

Миколаєва Центр стає майданчиком для обміну кращими практиками в написанні проектів, місцем неформального спілкування, де можна отримати нові можливості, набути ефективну соціальну компетентність активно і успішно жити у сучасному співтоваристві, отримувати досвід ефективної взаємодії тощо.

Результати роботи Центру соціальної активності та партнерства Центральної бібліотеки ім. М.Л. Кропивницького м. Миколаєва можуть слугувати позитивним прикладом міжсекторної взаємодії і успішного партнерства, від якого виграють всі: і городяни, і бібліотеки, і громадські організації, і місто в цілому.

**Шуляр В. І.,**

доктор педагогічних наук, доцент,  
професор кафедри мовно-літературної та  
художньо-естетичної освіти, директор  
Миколаївського обласного інституту  
післядипломної педагогічної освіти,  
заслужений учитель України,  
м. Миколаїв

## **ОСВІТНЬО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ НООПРОСТІР ДЛЯ ЧИТАЧІВ ЯК СТРАТЕГІЯ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОЇ БІБЛІОТЕКИ**

Потреби сучасного читача XXI століття вимагають адекватних дій від науково-педагогічних працівників узагалі та бібліотечних зокрема. Ці дії викликані потребою користувачів бібліотечних установ рівного доступу до інформаційних ресурсів, удосконалення цифрового контенту, створення безпечного середовища для одержання об'єктивної й вирогідної інформації, розвитку себе як Людини-Культури.

Для нас важливо створити таке освітньо-культурологічне середовище, яке допоможе кожному вибудувати власну акме-траєкторію розвитку як Людини-Культури впродовж усього життя. Такий вершинний (акме) розвиток має здійснюватися незалежно від професійної, національної, конфесійної, політичної, соціальної приналежності, особистісної орієнтації, віку, статусу, стану тощо. Відповідно до означеного маємо зреалізовувати такі завдання: вибудувати дійову модель стосунків між бібліотечним закладом, читачами, науковими, громадськими організаціями, спілками тощо, які б створили освітньо-культурологічний ноопростір для задоволення потреб кожному в саморозвитку.

Ноопідхід (за В. Вернадським) розуміємо як мудру, розумну співпрацю, організацію діяльності закладу таким чином, щоб кожний користувач відчував себе комфортно, і, не заважаючи один одному і закладові, міг розвиватися,

співіснувати з іншими незалежно від своїх поглядів, уподобань, досвіду, віку, статусу, мети і завдань. Ноостратегія допоможе кожному знайти самого себе, віднайти для себе сутнісне й необхідне, щоб розвиватися впродовж життя.

**Освітньо-культурологічний ноопростір** розглядаємо як форму освітньої діяльності зацікавлених суб'єктів/об'єктів, які в процесі мудрої співпраці/ взаємодії змінюють один одного і зміст освіти, методи взаємодії з бібліотечним середовищем, ефективно впливаючи один на одного через надання та споживання якісної послуги. Специфіка визначеного диктує зміну функцій науково-педагогічної бібліотеки від накопичення і формування фонду інформаційних ресурсів, збереження, обробки, інформування до ноо-організації і меджево-маркетингової, підтримувально-компенсувальної діяльності всіх учасників освітньо-культурологічного процесу для становлення Людини-Культури. Для реалізації означеного маємо визначити сучасну стратегію та вибудувати стратегію, які сприяли б створенню моделі нообібліотечного закладу. Такою стратегією може бути ноосферно-екологічна, яка забезпечить появу мудрих осіб, які здатні жити і діяти в гармонії з біосферою.

Новим і суттєвим для розробки нообібліотечного закладу має стати розуміння трьох видів освіти: формальна (освіта в середніх і вищих навчальних закладах, набуття другої освіти), неформальна (розвиток системи курсів підвищення кваліфікації), інформальна (різноманітне, економічне й позаекономічне стимулювання кожної людини до саморозвитку й самоосвіти впродовж життя).

Інформальна освіта в системі діяльності науково-педагогічної бібліотеки за ноосферою стратегією є малодослідженою і не розробленою. Вона є гнучкою, спрямована на задоволення потреб користувачів якісним медіа-продуктом.

**Інформальна освіта** нами розуміється як самоспрямувальне освоєння кожним соціально-культурного досвіду людства поза рамками організованого процесу в межах педагогічного процесу. Така інформальна освіта може бути зреалізована під час будь-якого комунікативного дійства: неформального спілкування, у групі, в об'єднаннях (формальних/ неформальних), за участі освітньо-культурологічних об'єднань, спілок, організацій та ін. із залученням різних видів медіа та медіа-текстів.

