

НАША ПРОФЕССИЯ. КАДРЫ. ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 027.7

М. В. Легенчук

*Научная библиотека Южно-Уральского
государственного университета*

Мозговой штурм как инструмент привлечения молодых сотрудников к решению проблем развития библиотеки

Освещён пятилетний опыт проведения мозгового штурма в Научной библиотеке Южно-Уральского государственного университета. Представлена методика проведения мозгового штурма применительно к библиотеке. Результаты мозгового штурма отражены в виде двух ментальных карт: первая содержит восемь направлений продвижения библиотеки к пользователям; вторая подробно раскрывает идеи по продвижению услуг Научной библиотеки ЮУрГУ. Идеи мозгового штурма, воплощённые в течение пяти лет с момента его проведения, представлены в виде таблиц, на основе которых можно подвести итоги работы.

Ключевые слова: мозговой штурм, ментальная карта, вузовские библиотеки, продвижение услуг библиотеки.

UDC 027.7

Maria Legenchuk

South Ural State University Scientific Library, Chelyabinsk, Russia

Brain storms to involve young professionals in library management

The experience of the South Ural State University Scientific Library is discussed. The findings of the brain storm are reflected in two mindmaps: the first one embraces eight vectors of library promotion toward users; and the second one reveals the ideas for the Library's services promotion. The incorporated brain storm ideas of five years are presented in tables which enables the author to make her conclusions.

Keywords: brain storm, mindmap, university libraries, library services promotion, Scientific Library of the South Ural State University.

In 2011 the research library of the South Ural state university decided to gather as much as possible ideas for attracting users, and the brainstorming session was held. This method was chosen, because there are a lot of creative people in the library's staff. There were involved 17 people in the brainstorm, grouped in 3 teams of young employees and 4 experts. As a result of the brainstorm, there were generated about 100 proposals. At the end of the event, employees of the electronic resources and subscription departments had drawn the study charts which were the results of brainstorming, describing the objects of study. The initiative group managed to identify eight main areas of promotion of library services, which were reflected in this study chart. Since more than five years have passed since the brainstorming session, it is necessary to analyze what was achieved in the chosen areas, what ideas for promoting the services were interesting and in demand, and which ones remained unrealized (data for 2016). Here are the realized ideas of the direction "Library": 1. The kiosk of book exchange is very popular, it is often replenished with personal collections of students, employees and university staff. Book exchange is advertised through social networks and constantly evokes interest among the subscribers of the group. 2. Wi-Fi is functioning; which is available to all employees of the university and students. It should be noted that the presence of WiFi attracts users to the library, since there are equipped workplaces, and the working hours of the Library (without a break) are also convenient. 3. With the installation of the copy machine the spectrum of paid services in the library expanded. 4. Installation of sockets for laptop and mobile devices allows sustainable operations. 5. Open access shelves are organized in most library halls. Of unrealized ideas: there is a need to create a recreational zone or a recreation area as well as a cafe or a coffee machine; this would attract users to the library. There was proposed also to accomplish the territory near the library. All this would allow the library to become more comfortable for users. Organization of the blackboard of honorable readers and a blackboard of opinions we discuss in social networks.

Перед библиотеками уже не первый год стоят проблемы снижения посещаемости и использования фондов. А если есть проблема, значит, её необходимо решать. Но как и какими средствами? Какие ресурсы задействовать? Вопросов возникает много, и сразу на все не ответить.

Решить столь глобальную проблему одному сотруднику библиотеки, конечно, не под силу. Поэтому специалисты Научной библиотеки Южно-Уральского государственного университета (ЮУрГУ) решили объединить свои усилия и собрать по возможности максимальное количество идей для решения непростой задачи – привлечения пользователей для работы с инфор-

мационными ресурсами библиотеки. Это дело администрация НБ ЮУрГУ доверила молодым специалистам, которые в поиске оптимального решения могут успешно проявить свой творческий и интеллектуальный потенциал.

