришедший из классического радио. Это прямые эфиры с ответами на вопросы, общением со зрителем в быстром темпе. Ведущий может выйти в прямой эфир, параллельно его записать и затем выложить как подкаст на различные площадки.

Сегодня как публичные, так и научные библиотеки Беларуси только начинают осваивать технологии создания подкастов. В 2021 году сотрудники Ивьевской районной библиотеки совместно с представительством Белорусского республиканского союза молодежи и газетой «Іўеўскі край» запустили подкаст «#BookTalk» (Рисунок 8), цель которого заключается в продвижении 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 является возможностью 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 [118].



Рисунок 8 – Скриншот сайта государственного учреждения культуры «Ивьевская районная библиотека»

С 2022 года сотрудники Слуцкой районной центральной библиотеки запустили подкаст «Слутчина: край мой и твой» (Рисунок 9), который представляет собой аудиобеседы, знакомящие

слушателей с юбилейными краеведческими датами, жизнью и деятельностью знаменитых земляков, историческими событиями Слутчины. Например, это беседы, посвященные писателям, художникам и другим творческим личностям, историческим личностям. Освещаются юбилейные даты школ, предприятий города, краеведческого музея, Слуцкого государственного медицинского колледжа и даже кинотеатра [174].

Подкасты как медиаконтент могут быть использованы для информационного сопровождения образовательной деятельности студентов, обучающихся по специальности «библиотечно-информационная деятельность», в рамках лекционных занятий; быть частью их управляемой самостоятельной работы, а также использованы для разработки методического материала учебно-программной документации.

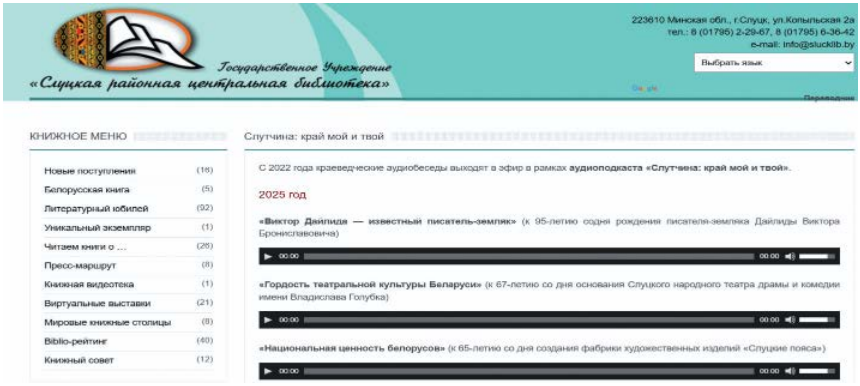


Рисунок 9 – Скриншот сайта государственного учреждения «Слуцкая районная центральная библиотека»

Использование профессионального медиаконтента в образовательном процессе на уровне общего высшего образования

Трансформационные процессы, определившие структуру и динамику развития библиотечно-информационной сферы на современном этапе ее развития, оказали влияние и на деятельность учреждений высшего образования по подготовке библиотечных кадров, которая невозможна без использования всего многообразия медиаконтента, сгенерированного профессиональным сообществом и представленного в цифровом пространстве. Библиотечный специалист должен обладать как явными (формализованными), так и неявными (скрытыми, неформализованными) знаниями. Как отмечает Е. Игнатьева, к «явным относятся те знания, которые могут быть зафиксированы на каком-либо носителе, их можно найти в документах организации в форме сообщений, писем, статей, справочников, патентов, чертежей, видео- и аудиозаписей, программного обеспечения и т. д. Неявное (скрытое) знание находится в головах людей – это персональное знание, неразрывно и всегда связанное с индивидуальным опытом. Его можно передать путем прямого контакта или при помощи специальных процедур извлечения знаний» [67, с. 37]. Изучение профессионального медиаконтента позволяет будущим специалистам библиотечной сферы ознакомиться с лучшими образцами научной, методической, инновационной, практико-ориентированной библиотечной деятельности; динамикой развития конкретной проблематики и мнениями ученых по ее решению; моделями профессионального и коммуникационного поведения и мышления. Важным аспектом является и то, что профессиональный медиаконтент отражает естественную профессиональную среду.

