

Героях России и Советского Союза, воинах-интернационалистах, участниках Специальной военной операции и т. д.

Структура путеводителя включает два раздела:

1. Библиотеки федерального уровня.
2. Библиотеки субъектов Российской Федерации.

Второй раздел имеет несколько подразделов, которые включают информацию о ресурсах Национальных библиотек субъектов Российской Федерации, республиканских, областных, краевых библиотек, а также республиканских, краевых и областных детских и юношеских библиотек.

На странице каждой библиотеки представлено изображение ее сайта, адрес сайта, перечень ресурсов с гиперссылками. Определяющим при представлении ресурсов было то, что они должны быть созданы самой библиотекой и иметь историко-патриотическую направленность, сетевой доступ. На страницах библиотек были представлены электронные ресурсы разных типов: электронные коллекции, базы данных, виртуальные выставки, мультимедийные проекты, электронные справочники, мультимедийные карты.

Путеводитель по электронным ресурсам библиотек был представлен в электронном варианте и печатном виде. В электронном варианте содержание и оглавление разделов имеют гипертекстовую форму с возможностью быстрого перехода к материалам библиотек.

Как видим, создание электронного краеведческого путеводителя по патриотической тематике в современных условиях является одним из наиболее перспективных направлений библиографической деятельности. Подобные путеводители по электронным ресурсам могут разрабатываться и с применением программного обеспечения, предназначенного для создания электронных изданий, например, программ FlippingBookPublisher, SanRavBook Office. Использование подобного программного обеспечения дает возможность создать путеводитель в мультимедийной форме, добавить в него гиперссылки, QR-коды, gif-анимацию, видеофильмы.

УДК [021.2+021.4]-026.15

М. Д. Иванова,

аспирант учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», Минск, Беларусь

БИБЛИОТЕКА КАК ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ СОЗДАНИЯ КРЕАТИВНЫХ ПРОДУКТОВ НА ПРИМЕРЕ МОДЕЛИ БИБЛИОТЕКИ ЧЕТЫРЕХ ПРОСТРАНСТВ

Аннотация. В статье проанализирована модель библиотеки четырех пространств (Х. Йохумсен и др.) на предмет поиска достоинств, необходимых для обоснования идеи «библиотека как пространство для создания креативных

продуктов». Приведены общие примеры возможных для организации в библиотеке креативных пространств и продуктов в соответствии с моделью. Обозначены функции библиотеки, позиционирующей себя как пространство для создания креативных продуктов.

Ключевые слова: модели библиотек, функции библиотек, библиотечное пространство, креативные продукты, креативная экономика.

M. Ivanova,

*Postgraduate Student of the Educational Institution
"Belarusian State University of Culture and Arts", Minsk, Belarus*

LIBRARY AS A SPACE FOR PRODUCING CREATIVE PRODUCTS USING THE EXAMPLE OF THE LIBRARY MODEL OF FOUR SPACES

Abstract. The article analyzes the library model of four spaces (H. Jochumsen et al.) in order to find the advantages necessary to substantiate the idea of "library as a space for producing creative products". The author provides general examples of possible creative spaces and products that can be organized in a library in accordance with the model and outlines the functions of a library that positions itself as a space for creating creative products.

Keywords: library models, library functions, library space, creative products, creative economy.

Сегодня библиотека предстает гибким социальным институтом [2], способным адаптироваться к условиям, заданным внешней средой. Так, развитие интернет-технологий стало вызовом для библиотек, в результате в библиотечно-информационную деятельность были внедрены онлайн-обслуживание пользователей (электронная доставка документов, виртуальная справочная служба, предоставление доступа к электронным информационным ресурсам и др.), ведение аккаунтов библиотеки в социальных сетях. Новым вызовом для библиотеки является возрастание роли креативной экономики, способствующей достижению Целей устойчивого развития Повестки дня ООН-2030 (ЦУР) во всем мире [7], в том числе в Республике Беларусь. Необходимость принятия данного вызова обусловлена определением функции и места библиотеки в современном мире, потенциала ее возможностей как социального института, а также вкладом библиотеки в устойчивое развитие Республики Беларусь посредством задействования в креативной экономике [3].