В марте 2011 г. в рамках Совета молодых специалистов НБ ЮУрГУ в качестве эксперимента проведён первый мозговой штурм. Был выбран именно этот метод, поскольку в коллективе библиотеки очень много творческих людей.

Мозговой штурм – это оперативный метод решения проблемы, основанный на стимулировании творческой активности, когда участникам обсуждения предлагают высказывать как можно больше вариантов решения. Важно не давать оценку высказываемым точкам зрения сразу, а принимать и записывать мнение каждого на доске или листе бумаги. Участники должны знать, что от них не требуется обоснований или объяснений ответов. После того как все варианты сформулированы, выбираются те, которые более всего подходят для успешной реализации на практике [1. С. 285].

В первом мозговом штурме участвовали 17 человек: 1 ведущий, 3 команды молодых сотрудников (по 4 человека в каждой) и 4 главных специалиста в качестве экспертов.

Вначале участникам рассказали об этом методе генерирования идей и правилах его проведения. Затем ведущий сформулировал проблему, которую нужно решить в ходе мозгового штурма, – снижение посещаемости библиотеки читателями. Целью мозгового штурма стало определение приоритетных направлений для НБ ЮУрГУ в привлечении пользователей: как и какими способами предоставлять информацию о ресурсах и услугах библиотеки.

Итак, перед участниками стояла задача – сформулировать как можно больше идей для активного информирования университетского сообщества о ресурсах и услугах библиотеки. В течение короткого периода времени каждая команда записала максимальное число идей, а затем озвучила их.

В результате мозгового штурма было представлено около 100 идей. Учитывая колоссальный объём работы по отбору наиболее ценных и доступных для реализации, эксперты предпочли проанализировать креативные предложения и сделать выводы заочно.

По завершении мероприятия сотрудники зала электронных ресурсов и абонемента ЕНТЛ попрактиковались в создании ментальных карт, объектом которых стали результаты мозгового штурма. В итоге инициативной группе удалось выявить восемь основных направлений продвижения услуг библиотеки, которые отразили в первой ментальной карте (рис. 1).

Вторая ментальная карта представлена на рис. 2; каждое из направлений продвижения услуг библиотеки содержит соответствующие идеи.

В карте зафиксированы только ключевые слова из представленных на мозговом штурме результатов.

Следует отметить: ментальная карта – это графический способ организации и хранения информации, позволяющий выделить главное с помощью ключевых слов и образов, каждый из которых способствует возникновению определённых ассоциаций, появлению новых мыслей и идей. Это не только удачный опыт визуализации, но и эффективный инструмент для систематизации выработанных идей [2].