Концептами освітньо-культурологічного ноопростору Миколаївської науково-педагогічної бібліотеки є глобальні цивілізаційні норми, характеристики, ідеї:

- ✓ ідея свободи вибору,
- ✓ ідея самодостатності й непересічності,
- ✓ ідея самоідентичності,
- ✓ ідея толерантності й терпимості,
- ✓ ідея різноманіття у своєрідності,
- ✓ ідея гнучкості й полілогічності,

- ✓ ідея конфіденційної адресної супервізії (допомоги),
- ✓ ідея взаємодії і взаємозбагачення,
- ✓ ідея визнання індивідуальності,
- ✓ ідея розвитку впродовж життя,
- ✓ ідея критичної солідарності й самокритики,
- ✓ ідея унікальності й неповторності кожного.

Сповідування ідей під час організації і проведення того чи іншого комунікативного дійства сприяє рухові кожному своєю акметраекторією ноосферного розвитку. Маршрут руху: від медіаінформаційної грамотності до переходу на рівень медіаінформаційної культури як способу збереження й накопичення культурних цінностей суспільства, його культурологічного досвіду й культурних норм свого народу та інших народів, націй, релігійних віросповідань тощо. Вершинним у цьому русі на випередження є досягнення найвищого рівня – медіаінформаційного світогляду Людини-Культури, яка керується впродовж життя як вітчизняними, так і глобальними цивілізаційними нормами, характеристиками, ідеями.

У процесі освітньо-культурологічної діяльності бібліотеки через медіа-продукти суб'єкти співпраці відштовхуються від медіаосвітнього рівня споживачів (користувачів, читачів) як первісно закладеного інтелектуального ресурсу. Потім медіаосвітній рівень актуалізується під час руху своєю акметраекторією, через сповідування норм цивілізаційної співпраці щодо набуття медіаінформаційної грамотності. Як результат, це забезпечує кожному в набутті цивілізаційно-культурного досвіду, щоб досягти медіаінформаційної культури та вийти на свій рівень медіаінформаційного світогляду Людини-Культури. Форми співпраці споживачів медійних продуктів у середовищі науково-педагогічної бібліотеки миколаївськими співробітниками та їх партнерами здійснюється в ім'я Людини-Читача, Людини-Культури.

Форми співпраці суб'єктів нообібліотеки представлено в моделі (рис. 1). Вони узгоджуються із напрямками роботи, концептами нообібліотеки, інформальною освітою та зорієнтовані на акметраекторію користувача нообібліотеки за його рівнями, з проекцією на отримання очікуваних (планованих результатів). Подаємо їх стисло характеристику.

#### **Соціокультурна діяльність передбачає:**

##### **Літературно-філософський клуб «Позиція»**

Мета – об'єднати людей, які постійно підтримують у собі здатність до креативного мислення, та бажаючих обговорювати питання творчості, самореалізації особистості у філософському контексті.

##### **Літературний клуб «Альтернатива»**

Молодіжний літературний клуб об'єднує любителів літератури, талановиту та творчу молодь, які ставлять собі за мету популяризувати читання як вид дозвілля.

### **Народний університет українознавства імені Г. С. Сковороди**

Мета філії – благодійна, просвітницька діяльність, духовно-моральне виховання, формування громадянського суспільства й національної свідомості, виховання українських патріотів з активною громадянською позицією, готових брати безпосередню участь у забезпеченні подальшого поглиблення національно-демократичних перетворень в Україні.

#### **Університет третього віку**

Метою створення «Університету третього віку» на Миколаївщині є адаптація старшого покоління до сучасного суспільного життя; підтримка фізичного та інтелектуального здоров'я, сприяння зайнятості та об'єднання, розширення світогляду, підвищення якості життя літніх людей; організація такої діяльності, що створює умови для спілкування, самореалізації та активної участі в житті.

#### **Студія «Подіум»**

Мета – розкрити з несподіваної сторони потенціал особистості, показати унікальність людини (педагог-поет, педагог-художник, педагог-музикант, педагог-філософ ...) та зробити її відомою в місті.

#### **Видавнича діяльність:**

**Глаголь добро:** суспільно-гуманітарний альманах

Автори – це відомі в своїх галузях люди, новатори і ентузіасти, провідні науковці і педагоги, знані літератори і краєзнавці, ініціативні і небайдужі миколаївці з активною громадянською позицією, яким є що сказати, є чим поділитися (виходить з 2011 року).

#### **Інформаційний бюлетень «Освітнянин»**

Інформування про можливості науково-педагогічної бібліотеки освітян міста, обговорення з керівниками навчальних закладів проблем життєдіяльності шкільних бібліотек (виходить з 1999 року).

