

<https://doi.org/10.24108/2658-3143-2019-2-3-167-180>



ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ / ORIGINAL ARTICLES

Новые подходы к преподаванию зарубежных информационных ресурсов в вузе

Валерия А. Васильева*, Валентина С. Васильева

*Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации
8-я линия В.О., 61, г. Санкт-Петербург, 199004, Российская Федерация*

Аннотация

Цель: исследование влияния педагогических подходов к обучению работе с информационными ресурсами на эффективность их использования изначально низкомотивированными студентами.

Материалы и методы. Обучение по новым методам проходили студенты первых курсов Северо-Западного института управления РАНХиГС уровня бакалавриата всех направлений подготовки. Вводная часть лекции была традиционной, затем шла «мотивационная часть», разрабатываемая для каждого ресурса отдельно. Демонстрировались все возможные преимущества ресурсов с точки зрения нашей целевой аудитории — уникальность, качество, преимущества перед открытыми ресурсами. Кроме того, учебный материал организован был таким образом, чтобы обеспечивать множественные вхождения в интерфейс.

Результаты. Для исследования зависимости эффективности использования ресурсов от методов обучения были взяты данные статистики обращений к информационным электронным подписным ресурсам за 2 учебных года (до внедрения новых методов в 2016 году и после — в 2017 году), а также данные опросов обучающихся по окончании обучения.

По окончании исследуемого периода был выявлен видимый рост статистических показателей — в среднем по каждому замеру в несколько раз. Такой результат явился следствием смены педагогического подхода и методов обучения, принципиально отличающихся в подаче материала от традиционных методов, которые использовались на протяжении нескольких предыдущих лет.

Обсуждение и заключение. Результаты исследования демонстрируют необходимость поддержки изначально низкомотивированных студентов в их образовательном процессе в виде новых подходов к обучению. В этой роли библиотекарь-педагог — связующее звено между ресурсом и потребителем, и его роль рассматривается авторами как первостепенная для привлечения студентов к работе с информационными ресурсами и, как следствие, для увеличения рентабельности затрат на подписные лицензионные ресурсы. Авторы отдают себе отчет в том, что интерес к подписным ресурсам, который удалось вызвать инновационными подходами в обучении, возможно, в дальнейшем будет спадать. Вопрос поддержания этого интереса выходит за рамки данного исследования. Полученные данные и сделанные выводы могут быть полезными на всех этапах обучения студентов на любом курсе.

Ключевые слова: информационные ресурсы, психология обучения, информационная грамотность, инновации в образовании, мотивация в образовании

Для цитирования: Васильева В.А., Васильева В.С. Новые подходы к преподаванию зарубежных информационных ресурсов в вузе. *Наука и научная информация*. 2019;2(3):167-180. <https://doi.org/10.24108/2658-3143-2019-2-3-167-180>

Статья поступила: 22.05.2019

Статья принята в печать: 18.07.2019

Статья опубликована: 15.09.2019

New Approaches to Teaching Foreign Information Resources at the University

Valeria A. Vasilyeva*, Valentina S. Vasilyeva

North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration
8-ya liniya VO, 61, Saint Petersburg, 199004, Russia

Abstract

Purpose. The present work investigates the impact of the pedagogy approaches in the teaching e-resource of low-motivated students.

Materials and Methods. The pilot study involves about 1000 first-year undergraduates of the North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (NWIM RANEPА). Introductory part of the lecture is traditional. "Motivational" part varies depending on e-resource and includes a demonstration of all possible advantages for target audience — uniqueness, quality, advantages over open resources. In addition, the material is organized so as to provide multiple entries into the interface.

Results. We studied statistics of visits to e-resources for 2 calendar years (before the introduction of new methods in 2016 and after — in 2017), and conducted surveys of students at the end of training. We got the apparent increase of visits when the pedagogical approach and the methods of training are changed.

Discussion and conclusions. Research findings have illustrated the importance of support to the low-motivated students in their educational process by new approaches to the training. The librarian-teacher in this role is the link between the e-resource and the consumer, and their role is important for achieving the best results for both the organization and students. The authors are conscious that the interest in subscription resources would probably decline in the future. The keeping this interest is beyond the scope of this study. The data obtained and the conclusions made can be useful at all stages of the students' training at any year of study.

Keywords: reading e-resources, teaching methodology, information literacy, innovations in education, motivation in education

For citation: Vasilyeva V.A., Vasilyeva V.S. New Approaches to Teaching Foreign Information Resources at the University. *Scholarly Research and Information*. 2019;2(3):167-180. <https://doi.org/10.24108/2658-3143-2019-2-3-167-180>

Received: 22.05.2019

Revised: 18.07.2019

Published: 15.09.2019

1. Введение

Несмотря на то что в российских вузах электронные информационные ресурсы используются уже более 15 лет, можно с уверенностью сказать, что в полной мере до конечного потребителя этот продукт не дошел. И сегодня проблему использования электронной научной информации необходимо рассматривать уже не столько с финансовой точки зрения, сколько с педагогической, когда студент, которого изначально не заинтересовали информационными ресурсами, может так и не узнать об ассортименте и возможностях лицензионной подписки своего вуза. И это, к сожалению, наблюдается во многих вузах.

Конечный потребитель ресурса, студент или преподаватель, в большинстве своем не спешит пользоваться подписной электронной базой,

в особенности на иностранных языках. Согласно анонимным и очным опросам, проводившимся в СЗИУ РАНХиГС и охватившим более 500 студентов от первых до четвертых курсов, многие из них для своих серьезных работ используют материал из поисковой выдачи Google или Yandex, а также список преподавателя — то, что советует им их куратор. При этом опрос преподавателей показал большой процент тех, кто берет материалы по своей теме из поисковой выдачи Google. Таким образом, круг замыкается. Мы считаем такую практику неприемлемой по многим очевидным причинам, хотя эти проблемы встречаются не только в России [1]. Особенно трудно смириться с такой ситуацией библиотекарям, учитывая их многолетнюю работу по организации подписки на электронные англоязычные ресурсы.

Важность приобретения доступа к мировой копилке научного знания сегодня осознается практически всеми, с 2000-х годов работают государственные проекты, направленные на подключение организаций к электронным научным базам данных. Но одновременно с подписной кампанией в научных организациях всегда встает вопрос рентабельности. Как используются дорогостоящие ресурсы? Какой процент обучающихся читает научные статьи? Помогает ли наличие лицензионной подписки повышать качество образовательного и научного процесса? И, наконец, что нужно сделать для того, чтобы те информационные базы, на которые выделяются средства, использовались максимально эффективно. Все эти вопросы традиционно лежат в зоне ответственности вузовских библиотек, которые регулируют не только вопросы выбора, приобретения и поддержки доступа к ресурсам, но и решают проблемы продвижения электронной информации пользователям. Научные библиотеки представляют собой важное звено в цепочке «издательство — продавец — потребитель», находясь между продавцом и конечным потребителем, так как вопрос «эффективной продажи» касается всех участников процесса и именно от вузовских библиотек зависит, не вернется ли вуз от тех или иных ресурсов в случае нерентабельного их использования.

