

3. In the studio with Armin van Buuren // Future Music: Making Music with Technology. – 2012. – Iss. 258 (+DVD). – P. 30–36.

4. In the studio with Kirk Degiorgio // Future music : making music with technology. – 2013. – Iss. 266 (+DVD). – P. 45–50.

5. Stars in the studio: Benny Benassi // Future Music: Making Music with Technology. – 2008. – Iss. 205 (+DVD). – P. 44–51.

6. The track: King Unique «Your Eyes» (remix) // Future music: making music with technology. – 2015. – Iss. 293 (+DVD). – P. 46–49.

КОМПЛЕКСНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ БИБЛИОТЕКИ

Е. Н. Постельжук,

*кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент,
заведующий кафедрой документоведения и информационной
деятельности Открытого международного университета
развития человека «Украина» (Дубенский филиал); Украина*

Целью нашего исследования является анализ роли комплексных информационных мероприятий как составной части информационных продуктов и услуг (далее – ИПУ).

Значительный вклад в разработку классификации и методики создания традиционных ИПУ внесли зарубежные и украинские ученые: Д. И. Блюменау, В. В. Брежнева и В. А. Минкина, М. Я. Дворкина, И. Г. Юдина и О. Л. Лаврик, И. А. Давыдова, Т. В. Добко, Н. Н. Кушнарченко и В. К. Удалова, Л. Я. Филиппова и И. В. Захарова и др.

В результате обобщения существующих подходов и с учетом современного развития библиотечной информационной деятельности предлагаем свое видение классификационной структуры ИПУ с разделением на следующие группы:

- 1) ИПУ, являющиеся результатом библиографического обслуживания;
- 2) ИПУ, являющиеся результатом фактографического обслуживания;

3) ИПУ, являющиеся результатом проведенных научных исследований;

4) комплексные информационные мероприятия.

Считаем, что группа *комплексные информационные мероприятия* является достаточно сложной и ее следует отнести к информационным *услугам* библиотек. Однако важной составляющей таких услуг остается информационная продукция, которая создается для организации информационных мероприятий, а также как результат их проведения (это не является обязательным условием, а скорее зависит от вида, типа и направления мероприятия). Поэтому здесь нужно выделять подгруппу *информационные продукты, созданные для проведения комплексных информационных мероприятий или как их следствие*.

В Украине такие мероприятия являются неотъемлемой частью работы каждого отдела и библиотеки в целом. Их организация предполагает подготовку не одного библиографического, аналитического или информационно-аналитического продукта, а их объединение, группировку и представление на рассмотрение пользователей комплексного информационного продукта, который смог бы в полной мере удовлетворить информационные потребности пользователей или, наоборот, заинтересовать их, дать новый толчок для размышлений, творческих, научных произведений.

Такие мероприятия должны решать ряд поставленных задач: информирование о деятельности библиотеки для поднятия ее имиджа среди других учреждений культуры; заинтересовать пользователей новыми проектами, программами, которые призваны не только увеличить круг пользователей, но и привить любовь к книге, библиотеке как в электронном, так и в традиционном ее существовании.

Считаем, что среди библиотечных комплексных информационных мероприятий можно назвать как традиционные (научные конференции, круглые столы, тематические выставки и встречи, литературные вечера, дни специалиста и т. д.), так и весьма оригинальные, новые (пресс-калейдоскоп, библиохепенинг, мастер-класс, коучинг, EduCamp, библиоревю, литературная регата и т. п.). Это далеко не весь перечень информа-

ционных мероприятий, используемых в практической деятельности библиотеки.

Каждое мероприятие специфическое, но попробуем проанализировать хотя бы небольшую их часть. Например, выставки документов всегда были одной из самых распространенных форм популяризации литературы. Считаем, что *книжные выставки можно условно разделить на традиционные и инновационные* (являются нововведенными или усовершенствованными формами выставок).

Традиционные выставки можно классифицировать по различным признакам. По видам представленных документов: *выставки книг (непериодических изданий), периодики, библиографических пособий, художественно-творческих произведений*. По видам компоновки выставки дополнительными материалами (или по форме представления информации): *книжно-иллюстративные* (дополняемые тематическими иллюстрациями), *книжно-документальные* (книжные в сочетании с различными неопубликованными документами – официальными, мемориальными, личными и другими, дополняющими издания) и т. д. По хронологическому признаку выделяются *выставки-посвящения*, приуроченные к определенной дате, юбилею человека (часто они имеют соответствующее название «выставка-дата», «выставка-память», «выставка-юбилей» и др.) и *выставки новых поступлений*.