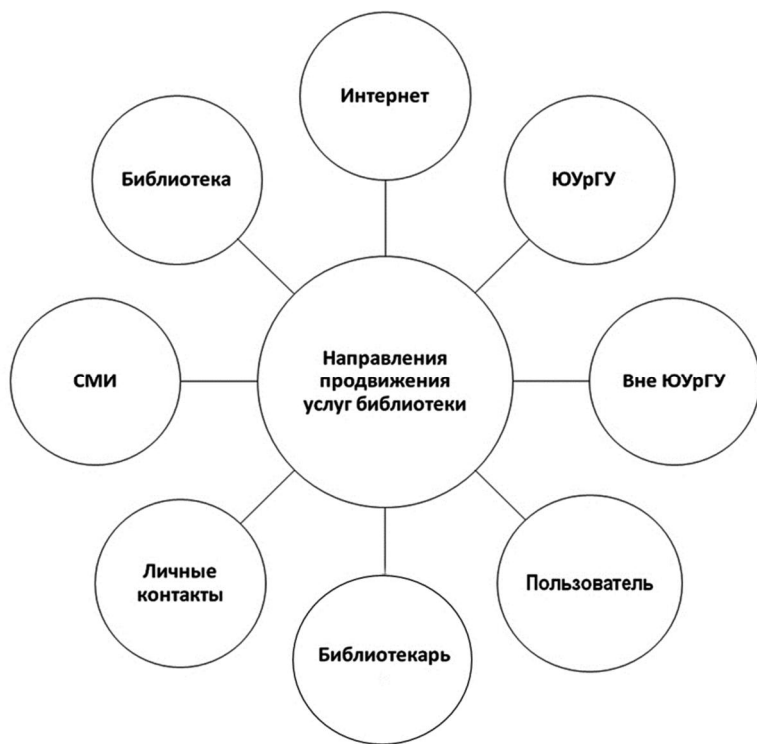


Рис. 1. Ментальная карта направлений продвижения услуг библиотеки

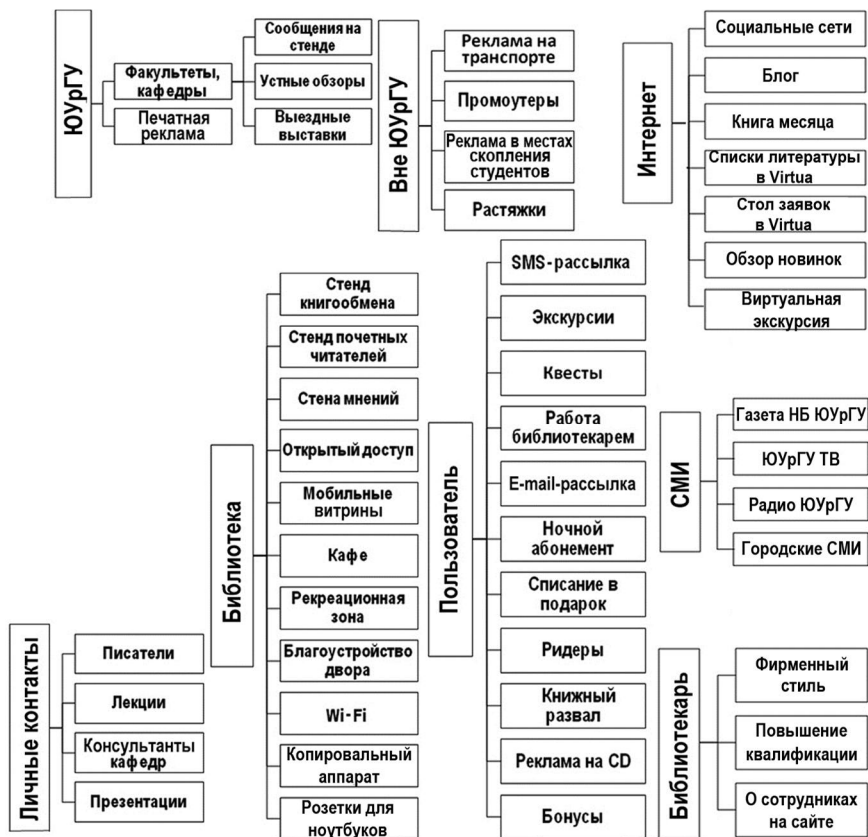


Рис. 2. Ментальная карта идей по продвижению услуг НБ ЮУрГУ

Поскольку с момента проведения мозгового штурма в НБ ЮУрГУ прошло более пяти лет, следует проанализировать, что удалось реализовать из выбранных направлений, какие идеи по продвижению услуг НБ ЮУрГУ оказались интересными и востребованными, а какие остались нереализованными. Далее представлены таблицы итогов работы (данные на 2016 г.).

Идеи из ментальной карты по направлению «Библиотека»

<i>Библиотека</i>	
<i>реализовано</i>	<i>не реализовано</i>
Стенд книгообмена	Стенд почётных читателей
Открытый доступ	Стена мнений
Мобильные витрины	Кафе
Wi-Fi	Рекреационная зона
Копировальный аппарат	Благоустройство двора
Розетки для ноутбука	

Реализованные идеи направления «Библиотека»:

1. Действует стенд книгообмена (буккроссинг); он пользуется большой популярностью, часто пополняется личными библиотеками студентов, сотрудников и преподавателей ЮУрГУ. Буккроссинг рекламируется через социальные сети и постоянно вызывает интерес среди подписчиков группы [3].

