

Секція 3. Бібліотека в структурі сучасних інформаційних комунікацій

1. Давидова І. О. ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ЯК ФАКТОР ЯКІСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ.....	3
2. Мар'їна О. Ю. АДАПТАЦІЯ БІБЛІОТЕК ДО ЦИФРОВОГО ПРОСТОРУ: ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН.....	7
3. Тарасенко Н. В. БІБЛІОТЕКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ДО ПИТАННЯ СТАНДАРТІВ ДІЯЛЬНОСТІ.....	10
4. Кривецький О. П. БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	13
5. Соколова І. В. ВЕБЛОГРАФІЯ ЯК ЗАСІБ ОРІЄНТУВАННЯ ЧИТАЧА В МАСИВІ ЕЛЕКТРОННИХ ТЕКСТОВИХ ЗМІ.....	18
6. Присяжна Л. В. VIBLIOSOWORKING У СТРУКТУРІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	22
7. Барабаш М. О. ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ОБЛАСНИМИ БІБЛІОТЕКАМИ ДЛЯ ЮНАЦТВА.....	26
8. Гах І. П. ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІБЛІОТЕЧНИХ МЕРЕЖАХ З ІНТЕГРАЦІЄЮ ПОСЛУГ.....	33
9. Рябоконт О. Д. ДЕРЖАВНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА З ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД.....	35
10. Медведєва В. М. ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕЧНИХ ЗАКЛАДАХ.....	42
11. Карпюк Д. В. КОНЦЕПЦІЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНА «ДОКУМЕНТ».....	45
12. Половинчак Ю. М. КРИТЕРІЇ ВИЗНАЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ ІНТЕРАКТИВНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ.....	49
13. Симоненко О. В. ЛІДЕРСТВО ЯК ЧИННИК МОДЕРНІЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНОЇ СФЕРИ.....	53
14. Бондаренко В. І. МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ В БІБЛІОТЕЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД.....	58
15. Польовик С. М. ОБРАЗ УКРАЇНИ НА СТОРІНКАХ РОСІЙСЬКИХ ГАЗЕТ: КОНТЕНТ-АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	63
16. Струнгар В. В. ОСОБЛИВОСТІ ПРЕДСТАВЛЕННЯ БІБЛІОТЕК У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА.....	66
17. Потіха А. Л. ПАРТІЙНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ ЯК ОБ'ЄКТ БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ІСТОРИОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ.....	71

18. Трачук Л. Ф. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ОБЛАСНИХ УНІВЕРСАЛЬНИХ НАУКОВИХ БІБЛІОТЕК ЗА КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЮ ПАРАДИГМОЮ.....	75
19. Блажкевич А. Л. ПРАВОВІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОВІДНИХ ТА ОБЛАСНИХ НАУКОВИХ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ.....	80
20. Волковинська В. О. ПРИНЦИП ПУБЛІЧНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФОНДУ ПРЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ НБУВ...84	
21. Пальчук В. Е. РОЛЬ БІБЛІОТЕКИ В РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙ СФЕРИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРИНЦИПАХ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ.....	88
22. Булахова Г. І. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІМІДЖЕВОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ БІБЛІОТЕК.....	91
23. Глушук Є. В. СУЧАСНІ МОНІТОРИНГОВІ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК.....	96
24. Кулицький С. П. ФІНАНСОВІ ВІДНОСИНИ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОГО БІБЛІОТЕЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	99
25. Желай О. П. МОДЕРНІЗАЦІЯ БІБЛІОТЕЧНОГО СЕРВІСУ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА КОМУНІКАЦІЙ.....	103
26. Соболева І. Г. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ.....	106
27. Терещенко І. Ю. ВІЗУАЛЬНИЙ БІБЛІОТЕЧНИЙ КОНТЕНТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА.....	109
28. Чернявська Л. В. БІБЛІОТЕКИ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ СВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА.....	111
29. Поперечна Л. А. КОРПОРАТИВНІ МЕДІАПРОЕКТИ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК У НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ ІМІДЖЕВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	115

УДК 021.1:005.94:004

Давидова І. О.,

завідувач кафедри бібліотекознавства та
інформаційно-аналітичної діяльності ХДАК,
д-р наук із соц. комунікацій, професор

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ЯК ФАКТОР ЯКІСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ

Згідно Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року «Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України» бібліотечна справа потребує комплексних організаційних, структурних і технологічних змін згідно з сучасними загальносвітовими тенденціями, що ставить питання впровадження системних трансформацій бібліотек з урахуванням усіх факторів зовнішніх і внутрішніх впливів на ці процеси. Сучасне зовнішнє середовище відрізняється якісно вищим рівнем інтелектуалізації соціокомунікаційного простору, який впливає на сталий розвиток бібліотек, зумовлює процеси їх саморозвитку як соціального інституту, соціокультурного й економічного суб'єкта комунікаційних відносин, забезпечує міру його керованості.

Мета інтелектуалізації інформаційного простору полягає в створенні системи виробництва і передачі на входи керуючих блоків соціуму змістовної інформації, що максимально відповідає завданню формування і прийняття управлінських рішень. Ці завдання можуть бути вирішені за умов упорядкування вітчизняних інформаційних ресурсів, організації доступу до світових баз і банків даних, власне інтелектуалізації інформаційних потоків і процедур переробки інформації за рахунок розгортання інформаційно-аналітичної діяльності.

Інтелектуалізація інформаційного простору супроводжується розвитком концепції управління знаннями (knowledge management – дослівно «менеджмент знань»). Теоретичним підґрунтям виокремлення управління знаннями став розвиток ресурсної теорії на початку 90-х років минулого століття, відповідно до якої фундаментальними джерелами конкурентних переваг організації є внутрішні ресурси, спеціальні характеристики та компетенції. Особливо акцентується саме на нематеріальних активах установи: знаннях, організаційній пам'яті, ключових компетенціях, навчанні, корпоративній культурі, іміджі організації. Знання стають економічним об'єктом, а обмін знаннями – видом економічної активності, яка впливає на ставлення до інших явищ економічної свідомості та економічної поведінки. Більше того, сьогодні фінансові та матеріальні активи тієї чи іншої організації можуть оцінюватися нижче за значенням, ніж інтелектуальні активи. Значення, роль останніх в організації різко зростають. Можна зафіксувати розгортання епохи економіки знань, коли технології, інтелектуальна власність, знання і здібності персоналу, загальна здатність організації до навчання перетворюються на основну форму активів, так звану інтелектуальну складову, яка виступає важливим фактором якісних трансформацій бібліотек України.

Трансформації бібліотечного соціального інституту наприкінці ХХ – поч. ХХІ ст. активно розвиваються і розгортаються в напрямках техніко-технологічних, організаційно-структурних, функціональних та управлінських змін під впливом процесів інформатизації й інтелектуалізації, поширення каналів комунікації та формування сучасного мережевого суспільства. Разом із тим, цей процес донині не набув системного керованого характеру

Пильна увага фахівців до проблеми трансформаційних та інноваційних змін за останні десятиріччя свідчить про те, що стрімке зростання мережевих технологій, а також технологій передання даних, систем управління і зберігання великих документно-інформаційних масивів фактично ліквідували монополію бібліотек на володіння систематизованими

даними. На документному рівні соціальних комунікацій інтравертний розвиток бібліотек завершується інноваціями, які яскраво виявилися в зміні технологічних засобів бібліотечної діяльності. Документно-інформаційний та когнітивний рівні соціальних комунікацій, якого сягає бібліотека, зумовлюють диверсифікацію бібліотечного виробництва: від цілісного документа до його фрагментів, текстів, смислів, знань. Ці зміни пов'язані з розробкою та широким упровадженням дедалі гнучкіших інформаційних режимів і систем, глибокою переробкою документальних потоків, виникненням фактографічних, гіпертекстових, повнотекстових, інформаційних та експертних систем. Вони потребують підвищення долі інтелектуальної праці співробітників бібліотечно-інформаційної сфери, розгортання інформаційно-аналітичної діяльності. У всіх значущих точках перетину і концентрації інформаційних потоків, особливо у наукових бібліотеках повинні бути створені вузли інтелектуальної переробки інформації, що формують інтелектуалізовану інфраструктуру інформаційного простору.