Мультимедийные технологии дают много преимуществ и значительно влияют на возникновение инновационных выставок. Инновационными формами этой работы следует считать креативные подходы к организации, наполнению и проведению выставок. Разновидности инновационных выставок: *выставка-ярмарка, выставка-коллаж, выставка-калейдоскоп, выставка – историческое досье, выставка-знакомство*. Все виды выставок можно еще разделить по способу экспонирования на *стационарные* (экспонированы непосредственно в помещении библиотеки), *выездные* и *виртуальные* (представлены в электронном виде через сеть Интернет). По методу ознакомления с источниками информации выставки могут быть *комментированные* или *некомментированные*. По форме представления информации их можно разделить на виды:

текстовые, текстовые в сочетании с изображениями, текстовые с аудиовизуальным сопровождением.

Мы согласны с характеристикой электронной выставки, которую дала С. В. Савкина: «Это книжная выставка, расположенная на машиночитаемых носителях, в локальной или глобальной сети, реализованная на базе компьютерной техники и специальных программно-технических средств» [2]. Такая выставка объединяет в себе особенности различных видов библиотечного и библиографического сервиса. Она относится к информационным продуктам библиотеки, поскольку существует в документальной форме, позволяет многократное использование в процессе удовлетворения информационных потребностей пользователей, а также может выступать ресурсом для создания другого информационного продукта [Там же].

Одной из новых форм распространения информации среди общественности является *коучинг*. С. М. Панченко отмечает, что коучинг определяется как современная наука по достижению успеха в личной жизни, бизнесе и как профессиональная деятельность, которая направлена на улучшение жизни клиентов в профессиональной и личной сфере [1].

Одной из форм работы библиотек с пользователями являются мастер-классы. Тематика их разнообразна: экология, издательская деятельность, декоративно-прикладное искусство, изучение иностранных языков и др. Не всегда мастер-классы являются собственным информационным продуктом библиотеки, часто их проводят профессионалы своего дела, а литературное и техническое сопровождение обеспечивают библиотекари. Мастер-классы, проводимые библиотекарями, могут иметь профессиональный характер или раскрывать некоторые аспекты социокультурной жизни края. Мастер-класс является удобной формой сотрудничества библиотекарей и пользователей, познания и обмена знаниями, и объединяющим звеном между библиотекой и пользователями.

Интересной формой распространения информации, наиболее используемой в наше время библиотеками для работы с рядовыми жителями города, являются *флешмобы*. Как и другие виды информационных мероприятий, они достаточно разнообразны по тематическим направлениям и форме представления,

требуют значительного информационного сопровождения для организации и проведения.

Итак, библиотеки ищут новые, альтернативные пути развития, распространения собственной деятельности среди потенциальных и постоянных пользователей. Для этого используют как традиционные, так и обновленные, усовершенствованные формы информационных продуктов. Охарактеризованные выше средства информирования пользователей и распространения собственных информационных продуктов призваны все-сторонне и в полном объеме удовлетворять информационные потребности пользователей, заинтересовывать их и побуждать к сотрудничеству.

1. *Панченко, С. М.* Психологічні резерви позитивного впливу коучингу на самоздійснення особистості у дорослому віці [Електронний ресурс] / С. М. Панченко. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pzpp/2011_13_7/134-142.pdf. – Дата доступу: 16.03.2017.

2. *Савкина, С. В.* Электронная книжная выставка как библиографический продукт / С. В. Савкина // Библиосфера. – 2011. – № 2. – С. 97–100.

ПЕРЕЛОЖЕНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ДЛЯ ДУХОВОГО ОРКЕСТРА: РАБОТА С ОРКЕСТРОВЫМИ ГРУППАМИ И ОТДЕЛЬНЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ

С. А. Руткевич,

*кандидат искусствоведения, доцент, доцент кафедры духовой музыки
Белорусского государственного университета культуры и искусств*

Современный духовой оркестр – это коллектив музыкантов-исполнителей на духовых и ударных инструментах, привлекающий внимание слушателей специфическими выразительными возможностями, особым колоритом. Такой оркестр является постоянным участником различных концертных программ, массовых праздников и зрелищ, проводимых не только в залах, но и на улицах, площадях, в парках и скверах. Выступления духового оркестра – парады, дефиле, концерты – приобрели большую популярность среди слушателей. Несмотря на