2. Функционирует Wi-Fi; для работы необходимы логин и пароль личного кабинета, которые есть у всех сотрудников университета и студентов. Следует отметить, что наличие Wi-Fi привлекает в библиотеку пользователей, поскольку здесь есть оборудованные рабочие места; график работы НБ (без перерыва) тоже удобен.

3. С появлением копировального аппарата расширился спектр платных услуг библиотеки, что также удобно пользователям.

4. Установка розеток для ноутбуков позволяет пользователям работать со своими мобильными устройствами.

5. Открытый доступ организован в большинстве залов библиотеки.

Из нереализованных идей: создание рекреационной зоны или зоны для отдыха; открытие или установка кофемашины; благоустройство территории около библиотеки. Всё это позволило бы библиотеке стать более комфортной для пользователей. Организация стенда почётных читателей и стены мнений в будущем нам видится в социальных сетях.

Идеи из ментальной карты по направлению «Интернет»

<i>Интернет</i>	
<i>реализовано</i>	<i>не реализовано</i>
Социальные сети (ВКонтакте, Твиттер, Фейсбук, Инстаграм)	Блог
Книга месяца («Открытое чтение»)	Списки литературы в Virtua
Обзор новинок	Стол заявок в Virtua
	Виртуальная экскурсия

Реализованные идеи направления «Интернет»:

1. Библиотека представлена в социальных сетях (ВКонтакте, Твиттер, Фейсбук, Инстаграм). На 2016 г. в группе ВКонтакте – 1 965 подписчиков, что говорит о правильной стратегии развития группы и интересном контенте и т.д.

2. Книга месяца – проект в социальных сетях «Открытое чтение». Каждый месяц мы выбираем одну книгу, и подписчики знакомятся с её кратким содержанием и цитатами из неё.

3. Обзор новинок реализован тоже в социальных сетях. По мере поступления в фонд НБ новых книг выставляется информация – с обложкой, оглавлением и интересными фрагментами [3].

Нереализованным остаётся создание собственного блога библиотеки. Не удалось воплотить и идеи, связанные с Virtua (Автоматизированная библиотечная информационная система НБ ЮУрГУ). Виртуальная экскурсия по НБ также не реализована, поскольку технология её создания не поддерживается сайтом библиотеки.

Таблица 3

Идеи из ментальной карты по направлению «ЮУрГУ»

<i>ЮУрГУ</i>	
<i>реализовано</i>	<i>не реализовано</i>
Информационные сообщения на стендах факультета/кафедры	
Устные обзоры (тренинги)	
Выездные выставки	
Печатная реклама	

Направление «ЮУрГУ» реализовано полностью, поскольку это – традиционная работа НБ. Однако стоит отметить, что устные обзоры (тренинги) по заявкам кафедр стали более востребованы пользователями.

Таблица 4

Идеи из ментальной карты по направлению «Библиотекарь»

<i>Библиотекарь</i>	
<i>реализовано</i>	<i>не реализовано</i>
Информация о сотрудниках на сайте	Фирменный стиль
Повышение квалификации	

Направление «Библиотекарь» реализовано частично, о сотрудниках можно узнать не на сайте НБ, а в социальных сетях, в рубрике «BOOK Ларь», где библиотекари рекомендуют прочитанные книги (можно перейти на их персональную страницу) [Там же].

Повышение квалификации сотрудников проводится регулярно; из постоянных мероприятий можно назвать семинары и тренинги по работе с ресурсами, организуемые агрегаторами информации, а также вебинары по работе с зарубежными электронными ресурсами WoS и EBSCO, тренинги по освоению новых технологий.

Фирменный стиль, а именно элементы одежды, пока остаётся нереализованным, поскольку необходимы средства на его разработку и изготовление атрибутов.