Прообразом інтелектуальних центрів найближчого майбутнього можна вважати служби, що органічно поєднують у своїй діяльності інформаційний моніторинг природних, техногенних і складних соціальних систем, забезпечують поточний контроль за динамікою соціальної сфери (спостереження за зміною тих чи інших параметрів, виявлення їх відхилень від штатних значень, прогнозування їх розвитку), інформаційний аналіз виявлених в ході моніторингу закономірностей, розробку сценаріїв управління кризовими і проблемними ситуаціями в керованій сфері. Фундаменталізація технологій моніторингу та аналітики вимагає оперативності, багатофакторного охоплення реальності, необхідних для ефективного соціального управління, що передбачає скорочення проміжних рівнів моделювання керованих систем в інформаційних потоках, створення нових технічних засобів, що забезпечують пряму включеність соціальної сфери в системи моніторингу.

Інформаційна аналітика, спираючись на наукові знання, загальні закономірності, найчастіше має справу з феноменологією буття, здійснюючи оцінку фактів і подій, прогнозуючи їх розвиток з урахуванням не тільки узагальнених типових параметрів, а й цілого спектра факторів, включаючи суб'єктивно-особистісні, випадкові впливи, а також свідомі акції конкуруючих сил, протиборство інтересів, активне втручання соціальних технологій. Виробництво наукового знання здійснюється в тому специфічному режимі часу, який продиктований непередбачуваністю евристичних процесів людського інтелекту, логікою і темпами наукового дискурсу.

Слід зауважити, що розвиток і вдосконалення інформаційно-аналітичної діяльності можливо лише при підвищенні комунікативної культури учасників процесу управління інформацією і комунікацією. Хоча при моделюванні інформаційно-комунікативного простору важлива не тільки компетентність, яка виступає як узагальнена характеристика рівня і якості комунікативних знань і вмінь, що включають пошук, сприйняття, оцінку, перетворення, зберігання і передачу інформації і повинна базуватися на медіаосвіті і медіаграмотності, але й інтелектуалізація та гуманізація глобального інформаційно-комунікативного простору.

Таким чином, зміни характеру роботи, важливість і зростання інтелектуального капіталу зумовлюють динаміку професійного середовища бібліотечних працівників, оскільки їхній рівень має піднятися до світових стандартів з урахуванням можливостей безперервних комбінацій у різноманітних робочих ситуаціях. Вирішення когнітивних завдань дозволить бібліотеці набути більшої конкурентноспроможності на ринку інформаційних продуктів і послуг, сприяти якісним трансформаціям як бібліотечно-інформаційного сервісу, так і бібліотечної діяльності в цілому.

УДК 021.1:004.67

Мар'їна О. Ю.,

доцент ХДАК,

канд. наук із соц. комунікацій

АДАПТАЦІЯ БІБЛІОТЕК ДО ЦИФРОВОГО ПРОСТОРУ: ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

Соціально-комунікаційні процеси багато в чому мають властивості, передбачені дослідниками попереднього століття. Життя підтвердило побоювання науковців, аналітиків, футурологів, що переваги інформаційного суспільства будуть доповнені важкими наслідками, викликаними новим домінуючим технологічним укладом суспільства. Широке впровадження новітніх технологій у всі сфери життєдіяльності людства, вибухові темпи розширення цифрового простору вже нині неминуче змінюють базові характеристики соціоекономічного життя, склад і структуру соціуму.

Світ поступово стає світом цифрових відкритих даних, які підвищують ефективність наукових досліджень, відкривають нові можливості для впровадження інновацій у всі сектори та галузі людської діяльності. Більше того, розширення цифрової комунікаційної інфраструктури, технології великих даних, ресурсні бази даних, пошукові системи, соціальні мережі, веб-сервіси дозволять моделювати економічні і соціальні процеси і безпосередньо впливати на них. Очевидною стає актуалізація дослідження впливу нового глобального цифрового середовища на розвиток матеріального і духовного життя соціуму та окремого індивідуума. Питання сталого розвитку бібліотек у цифровому медіапросторі залишається в числі нагальних проблем, які необхідно вирішувати для того, щоб, принаймні, не опинитися в становищі «зворотного розвитку».

Бібліотеки в цифровому просторі вже традиційно потрапляють у залежність від загальних тенденцій розвитку інформаційного мейнстріму.

Його перспективи в свою чергу визначають технологічні гіганти-корпорації, розробники програмного забезпечення, великі виробники масової інформації, добре капіталізовані медіа-компанії тощо. Саме вони, керуючись перш за все економічними категоріями, створюють або впливають на розвиток інфраструктури всесвітньої мережі та мережевої комунікації за допомогою масивних інфраструктурних інвестицій та важливих технологічних досягнень. Ці «гравці» визначають обсяг і якість використання глобального контенту, сприяють формуванню смаків інтернет-аудиторії, залежно від соціальних позицій, громадських чи політичних міркувань, етичних уявлень тощо.

Діяльність технологічних гігантів у цифровому медіапросторі змінює традиційну схему комунікації. Вона стає більш складною та розгалуженою, керованою, контрольованою, індивідуалізованою. Це виявляється в тому, що в цифровому просторі інформацію та послуги для широкої аудиторії користувачів надає невелика кількість корпоративних платформ. Найбільш успішними з них є ті, що розширюють свої дані шляхом участі користувачької аудиторії. При цьому кожен з користувачів не завжди є отримувачем інформації, частіше він виконує роль проміжної ланки в процесах подальшого поширення контенту. Більш того, доступ до певної платформи фактично обмінюється на особисті дані про користувача (профіль, анкетні данні тощо). У цьому випадку користувач розглядається як носій соціального графа, який забезпечить подальше поширення повідомлення в геометричній прогресії.

При такій ситуації спостерігається асиметрія комунікації: користувач споживає більше, ніж створює, він не розглядається як кінцевий одержувач інформації, а з 90% користувачів немає зворотного зв'язку, або він не є індивідуалізованим. Тобто медіа компанії «вивчають» свого користувача, «вчать» його, мотивують на просування та споживання необхідної інформації.

На відміну від технологічних гігантів, бібліотеки виявилися консервативними, більш схильними до збереження традиційних цінностей, ніж до створення нового інформаційного порядку. Побудовані на основі та навколо традиційного циклу інформаційного виробництва, вони не можуть повноцінно перейти у цифрове медіасередовище, навіть під тиском очевидних соціоекономічних змін чи поведінки споживачів. Сучасна медіаситуація надає бібліотекам характеристику інерційної адаптації, що з одного боку, пояснюється професійним консерватизмом, з іншого – складністю технологічних і організаційних інновацій.

Невизначеність, відсутність стратегії опанування та просування в цифровому медіапросторі, посилення тенденції конкуренції в боротьбі за споживача нині фактично призводять до втрачання монополії бібліотек на оперування інформацією яка існувала в аналоговому світі.

Адаптація бібліотек до реалій цифрового простору вже нині вимагає їх активної участі в системі інформаційних обмінів – вони покликані організувати обмін інформацією в мережевому гетерогенному середовищі. Ключовим механізмом успішної участі бібліотек у процесах формування та використання цифрового контенту повинно стати управління інформаційними пріоритетами користувачів. Технологія визначення та формування інформаційних пріоритетів нині стає однією з ключових для орієнтації у екзабайтах цифрового контенту. Для формування інформаційного впливу в медіасередовищі знадобиться значно активніша участь бібліотек (організаційні, інтелектуальні, фінансові зусилля) в найбільш масових інтернет-ресурсах: пошукових машинах, соціальних мережах, блогосфері тощо.

Перед бібліотечним співтовариством постає завдання створити нові умови комунікації, які служили б цілям розуміння, орієнтації та розваги окремих користувачів. Бібліотекам, бажаючим вступити в віртуальний цифровий простір, важливо сформувати стратегію розвитку «свого» нового комунікаційного середовища: змінити орієнтацію діяльності в медіа

середовищі зі створення контенту на дослідження інформаційних потреб користувачів; позиціонувати себе як надійне та безпечне джерело інформації, використовуючи для цього всі продукти та послуги, здатні запропонувати аудиторії більш глибоку і цікаву концепцію самореалізації; створити та постійно підтримувати імідж, що виокремить бібліотеки с-поміж інших учасників віртуального простору; запропонувати новий, більш дружній образ бібліотеки, за яким стоять реальні люди; заохочувати внесок користувачів (коментарів, конструктивної критики) у діяльність бібліотечних веб-проектів; застосовувати технології соціального медіамаркетингу, соціальні форми кооперації, обміну та самоорганізації та ін.