#### **Бібліографічні видання**

Мета: оперативне надання бібліографічної інформації на запит користувача.

Видання готуються для педагогічних працівників з метою удосконалення організації навчально-виховного процесу (виходять з 1946 року).

#### **Аналітична діяльність передбачає:**

##### **Соціологічні дослідження:**

- ✓ «Оценка удовлетворенности работой школьных библиотек учащимися и преподавателями николаевских школ» (2009),
- ✓ «Какой должна быть современная библиотека учебного заведения?» (2012) спільно з Центром по вивченню громадської думки «Наваль-Експерт»

**Моніторингові дії:** виявлення, вивчення тенденцій розвитку шкільних бібліотек (оновлення фондів, наявність комп'ютерної техніки та інтернет), у

рамках якого проводиться щорічне анкетування шкільних бібліотекарів з наступною підготовкою інформації для керівних органів освіти.

### **Маркетингова, адвокаційна, фандрайзінгова діяльність**

Виступи на міжнародних та всеукраїнських конференціях, публікації в пресі, співпраця з комерційними і громадськими організаціями, участь у грантових програмах з метою лобіювання інтересів користувачів бібліотек та покращення якості бібліотечних послуг.

Для реалізації означеного при науково-педагогічній бібліотеці утворено **медійну бенчмаркінг-групу**. Цільове спрямування такої групи – вивчення досвіду колег, його поширення, адаптування до нових стратегій роботи з медіа-культурологічними текстами, щоб сформувати медійно-культурологічну компетентність користувачів, бібліотечних і педагогічних працівників.

**Результат медійної бенчмаркінг-групи** – поширення серед колег розроблених медіа-планерів (програмно-тематичних планів, програм, моделей методик і технологій) щодо організації роботи бібліотеки, опрацювання медіа-культурологічних текстів учнями різного віку (початкова, основна та старша школи), користувачами науково-педагогічної бібліотеки різних вікових груп, професійно-фахових, культурних інтересів та ін. в середовищі закладу або/і віртуальному форматі. Напрацьовані медіа-планувальні засоби і створені медіа-продукти мають забезпечити якісну бібліотечну й інформаційну послугу для її користувачів.

У допомозі зацікавленим суб'єктам (споживачам, користувачам, читачам) опрацьовувати медіа-культурологічні тексти слугує відкрита нами **адресна супервізія**. Вона передбачає надання професійно-фахової допомоги бібліотечному або/і педагогічному працівникові/навчальному закладу. А також сприяє користувачам співпрацювати з бібліотечними/ педагогічними працівниками, долати труднощі в роботі з медіа-культурологічними текстами. Це може здійснюватися в різних режимах: он-лайн, скайп, контакт-спілкування, електронна переписка та ін. форми інтернет-зв'язку з повним забезпеченням конфіденційності.

Описане вище представлено моделлю, яка подана на рисунку 1. Дана модель допомагає візуалізувати процес творення ноопростору в науково-педагогічній бібліотеці для різних суб'єктів за участі зацікавлених партнерів бібліотеки. Медіаінформаційний потенціал бібліотеки взагалі й кожного її суб'єкта є тим інтелектуальним комунікативним ресурсом, який дозволяє кожному максимально й ефективно адаптуватися в синергетично насичений інформаційний простір. Завдання бібліотеки – не наповнити своїх споживачів інформацією про будь-що, а пробудити бажання обмінятися досвідом, збагатити один одного, допомогти адаптуватися до викликів суспільства, неоднозначної інформації. Тоді споживач буде здатним по-своєму використати/трансформувати канали постачання цієї інформації соціальним середовищем для задоволення своїх потреб. Така тактика дій спрямована на

реалізацію себе як Я-особистості, Людини-Культури незалежно від віку та соціального положення.

Тому сучасна нообібліотечна установа має виживати, конкурувати, тобто займатися такою імеджево-маркетинговою діяльністю, щоб мати того читача, який надаватиме перевагу власне цій установі. Не менш важливим у цій діяльності – продемонструвати читачам переваги в користуванні «живою» книгою, паперовим носієм, а не тільки захоплюватися електронною книгою чи/і аудіоваріантом, спілкуватися не тільки віртуально, а в реальному часі, під час зустрічей наживо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шуляр В. І. Стратегії ноомузейної педагогіки в системі шкільної освіти // Глаголь добро. – Миколаїв, 2014. – № 2. – С. 48-59.
2. Шуляр В. І. Сучасний урок української літератури : теорія, методика, технологія : монографія / В. І. Шуляр. – Миколаїв : Іліон, 2012. – 876 с.