Таблица 5

Идеи из ментальной карты по направлению «Пользователь»

<i>Пользователь (мероприятия для пользователей)</i>	
<i>реализовано</i>	<i>не реализовано</i>
Экскурсии (по заявкам пользователей)	SMS-рассылка
Квесты	Работа пользователя библиотекарем
Email-рассылка (только ППС)	Ридеры
Ночной абонемент	Реклама на CD
Списание в подарок (участие в конкурсах)	Юбилейный читатель
Книжный развал (буккроссинг)	
Скидки/бонусы от сторонних организаций («Мафия»)	
Подарки	

Направление «Пользователь» особенно насыщено идеями. Прделано много работы по организации таких мероприятий, как квесты (с 2013 г. проводятся ежегодно), библионочи, экскурсии по заявкам пользователей (особенно интересны для иностранных студентов). Все мероприятия отражаются в социальных сетях, там же формируются группы участников [3].

Благодаря организации корпоративной сети появилась возможность оперативного информирования преподавателей (через личный кабинет информационно-аналитической системы «Универис») об услугах и ресурсах НБ и проводимых мероприятиях.

О буккроссинге говорилось выше, эта форма востребована пользователями [Там же]. Возродилась услуга «Ночной абонемент»; подарки пользователи получают за участие в мероприятиях библиотеки и конкурсах в социальных сетях.

Нереализованные идеи из этого блока оказались уже устаревшими и невостребованными. Однако идея работы пользователя библиотекарем достойна внимания и в будущем, возможно, реализуется.

Идеи из ментальной карты по направлению «Вне ЮУрГУ»

<i>Вне ЮУрГУ</i>	
<i>реализовано</i>	<i>не реализовано</i>
	Реклама на транспорте
	Промоутеры
	Реклама в местах скопления студентов
	Растяжки

Направление «Вне ЮУрГУ» не реализовано, поскольку для этого необходимы дополнительные средства на печатную продукцию и рекламу. Возможно, это направление было выбрано ошибочно.

Таблица 7

Идеи из ментальной карты по направлению «СМИ»

<i>СМИ</i>	
<i>реализовано</i>	<i>не реализовано</i>
Город	
ЮУрГУ ТВ	
Газета НБ ЮУрГУ	
Радио ЮУрГУ	

Направление «СМИ» полностью реализовано. В средствах массовой информации города (радио и телевидение) появляются ролики о креативных мероприятиях НБ ЮУрГУ (например, новогодняя ёлка из книг в 2015 г.). С телевидением университета (ЮУрГУ ТВ) завязались дружба и сотрудничество (например, создан совместный ролик для конкурса издательства «Юрайт») [4]. Благодаря совместным усилиям, наш видеоролик стал победителем конкурса, и библиотека получила приз – подписку на электронные книги издательства.

В университетской газете «Технополис» регулярно публикуется информация из фактографической базы данных «Знаменательные даты ЮУрГУ» с сайта библиотеки, которая дублируется и в социальных сетях [3], а также статьи сотрудников НБ ЮУрГУ.

Направление «Радио ЮУрГУ» реализовано только в социальных сетях (размещено 13 аудиороликов в группе ВКонтакте); считаем необходимым возродить трансляцию аудиороликов (например, о ресурсах библиотеки или анонсы мероприятий) в лифте университета, поскольку других возможностей прослушать такую информацию у пользователей больше нигде нет.

Из направления «Личные контакты» реализованы три идеи. Сотрудники НБ проводят лекции и презентации, консультируют ответственных за работу с библиотекой сотрудников кафедр ЮУрГУ. Следует отметить, что личные контакты в университетской среде очень важны. Общение библиотекаря и преподавателя или студента расширяет круг пользователей и укрепляет имидж библиотеки. В будущем хотелось бы устраивать в библиотеке авторские вечера писателей и поэтов.

Подведённые итоги работы позволяют сделать вывод: мозговой штурм – необходимое и своевременное мероприятие.