Таким чином, адаптація бібліотек до цифрового медіасередовища стає необхідністю та шансом, який потрібно реалізувати системно і в стислі терміни, керуючись при цьому не тільки технологічною та економічною доцільністю, але і соціальною значимістю бібліотечно-інформаційної сфери діяльності в умовах розширення інформаційного простору.

Helen_maryina@mail.ru

УДК 021.1:004.77:006

Тарасенко Н. В.,

мол. наук.співроб. НБУВ

БІБЛІОТЕКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ДО ПИТАННЯ СТАНДАРТІВ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасне бібліотечне інформаційне середовище, сформоване на платформі Web.2.0, створює нові можливості для організації інтерактивної інформаційної взаємодії бібліотеки з користувачами за рахунок використання

соціальних мереж. Бібліотечний сегмент простору соціальних мереж нині – досить значний і має тенденцію до швидкого росту. Сторінки у соціальних мережах популяризують бібліотеки в електронному середовищі, привертають увагу користувачів до їхніх ресурсів та послуг, слугують засобом для просування бібліотечних інформаційних продуктів, платформою для професійної комунікації бібліотекарів тощо. Вирішального значення для підвищення ефективності мережевої сторінки як засобу комунікації бібліотеки з користувачами мають її специфічні характеристики, яких вона набуває завдяки професійно створеному інтерфейсу та грамотно представленим матеріалам.

На сьогодні відсутні певні стандарти чи вимоги до зовнішнього вигляду та змісту сторінок у соціальних мережах взагалі і бібліотечних мережевих представництв зокрема, окрім умов відповідності їхньої інформації загальноновизнаним етично-моральним нормам та відсутності у їхніх матеріалах закликів до зміни конституційного ладу, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганди війни, насильства, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення. З огляду на те, що мережеві співтовариства в інтернет-середовищі є неформальними і передбачають відносну свободу змістовного наповнення та літературного стилю, будь-яка регламентація їх функціонування виглядає, з одного боку, недоречною. Втім, це твердження можна без сумніву застосувати лише до особистих сторінок у соціальних мережах, де свобода самовираження стає як головним мотивом спілкування, так і запорукою популярності того чи іншого користувача. Коли ж мова йде про офіційні мережеві сторінки установ чи організацій, створювані переважно з метою забезпечення більш активної комунікації з клієнтами, партнерами, споживачами послуг чи товарів, їх функціонування, очевидно, має слідувати у руслі певної концепції, спрямованої на досягнення цілей і завдань

конкретної установи. У цьому сенсі доречними можуть бути певні галузеві стандарти, які б визначали основні принципи та правила створення, оформлення, наповнення мережевих сторінок і підтверджувалися б відповідними нормативними документами (технологічними інструкціями). Це дало б можливість значно підвищити якість вказаних ресурсів, а також забезпечити наступність їх функціонування у разі тимчасової відсутності відповідального за цю роботу працівника чи його звільнення.

Разом із тим, істотним елементом якості мережевого представництва установи чи організації є кваліфікація персоналу, відповідального за створення, наповнення та підтримку сторінки у соціальній мережі. У більшості випадків така робота не передбачає окремої посади і здійснюється працівниками паралельно з їхніми основними обов'язками. Це призводить до перевантаження, яке у результаті впливає на якість роботи, або ж хаотичного наповнення мережевої сторінки розрізною інформацією, здійснюваного кількома, не завжди обізнаними у цьому процесі, людьми. Очевидно, що у такій ситуації є логічним включення роботи щодо підтримки функціонування мережевих інтернет-представництв установ до посадового навантаження відповідних працівників із відображенням у посадових інструкціях, які, своєю чергою, ґрунтуватимуться на кваліфікаційних вимогах до фахівців такої сфери діяльності, нормах часу та оплати праці спеціаліста.

У бібліотечній системі України поки що не розроблені документи, що регламентують діяльність бібліотек у соціальних медіа, тому створення сайтів і представництв бібліотек у соціальних мережах відбувається з урахуванням загальноприйнятих вимог до їхнього функціонування, а їхнє інформаційне наповнення часто визначається бібліотечними працівниками інтуїтивно. Проте, з огляду на зростаючу роль бібліотек як важливої складової інформаційної інфраструктури, що надає доступ до якісної, достовірної та структурованої інформації, та, виходячи з твердження про приналежність бібліотечних сторінок у соціальних мережах до інформаційних продуктів бібліотек, актуальною видається розробка і

запровадження стандартів присутності бібліотек у середовищі соціальних мереж, які включали б, зокрема, сформовані на основі моніторингу присутності бібліотек у соціальних мережах та рекомендацій фахового середовища орієнтовні стандарти дизайну обкладинки та інформаційного наповнення мережевої сторінки бібліотеки, посадові інструкції та норми праці бібліотечного фахівця зі створення і підтримки функціонування цього ресурсу.

Підґрунтя для пропозицій щодо загальних вимог чи стандартів створення мережевих сторінок бібліотек можуть скласти запропоновані у бібліотекознавчій літературі критерії їх аналізу, зокрема, рівень надання інформації про бібліотеку, конвергентність, змістовність інформації, інтенсивність зворотного зв'язку тощо. Загальне уявлення про правила створення і функціонування мережевих представництв українських та зарубіжних бібліотек можна отримати, дослідивши їхні сторінки у найпопулярніших соціальних мережах.

УДК 021.1:004.774

Кривецький О. П.,

голов. редактор НЮБ НБУВ

БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Суспільна роль масової комунікації, можливості її впливу на громадську думку та суспільні настрої, особливості функціонування ЗМІ завжди привертали до себе неабияку увагу. Функціонування і розвиток системи масової комунікації в сучасній Україні мають суттєві особливості,

що зумовлено як загальними сутнісними характеристиками трансформаційних суспільств, так і власне українськими реаліями. Нині особливого значення набуває масова комунікація як відносно новий соціальний інститут, функція якого полягає у виробництві інформаційного продукту і поширенні знань. У цих процесах безперечно важливу роль відіграє бібліотека, яка організовує накопичення і передання соціально важливої інформації в часі і просторі; її послугами одночасно може користуватися необмежена кількість людей. Завдяки реалізації притаманних їй функцій, бібліотека стає однією з найпродуктивніших масово-комунікаційних структур, що надає широкі можливості звернення до колективної пам'яті людства.

Бібліотека має свою масову аудиторію, яку становлять представники усіх соціальних груп і категорій суспільства, незалежно від вікових, національних і соціальних ознак, релігійних і політичних поглядів. Основою діяльності будь-якої бібліотеки є її документний фонд (друковані, електронні, мультимедійні, віртуальні ресурси), соціально-інформаційна значимість яких відповідає потребам суспільства. Засобами і каналами підтримки комунікаційного середовища бібліотеки є відповідні технології і процеси, матеріально-технічний і кадровий ресурси. Варіативність каналів передання інформації уможлиблюється завдяки комунікативності бібліотеки як відкритої системи, що розвивається і формується відповідно до інтересів і прагнень суспільства, на чому наголошують бібліотекознавці.

Слід зазначити, що серед соціально-економічних, техногенних, геополітичних, екологічних та інших проблем сучасного суспільства особливе місце посідають процеси трансформації загальнолюдських цінностей і ціннісних орієнтацій, у яких важливу роль відіграє бібліотека. У бібліотечному діяльнісному середовищі комунікація існує як поліфункціональний процес та універсальний фактор, де одну з ключових функцій виконує бібліотекар. Незважаючи на деякі песимістичні прогнози щодо безперспективності бібліотечної професії за умов розвитку

інформаційного суспільства, час і практика довели, що бібліотекарі цілком здатні не лише органічно долучитися до соціокомунікаційних процесів, а й виконувати місію організаторів і виконавців масово-комунікаційних процесів.