Научная библиотека СЗИУ РАНХиГС подписывает электронные образовательные ресурсы с 2005 г. С 2015 года в структуре научной библиотеки был открыт Центр информационной поддержки научных исследований, одной из задач которого является популяризация и продвижение подписных ресурсов. Главное в миссии Центра — способствовать активному использованию качественного лицензионного контента, в первую очередь подписки института, для научных исследований магистрантов, аспирантов и преподавателей. С 2016 года началась преподавательская деятельность специалистов Центра, сотрудники включились в курс «Основы информационной компетентности» с разделом «Зарубежные подписные ресурсы» для студентов первых курсов всех форм обучения. Тогда же были опробованы новые методы преподавания работы и использования ресурсов, и уже в начале 2018 года был получен результат в виде отзывов студентов, статистики обращений и скачиваний документов.

2. Обзор литературы

В работах, посвященных сегодняшнему уровню обеспеченности информационными ресурсами российской науки и образования, специалисты утверждают, что к 2017 году он достиг предкри-

зисного 2014 года и по основным направлениям науки доходит до 80% [2]. Несмотря на то что ситуацию с обеспеченностью электронной информацией в вузах нельзя назвать полностью удовлетворительной, объяснить отставание в статистике чтения российских пользователей по сравнению с другими странами исключительно недостаточной обеспеченностью научной информацией нельзя.

Так почему же пользователь игнорирует наличие актуального, проверенного контента и идет по пути получения быстрой, но не всегда качественной информации? Есть множество объяснений этой ситуации, среди которых как простые и очевидные — привычка, скорость и простота поиска в Google, так и более серьезные — исторический опыт политической научной школы, когда базовым трудом в научной области считается издание 1974 года и нет нужды искать свежие источники [3, с. 137], отсутствие критического мышления, низкий уровень владения английским языком. Тем не менее кто-то должен взять на себя ответственность за продвижение научных ресурсов конечному пользователю. И сегодня, несмотря на то что роль библиотекаря за последние 5 лет сильно трансформировалась, ответственность библиотекаря-педагога за формирование информационных компетенций студентов еще не воспринимается как очевидная. Хотя именно в научных библиотеках происходит аккумуляция разнородных ресурсов в единую информационную базу, разрабатывается стратегия эффективного развития и использования ресурсов, и совершенно логично, что именно специалисты библиотек должны обучать и уже обучают пользователей работе с информационными ресурсами. Опыт работы с ресурсами ведущих научных библиотек вузов дал много положительных практик по их продвижению через сайты библиотек, наглядную печатную и электронную агитацию, систематические курсы и семинары по работе с ресурсами, ведение блогов и страниц библиотек в социальных сетях и многое другое [4]. Однако вопросы преподавательских практик, различных методов подачи информации с целью более живого и очевидного отклика студентов на полученные знания пока библиотеками не поднимались. Вероятно, это связано с тем, что профессиональных педагогов в библиотечной среде пока не так много, а преподавательская работа не является основной для сотрудников библиотек.

Исследование проблем обучения студентов независимо от преподаваемой дисциплины показало, что чаще всего решение ищется в плоскости студенческой мотивации. В современной российской и зарубежной литературе проблеме мотивации обучающихся отводится значительное место,

при этом учебная мотивация как частный вид личностной мотивации вообще напрямую связывается с образовательной деятельностью в вузе [5]. Специалисты отмечают повсеместное снижение уровня учебной мотивации у современных студентов, ослабление познавательного интереса, что приводит к возникновению барьеров в обучении [6, с. 171]. При этом обучение как процесс может как усилить этот барьер, так и уменьшить его. И одна из основных задач преподавателя — сделать так, чтобы учеба как получение знаний стала жизненно важной целью студента [7, с. 524]. Различия мотивации и взаимосвязи с личностной рефлексией у студентов разных курсов исследовались и другими педагогами-психологами [8]. На основе данных исследований специалистами даются интересные рекомендации по введению практик рефлексии в ходе преподавания учебных дисциплин, что, по их мнению, может повысить учебные мотивации уже на первых курсах.

Однако, несмотря на достаточную проработку проблем мотивации к обучению современных студентов, их связей с реформированием образования в России и особенностями поколения «миллениалов», вопрос методики преподавания вообще и отдельных дисциплин в частности остался не раскрытым. Данным исследованием авторы демонстрируют эффективность обучения студентов работе с электронными информационными ресурсами за счет внедрения методов подачи информации на основе неакадемических подходов.

3. Методы

В основу новых подходов к преподаванию были положены методы, учитывающие в первую очередь психологию не обучающихся, а покупателей. Библиотекари-педагоги, участвующие в эксперименте, решили на какое-то время не «преподавать», а «продавать» условному покупателю (реальному пользователю) условный продукт (реальный ресурс) за условные деньги (реальный интерес, выраженный в количестве обращений к ресурсам, в том числе не в учебных целях). Иными словами, использовались техники успешных продаж, применимые к задачам обучения. Методы выбирались с учетом возраста пользователя — студента 1-го курса, и это было важной составляющей в определении особенностей подходов, хотя психологи, исследующие учебную мотивацию студентов разных курсов и степеней обучения, отмечают, что качественно она отличается мало [8, с. 100].

В основу были положены четыре метода.

1. Информация, о какой бы базе или коллекции ни шла речь, должна подаваться, исходя из ежедневных интересов целевой группы.

А в первом семестре далеко не все студенты в своей системе ценностей демонстрируют стремление к изучению предмета на основе зарубежной научной информации.

2. Множество вхождений в систему облегчает повышение уровня владения этой системой. В нашем случае это различные поисковые модули. Чем привычнее название и более узнаваем интерфейс, тем быстрее возникают ассоциации «научная тема — информационный ресурс», приводящие к более точечному поиску, отбору и получению нужных данных.

3. Подача информации должна быть в простой доступной форме — картинки, видео, схемы. Пресловутое клиповое мышление современного молодого человека в процессе обучения информационной грамотности может быть использовано на благо. Минимум сухих фактов. Почти полное избегание незнакомых студентам терминов. Научная информация не должна отпугивать — она должна быть проста и приятна.

4. Должны озвучиваться измеримые выгоды при дальнейшем серьезном использовании ресурсов, так как у студентов даже во время занятий периодически наблюдаются «вспышки» личностной рефлексии, связанные со смыслообразующими мотивами [8].

Первый метод сформировался после изучения социологических исследований целевой группы. В нашем случае целевая группа — молодые люди первого года обучения, вчерашние школьники, в среднем 18 лет. Психологический возраст — еще дети [9, 10].

Конечно, в каждой группе обучающихся есть сформированные личности с отличной мотивацией на обучение и рост, то есть имеющие «познавательные» и «профессиональные» мотивации [7, с. 526]. Такие студенты уже к концу первого года обучения входят в студенческие советы, участвуют в конференциях, публикуют первые работы в студенческих журналах. Они мотивированы, амбициозны и прекрасно понимают ценность подписного лицензионного контента. Эта группа студентов, когда у них появляются вопросы, сама находит библиотекаря и просит рассказать о ресурсах и помочь с работой в них. Но таких не более 5–10%.

Согласно исследованиям [5, 12], познавательная мотивация студентов первого курса значительно отличается от мотивации студентов-старшекурсников. При этом однозначно большее значение имеет мотивация на получение высокооплачиваемой работы, чем на процесс решения познавательных задач.

