

УДК 316.74:02

Н.В. ЧИГРИНА

## НАПРЯМИ РОЗШИРЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИХ ФУНКЦІЙ ВУЗІВСЬКИХ БІБЛІОТЕК (ЗА МАТЕРІАЛАМИ СОЦІОЛОГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ)

*У статті проаналізовано основні напрями розширення соціально-комунікативних функцій вузівських бібліотек за допомогою засобів соціології. Доведено, що бібліотеки вищих навчальних закладів виступають як специфічне поле читання, яке сьогодні повинно розглядатися не тільки як засіб отримання відомостей, необхідних для науково-виробничої діяльності майбутніх фахівців, але і з урахуванням взаємодії суб'єктів комунікації з використанням засобів передачі інформації різними каналами зв'язку. Здійснено аналіз преференцій студентів у системі “читач ↔ автор ↔ читач”.*

**Ключові слова:** комунікації, бібліотека, читання, читач, книга.

Використання соціологічних засобів вивчення форм і методів організації і керівництва читанням як однією з важливих форм навчальної діяльності студентів показало низьку ефективність старих звичних моделей роботи вузівських бібліотек, коли внаслідок невідпрацьованості механізмів взаємодії науково-педагогічних і бібліотечних працівників, невідповідності статусних і рольових характеристик працівників вузівських бібліотек у самому феномені спеціального читання відбуваються негативні процеси, зокрема:

- послаблюється дія книги на читача, що позначається на рівні його навчальної, а у майбутньому – і науково-виробничої діяльності;
- зменшується навантаження на книжковий фонд вузівських бібліотек, насамперед, на його наукову та художню складову;
- знижується рівень читацької культури студентів, незалежно від профілю вищого навчального закладу і його організаційної форми.

**Аналіз досліджень.** Проблеми соціальних комунікацій, у тому числі читання, зважаючи на безперечну актуальність, яка зберігалася в усі часи, привернули увагу фундаторів більшості класичних теорій. Не можна не згадати імен Р. Барта, Д. Белла, Р. Блумера, Г. Гарфінкеля, М. Кастельса, Р. Лассвелла, Н. Лумана, Г. Маклюена, Е. Масуди, Дж. Міда, Ч. Моріса, Ч. Пірса, А. Тоффлера, Д. Шенона, А. Шюца, Р. Якобсона.

Безумовний інтерес становить теорія комунікативної дії Ю. Габермаса. Саме комунікативна дія, на його думку, виступає як основа соціокультурного життя. Не можна не згадати й окремих положень теорії П. Бурдьє, який розкриває роль комунікації в процесі формування

ментальних структур, зв'язки інтеріоризації культурних зразків і формування габітуса [1].

Звертались до проблеми соціально-комунікативних функцій читання й російські дослідники – М.Д. Афанасьєв, І.Є. Баренбаум, Б.Ф. Володін, К.Ю. Генієва, О.Л. Гончаров, І.Н. Горєлов, М.Я. Дворкіна, Т.М. Дрідзе, Н.В. Жадько, Л.Г. Іонін, Л.М. Коган, Г.І. Красильщикова, В.П. Леонов, С.Г. Матліна, О.І. Остапов, В.Д. Стельмах, В.Р. Фірсов та ін.

У вітчизняній соціологічній науці вивченню різних аспектів читання, у тому числі функцій бібліотек, були присвячені праці О.К. Александрової, яка ще у 1990-ті рр. ставила питання про створення соціологічних служб при бібліотеках [2, с. 6], Т.У. Богуш, К.А. Довгань, С.Л. Зворського, І.А. Мейжиса, В.М. Пічі, Л.Г. Скокової, В.І. Студенкової, Н.М. Цимбалюк та ін.

Проте тема соціально-комунікативних функцій читання, а також його поля, до структурних елементів якого входить бібліотека як соціальна організація, що забезпечує реалізацію цього масового виду соціальних практик молоді, розроблена недостатньо як у теоретико-методологічному, так і в практичному аспекті.

Однією з проблем освіти молоді стає цілеспрямоване вивчення читання, в якому бібліотечно-бібліографічні ресурси (література, форми і методи її доведення) розглядалися б не тільки як засоби отримання відомостей, необхідних для науково-виробничої діяльності майбутніх фахівців, а й з урахуванням взаємодії суб'єктів комунікації із засобами передачі інформації різними каналами зв'язку.