Сучасним бібліотекарям доводиться працювати з різними, зокрема соціально-проблемними категоріями населення, засобами своєї діяльності створювати соціально та інформаційно привабливе середовище для забезпечення різноманітних (когнітивних, інформаційних, культурно-освітніх, творчих, дозвіллевих та ін.) потреб різних користувачів. Окрім того, сучасні бібліотекарі успішно виконують роль консультантів, аналітиків, технологів, порадників, викладачів, співпрацюють не лише з постійним контингентом користувачів, а й з незнайомими людьми, т. зв. «нечитачами», які для забезпечення своїх інформаційно-комунікаційних, культурно-дозвіллевих потреб надають переваги не книзі, а електронним засобам масової інформації: телебаченню, Інтернету тощо.

Головним об'єднуючим елементом між бібліотекою і масовою комунікацією є книга (газета, журнал) як документ, носій інформації, основний традиційний інформаційний ресурс суспільства. Книга (друковані видання) є надійним засобом комунікації – місцем зберігання інформації і засобом її трансляції, що збільшує можливості комунікаційних контактів між сучасниками, різними поколіннями та представниками різних культур. Сучасна бібліотека, трансформуючись в інформаційно-культурний центр, приділяє особливу увагу організації комфортного бібліотечного простору; опановує сучасні інтернет-комунікації; поряд із традиційними формами масової роботи активно впроваджує в практику інноваційні технології масової комунікації, які сприяють формуванню нового образу бібліотеки, розкривають новітній інформаційно-культурний потенціал її можливостей і послуг; співпрацює із засобами масової комунікації, використовуючи їх можливості для популяризації повного спектра бібліотечних послуг.

Як один із провідних виробників і постачальників інформаційних послуг, що потребують застосування дієвих і апробованих засобів їх популяризації, бібліотека активно впроваджує в практику паблік рілейшнз (зв'язок із громадськістю). Важливо звернути увагу на те, що в соціальних комунікаціях поняття «канали масової комунікації» синонімізується з поняттями «засоби масової комунікації» та «мас-медіа» і нині розглядається в трьох основних аспектах. Перший пов'язується із можливостями новітніх ЗМК у контексті розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернету, другий – із використанням традиційних засобів масової комунікації за умов віртуального простору. Третій аспект спрямовується на формування новітніх мас-медіа. Зважаючи на високий рівень технологізації та медіатизації сучасного бібліотечного простору, треба зазначити, що вказані аспекти є актуальними у сфері інформаційно-бібліотечної діяльності. Суттєвою особливістю бібліотеки є те, що для реалізації своєї соціокомунікаційної місії вона обирає найприйнятніші, найоптимальніші і найефективніші види діяльності, які водночас виконують роль комплексних комунікаційних каналів, засобів.

У напрямі розвитку нових форм взаємодії з населенням бібліотека концептуалізується як «третє місце», де, окрім дому і роботи, людина може мати всі умови для відпочинку та самовдосконалення, а також для реалізації своїх здібностей та культурних потреб. У цьому разі великого значення набуває муніципальне реформування бібліотечної сфери. По-перше, стратегія розвитку бібліотек передбачає, що всі громадяни повинні мати однакові можливості доступу до бібліотечних сервісів і послуг, відтак соціокомунікаційна діяльність має зосереджуватися на їхніх культурних потребах і спрямовуватися також на некористувачів. По-друге, дедалі більшого значення набуває факт використання бібліотеками соціальних медіа й Інтернет-мереж, що сприяє розширенню структури бібліотечних комунікацій, інтерактивному діалогу між бібліотекою і користувачами, налагодженню соціального обміну, популяризації бібліотечних фондів.

Як переконливо свідчить досвід останніх років, соціальні мережі (СМ) дедалі глибше входять у життя суспільства, стають одним з основних, а головне, найоперативніших розповсюджувачів новин. Одним з актуальних напрямів взаємодії бібліотек і СМ, а також розвитку інформаційно-аналітичної діяльності універсальних інформаційних центрів, на які перетворюються великі бібліотеки, є активне використання соціальних мереж як джерела інформації. Водночас і життя суспільства значною мірою проєкціюється на соціальні мережі. Структура, контент соціальних мереж, тематика спілкування користувачів відображають актуальні проблеми суспільного життя. Насамперед, мова йде про творчу самореалізацію особистості, її самовираження через спілкування, налагодження професійних та особистісних зв'язків, розвиток соціальної журналістики.

Отже, в бібліотечній практиці соціальні мережі – це додатковий канал популяризації інформаційних послуг, інструмент поширення інформації, що свідчить про важливе місце бібліотеки в системі масової комунікації. Це підтверджують такі основні тенденції і напрями інтеграції бібліотеки до медійного простору:

- взаємоінтеграція мережевих і бібліотечних сервісів під час донесення оперативних повідомлень до широкого загалу користувачів із інформаційною та рекламною цілями;

- розвиток бібліотечного блогінгу як інструменту поширення професійної інформації;

- використання соціальних мереж як рекомендаційного сервісу, інформаційного джерела, засобу інтернаціонального науково-інформаційного обміну;

- формування кластерних систем інформаційних ресурсів і користувачів.

Отже сучасна бібліотека – один із наймасовіших та найдоступніших осередків організації громадського інформування та спілкування, що є визначальним фактором її ролі й важливого місця в системі масової

комунікації. У подальшому, маючи відповідний інформаційно-ресурсний потенціал, який нині значно посилюється завдяки створенню власної мультимедійної продукції та можливості доступу через Інтернет до масивів електронної інформації, бібліотеки зможуть претендувати на роль масових інформаційних осередків, здатних оперативно доносити до громадян суспільства інформацію з різних життєво важливих питань.

informozavr@ukr.net

УДК 021.1:044.774.6

Соколова І. В.,

мол.наук. співроб. НБУВ

ОПТИМІЗАЦІЯ РОБОТИ БІБЛІОТЕК З ЕЛЕКТРОННИМИ ТЕКСТОВИМИ ЗМІ ЧЕРЕЗ СТВОРЕННЯ ВЕБЛІОГРАФІЧНИХ СПИСКІВ

Використання комп'ютерної техніки розширило можливості бібліотек у роботі з періодичними виданнями. На сьогодні робота бібліотекаря з періодикою ґрунтується на традиційній методиці з використанням можливостей електронного середовища, при цьому поява бібліотечних сайтів уможливила надання інформаційних послуг через мережу Інтернет. Інформаційно-комунікаційні технології у роботі з періодикою дозволили полегшити значну частину операцій з опрацювання документів і обслуговування читачів, докорінно змінився алгоритм виконання окремих операцій бібліотечної роботи. Саме залучення комп'ютерної техніки уможливило створення електронного каталогу, оцифрування періодики минулих років і формування електронних колекцій літератури, відкрило

доступ користувачам до аналітично-бібліографічних продуктів за матеріалами преси через бібліотечний сайт, інформування в мережі про нові надходження, документні виставки, соціокультурні заходи тощо. Завдяки активному обміну інформацією в Інтернеті стала можливою кооперація бібліотечних закладів в аналітичному опрацюванні газет і журналів для ведення картотеки статей, що сприяє оптимальній організації робочого процесу (економії робочого часу і людських ресурсів, уникненню дублювання в роботі). Простота роботи і широкі можливості комп'ютерних програм дозволяють будь-якій бібліотеці створювати електронні бібліографічні ресурси, доступні безпосередньо у бібліотеці або через Інтернет.

Електронні текстові ЗМІ відкриті в Інтернеті для користувача і не входять до бібліотечного фонду, але за бібліотекою залишається важлива функція навігатора і консультанта у пошуці джерел в електронному просторі. Щоб допомогти користувачам зорієнтуватися у колі електронної періодики, бібліотеки складають вебліографічні списки, які розміщують на своїх веб-сторінках. Вебліографічні списки і посібники складаються зі згрупованих у розділи чи розташованих у довільному порядку описів електронних ресурсів віддаленого доступу. Основним завданням укладачів вебліографічних списків є відбір і систематизація найцінніших ресурсів Інтернету. Залежно від завдань, поставлених кожною конкретною бібліотекою, цей ресурс відрізняється за напрямом, тематикою, призначенням, читацькою аудиторією.