В общем виде креативная экономика – «это сектор экономики, основными товарами которого являются креативные продукты» [1, с. 17], в то время как под креативными (творческими) продуктами подразумеваются «продукты и услуги, созданные с помощью творческих и интеллектуальных усилий» [Там же, с. 18]. Креативный продукт является воплощением определенной идеи и соответствует одной из креативных индустрий. Например, модель одежды, мобильная

игра и книга будут креативными продуктами таких креативных индустрий, как «мода», «разработка игр» и «издательское дело и журналистика». Реализация креативных продуктов влечет за собой коммерческий, имиджевый и социальный эффекты.

Библиотека, выполняющая не только сущностные социальные функции (кумулятивная, мемориальная, коммуникационная), без которых невозможно говорить о библиотеке как о социальном институте [2], но и производные социальные функции (информационная, функция содействия образованию и самообразованию и др.), видится нам перспективным пространством, в котором возможно создание креативных продуктов. Вместе с тем теоретическое обоснование данного положения требует аналитического обзора существующих моделей библиотеки с целью выявления достоинств, которые может предложить каждая из моделей по отношению к идее «библиотека как пространство для создания креативных продуктов». В рамках данной работы проанализирована модель библиотеки четырех пространств.

Модель библиотеки четырех пространств датского разработчика Х. Йохумсена и соавторов рекомендована для публичных библиотек [6]. По мнению исследователей, библиотека нацелена на поддержание следующих четырех целей (направлений), которые можно обозначить следующим образом: опыт, расширение возможностей, участие (вовлечение), инновация. Данные цели нужно рассматривать не изолированно, а в качестве пересекающихся, с формированием соответствующих пространств: пространство вдохновения, пространство обучения, пространство встреч, пространство событий. Названные пространства представлены как возможности, способные к реализации как в физической библиотеке, так и в киберпространстве. Каждое из четырех пространств имеет значение в процессе преобразования библиотеки в место для создания креативных продуктов.

Во-первых, пространство вдохновения – пространство для формирования эстетических впечатлений. Подразумевается, что библиотека, независимо от преобладающей в ней производной социальной функции (в помощь образованию, просветительная, рекреационная и др.), может стать таким местом вдохновения для пользователя, в котором он оставит свой «эмоциональный след» («emotional tracks») [6, с. 590]. На практике данную идею можно реализовать при создании комфортного пространства для пользователей, будь то эргономичный зал коворкинга, достойно оборудованный мейкерспейс или эстетичное арт-пространство. Данное пространство находится на пересечении целей «инновация» и «опыт».

Во-вторых, пространство обучения – пространство, способствующее приобретению опыта, расширению возможностей пользователей благодаря открытому доступу к информации и знаниям. Обуче-

ние носит диалоговый и неформальный характер, основано на потребностях пользователей и реализуется посредством «игровых, интерактивных и социальных форм обучения» («playful, interactive and social learning patterns») [Там же, с. 591]. Например, мейкерспейс, посвященный определенному виду декоративно-прикладного искусства, или курс графического дизайна могут быть организованы с учетом данных принципов. Пространство основано на пересечении целей «опыт» и «расширение возможностей».

В-третьих, пространство встреч – «третье место» [4], в котором создаются сообщества, концентрируются пользователи со схожими или противоположными интересами. Обсуждение идей и мнений происходит в комфортном и эстетичном пространстве, степень формальности которого варьируется. Таким местом может быть лаунж-зона для отдыха или относительно формальный зал коворкинга, в котором общаются и/или работают представители одной сферы (например графические дизайнеры) или общих интересов (например профессиональный художник и ученики-новички). Пространство основано на целях «расширение возможностей» и «участие (вовлечение)».