**Мета статті** – розглянути напрями розширення соціально-комунікативних функцій вузівських бібліотек.

Соціологічний аналіз читання як комунікативного процесу показав, що сам процес комунікації студентів з викладачами і колегами до і після читання досить помітно змінюється: завдяки читанню літератури в читача створюється повніше уявлення щодо змісту й характеру науково-виробничої діяльності за спеціальністю, виникає інтерес до науково-навчальних проблем, нарешті, з'являється потреба ще щось самому прочитати в цьому напрямі. Згідно з такою концепцією, бібліотечно-бібліографічна діяльність постає як діяльність з управління читанням, з регулювання процесу наукового пізнання майбутніх фахівців, яка прискорює або уповільнює їх творчість.

Крім того, аналіз преференцій студентів у системі “читач ↔ автор ↔ читач” дає змогу виділити декілька різнохарактерних соціальних і соціально-психологічних складових:

1) взаємодія автора із сучасним знанням при створенні документів, автор яких одночасно виступає і як фахівець, і як читач;

2) взаємодія автора зі співробітниками всеукраїнських і галузевих інформаційних та науково-методичних центрів, де відбуваються оцінювання й обробка інформації і приймається рішення щодо надання грифів, включення до рекомендованих видань тощо;

3) взаємодія читача з бібліотекарем-бібліографом як з посередником у комунікативному процесі “документ ↔ читач” [3, с. 4–6];

4) взаємодія бібліотекаря-бібліографа із системою бібліографічних ресурсів, при якій проводиться зіставлення пошуково-консультаційного завдання з характером інформаційних потреб і можливостей читача, а також аналіз і оцінювання потенційних можливостей системи бібліографічних ресурсів для точнішого задоволення інформаційних потреб;

5) нарешті, зворотна взаємодія читача, комуніканта-посередника, тобто бібліотекаря з автором, яка полягає в оцінюванні придатності та корисності документа, підготовленого автором, для використання у навчально-виховному процесі.

Отже, акт комунікації можна вважати таким, що відбувся тільки тоді, коли наявний певний результат цілеспрямованої смислової дії, в рамках якої налагоджені прямі й зворотні зв'язки між комунікатором, комунікантом-посередником і реципієнтом.

Ефективність соціально-комунікативних функцій читання, як свідчать глибинні інтерв'ю, які ми проводили з читачами-студентами, а також з експертами, якими виступали представники галузевого науково-методичного центру, може знижуватися з ряду причин.

По-перше, це причини макросоціального характеру, до яких, зокрема, належать тип і, відповідно, характер суспільства, що визначають зміст процесів, які відбуваються в суспільстві в цілому як у складній соціальній системі, на основі формування перспективних напрямів соціального розвитку, ціннісно-нормативної системи суспільства, його соціально-культурного середовища тощо.

По-друге, флуктуації макросередовищного характеру, як свідчать численні соціологічні дослідження, суттєво впливають на мікросередовище.

Зрештою, по-третє, характер і механізми спеціального читання значною мірою залежать від психосемантичних особливостей текстів, які пропонуються студентам для вивчення й подальшого транслявання у процесі навчальних (аудиторних і позааудиторних) і, пізніше, професійних комунікацій, за допомогою яких вони будуть підкреслювати претензії на “соціальний капітал” (П. Бурдьє).

Серед основних складнощів, які виникають у цьому сегменті функціонального читання, читачі вузівських бібліотек називають неізоморфність образу сприймаючої свідомості, на яку орієнтується текст, реальній свідомості реципієнта (семантичні перешкоди).

Вони, зокрема, відзначають зарозумілість текстів, надлишкову насиченість їх термінами, які не знайомі студентам тощо. Але, на жаль, тільки меншість визнає, що активно користується довідковою літературою, за допомогою якої ці суто семантичні перешкоди знімаються.

У зв'язку із цим до низки суперечностей, які перешкоджають підвищенню соціально-комунікативного навантаження читання у бюджеті часу студентів, ми повинні додати ще одну – суперечність між реально

існуючими моделями діяльності вузівських бібліотек і новими тенденціями в навчально-виховному процесі суб'єктів соціального інституту освіти.

Слід констатувати, що традиційна модель роботи вузівської бібліотеки, з огляду на зміни у структурі соціально-комунікативних функцій читання, вичерпала себе.

Розуміючи ситуацію, науково-педагогічні колективи вищих навчальних закладів намагаються винайти інші варіанти діяльності, зокрема, інші моделі роботи спеціалізованих вузівських бібліотек.

У цьому ключі, враховуючи світовий досвід і вітчизняні розробки, доцільно вести мову про створення нової трирівневої моделі діяльності спеціалізованих наукових вузівських бібліотек, які повинні перетворитись на інформаційно-освітні центри вищих навчальних закладів.