На сьогодні бібліотеки пропонують користувачеві електронні списки всеукраїнських газет і журналів, регіональних ЗМІ, тематичні і універсальні підбірки періодики. Лише ретельний аналіз та відбір джерел працівниками бібліотек дає змогу сформувавши необхідний перелік інтернет-ресурсів з якісним контентом. Центрами зі створення вебліографічних списків є провідні бібліотеки України. Рекомендаційні списки електронних ЗМІ пропонують читачам обласні наукові бібліотеки, публічні, відомчі

бібліотеки. Прикладом вебліографічного списку може слугувати веб-сторінка Кіровоградської ОУНБ «Преса в Інтернет», яка відкриває доступ читачеві до найвідоміших загальноукраїнських електронних ЗМІ, електронної періодики Кіровоградщини, літературних видань України. Усі позиції в списку мають вигляд гіпертексту і дають змогу перейти безпосередньо до видання. Надзвичайно корисним для читача є і список електронних журналів із різних галузей знання, який підготувала бібліотека. На сторінці зазначається, що останніми роками у бібліотеці відбувається скорочення передплати періодичних видань, але запропонований список електронних журналів, що містить близько 180 джерел, які бібліотека не отримує, відкриває можливість користувачеві ознайомитися з повнотекстовими версіями цих видань у всесвітній мережі Інтернет. Окремі позиції в списку мають пояснювальну записку, в якій вказано періодичність виходу видання, його спрямування тощо. Цей напрям роботи ще тільки розвивається, вебліографічні списки вітчизняної періодики відсутні на багатьох сайтах українських бібліотек. Зауважимо, що електронний простір дуже динамічний, отже, вебліографія потребує постійної уваги, уточнення і доповнення. Крім пильної уваги до якості цього ресурсу з боку укладачів вебліографічних списків, у цій роботі значну допомогу можуть надавати користувачі, які через мережу мають можливість повідомляти про знайдені неточності або недіючі посилання.

Водночас зазначимо, що комп'ютеризовані форми роботи з періодичними виданнями та використання інформаційно-комунікаційних технологій на сьогодні не доступні для переважної більшості українських публічних бібліотек. Виходячи з даних, наведених у статистичному збірнику «Бібліотечна Україна в цифрах», ступінь комп'ютеризації бібліотечної галузі на сьогодні ще досить низький. Так, в Україні послуги користувачам у 2014 р. надавало 16 тис. публічних бібліотек підпорядковані Міністерству культури України, з яких лише кожна четверта була оснащена комп'ютерною технікою. Загалом ситуація на селі гірша, ніж в містах. У сільській місцевості працює 13,2 тис. публічних бібліотек, з яких комп'ютеризовано лише 13 %.

Кількість бібліотек, що мають доступ до Інтернету ще менша, адже не всі бібліотечні заклади, які мають у своєму розпорядженні комп'ютерну техніку, підключені до мережі. У цілому по країні станом на 2014 р. до Інтернету було підключено 20,7 % публічних бібліотек, у сільській місцевості цей доступ мали 11 % закладів. Ці дані свідчать про те, що процес включення бібліотечної мережі до Інтернет-середовища перебуває в стадії становлення і ще далекий до завершення.

Водночас спостерігається зростання популярності і затребуваності електронних бібліотечних сервісів у користувачів, а також збільшення звернень на веб-сайти публічних бібліотек майже в усіх регіонах України. У 2014 р. було зафіксовано 13,3 млн звернень до послуг бібліотек за допомогою мережі Інтернет. Порівняння показника відвідування веб-сайтів ОУНБ, міських і сільських бібліотек свідчить, що найактивніше користувачі долучаються до інформації саме з сайтів обласних універсальних бібліотек. Найменше відвідувань сайтів сільських бібліотек, хоча залучення користувачів і до цього ресурсу з року в рік збільшується.

Отже, процеси бібліотечної роботи, які здійснюються з застосуванням комп'ютерних технологій вивели на новий рівень роботу з користувачем, що робить можливим повніше розкрити фонд друкованої періодики, надавати допомогу під час пошуку джерел у надзвичайно великому масиві електронних текстових ЗМІ. Бібліотека, яка отримала конкурента в інформаційному просторі у вигляді Інтернет-мережі, упродовж останніх двох десятиріч перебудовує свою роботу. Якісний рівень ресурсу, викладеного на бібліотечному сайті, – важливий критерій, який зумовлює відвідуваність і популярність сайту, інтенсивність звернень користувачів залежить від повноти і якісного наповнення сайту. Відзначимо, що бібліотечні сайти загалом мають дуже різний інтерфейс та різне групування матеріалу, відповідно вебліографічні списки на різних сайтах віднесені до різних рубрик на різному рівні розгалуження дерева меню. На окремих сайтах цей ресурс розміщений на досить глибоких рівнях меню і не достатньо привертає увагу

користувача. Уніфікація базового рубрикатора бібліотечного сайту, розміщення вебліографічних списків на менш глибоких рівнях меню, простота назв, максимальна відповідність назви рубрики змісту розміщеного на ній матеріалу – шлях до покращення бібліотечного обслуговування й інформування населення.

УДК 021.1:004.77

Присяжна Л. В.,

наук. співроб. НБУВ,

канд. наук із соц. комунікацій

VIBLIOSOWORKING У СТРУКТУРІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Бібліотека як соціальна інституція існувала упродовж багатьох століть, змінюючись зовні й внутрішньо. Сьогодні бібліотеки переживають кризу, спричинену як появою нових інформаційних технологій, так і економічними умовами.

Сучасний читач передусім потребує безкоштовного, легітимного і мобільного доступу до будь-якого виду інтелектуального контенту, представленого не тільки в паперовій, а й у цифровій формі (книги, періодика, аудіо, відео, ігри тощо); отримання висококваліфікованої консультативної допомоги при зверненні до інформаційних ресурсів усіх можливих видів і форматів; надання простору для живого спілкування тощо.

Запити читачів та виклики сьогодення зумовили перегляд фундаментальних уявлень про роль і місце бібліотек у суспільстві та основних принципів організації бібліотечної справи.

Розглядаючи сучасну діяльність бібліотеки як сукупність пріоритетних напрямів, спрямованих на підвищення ефективності та якості забезпечення суспільних потреб, можна констатувати, що реалізація визначеної стратегії розвитку бібліотек можлива на основі побудови ефективної системи взаємовідносин із зовнішнім середовищем та раціональним використанням внутрішнього потенціалу.

На переконання доктора історичних наук В. Горового, бібліотечні заклади відповідатимуть вимогам сьогодення, успішно виконуватимуть роль основних елементів інфраструктури з управління інфоресурсами суспільства за умов, «коли бібліотечні заклади як загальносуспільні інформаційні центри стануть також центрами передового досвіду, наукової думки, просвіти й освіти для категорій громадян, що долучаються до сучасних інформаційних технологій, та вводять їх у свій спосіб життя» [1].

Отже, щоб утримати свої позиції у сучасному інформаційно-комунікаційному просторі суспільства, бібліотечні установи, без сумніву, доконче потребують креативних, сучасних інформаційних, комунікаційних технологій.

Зокрема, сучасні бібліотеки можуть бути якнайкращою заміною офісу, домашньому кабінету або коворкінгу.

Сьогодні серед фрілансерів, віддалених співробітників, перекладачів, програмістів, дизайнерів і підприємців тощо має величезний попит коворкінг, який займає проміжне місце між роботою вдома і використанням окремого офісу. Тільки в Києві налічується вже понад 30 коворкінг-центрів, де будь-яка людина може орендувати повноцінний офіс із оргтехнікою та конференц-залом.

Загалом поняття «коворкінг» (co-working, або coworking) трактується як обладнаний усім необхідним для роботи простір, що здається в оренду будь-кому з охочих на певний термін (день, тиждень, місяць, кілька місяців).

Більшість коворкінг-центрів пропонують резидентам як постійні, так і «плаваючі» місця – роботу на будь-якому вільному місці, не закріпленому за

іншим учасником або командою. У «гостьовому» форматі коворкінг-центри надають відвідувачам короткострокову оренду місць, переговорних кімнат і офісної інфраструктури.

Утім, на думку сучасних соціофахівців, бібліотеки є найпривабливішим місцем для створення коворкінгу. Адже в бібліотек є свій дух – дух знань і своє, бібліотечне, інформаційно-комунікаційне мікросередовище, що сприяє накопиченню знань.

Крім того, бібліотека має можливість надати фізичний простір для того, щоб люди збиралися разом, обговорювали щось, створювали ініціативи на локальному рівні тощо.