Не секрет, что материальное благополучие и развлечения сегодня являются ключевыми ценностями нашей целевой аудитории. Еще в 1999 г. выявился резкий рост количества молодых людей, основной целью жизни которых является обеспечение собственного материального благополучия [13]. В 1970-х годах таких было не более 36%, в 1980-х их уже было 80%. Исследования других авторов подтверждают ориентацию молодежи на материальное вознаграждение своего труда как главную ценность [13–15].

В настоящем исследовании мы направили экспериментальные методы обучения именно на эту «потерянную для науки» группу — молодых людей в возрасте 18–20 лет, исходя из предположения, что мотивированные студенты осознают ценность информационных ресурсов без особых усилий с нашей стороны. Суть метода состоит в том, что библиотекари ориентируются на ежедневные интересы группы — фильмы, игры, покупки, увлечения и т. д. То есть метод, далекий от привычного «академического», в котором базой для привлечения к ресурсам служат учебные дисциплины, темы курсовых работ и задания преподавателей. В нашем случае обращение идет к тем 80% слушателей, у которых практически отсутствует учебно-познавательная и профессиональная мотивация, однако, будучи «поколением Z», они легко осваивают технический интерфейс несмотря на урывочное внимание [16]. При этом информация, иллюстрирующая интересы целевой группы, должна подаваться сразу, без каких-либо скучных вводных теорий, в те самые первые 15 секунд, которые может ухватить «кратковременное внимание» современного человека [17].

Второй метод был основан на использовании Простой теории Воздействия, традиционной для маркетинга. Ученый Р. Зайонц [18] еще в 1960-е годы называл это «эффект простого предъявления», или «эффект знакомства с объектом» — когда объекты, методы, слова или изображения тем больше вызывают приязни, чем чаще встречаются человеку. Или как минимум сокращают дистанцию, не вызывают отторжения незнакомым, непонятным и оттого непривлекательным внешним видом.

Эта теория, реализованная на практике, должна была немного сместить фокус с привычного интерфейса поисковиков типа Google или российского Yandex на пока еще незнакомые интерфейсы профессиональных информационных баз (например, EBSCO Discovery Service).

Согласно исследованию, проведенному в 2010 г., главной сложностью в научном поиске информации студенты более 50 вузов США признали «начало работы» [1]. А если требуется разобраться

в совершенно незнакомом интерфейсе и читать документы на неродном языке, то начать работу еще сложнее.

Преподаватели понимали, что идеальным способом «привязать» студентов к ресурсам было бы показывать интерфейсы подписных ресурсов с навязчивостью рекламы, но для этого объективно не хватало ни времени, ни средств, однако были задействованы все возможности, чтобы студенты увидели ресурсы несколько раз, прежде чем они уйдут «в свободное плавание» как минимум до сессии.

Третий метод заключался в том, что лекционный материал подавался дозированно, небольшими порциями, особенно это касалось теоретической части. Сложные информационные блоки были сведены к минимуму, чтобы облегчить процесс обучения немотивированных студентов. Простой для понимания материал кажется учащемуся гораздо приятнее, чем обилие сложной информации, которая может привести к отторжению и блокировке внимания [17]. Кроме этого, иллюстративный материал подбирался по возможности из мира гастрономии и подавался как «блюдо» сознательно на простом неакадемическом языке, исключая незнакомые термины, облегчая понимание. Там, где было не обойтись без терминологии, подбирались понятные молодому человеку метафоры. Например, для объяснения разницы между «компанией-агрегатором» и «издательством — поставщиком контента» приводился пример фудкорта, традиционно размещающего различные компании на одной площадке (EBSCO), и частного семейного ресторана (Emerald).

И, наконец, метод четвертый. Для всех групп учащихся были озвучены долгосрочные и традиционные выгоды от успешного овладения материалом. Для менее способных студентов, например, одобрение преподавателей, перспектива отличия их от остальной группы за более качественные работы мотивирует сильнее других выгод, а для студентов, стремящихся к самосовершенствованию и развитию способностей, привлекательными стали возможности усиленной специализации по предмету, уникальный, отсортированный по темам контент, эксклюзивность информации [7, с. 525]. Кроме этого, мы активно обещали заработки в будущем с отсылкой на конкретные вакансии (рис. 1), требующие наличия статей, а также, в случае наличия статей, — помощь в создании и продвижении научного бренда.

В качестве дополнительного источника информации и привлечения внимания студентов были использованы социальные сети, где уже достаточно давно помимо развлечений идет и учебная жизнь студентов. Присутствие в понятной и знакомой сту-

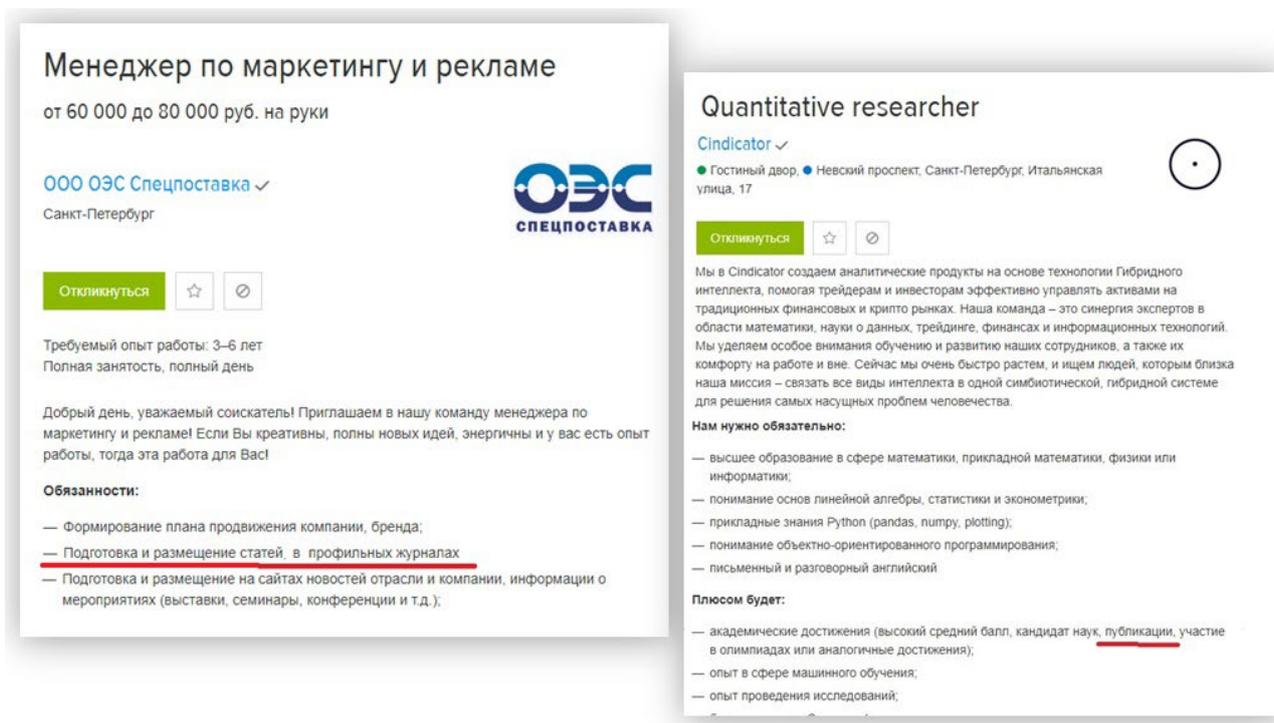


Рис. 1. Вакансии рекрутингового сайта HeadHunter на сентябрь 2017 г.