Ця модель фактично вже формується під впливом загальної інформатизації суспільства, використання комп'ютерної техніки, а також під впливом зміни ідеології та філософії бібліотечного обслуговування, під впливом усвідомлення бібліотекою своїх родових якостей: не лише як акумулятора знань, збирача (й утримувача) інформаційно привабливого і дорогого продукту, а і як менеджера, маркетолога, промоутера інтелектуального капіталу та форми його уречевлення – книги (що розуміється в цьому контексті як будь-яке цілісно структуроване джерело інформації, що має єдину цільову установку і відповідну їй структуру). Однак поки що вона орієнтована на тотальну інформацію і не передбачає виділення пріоритетних галузей інформування, пов'язаних з тими сферами життєдіяльності, які є особливо актуальними для певних груп студентства.

Оскільки читання виконує важливі функції в загальному процесі соціалізації і професіоналізації молоді, що навчається, то зрозуміло, що перший запропонований нами рівень має на меті науковий, перш за все соціологічний, аналіз реальних акторів навчально-виховного процесу в площині читання та його цілеспрямованої організації.

Другий рівень запропонованої моделі – маркетингова діяльність вузівських бібліотек. Виявлення і задоволення освітніх, інформаційних та особистих потреб реальних і потенціальних читачів сьогодні неможливі без застосування маркетингу, спрямованого на вивчення ефективності бібліотечно-інформаційної роботи, прогнозування попиту і можливостей його задоволення.

Бібліотека, як ми вже зазначили вище, сьогодні стає дослідною установою. Ці функції, які раніше не були на першому плані, стають для неї вкрай необхідними. В умовах ринкових відносин бібліотека перебуває в такому становищі, що вона повинна успішно конкурувати на ринку інформації. У зв'язку з цим розвивається новий напрям у її роботі – маркетинг (вивчення попиту та інформаційних потреб специфічної читацької аудиторії).

Тому ми вважаємо за необхідне запропонувати науково-методичному центру МОНМС, а також НМЦ профільних міністерств, які мають свої вищі навчальні заклади, розпочати розробку спільними зусиллями

соціологів, психологів, бібліотекознавців, а також провідних викладачів-методистів основ загальної концепції маркетингової діяльності вузівських бібліотек, яка б, щонайменше, враховувала: а) особливості контингенту студентів, рівень загальнокультурної й спеціальної підготовки, курс, профіль спеціальностей, поселенську належність тощо; б) освітньо-культурні й соціально-комунікативні особливості навчальних планів, за якими навчаються ті чи інші групи студентів; в) рівень матеріальної бази вузівських бібліотек, а також функціональної та кадрової готовності до здійснення повноцінної маркетингової діяльності за низкою рівнів – від внутрішнього маркетингу наукових і методичних напрацювань професорсько-викладацького складу певних вищих навчальних закладів і маркетингу електронних та традиційних фондів самих бібліотек до консультативно-маркетингової діяльності з пошуку та використання джерел зовнішнього походження (Інтернет).

Наступний рівень моделі сучасної вузівської бібліотеки, діяльність якої спрямована на максимальну участь у забезпеченні переходу на Болонську модель навчально-виховного процесу – формування іміджу вузівської бібліотеки.

Стосовно бібліотеки імідж – це загальне уявлення про якісну визначеність діяльності бібліотеки, її функцій, до яких, нагадаємо, належать функції соціально-комунікативні, а також культурно-виховні. Практика роботи вузівських бібліотек ВНЗ аграрного профілю, з якою ми знайомилися у процесі організації нашого дослідження, свідчить, що цей імідж залежить від щоденної праці і виробляється за довгі роки, а необхідною його рисою є розробка власного стилю, створення позитивного образу, який буде відрізняти бібліотеку від інших і дасть змогу легко впізнати її.

Дослідження, матеріали яких здались нам достатньо переконливими, доводять, що користувачі бібліотек визначають такі рейтингові ознаки: повноту фондів, якість ДБА, сервіс обслуговування, але досить рідко відзначають взаємодію бібліотеки і суспільства. Отже, можна зробити висновок про те, що бібліотеці необхідно набути “образу” інтегрованої “особистості” [4].

Поряд із цим найважливішого значення набуває демонстрація інформаційних можливостей ресурсної бази бібліотеки. Реклама електронного каталогу, банків даних повнотекстової інформації, можливостей використання Інтернету в бібліотеці, сервісних послуг, макетування, сканування, копіювання документів та інших можливостей комп’ютерної техніки, що використовується в бібліотеках – усе це надасть бібліотеці перевагу в рейтингу серед інших інформаційних установ.