Тобто в подібній моделі – *bibliocoworking* – на перший план виступає використання приміщення бібліотек, наприклад як мобільний офіс, а традиційні функції бібліотеки відходять вже на другий план.

Про перспективу *bibliocoworking* говорить досвід бібліотеки № 10 м. Гельсінкі. У 2005 р. співробітники бібліотеки зважилися на експеримент – змінити традиційний простір, враховуючи потреби нових читачів.

Директор бібліотеки Карі Лямся зазначає, що «головна функція бібліотеки нового формату – надати відвідувачам простір, обладнання та ноу-хау, а далі вони вже самі зможуть вирішити, що з усім цим робити» [2]. Водночас бібліотекарі допомагають відвідувачам знайти потрібну книгу або аудіозапис, надають комп'ютерну допомогу, безкоштовно надають канцтовари. Серед додаткових послуг – консультації з пошуку роботи або курси комп'ютерної грамотності (це особливо актуально для людей старшого віку).

Цікавим є також досвід Наукової бібліотеки Української академії банківської справи НБУ, у приміщенні якої створено Центр спільної роботи та інновацій (коворкінг-центр) UTime Hub.

До складу коворкінг-центру UTime Hub входять: івент-простір, робочий простір «Вільне місце», робочий простір «Твоє місце», літературний простір, інший простір, медіо простір, Skype room (переговорна кімната),

Game room (ігрова кімната), до складу якої входить Movie room (кінозал), Конференц-центр UTime Hub, Smart cafe (Розумне кафе).

Коворкінг-центр UTime Hub має також соціальну складову, оскільки передбачає на безкоштовній основі проводити кілька годин тренінгів для громадських організацій з метою підвищення громадянської позиції в м. Суми.

Отже, створення bibliocoworking дасть змогу не тільки використовувати потенціал бібліотек як місце, де можна провести зустріч із діловими партнерами, взяти участь у різного роду навчальних, соціальних і спеціальних заходах тощо, а й звернути на себе увагу представників технологічної і креативної спільнот, сприятиме залученню нових користувачів. А це – додатковий дохід, відвідуваність і нові форми роботи.

Список використаних джерел:

1. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий // НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського ; наук. ред. Л. А. Дубровіна. – Київ, 2010. – 360 с.

2. Иностранный опыт: Как библиотека в Хельсинки стала «третьим местом» [Электронный ресурс] : веб-сайт. – Режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/situation/abroad/121859-helsinki-library>. – Загл. с экрана.

plv64@ukr.net

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ОБЛАСНИМИ БІБЛІОТЕКАМИ ДЛЯ ЮНАЦТВА

Мережа бібліотек України, що обслуговують юнацтво та молодь, нараховує 18 обласних бібліотек для юнацтва, 3 обласні бібліотеки для молоді (Дніпропетровська ім. М. Світлова, Тернопільська, Рівненська), Закарпатську обласну бібліотеку для дітей та юнацтва. Майже всі з них представлені хоча б в одній соціальній мережі.

Аналіз інформаційного наповнення сторінок дає можливість окреслити основні напрями використання юнацькими бібліотеками соціальних мереж.

На сторінках юнацьких бібліотек у соціальних мережах найчастіше розміщені:

- інформація про контакти, адресу, години роботи;
- анонси заходів;
- невеликі звіти про проведенні заходи;
- фото бібліотеки;
- відео про бібліотеку, буктрейлери, виставки;
- календар бібліотечних подій;
- онлайн-опитування користувачів;
- посилання на популярні спільноти та інші електронні ресурси.

Найбільш використовуваними соціальними мережами в обласних бібліотеках для юнацтва є ВКонтакті – 34 % бібліотек і Facebook – 28 % установ. Однокласники та YouTube.com використовують 12 % книгозбірень, лише 8 % установ представлено у Google+ і 6 % – у Twitter.

Серед фаворитів юнацьких бібліотек – соціальні мережі ВКонтакті, яку використовує найбільша кількість бібліотек – 17, і Facebook. Такий вибір є

виправданим, адже саме на цих платформах зосереджена найбільша кількість українських користувачів.

Зрозуміло, що інформація, яка розміщується в обох соціальних мережах, дублюється. Винятком у цьому випадку є представництво ВКонтакті Харківської обласної бібліотеки для юнацтва – рекордсмена з використання соцмереж серед бібліотек для юнацтва і молоді. ВКонтакті ця книгозбірня представлена не як спільнота, а у вигляді персональної сторінки користувача, що ускладнює її контекстний пошук. Утім, не зважаючи на це, представництво установи в цій мережі має 1384 послідовників, що є доволі високим результатом. Сторінка містить багато публікацій, ілюстрованих дитячими малюнками учасників різноманітних бібліотечних конкурсів. Книгозбірня співпрацює з великими місцевими спільнотами в цій соцмережі, які залучаються до рекламування найцікавіших заходів, що організуються установою, наприклад «Харьков – куда б сходить?».

Facebook – найбільша світова мережа, в якій представлено 14 бібліотек, обраних для аналізу. Найбільшу кількість послідовників у цій соцмережі має представництво Волинської обласної бібліотеки для юнацтва – 805 (станом на 24.04.2015 р.). У спільноті проводяться конкурси для залучення користувачів, стильно оформлені анонси заходів, розміщені фотозвіти, представлена інформація про книжкові виставки та просто цікава інформація, яку може вподобати читаюча молодь. Оновлення записів здійснюється в режимі 2–3 нові публікації в день. Наявність коментарів користувачів під публікаціями та поширення дописів групи свідчать про ефективність її діяльності. Слід також позитивно відзначити оригінальний дизайн та розміщення логотипу бібліотеки на сторінці в мережі.

Доволі ефективним є також представництво у Facebook Запорізької обласної бібліотека для юнацтва, за оновленнями якого слідкує 796 користувачів (станом на 24.04.2016 р.). Хоча сайт книгозбірні не функціонує, бібліотечні фахівці здійснюють інформування користувачів за допомогою

соцмереж. Бібліотека має свій власний проект «Літературна штольня» і ефективно його використовує для залучення користувачів.

Значного поширення серед юнацьких бібліотек набуло розміщення відеоматеріалів у мережі YouTube.com, яка дає змогу завантажувати відеофайли власного виробництва. Наприклад, представництво Харківської обласної бібліотеки для юнацтва в мережі YouTube.com станом на 24.04.2016 р. містило більше 50 відеозаписів, серед яких – цікаві буктрейлери, електронні виставки, телепередачі за участю бібліотекарів на місцевому телеканалі, відео з заходів у бібліотеці і багато іншого. Середня кількість переглядів розміщеного відео – від 10 до 15. Оригінальним стилем привертає увагу представництво в YouTube.com Полтавської обласної бібліотеки для юнацтва, кожне відео якої містить стильну заставку. Щодо переглядів розміщених матеріалів, то їхня кількість нерівномірна – від 15 до 400 під декількома записами. Наявні відео не лише про бібліотеку, її фонди і послуги, а й інша корисна інформація, яка може зацікавити користувачів.

Основною метою використання юнацькими бібліотеками мережі Twitter є оперативне ознайомлення користувачів з новинами про бібліотеку, організація інтерактивного обговорення цікавих і актуальних тем. З трьох обраних для аналізу бібліотек, які мають акаунти в Twitter, порівняно активно функціонує лише представництво Херсонської обласної бібліотеки для юнацтва ім. Бориса Лавреньова. Сторінка налічує 350 читачів та регулярно оновлюється, в основному публікаціями з бібліотечного сайту.

Підвищенню ефективності бібліотечної роботи в мережевому середовищі сприятиме урахування в процесі її організації таких аспектів:

1. Визначення соціальної мережі для організації бібліотечного представництва має відбуватися з урахуванням специфіки користувацької аудиторії. Не варто розпоршуватись на велику кількість спільнот, адже підтримка функціонування кожної з них вимагатиме зусиль і часу бібліотечного фахівця. Більш доцільним є наповнення якісним контентом одного мережевого представництва бібліотеки.

2. Перед початком діяльності бібліотеки в соціальній мережі слід визначитись із концепцією такої діяльності, її цілями і пріоритетами (реклама бібліотеки, залучення користувачів до книгозбірні, анонсування заходів, просування фондів тощо).