Fig. 1. Vacancies of the HeadHunter, September 2017

дентам среде преподавателя и его учебной дисциплины служит дополнительному «сближению» личности педагога и студента, снятию барьеров и, как следствие, повышению уровня мотивации на обучение [5].

Кроме этого, были разработаны краткие методические пособия объемом до 3-х страниц (рис. 2) по всем видам подписных ресурсов для тех, кто пропустил занятие.

Важно отметить, что библиотекарям-педагогам всегда было трудно добиваться явных положительных эффектов от семинаров по объективным причинам:

На единственное занятие по всем зарубежным ресурсам и основам поиска информации выделено всего 4 академических часа.

Семинары проводятся у студентов первого года обучения, а первая серьезная работа у них должна быть только через год. Удаленная во времени необходимость использовать полученные знания понижает мотивацию на овладение навыками.

И поскольку эти обстоятельства присутствовали и во время эксперимента, есть основания полагать, что добиться хороших результатов помогли именно новые методы преподавания.

3. Методология преподавания

■ Шаг 1: Первые 2 часа лекции – «Крючки внимания»

Традиционному изложению материала уделялось совсем небольшое количество времени. Проводился обзор ресурса. Состав, глубина архива, происхождение и тематика. Для мотивированной аудитории (20% от общего числа слушателей, которые уже пришли с пониманием ценности информационной базы) этого должно было быть достаточно. Затем преподаватель переходил к «мотивационной части». Для каждого ресурса мотивационная часть разрабатывалась отдельно, но всегда показывалась и подчеркивалась доступность ресурса с мобильного устройства или личного ПК, а также такие преимущества, как неанонимность, структурированность, долговременность хранения, полная индексация, полнотекстовый поиск по всему массиву, легитимность и актуальность.

Приведем три примера работы с ресурсами — базой данных электронных книг eBookCentral от компании «ProQuest», ресурсами компании «EBSCO» и научными журналами издательства «Emerald» как наиболее яркими примерами из имеющихся типов ресурсов: книги, периодиче-

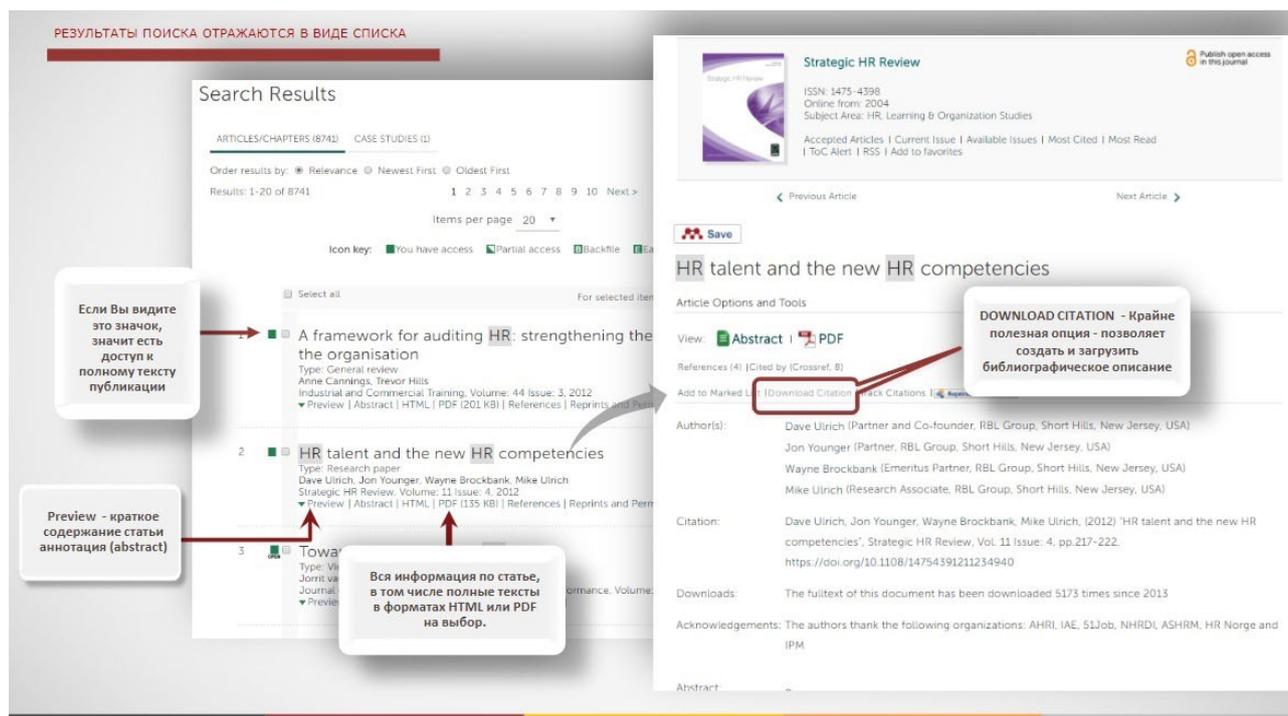


Рис. 2. Страница из краткого пособия по журналам издательства «Emerald»

Fig. 2. Page from the short guide for Emerald journals

ские издания на платформе агрегатора и журналы издательства.

1. При знакомстве студентов с базой данных электронных книг eBookCentral от компании «ProQuest» в качестве «крючка внимания» мы использовали выгодную позицию каждого студента, имеющего подписку на ресурс, по сравнению с обычным «читателем с улицы». Книги стоимостью от 50 до 200 евро на «Амазоне», доступные по подписке бесплатно, вызвали интерес у аудитории немедленно.

Книги, которые сложно найти в продаже в российских магазинах, или просто дорогостоящие популярные издания на английском языке, интересные молодым людям, например художественные произведения зарубежных авторов, книги на тему криптовалют или издания западных аналитиков о российском президенте — эти и подобные издания демонстрировались на сайтах интернет-продаж книг и в лицензионной подписке.

В качестве примеров студентам предлагалось найти самим книги по интересам, особенно в недостаточно развитых пока в России дисциплинах и различных специальностях. Таким образом, доносилась основная ценность ресурса для студентов института — получить эксклюзивную и дорогую информацию, недоступную другим пользователям Рунета. Несмотря на то что во время само-

стоятельных поисков студенты искали в основном книги на тему развлечений (коты, мода, сериалы и т. д.), свою задачу по привлечению внимания слушателей к ресурсу мы считали выполненной.