Нарешті, одним з елементів покращення іміджу бібліотеки є професіоналізм її співробітників. Фаховий рівень працівників безпосередньо впливає на імідж бібліотечних установ, тому ми вважаємо за доцільне розглядати компетентність бібліотечного фахівця як безперечну умову позитивного іміджу сучасної бібліотеки.

Слід відзначити той факт, що читання починає обслуговувати переважно спеціалізовані функціонально відособлені сфери культури та комунікацій, що свідчить про зміну загальної “літературоцентричної” культурної моделі, яка тривалий час була традиційною для всього колишнього Радянського Союзу, іншою, на перший погляд, більш спеціалізованою та звуженою.

Саме спеціальна література у вузькому розумінні (наукова, навчальна) постійно розширює коло читачів, потребує вищого рівня освіти працівників бібліотек. Опитуючи фермерів, керівників особистих селянських господарств у 2006–2009 рр., ми встановили, що всі вони фіксують нестачу знань та інформації в різних галузях своєї роботи. Причому читання літератури за спеціальністю та з проблем, пов'язаних з виробництвом, переробкою та продажем сільськогосподарської продукції, є для них основним джерелом досягнення успіху.

Подібні дані ми отримуємо під час щорічних опитувань студентів та викладачів – відвідувачів бібліотек аграрних і споріднених вишів. Тобто, можна дійти висновку щодо наявності тенденції до розширення кола професійного читання й до підвищення в цьому процесі ролі й місця наукових бібліотек.

**Висновки.** Підвищення потреб у читанні спеціальної літератури вимагає досить високого рівня кваліфікації працівників саме наукових бібліотек, які повинні не просто надавати читачам літературу за певною тематикою, а й виконувати функції консультантів-комунікаторів, що забезпечують необхідний зв'язок між автором і читачем, виходячи не з книги, а з читацьких інтересів і, відповідно, читацького попиту. Бібліотеки, яке б сучасне обладнання вони не мали, у першу чергу, мають бути забезпечені фахівцями широкого профілю, які повинні орієнтуватися як у новітніх інформаційних технологіях, так і мати певну спеціальну, а також, якщо хочете, і педагогічну підготовку.

Слід визнати, що сьогодні наші звичні показники – чисельність читачів, кількість заходів тощо – вже не є основними. Від нас чекають уміння працювати з електронними документами, навичок аналітичної роботи у площині отримання, обробки й передачі до читача різноманітної фахової інформації. У цьому ми й бачимо перспективи розвитку вузівських бібліотек.

### **Список використаної літератури**

1. Бурдье П. Практический смысл / П. Бурдье ; [пер. с фр. А.Т. Бибкова и др. ; отв. ред. Н.А. Шматко]. – СПб. : Алетей, 2001. – 562 с.

2. Александрова О.К. До питання розвитку соціологічної служби по вивченню читання в бібліотеках України / О.К. Александрова // Соціологічні дослідження в бібліотеках : інформ.-аналіт. бюлетень. – К., 1994. – Вип. 8. – С. 5–9.

3. Вилегжаніна Т. Моделі бібліотечного обслуговування / Т. Вилегжаніна // Бібліотечна планета. – 2007. – № 1. – С. 4–6.

4. Гениева Е.Ю. Библиотека как центр межкультурной коммуникации / Е.Ю. Гениева. – М. : Российская политическая энциклопедия, 2008. – 208 с.

**Чигрина Н.В. Направления расширения социально-коммуникативных функций вузовских библиотек (по материалам социологического мониторинга)**

*В статье проанализированы основные направления мониторинга расширения социально-коммуникативных функций вузовских библиотек с помощью средств социологии. Доказано, что библиотеки высших учебных заведений выступают в качестве специфического поля чтения, которое сегодня должно рассматриваться не только как средство получения сведений, необходимое для научно-производственной деятельности будущих специалистов, но также с учетом взаимодействия субъектов коммуникации с использованием способов со средствами передачи информации по разным каналам. Осуществлен анализ предпочтений студентов в системе “читатель ↔ автор ↔ читатель”.*

**Ключевые слова:** коммуникации, библиотека, чтение, читатель, книга.

**Chygryna N. Directions of expansion of socially-communicative functions of institution of higher learning libraries (on materials of the sociological monitoring)**

*In the article basic directions of monitoring of expansion of socially-communicative functions of institution of higher learning libraries are analysed by means of facilities of sociology. It is well-proven that the libraries of higher educational establishments come forward as the specific field of reading, that today must be examined not only as means necessary for scientific and productive activity of future specialists, but also taking into account co-operation of subjects of communication with the use of methods of information transfer on different channels. The analysis of preferens of students is carried out in the system “Reader ↔ is carried out in author ↔ reader”.*

**Key words:** communications, library, reading, reader, book.