3. Уваги бібліотечних фахівців потребує дизайн представництва установи в соціальній мережі, дотримання єдиного стилю, розміщення на сторінці логотипу установи у випадку його наявності, а також оформлення публікацій, особливо анонсів заходів, оскільки їхня мета – не лише проінформувати, а й сприяти залученню.

4. З метою залучення нових користувачів доцільним є періодичне здійснення контекстного пошуку людей за містом з акцентом на вік (юнацтво). При цьому наповнення сторінки якісним контентом сприятиме розширенню аудиторії.

5. Ефективним інструментом підтримки уваги користувачів до представництва бібліотеки в мережі та просування книг з бібліотечного фонду є організація інтерактивного спілкування. Наприклад, Київська обласна бібліотека для юнацтва проводить на своїй сторінці в мережі ВКонтакті опитування стосовно прочитаних книг. Якщо багато читачів висловили високу оцінку якоїсь книги, то велика імовірність, що на неї буде звернена увага інших користувачів. Також варто публікувати рейтинги книг, що користуються найбільшим попитом користувачів, за жанрами, за автором і т. п., не забуваючи вказувати, де і як ці книги можна знайти в книгозбірні.

6. Додаткові можливості для розширення аудиторії користувачів надає створення суміжних спільнот та виокремлення окремими сторінками подій. Наприклад, Одеською обласною бібліотекою для юнацтва створені суміжні спільноти проекту з вивчення англійської мови та відділу мистецтв.

7. Власний контент завжди є пріоритетним, тож не варто захоплюватись перепублікаціями інформації, що розміщується в мережі іншими користувачами, адже це – реклама їхніх сторінок. Адже призначенням функціонування бібліотечного представництва в мережі є, в

першу чергу, реклама саме бібліотеки, її продуктів і послуг, а вже потім – агрегація інформації.

8. Представництво бібліотеки в соціальній мережі має бути ув'язано з бібліотечним веб-сайтом взаємними гіперпосиланнями.

Результати проведеного дослідження дають підстави для висновку стосовно недостатньо ефективного використання бібліотеками для юнацтва і молоді інструментарію соціальних мереж для просування своїх фондів, продуктів та послуг. На сьогодні можна говорити лише про початок вивчення бібліотеками тих можливостей, які надають соціальні медіа для бібліотечного обслуговування. З усіх проаналізованих бібліотек лише декілька використовують можливості соціальних мереж комплексно, але і вони залишають поза увагою рекламу своїх фондів, літератури та нових надходжень.

Водночас, те, що близько 65 % розглянутих бібліотек для юнацтва активно займаються просуванням книгозбірні в соціальних мережах, свідчить про розуміння бібліотечними фахівцями важливості опанування інструментарієм соціальних медіа і залучення до бібліотеки мережевої аудиторії.

Гак І. П.,

мол. наук. співроб. НБУВ

ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІБЛІОТЕЧНИХ МЕРЕЖАХ З ІНТЕГРАЦІЄЮ ПОСЛУГ

З погляду споживача телекомунікаційного обслуговування виділяють такі основні класи інформації: мова; відео; оперативні дані; файли даних; відеофайли; аудіофайли. Відповідно до прийнятої класифікації передача кожного з цих видів інформації відповідає визначеному класу телекомунікаційного обслуговування.

Відзначимо, що в бібліотечних мережах з інтеграцією послуг надаються ті види обслуговування, які є традиційними для мереж на основі комутації каналів (передача мови, відео), але не для мереж передачі даних на основі комутації пакетів. Очевидно, що різні технічні показники мають різне значення для класу мереж з інтеграцією послуг і загального класу мереж передачі даних. Розглянемо значимість вимог, пропонованих кожним видом телекомунікаційного обслуговування до технічних показників цифрових мереж інтегрального обслуговування (далі ЦМІО):

– «середній час доставки інформації» є критичним показником якості з'єднання для передачі мови, відео й оперативних даних, де затримка на час, більший припустимого, означає безповоротну втрату такої інформації;

– «пропускна здатність з'єднання» є критичним показником якості з'єднання для передачі мови і відео, тому що для таких видів телекомунікаційного обслуговування існують технічні межі мінімального обсягу даних, переданих за одиницю часу і необхідних для адекватного відновлення інформації в точці прийому в реальному часі. Достатня

пропускна здатність з'єднання потрібна також при передачі великих масивів інформації за кінцевий час;

– «вірогідність помилки передачі інформації» є істотним показником при передачі точних видів інформації: бінарної оперативної інформації, бінарних файлів даних. Помилка одного біта інформації може привести до неможливості використання цілого масиву даних;

– «коефіцієнт готовності послуги» є важливим для оперативних видів обслуговування, призначених для передачі інформації в реальному масштабі часу. Оперативні дані не можуть бути відкладені для передачі пізніше, тому що втрачуть свою актуальність;

– «гарантована якість послуги» – частка гарантованої пропускної здатності або частка інформації, що доставляється за припустимий час, має велике значення при передачі мови і відео. Крім виконання вимог до забезпечення середнього часу доставки одиниці інформації і пропускної здатності з'єднання для цих видів обслуговування важливий середній обсяг інформації, що не втрачає своєї актуальності до моменту доставки в пункт призначення;

– показники «собівартість послуги» і «рівень охоплення території обслуговуванням» є важливими, в основному, для оперативних видів інформації, тому що такі види телекомунікаційного обслуговування розраховані на масового споживача;

– «рівень захищеності переданої інформації» має важливе значення для видів обслуговування, що передають конфіденційну інформацію: різні бінарні дані, голосова інформація;

– «сумісність із різними видами устаткування й обслуговування» є істотним показником для обслуговування, сумісних із видами традиційного зв'язку: телефонного зв'язку, передачі файлів.

Серед технічних параметрів, що описують телекомунікаційне обслуговування найбільш значимими є: середній час доставки одиниці

інформації; пропускна здатність; гарантований обсяг обслуговування; коефіцієнт готовності обслуговування; рівень захищеності інформації.

Параметр «гарантований обсяг обслуговування» для видів специфічної інформації, переданих у ЦМІО (мова, відео, оперативні дані), визначається часткою інформації, що доставляється з припустимої для цього виду обслуговування затримкою.

При аналізі ЦМІО використовують такі показники: пропускна здатність з'єднань у ЦМІО; середній час доставки одиниці інформації зі з'єднання у функціонуючій ЦМІО; ймовірність доставки інформації зі з'єднання за заданий час.

На підставі викладеного вище схема кількісної оцінки вимог, запропонованих до проектованої мережі завданнями на телекомунікаційне обслуговування, складається з таких операцій:

- дослідження складу з'єднань у мережі і їхні структури;
- визначення виду телекомунікаційного обслуговування для кожного з'єднання;
- обґрунтування середніх і граничних кількісних оцінок найбільш значимих показників телекомунікаційного обслуговування;
- визначення бажаних інтегральних показників з'єднань між частинами і фрагментами мережі на підставі отриманих приватних характеристик окремих з'єднань. Розробка схеми вибору й обґрунтування використовуваних у ЦМІО телекомунікаційних технологій.

Результати задачі дослідження вхідного в ЦМІО трафіка і бажаних характеристик мережі логічно пов'язані з необхідністю аналізу можливих концепцій інформаційної й алгоритмічної структури, основою яких є телекомунікаційні протоколи – правила взаємодії базових компонентів мережі.

Відповідно до моделі взаємодії відкритих систем (ВВС) протоколом називається взаємодія вилучених мережних пристроїв на одному рівні. Протоколи різних рівнів є функціонально незалежними процесами і

взаємодіють між собою відповідно до стандартних інтерфейсів. Однак, на практиці, як правило, процедури, що відповідають декільком рівням моделі ВВС, реалізуються у виді одного протоколу.

Зіставляючи параметри протоколів і технічні показники ЦМІО, робляться висновки щодо технічної реалізації визначених видів обслуговування з використанням сучасних протоколів. Потім складаються можливості реалізації видів телекомунікаційного обслуговування на основі розповсюджених протоколів. При оцінці кожного протоколу використовується таке правило: «кожен показник, що має «визначальне» значення для виду обслуговування і реалізований за допомогою цього протоколу, додає один бал до загальної оцінки протоколу».