Использование профессионального медиаконтента в образовательном процессе содействует формированию профессиональных компетенций у будущих специалистов библиотечно-информационной сферы и, с одной стороны, позволяет

визуализировать теоретический материал, расширить проблемное поле учебных дисциплин за счет выявления межпредметных связей со смежными отраслями знаний, оказывающих влияние на функционирование библиотечной сферы, с другой – активизировать мотивационную составляющую образовательной деятельности студента, использовать те технологии трансляции информации, которые адекватно ими воспринимаются, соответствуют их интеллектуальному и эмоциональному уровню развития.

В рамках реализации образовательного процесса по учебной дисциплине «Анализ медиасреды» студентам 4-го курса, осваивающим образовательные программы общего высшего образования по специальности «библиотечно-информационная деятельность» по дневной и заочной формам обучения, Еленой Эдуардовной Политевич были предложены к просмотру, в рамках лекционных занятий, видеозаписи, раскрывающие проблемное поле учебной дисциплины (например, «Национальная библиотека в медиасреде: рамки и возможности», «Библиотека в цифровой среде» (YouTube-канал «Российская ассоциация электронных библиотек), «Медиаинформационное пространство и медиаинформационная грамотность», «Аналитика на YouTube-канале» (YouTube-канал «Территория культуры. Образование»), «Библиотека в медиасреде: взгляд изнутри и снаружи» (YouTube-канал «Юрий Белоножкин»), «Человек в цифровой среде» (YouTube-канал «ПостНаука»). Основной целью демонстрации данного видеоконтента является ознакомление студентов с общими тенденциями функционирования библиотеки как субъекта медиапространства, изучение примеров создания и представления в цифровом пространстве медиапродуктов, созданных библиотечными работниками. Обсуждение содержательного контента просмотренных видеозаписей осуществлялось в рамках выполнения заданий, выносимых на семинарские и практические занятия, при оценке заданий, выносимых на управляемую самостоятельную работу.

В рамках самостоятельной работы студентам предлагалось просмотреть видеозаписи конференции «НеКонференция Библиотечных блогеров» (YouTube-канал конференции), семинаров «Современная библиотека и цифровая среда» (YouTube-канал «rossosh viro136»), «Медиаинформационная грамотность библиотекаря и цифровая среда» (YouTube-канал «IPR MEDIA»).

В процессе чтения лекций по учебной дисциплине «Документология» студентам 1-го курса предлагалось самостоятельно ознакомиться с видеоконтентом, представленным в плейлистах «Книжная анатомия», «Экслибрисы как информационный ресурс для изучения книжной культуры», «Библия Гутенберга: начало нового», «Книга глазами дизайнера», размещенных на YouTube-канале «Российская государственная библиотека», а также «Структура книги: особенности элементов и конструкция переплета» на YouTube-канале «Донская государственная публичная библиотека», тематика которых связана с изучением документа как объекта культуры. Просмотр данного видеоконтента позволяет студентам изучить материал, который не может быть полностью раскрыт в рамках лекционных и семинарских занятий, сформировать знания в области истории книги и ее эволюции как объекта научной мысли.

Профессиональный библиотечный медиаконтент в системе дополнительного образования взрослых

Для профессорско-преподавательского состава, осуществляющего педагогическую деятельность в рамках дополнительного образования взрослых, использование медиаконтента позволяет, с одной стороны, визуализировать учебную информацию посредством использования профессионального аудио-, видео-, фотоконтента, аккумулированного в сети Интернет, с другой – учитывать психологические аспекты восприятия информации слушателями, ее интерпретации в контексте личного опыта.

В 2025 году на базе Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (далее – Институт) была реализована образовательная программа повышения квалификации библиотечных работников по теме «Публичная библиотека в системе цифровых коммуникаций». Целевая аудитория – директора, заместители директоров, заведующие филиалами, заведующие отделами, библиотекари, библиографы, методисты публичных библиотек.