2. Ресурсы компании «EBSCO», все модули которых прекрасно структурированы и интуитивно понятны, вызвали у студентов меньше всего вопросов. Поисковые запросы при тестировании обучающихся были сформулированы таким образом, чтобы выдача содержала все типы и виды документов от SWOT-отчетов до некрологов, от видеформата, который так нравится молодым людям, до формата HTML. Особо акцентировалось внимание на возможности прослушать текст на английском языке, если документ представлен в формате HTML. Фактически это способ получить навык аудирования бесплатно по определенной теме с тремя возможными акцентами английского языка. Многие студенты осознают важность владения иностранным языком, но не все могут позволить себе обучающие курсы. Аудирование, к которому есть доступ в рамках подписки на интересующую тему — прекрасный выход из положения, и мы не упускали случая об этой возможности рассказать. Кроме этого, в базах данных «EBSCO» для привлечения внимания студентов использовались красочные картинки гастрономического содержания. На первый план выходил эмоциональный маркетинг,

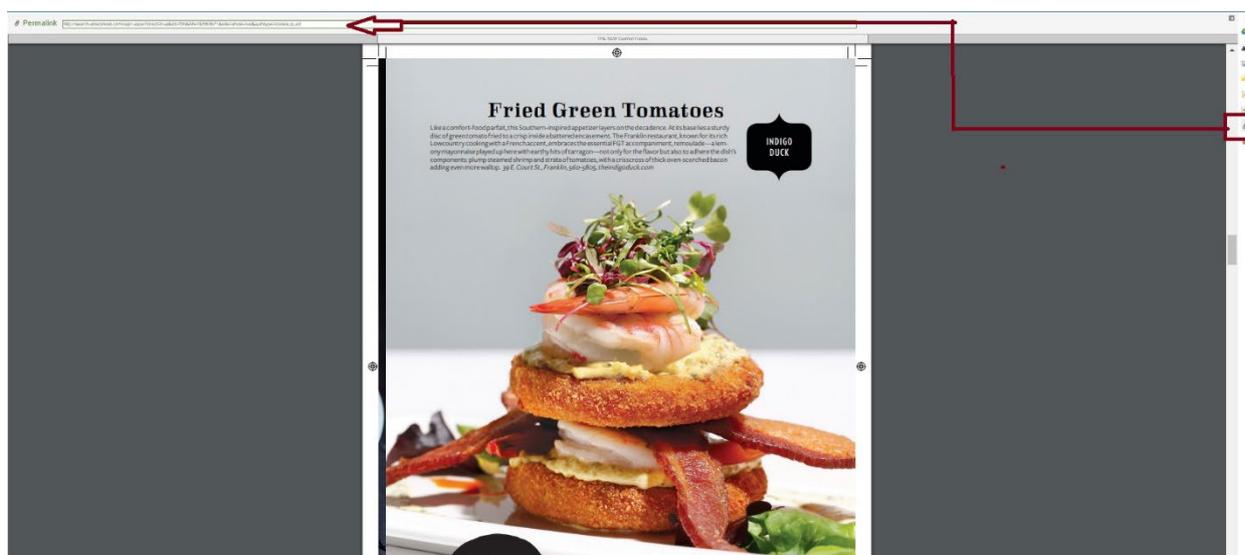


Рис. 3. Красочная иллюстрация для привлечения внимания

Fig. 3. Colorful illustration for drawing attention

действующий на потребителя сильнее, чем рациональный [17]. Например, на рис. 3 демонстрируется уникальная ссылка на статью, а иллюстрация вызывает приятные и запоминающиеся ассоциации.

Также использовались в качестве примеров приятные образы из повседневной жизни: утренний кофе и круассан, мода, приготовление различных блюд, кадры из сериалов и пр. Таким образом, мы прививали студентам привычку время от времени просматривать или прослушивать материалы сначала по интересующим их темам, а затем, когда появится навык и запомнится алгоритм поиска, будет обращение к ресурсу и при работе с научной информацией. Этот метод сработал, так как уже через месяц количество простых поисков по ресурсу резко возросло. До зачетов оставалось еще более двух месяцев, и это позволило нам предположить, что студенты заходили на ресурс и искали что-то для себя лично, в своих интересах. Таким образом, приоритетными ценностями ресурса объявлялись возможность бесплатно улучшить знание иностранного языка и найти интересную и качественную информацию для повседневной жизни, недоступную без подписки.

3. Самым сложным для продвижения ресурсом были и остаются электронные научные журналы издательства «Эмеральд». Издательство предлагает высокорейтинговые статьи практически по всем основным направлениям обучения в нашем институте: экономика, предпринимательство, управление персоналом, экология, социальная ра-

бота. Этот ресурс предназначен для самых мотивированных студентов-первокурсников, поэтому преподаватели подошли к поиску отличительных особенностей данной коллекции особенно тщательно. Рекламировались бизнес-кейсы по странам третьего мира, что так популярно сегодня в бизнесе, делалась ставка на тематики, которые встретятся на пути студентов уже в ближайшее время. Отдельно говорилось о том, что «Эмеральд» подписывают лучшие бизнес-школы мира, что каждый документ проходит двойное слепое рецензирование, что обеспечивает высокий уровень качества материала, что подавляющее большинство контента индексируется международными базами, а значит, принимается во всем мире.

Рекламировать издания «Emerald», опираясь на эмоциональный маркетинг, достаточно сложно ввиду отсутствия в издательстве публикаций популярного характера, но преподаватели старались ссылаться на качество и элитарность, а также на то, что в журналах представлены авторы со всего мира, демонстрировали понятный английский язык, и нам удалось привлечь внимание и к этому издательству. И, конечно, посты в социальных сетях, рекламирующие «Emerald», привлекали внимание не совсем академическими иллюстрациями (см. группу «Научная библиотека СЗИУ РАНХиГС» <https://www.facebook.com/nwipalibrary>).

■ Шаг 2: Вторые 2 часа — практическая часть

Во время семинара нужно было поработать с каждым ресурсом и поискать документы

на любую тему, максимально применить поисковые фильтры, выбрать наиболее релевантный заданному поиску документ, скачать, сформировать постоянную ссылку. Это была «произвольная» программа, когда первокурсники выбирали любую тематическую область и просто исследовали наличие или отсутствие релевантной информации. Анализ студенческих поисковых запросов в этой части семинаров показал интерес первокурсников в основном к «жизненным» вопросам — информация о любимых героях сериалов, рецензии на компьютерные игры, статистика по употреблению алкоголя в разных странах, материалы зарубежных авторов про Россию и т. д. И именно эта практическая часть работы должна, по мнению, педагогов, заложить основу для «долгосрочной» памяти студентов, которая в нужный момент подскажет им оптимальный путь к поиску информации [17]. В конце практических занятий студентам раздавались билеты, содержащие три темы уже по учебным дисциплинам, на каждую тему необходимо было найти по три полнотекстовых источника информации из трех разных ресурсов. Участвовали в билетах все те же три ресурса: «EBSCO», «Emerald» и книжная коллекция EBookCentral. Таким образом, студенты в очередной раз заходили в коллекции, закрепляли или, наконец, получали навык работы и привыкали к незнакомым интерфейсам.

■ Шаг 3: Зачет

Устная часть зачета представляла собой диалог преподавателя и студента по теме электрон-

ных ресурсов. Это время и задания использовались еще раз, в том числе для того, чтобы обратить внимание обучающегося на электронную информацию, погрузить обучающегося (см. Метод 2) в мир ресурсов, проверить результаты обучения. При этом было замечено, что в стремлении получить хорошую оценку студенты показывали лучшую (по сравнению с семинарскими занятиями) обучаемость, способствующую эффективному освоению информации и навыков. В процессе зачета были сделаны первые выводы об эффективности принятых к исследованию методов обучения электронным ресурсам.