В-четвертых, пространство событий, наиболее четко отражающее идею места для создания креативных продуктов. Данное пространство основано на взаимодействии пользователей и использовании различных инструментов и технологий (аудио-, видеотехнологии и др.). Креативный продукт создается посредством задействования интеллектуальных и творческих усилий пользователя, в том числе с привлечением профессионалов соответствующих областей, таких как художники, специалисты IT и др. Результатом данного процесса выступает креативный продукт (например комикс в электронном виде или авторская игрушка из плюшевой пряжи). Библиотека становится местом не только создания, но и продвижения продукта, например, путем опубликования в сети Интернет или организации соответствующих мероприятий. Названное пространство находится на пересечении целей «участие (вовлечение)» и «инновация». Вместе с тем китайский исследователь Чжао Цзюньчэн отмечает, что реализация данной модели требует определенных условий (пространство, специалисты, номенклатура продуктов и услуг) [5].

Таким образом, модель библиотеки четырех пространств, на наш взгляд, является содержательной и целесообразной для теоретического обоснования идеи «библиотека как пространство для создания креативных продуктов». Каждое из названных пространств (пространство вдохновения, пространство обучения, пространство встреч, пространство событий) по сути являет собой принцип, которого рекомендуется придерживаться библиотеке, позиционирующей себя как место для создания креативных продуктов и предоставляющей

пользователям соответствующее пространство. Вместе с тем реализация данного направления работы библиотеки не противоречит выполнению ею сущностных социальных функций (кумулятивная, мемориальная, коммуникационная), но добавляет библиотеке больше социально значимых возможностей. Аналитический обзор, направленный на выявление достоинств каждой модели библиотеки, полезных для обоснования идеи «библиотека как пространство для создания креативных продуктов», необходим для иных существующих моделей библиотеки, таких как SMART-библиотека, Библиотека 4.0, модель сетевой библиотеки и др.

1. Как работать с гениями места? [Электронный ресурс] : метод. пособие для кураторов проекта «Гений места» по созданию и развитию проектов в сфере креативных индустрий / Библиотека нового поколения ; ред. Ю. А. Черненко ; авт. кол.: К. В. Котельникова [и др.]. – М., 2023. – Режим доступа: <https://новаябиблиотека.рф/assets/files/kak-rabotat-s-geniyami-mesta.pdf>. – Дата доступа: 15.09.2024.

2. Мотульский, Р. С. Библиотека как социальный институт: теоретико-методологический аспект [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 05.25.03 / Р. С. Мотульский ; Белорус. гос. ин-т культуры. – Минск, 2002. – 45 с. – Режим доступа: <http://repository.buk.by/bitstream/handle/123456789/6857/БИБЛИОТЕКА%20КАК%20СОЦИАЛЬНЫЙ%20ИНСТИТУТ%20ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ%20А.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. – Дата доступа: 15.09.2024.

3. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 г. [Электронный ресурс] : протокол заседания Президиума Совета Министров Респ. Беларусь, 4 февр. 2020 г., № 3 // М-во экономики Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR/NSUR-2035.pdf>. – Дата доступа: 15.09.2024.

4. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Р. Ольденбург ; пер. с англ. А. Широкановой. – М. : Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с. : ил. – (STUDIA URBANICA).

5. Чжао, Ц. Эволюция модели библиотеки в условиях цифрового общества [Электронный ресурс] / Ц. Чжао // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 5. – С. 83–86. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-modeli-biblioteki-v-usloviyah-tsifrovogo-obschestva/viewer>. – Дата доступа: 15.09.2024.

6. Jochumsen, H. The four spaces – a new model for the public library / H. Jochumsen, C. H. Rasmussen, D. Skot-Hansen // New Library World. – 2012. – Vol. 113, iss. 11/12. – P. 586–597. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/235307193_The_four_spaces_-_A_new_model_for_the_public_library. – Date of access: 15.09.2024.

7. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development [Electronic resource] / United Nations. – Mode of access: <https://sdgs.un.org/2030agenda>. – Date of access: 15.09.2024.