В течение пяти лет удалось реализовать большинство конструктивных идей и привлечь в библиотеку новых читателей, в том числе и виртуальных через социальные сети и сайт библиотеки.

В реализации идей участвовала большая часть коллектива библиотеки, а не только молодые специалисты. Необходимо отметить, что библиотеке трудно быть в тренде и привлекать молодых пользователей, поэтому сегодня основной упор сделан на социальные сети и мероприятия в интересных для молодёжи форматах, а также на лекции-тренинги, когда учебный материал можно осваивать сразу на практике.

Практически все нереализованные интересные идеи требуют дополнительных денежных затрат, а библиотека, к сожалению, ограничена в своих финансовых возможностях.

Мы полагаем, что нам необходимо провести очередной мозговой штурм для выработки новых идей и определения новых направлений развития библиотеки. Для участия в нём, на наш взгляд, кроме сотрудников библиотеки, нужно пригласить пользователей – студентов и преподавателей университета. Их идеи помогут определить новые направления для дальнейшего развития библиотеки.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Прушковский Л. В., Глазунова О. А. «Мозговой штурм» – один из методов стимулирования творческой активности / Л. В. Прушковский, О. А. Глазунова // Наука и образование: новое время. – 2016. – № 2 (13). – С. 285–289.

Prushkovskiy L. V., Glazunova O. A. «Mozgovoy shturn» – odin iz metodov stimulirovaniya tvorcheskoy aktivnosti / L. V. Prushkovskiy, O. A. Glazunova // Nauka i obrazovanie: novoe vremya. – 2016. – № 2 (13). – S. 285–289.

2. Шитова И. Ю., Гончарова В. П. Ментальные карты: инструмент обработки и систематизации информации / И. Ю. Шитова, В. П. Гончарова // Науч. исслед.: от теории к практике. – 2015. – № 5 (6). – С. 175–176.

Shitova I. Yu., Goncharova V. P. Mentalnye karty: instrument obrabotki i sistematizatsii informatsii / I. Yu. Shitova, V. P. Goncharova // Nauch. issled.: ot teorii k praktike. – 2015. – № 5 (6). – S. 175–176.

3. **Научная** библиотека ЮУрГУ: [Группа в социальной сети ВКонтакте] [Электронный ресурс] / Научная библиотека Южно-Уральского государственного университета. – Режим доступа: <https://vk.com/librarysusu>.

Nauchnaya biblioteka YUUrGU: [Gruppa v sotsialnoy seti VKontakte] [Elektronnyy resurs] / Nauchnaya biblioteka Yuzhno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta.

4. **С ЮРАЙТ** учеба как в сказке! [Видеозапись. Электронный ресурс] // Социальная сеть ВКонтакте. – Режим доступа: https://vk.com/librarysusu?z=video136561985_456239030%2Fpl_19301624_-2

S YURAYT ucheba kak v skazke! [Videozapis. Elektronnyy resurs] // Sotsialnaya set VKontakte.

5. **Голубков Е. П.** Генерация идей как этап процесса разработки нового продукта / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 2. – С. 10.

Golubkov E. P. Generatsiya idey kak etap protsesssa razrabotki novogo produkta / E. P. Golubkov // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2014. – № 2. – S. 10.

6. **Конторусова С. С., Устинов А. М., Тарасов Т. Д., Степанов Б. И.** Метод мозгового штурма / С. С. Конторусова и др. // Науч. альм. – 2016. – № 5–1 (19). – С. 129–133.

Kontorusova S. S., Ustinov A. M., Tarasov T. D., Stepanov B. I. Metod mozgovogo shturma / S. S. Kontorusova i dr. // Nauch. alm. – 2016. – № 5–1 (19). – S. 129–133.

***Maria Legenchuk**, Sector Head, Library Information Automation Department, South Ural State University Scientific Library;
legenchukmv@susu.ru
76, Lenin prospekt, 454080 Chelyabinsk, Russia*