4. Результаты

Посещаемость подписных ресурсов. Для оценки эффективности применения новых методов обучения применялись: неформальный вербальный опрос студентов и отслеживание динамики посещений ресурсов. Опрос показал в целом положительное отношение студентов к подаче материала, особенно в сравнении с традиционной, академической подачей русскоязычных ресурсов. Респонденты быстрее, увереннее и точнее отвечали на вопросы о названии, содержании, особенностях ресурсов и даже могли выразить свое отношение к ним. Особенно показательными были ответы студентов на зачетах, отделенных по времени от семинаров двумя месяцами и более. Неожиданно больше половины студентов отвечали на вопросы об англоязычных ресурсах точнее, правильнее и охотнее,

Мультидисциплинарный ресурс «EBSCO»

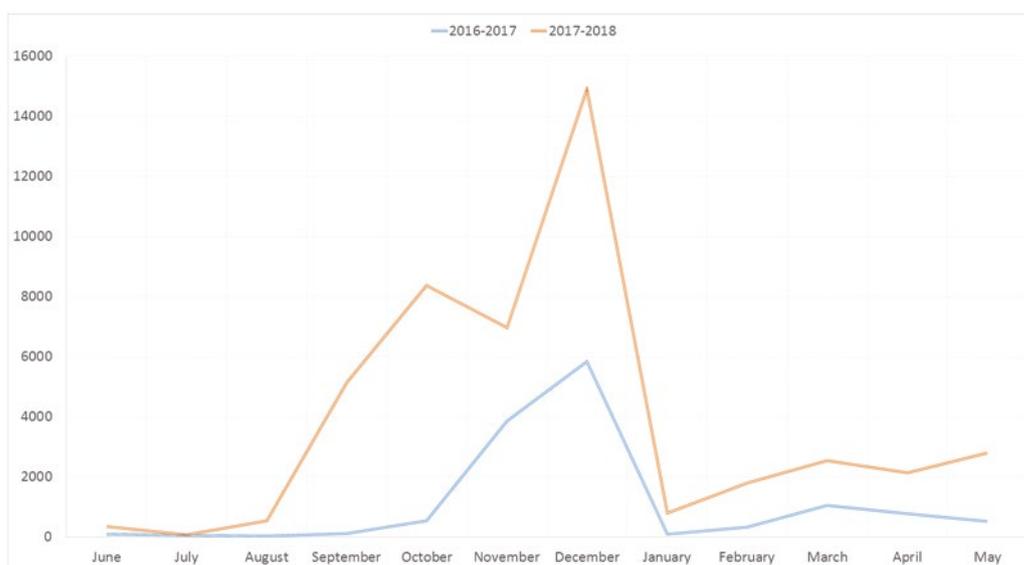


Рис. 4. Статистика простых поисковых запросов

Fig. 4. Simple search queries statistics

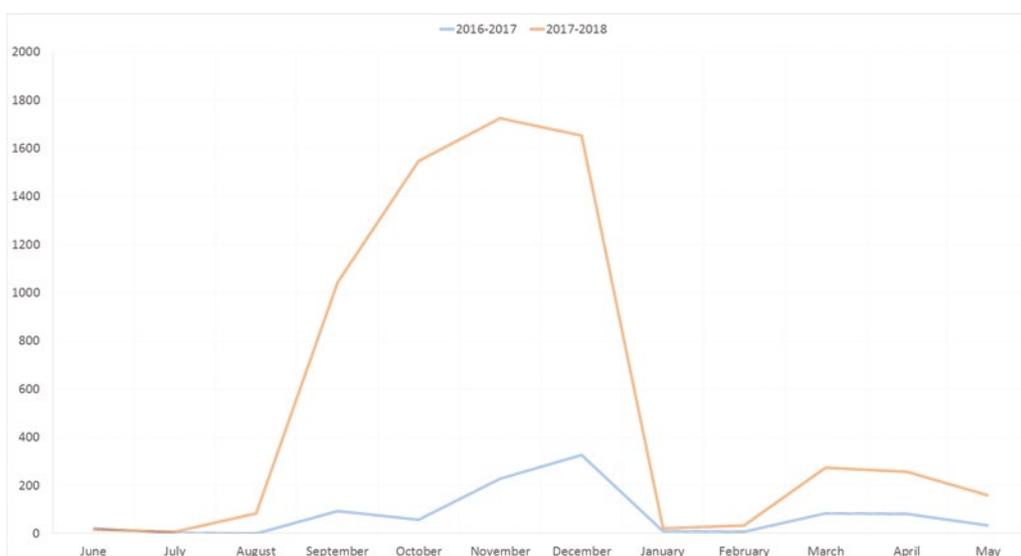


Рис. 5. Статистика выгрузки полных текстов

Fig. 5. Full text download statistics

нежели об электронно-библиотечных системах (ЭБС), по которым преподавание велось традиционными, академическими способами.

Но лучшим показателем эффекта от занятий все-таки остается статистика посещений ресурсов. Для сравнения были взяты статистические данные двух учебных годов — с июня 2016 по май 2017 и с июня 2017 по май 2018 года. По техническим причинам мы не смогли получить и оценить статистику чтения электронных книг коллекции eBook Central, однако схожая динамика роста статистики в двух других ресурсах позволяет ожидать аналогичной ситуации и с книгами.

Отмечается значительный рост посещаемости по всем типам запросов и по всем ресурсам. Для более детального анализа мы выбрали простой поисковый запрос, когда ищется материал по какой-либо теме и запрос «Полный текст», показывающий, что студент ищет уже конкретные документы.

Рост числа запросов увеличился по совокупности почти в 4 раза (рис. 4), количество скачанных полных текстов документов увеличилось более чем в 7 раз (рис. 5).

При оценке статистических показателей необходимо учитывать специфику тематического поиска на платформе агрегатора, когда запрос направляется во все коллекции и базы данных, индексирующиеся на платформе. В этой связи количество поисков будет несопоставимо больше, чем на платформе издательства. В нашем случае это объясняет превышающее в несколько раз количество поисковых запросов в «EBSCO» по сравнению с такими же запросами в «Emerald» (рис. 6) при сопоставимых

показателях по числу выгруженных полных текстов в обоих ресурсах.

Что касается количества скачанных статей, то мы наблюдаем рост на 150% (рис. 7).

Показательно, что даже с учетом большой работы с ресурсами библиотекарей, участвующих в эксперименте, увеличение количества заходов на ресурсы и скачивания полных текстов говорит о возросшем интересе именно студентов. Особенно это видно в месяцы, когда ни семинаров, ни зачетов уже не было, библиотекари переключились на другие задачи, а статистика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличилась.