Проблемное поле учебной программы и ее содержательный компонент разработаны в рамках научно-исследовательской темы кафедры информационных ресурсов и коммуникаций факультета информационно-документных коммуникаций «Библиотека как элемент цифровой экосистемы» авторами с привлечением представителя организации – заказчика кадров университета Светланы Эдуардовны Щербо, заместителя директора Борисовской центральной районной библиотеки им. И. Х. Колодеева. Цель образовательной программы – совершенствование профессиональных компетенций слушателей посредством изучения современных подходов к использованию цифровых технологий для создания, позиционирования, распространения продуктов и услуг библиотечно-информационной деятельности в цифровом пространстве.

Основные задачи программы, определяющие тематическую составляющую разделов и подразделов:

– формирование представлений о библиотеке как о цифровой экосистеме, развитие которой определяется уровнем цифровизации всех сфер жизнедеятельности общества;
– обмен опытом и получение новых знаний по практикам создания и распространения цифрового контента, применение цифровых технологий в реализации библиотечно-информационного обслуживания пользователей, маркетинговой политики библиотеки;

– ознакомление слушателей с примерами использования искусственного интеллекта и нейросетей для реализации библиотечно-информационных процессов;
– изучение возможностей использования цифровых сервисов и мультимедийных технологий в сервисной политике библиотеки;
– ознакомление с технологиями веб-аналитики для оценки эффективности работы библиотеки в цифровом пространстве.

В рамках изучения проблемного поля слушатели формируют профессиональные компетенции, необходимые для эффективного решения профессиональных задач:
– осуществлять на основе применения цифровых и мультимедийных технологий деятельность по созданию, позиционированию и продвижению информационных продуктов;
– использовать цифровые технологии и виртуальные сервисы в сервисной политике библиотеки;
– применять технологии искусственного интеллекта и нейросетей, веб-аналитики в процессе управления библиотечно-информационными процессами.

На обучение слушателей по данной образовательной программе отводилось 72 учебных часа (2 недели). Лекционные занятия проходили на базе Института, практические занятия, круглые столы, тренинги – на базе Центральной научной библиотеки имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси, Научной библиотеки Белорусского национального технического университета, Молодечненской центральной районной библиотеки имени Максима Богдановича.

Для самостоятельного изучения проблемного поля образовательной программы слушателям предлагалось просмотреть видеозаписи, отражающие вопросы функционирования библиотеки как цифровой экосистемы общества, создания, позиционирования, распространения и потребления услуг и продуктов

библиотечно-информационной деятельности в цифровом пространстве, использования цифровых технологий в маркетинговой политике публичных библиотек. Например, в рамках тем:

«Публичная библиотека как цифровая экосистема общества» и «*Современные стратегии развития публичной библиотеки в условиях цифровой трансформации»* представлены для просмотра видеозаписи мероприятий, размещенных на YouTube-каналах Российской государственной библиотеки («Библиотечное дело и библиография в цифровой среде»); Архангельской областной научной библиотеки им. Н. А. Добролюбова («Цифровая трансформация деятельности библиотек»); Национальной библиотечной ассоциации «Библиотеки будущего» («От буквы к цифре: основные направления цифровизации библиотек»); Свердловской областной универсальной научной библиотеки им. В. Г. Белинского («Экспертная встреча. Куда дует цифровой ветер: вызовы цифровой трансформации библиотек»);

«Использование цифровых технологий в маркетинговой деятельности публичных библиотек» и *«Мультимедийные технологии продвижения книги и чтения»* – видеозаписи с YouTube-канала Донской государственной публичной библиотеки («Создание аудиогида на платформе izi.TRAVEL» и «Виртуальные выставки: как создавать и где вдохновляться»);

«Искусственный интеллект в библиотечно-информационной деятельности: возможности и перспективы» предлагается просмотреть видеозаписи, размещенные на YouTube-каналах Университетской библиотеки онлайн («Чем может помочь искусственный интеллект для книжной отрасли и библиотеки через мифы к трезвой оценке»), Фундаментальной библиотеки Белорусского государственного университета («Деятельность группы «Библиотечный искусственный интеллект» (БИИ) – год спустя: хорошее, плохое, злое»), Научной библиотеки Белорусского национального технического университета («Использование искусственного интеллекта для решения повседневных задач в библиотеке»).