5. Обсуждение и заключение

На наш взгляд, специалисты-библиотекари, не один год преподающие студентам электронные информационные ресурсы, слишком увлечены академическим подходом к этому процессу. Да, важно показать информацию со стороны ее полезности для обучения, но нельзя забывать и об эффекте первого впечатления. Сегодня у молодых пользователей большой выбор источников информации, и логично, что сначала они идут туда, где интереснее. Поэтому неинтересно поданный материал с большой долей вероятности так и останется у студентов невостребованным. Сегодня много говорится о том, что вузы не «учат», а «оказывают услуги по обучению»; конечно, это несколько противоречит миссии высшей школы, однако если посмотреть на преподавание дисциплины информационных ресурсов с этой стороны, задача библиотекаря-педагога — оказать

Электронные научные журналы Emerald eJournals Premier. Издательство «Emerald»

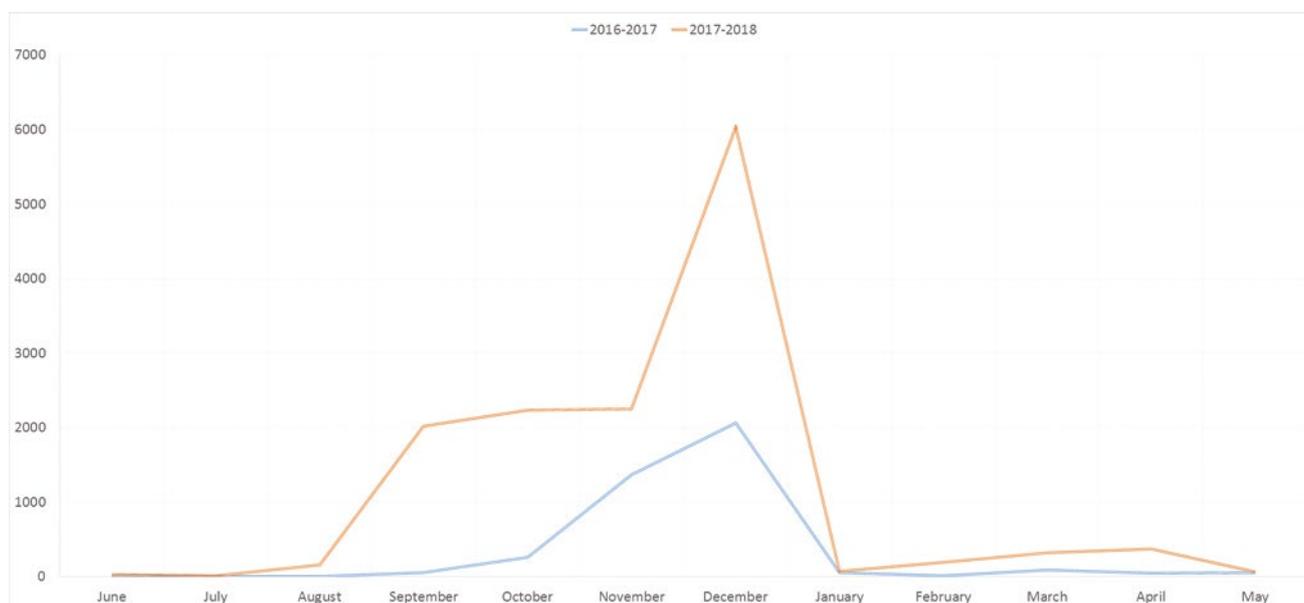


Рис. 6. Статистика простых поисковых запросов

Fig. 6. Simple search queries statistics

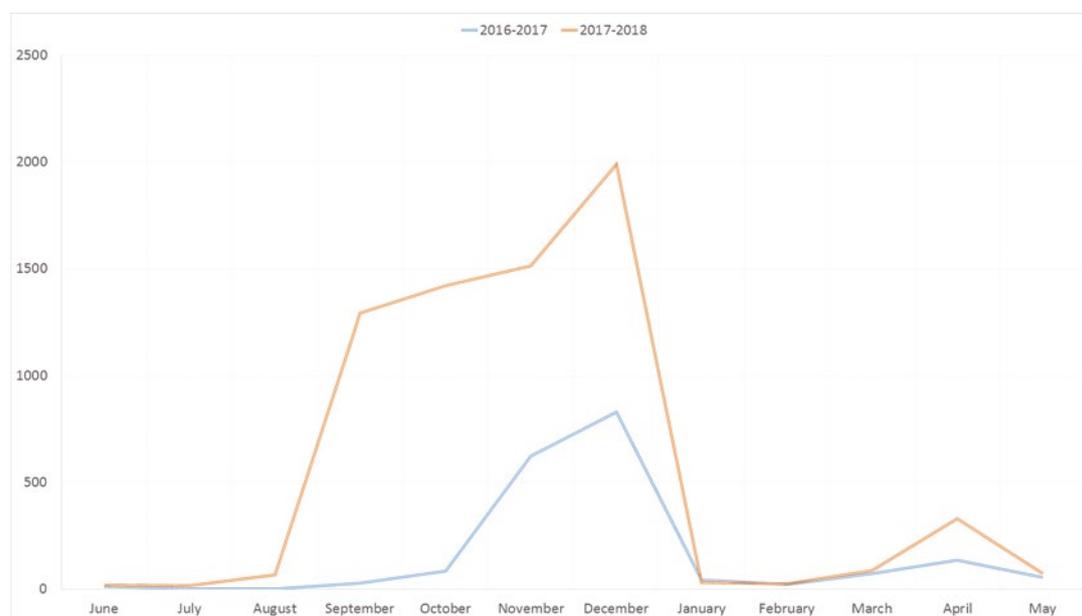


Рис. 7. Статистика выгрузки полных текстов

Fig. 7. Full text download statistics

услугу так, чтобы ею захотели воспользоваться и в дальнейшем.

А качественно оказать услугу — это значит изучить аудиторию, провести маркетинговое исследование по ожиданиям аудитории от услуги, учесть опыт зарубежных коллег и, наконец, изменить подходы к методике преподавания. Изменить в сторону увлечения студентов электронными ресурсами, а не передачи академических форм работы с информацией. Такие инновационные методы позволяют включить в процесс использования ресурсов и мобильные приложения, так популярные сегодня у студентов, «обучающихся на бегу».

Проведенные исследования показали, что успех формирования информационных компетенций у студентов бакалавриата во многом зависит от методов преподавания. Основная задача библиотекаря-педагога — развить у студента навыки использования информационных ресурсов в учебных, а затем в научных целях. Навыки будут работать, если студент будет заинтересован и мотивирован.

Мотивация может возникнуть, когда настанет время курсовых и дипломных работ. А заинтересовать студента — задача преподавателя. И наши исследования показали эффект от новых методов обучения — интерес к информационным ресурсам возрос в несколько раз, и статистка использования ресурсов уже не зависела от проводимых аудиторных занятий или домашних заданий.

Тем не менее многие вопросы качества работы студентов с информационными ресурсами пока остались за кадром. Насколько качественнее стали работы студентов, овладевших навыками работы с информацией? Какие именно ресурсы в итоге привлекают студентов больше других? И, наконец, как долго продержится интерес обучающихся к ресурсам, особенно к зарубежным? На эти вопросы может ответить статистика последующих периодов, исследования квалификационных работ студентов, отзывы преподавателей других дисциплин и, конечно, живое общение с пользователями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Head E., Eisenberg M. *Truth Be Told: How College Students Evaluate and Use Information in the Digital Age*. SSRN. 2010, October 20. <http://doi.org/10.2139/ssrn.2281485>
2. Разумова И.К., Кузнецов А.Ю., Кириллова О.В. Информационное обеспечение российских университетов по основным отраслям науки. *Интеграция образования*. 2017;21(3):505–521. <http://doi.org/10.15507/1991-9468.088.021.201703.505-521>
3. Короткина И.Б. *Модели обучения академическому письму. Зарубежный опыт и отечественная практика: монография*. М.: Юрайт, 2018.
4. Жерновникова Н.В. Реклама информационных ресурсов вузовской библиотеки. *Университетская книга*. 2016;6:60–62.
5. Меркулов Э.В., Орешкин А.С. О проблеме мотивации учебной деятельности студентов в условиях обучения в вузе. *Современные тенденции развития науки и технологий*. 2016;3(11):82–84.
6. Селеменова Т.А., Крюкова М.С. О видах барьеров в педагогическом взаимодействии. *Современное образование: содержание, технологии, качество*. 2015;2:170–173.
7. Емалетдинов Б.М. Проблема мотивации учебной деятельности студентов. *Вестник Башкирского университета*. 2010;15(2):521–527.
8. Тихомирова Т.С., Кочетков Н.В. Взаимосвязь мотивации к обучению и рефлексии студентов бакалавриата очной формы обучения. *Психологическая наука и образование*. 2018;23(6):97–106. <http://doi.org/10.17759/pse.2018230609>
9. *Education at a Glance 2017: OECD Indicators*. Paris: OECD Publishing, 2017. <https://doi.org/10.1787/eag-2017-en>
10. Палаева Р.И. О философской и психологической трактовке явления инфантилизма. *Фундаментальные исследования*. 2015;2:1527–1531.
11. Галаяудинова С.И., Емалетдинов Б.М. Социальный инфантилизм как фактор безработицы среди молодежи. В кн.: *Системогенез учебной и профессиональной деятельности: материалы VII международной научно-практической конференции*. Ярославль, 2015. С. 149–152.
12. Балашов В.В., Пацула А.В., Ленков Р.В., Гайдукова Е.А. Проблема мотивации научной деятельности студентов вуза. *Социологические исследования*. 2016;4:127–130.
13. Попов В.А., Кондратьева О.Ю. Изменение мотивационно-ценностных ориентаций учащейся молодежи. *Социологические исследования*. 1999;6:96–99.
14. Баева А.Н., Пинайкина С.В. Поколение Y: мотивация в работе и обучении. *Мотивация и оплата труда*. 2015;4:258–263.
15. Скоробогатых И.И. и др. Выявление особенностей потребительского поведения студентов как сегмента молодежи на основе нетнографических исследований и онлайн-опросов. *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 2016;6(126):444–457.
16. Lanier K. 5 things HR professionals need to know about Generation Z: Thought leaders share their

- views on the HR profession and its direction for the future. *Strategic HR Review*. 2017;16(6):288–290. <https://doi.org/10.1108/SHR-08-2017-0051>
17. Парр Б. *Ловушка для внимания: Как вызвать и удержать интерес к идее, проекту или продукту*. 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2018.
18. Zajonc R.B. Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1968;9(2, Pt. 2):1–27. <https://doi.org/10.1037/h0025848>

REFERENCES

- Head E., Eisenberg M. *Truth Be Told: How College Students Evaluate and Use Information in the Digital Age*. SSRN. 2010, October 20. <http://doi.org/10.2139/ssrn.2281485>
- Razumova I.K., Kuznetsov A.Yu., Kirilliva O.V. Information support of Russian universities in core research areas. *Integratsiya obrazovaniya = Integration of Education*. 2017;21(3):505–521 (In Russ.). <https://doi.org/10.15507/1991-9468.088.021.201703.505-521>
- Korotkina I.B. *Models of training in the academic writing. Foreign and domestic experiences*. Moscow, Yurayt. 2018 (In Russ.).
- Zhernovnikova N.V. Advertising information resources of the university library. *Universitetskaya kniga*. 2016;6:60–62 (In Russ.).
- Merkulov E.V., Oreshkin A.S. On the problem of the motivation of students' learning activities in the conditions of education in high school. *Sovremnyye trendy razvitiya nauki i tekhnologii*. 2016;3(11):82–84 (In Russ.).
- Selemeneva T.A., Krukova M.S. About types of barriers in pedagogical interaction. *Sovremennoe obrazovanie: soderzhanie, tehnologii, kachestvo*. 2015;2:170–173 (In Russ.).
- Emaletdinov B.M. The problem of motivation of students learning activities. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*. 2010;15(2):521–527 (In Russ.).
- Tikhomirova T.S., Kochetkov N.V. The relationship of motivation to learning and reflection of undergraduate full-time students. *Psihologicheskaya nauka i obrazovanie*. 2018;23(6):97–106 (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/pse.2018230609>
- Education at a Glance 2017: OECD Indicators*. Paris: OECD Publishing, 2017. <https://doi.org/10.1787/eag-2017-en>
- Palaeva R.I. Philosophical and psychological definition of the phenomenon of infantilism. *Fundamental'nye issledovaniya*. 2015;2:1527–1531 (In Russ.).
- Galyautdinova S.I., Emaletdinov B.M. Social infantilism as factor of unemployment among youth. In: *Sistemogenez uchebnoy i professionalnoy deyatel'nosti: VII Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya*. Yaroslavl, 2015. P. 149–152 (In Russ.).
- Balashov V.V., Patsula A.V., Len'kov R.V., Gaidukova E.A. The problem of student's motivation of scientific activity. *Sotsiologicheskie issledovaniia*. 2016;4:128 (In Russ.).
- Popov V.A., Kondrat'eva O.Y. Changing motivations and value orientations of the student youth. *Sotsiologicheskie issledovaniia*. 1999;6:96–99.
- Baeva O.N., Pinaikina C.V. Generation Y: motivation in work and training. *Motivation and work payment*. 2015;4:258–263 (In Russ.).
- Skorobogatih I. Identifying features of consumer student's behavior as a subsegment of young people based on non-graphic research and on-line surveys. *Marketing i marketingovye issledovaniia*. 2016;6:444–457.
- Lanier K. 5 things HR professionals need to know about Generation Z: Thought leaders share their views on the HR profession and its direction for the future. *Strategic HR Review*. 2017;16(6):288–290. <https://doi.org/10.1108/SHR-08-2017-0051>
- Parr B. *Captivology: The Science of Capturing People's Attention*. Moscow: Alpina Publisher, 2018 (In Russ.).
- Zajonc R.B. Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1968;9(2, Pt. 2):1–27. <https://doi.org/10.1037/h002>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Васильева Валерия Алексеевна, заместитель директора Научной библиотеки Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации;
vasileva-va@sziu.ranepa.ru;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8300-5223>,
Researcher ID: D-2131-2014,
SPIN: 4529-7376

Васильева Валентина Стефановна, директор Центра информационной поддержки научных исследований Научной библиотеки Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации;
vasilyeva-vs@sziu.ranepa.ru;
SPIN: 8557-7406

Valeria A. Vasilyeva, Deputy Director of the Scientific Library of the North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration;
vasileva-va@sziu.ranepa.ru;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8300-5223>,
Researcher ID: D-2131-2014,
SPIN: 4529-7376

Valentina S. Vasilyeva, Director of the Information Support Center of Scientific Research of the Scientific Library of the North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration;
vasilyeva-vs@sziu.ranepa.ru;
SPIN: 8557-7406