Вышеуказанные видеозаписи способствовали формированию у слушателей представлений о развитии библиотеки как отдельной цифровой экосистемы и элемента цифровой экосистемы общества, а также позволили выявить практики создания и продвижения информационных продуктов и услуг посредством применения цифровых технологий и сервисов.

Использование медиаконтента для организации самообразовательной деятельности слушателей позволяет вовлечь их в изучение предметной области образовательной программы повышения квалификации не в роли пассивного потребителя информации, а цензора, критически оценивающего представленную информацию, интерпретирующего ее с точки зрения полученных знаний в рамках аудиторных и практических занятий.

В рамках переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих среднее специальное образование по специальности 9–08–0322–01 «Библиотековедение и библиография» по учебной дисциплине «Информационная культура специалиста», слушателям был предложен для самостоятельного изучения видеоконтент, отражающий проблемное поле тем учебной программы:

«*Информационно-психологическая безопасность и медийная грамотность библиотечного работника»* – «Медиаинформационная грамотность библиотекаря и цифровая среда» (YouTube-канал IPR MEDIA), «Медийная культура личности: технологии формирования и развития» (YouTube-канал «Объединение городских библиотек Магнитогорска»), «Дискуссия «Цифровой дозор. Как продвигать идеи медийно-информационной грамотности сегодня?» (YouTube-канал «Клуб друзей Белинки»);

«*Профессионально ориентированный поиск источников научной информации».* Слушателям демонстрировались видеоуроки (обучающие видеоролики), созданные сотрудниками Национальной библиотеки Беларуси с применением технологии скринкастинга – «Веб-каталог НББ. Основы поиска: Поиск по фондам

библиотеки», «Виртуальная служба “Спроси библиотекаря”» и др. Видеозаписи представляли собой простую наглядную пошаговую инструкцию по самостоятельной работе с информационным ресурсом собственной генерации, ресурсами мировых генераторов. Просмотр данного видеоконтента позволил слушателям определить алгоритмы работы с библиографическими базами данных Национальной библиотеки Беларуси с учетом их психологических характеристик восприятия учебной информации, а также выработать персональные модели информационного поведения.

Для максимального использования профессионального медиаконтента в процессе подготовки, повышения квалификации и переподготовки библиотечных специалистов необходимо отражение их метаданных в учебно-программной документации:

– *учебная программа*: включение библиографических ссылок на медиаконтент в список основной и дополнительной литературы; составление списка цифровых ресурсов, содержащих профессиональный медиаконтент;
– *учебно-методические комплексы*: включение библиографических ссылок на медиаконтент в список основной и дополнительной литературы к семинарским, практическим и лабораторным занятиям, а также к заданиям, выносимым на (управляемую) самостоятельную работу студентов;
– *методические рекомендации*: использование профессионального медиаконтента для организации индивидуальной/групповой работы; составление перечня медиаконтента по теме занятия для самостоятельного изучения; создание тематических путеводителей по цифровым ресурсам, содержащим профессиональный медиаконтент.

Таким образом, использование профессионального медиаконтента, созданного в рамках практико-ориентированной деятельности библиотечных специалистов и отражающего их

индивидуальный профессиональный опыт в сочетании с общими тенденциями развития библиотечно-информационной сферы, в образовательном процессе позволяет профессорско-преподавательскому составу визуализировать теоретический материал, концентрировать внимание студентов и слушателей на ключевых аспектах рассматриваемой темы, организовывать образовательный процесс с учетом их психолого-педагогических характеристик, разрабатывать индивидуальную стратегию их вовлечения в образовательный процесс на основе эвристического потенциала, заложенного в профессиональном медиаконтенте, а обучающимся дает возможность актуализировать свои явные (формализованные) знания, получать неявные (неформализованные) знания и соотносить их со своим опытом, разрабатывать стратегии потребления знаний с учетом своих личностных (психологических) характеристик.