При дослідженні залежностей проектувальник має можливість одержати такі дані:

- порівняльні якісні оцінки можливостей протоколів для розглянутих видів телекомунікаційного обслуговування;
- варіанти спільної реалізації декількох видів обслуговування на основі одного протоколу.

Таким чином, загальна схема обґрунтування і вибору алгоритмічної інформаційної структур ЦМІО буде мати таку послідовність:

- оцінка структури і кількісних характеристик трафіка, що входить у мережу;
- визначення на підставі цього бажаних характеристик проектованої мережі;
- дослідження можливостей сучасних телекомунікаційних протоколів і вибір найбільш доцільних для проектованої мережі.

З вищевикладеного слід зробити висновок, що цифрові мережі з інтеграцією послуг у бібліотечному інформаційному середовищі дозволяють підвищити економічні показники за рахунок зменшення кількості ліній передачі інформації.

До переваг цих мереж варто віднести:

– більш висока економічна ефективність порівняно з будь-якою іншою мережею;

– забезпечення широкого спектра видів обслуговування при використанні тільки однієї лінії;

– застосування тільки цифрових методів передачі інформації;

– висока надійність, зумовлена використанням висококласного уніфікованого устаткування, систем моніторингу і керування.

Переваги цих мереж найбільше проявляються при передачі мультимедійної інформації шляхом інтеграції її різних видів.

Наявність широкого спектра інтегрованих протоколів дозволяє оптимізувати передачу гетерогенної мультимедійної інформації (текст, звук, відео тощо).

УДК 004.77:316.47(100)

Рябоконт О. Д.,

мол.наук. співроб. НБУВ

ДЕРЖАВНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА З ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Зміни, які пов'язані з розвитком інформаційного суспільства, стосуються усіх соціокультурних інститутів і утверджують принципово новий спосіб життя людини. В умовах глобального інформаційного суспільства людині необхідно вирішувати завдання освоєння принципово нового простору. Досвід останніх десятиліть підтверджує те, що на роль лідерів у соціально-економічному розвитку претендують країни, які мають високий рівень освіти, науки, охорони здоров'я, культури і духовності.

Сучасна держава виступає каталізатором змін, які відбуваються, в інтересах суспільства і людини. Саме держава веде боротьбу з монополізмом і здійснює контроль за концентрацією власності в ЗМІ і телекомунікаційному бізнесі; юридично і технологічно забезпечує права на доступ до інформації та інформаційних ресурсів для громадян, а також охорону персональних даних; гарантує свободу слова незалежно від середовища розповсюдження інформації; здійснює заходи щодо розвитку багатонаціональної культури, протистоїть інформаційно-культурній експансії інших країн, проводить інформаційну політику; здійснює цілеспрямоване використання інформаційних та телекомунікаційних технологій для розширення діалогу влади і громадян.

Однією з умов ефективної реалізації державою вказаних напрямів державної інформаційної політики є розробка й ухвалення відповідних стратегічних документів. На створене в 2015 р. Міністерство інформаційної політики було покладено завдання розробки Стратегії інформаційної політики України і Концепції інформаційної безпеки України, проте ці завдання поки що не реалізовано.

З огляду на це, важливим є вивчення реалізованого досвіду програмно-стратегічного забезпечення інформаційної політики розвинених країн, який може бути використаний у процесі становлення української державної інформаційної політики.

Українські науковці (І. В. Арістова, Л. В. Губерський, В. К. Колах, Є. А. Макаренко, Ю. В. Нестеряк, Г. Г. Почепцов та інші) в своїх працях детально розглядали теоретико-методологічні основи реалізації державної інформаційної політики, утім в їхніх працях висвітлювались також інші аспекти досвіду забезпечення державної інформаційної політики в розвинених країнах – питання організації суспільного мовлення, законодавчого забезпечення, основних напрямів і завдань тощо.

Власну інформаційну політику ведуть більшість держав світу, але обсяги їхньої діяльності у цій сфері залежать від поставлених завдань та рівня зацікавленості конкретної країни в інтеграції до глобальної системи комунікації, від історичних чинників, політичного і економічного розвитку, фінансових і матеріальних ресурсів.

Метою інформаційної стратегії Великобританії є удосконалення умов конкуренції на інформаційному ринку, зростання ефективності інформаційних послуг і впровадження ІТу державне управління. В 1997 році у Великобританії було сформульовано основні правові принципи інформаційної політики: технологічна нейтральність законів, сприяння міжнародному співробітництву, підтримка і захист інтересів споживача в комп'ютерних мережах і системах. Важливим компонентом Великобританії у галузі комунікації є методології поширення британських інформаційних продуктів у колишніх колоніях та азійських країнах (наприклад Індії, Китаї), в яких позиції країни традиційно стабільні.

Політичний курс Великобританії в галузі інформаційної політики задекларовано у національній програмі «The Government's Policy for the Information Age», якою передбачається всебічний розвиток електронної комерції для забезпечення економічного зростання, розвиток телекомунікаційного ринку країни, впровадження інформаційних та комунікаційних технологій увсі сфери життєдіяльності суспільства.

Характерною рисою інформаційної політики Великобританії є створення регіональних мереж і супермагістралей для оптимізації та підвищення ефективності міжрегіонального і міжнародного науково-технічного співробітництва.

Інформаційна політика Федерального уряду Німеччини включає концепцію вільного транскордонного обміну інформацією, вільного вираження поглядів, розвитку комунікаційних та інформаційних мереж і систем, вільної конкуренції в інформаційній сфері, створення відповідно до нових політичних, економічних та інформаційних змін у німецькому

суспільстві норм і принципів правового регулювання інформаційної діяльності. Ще у 1996 р. було прийнято програму Федерального уряду «Info-2000 (Germany's Way the Information Society) – німецький шлях до інформаційного суспільства». Нові політичні пріоритети, медіаконцентрація, впровадження сучасних технологій в організацію федерального та місцевого управління, розвиток інформаційного бізнесу обумовили нову стратегію національної інформаційної політики ФРН, головними напрямками якої визнано: становлення інформаційного суспільства у Німеччині, створення інформаційної економіки, розвиток нових інформаційних супермагістралей, інформатизацію державного управління, лібералізацію телекомунікацій, підтримку національних виробників електронної продукції та одночасний розвиток державного і приватного інформаційного бізнесу.

Федеральний уряд також надає фінансову підтримку та інформаційні продукти для виготовлення, ліцензування та поширення таких програм в інших регіонах світу.

Інформаційна політика Франції є складовою державної стратегії розвитку країни, стратегії франкофонії і збереження національної самобутності та ідентичності, компонентом зовнішньої політики, участі Франції в інформаційних програмах і проектах міжурядових європейських організацій, створення інформаційної економіки та поширення комп'ютерних мереж і систем, інформаційних послуг. Мета національної інформаційної політики Франції – становлення інформаційного суспільства, розвиток інформаційних супермагістралей (із забезпеченням франкомовності мереж), електронного ринку і банківської сфери, лібералізація комунікацій, оновлення інформаційного законодавства, стимулювання наукових досліджень у галузі інформаційного бізнесу, створення систем безпеки інформації і попередження комп'ютерних злочинів. Проте спектр інформаційних послуг і політика обмежень для зарубіжних інформаційних ТНК, державний контроль інформаційної діяльності і монополія держави в

застосуванні високих технологій не сприяють лідерству країни в європейському регіоні.

Становлення інформаційного суспільства для Франції означає важливість зайняти провідне місце у світовій конкуренції з використання ІКТ, виробництва і продажу інформаційних продуктів та послуг.

У сфері інформаційної політики уряд Італійської Республіки визначив пріоритетами: трансформацію органів державного управління на основі ІКТ, вільний онлайн-доступ для громадян та підприємців, реалізацію програми комп'ютеризації та електронної освіти для державних службовців, прозорість державного документообігу за допомогою Інтернету, забезпечення якості інформаційних продуктів та послуг. Виконання поставлених цілей контролюється Національним центром із питань інформатики при Державній Адміністрації (CNIPA – Centro Nazionale per l'Informatica nella PA).

Питанням інформаційного суспільства в Італійській Республіці займається Комітет з інформаційного суспільства, який було створено в 2001 р., та Міністерство з інновацій і технологій. Головна роль Комітету полягає у координації дій між усіма адміністраціями, розробці спеціальних проектів та плані дій у сфері новітніх технологій, підтриманні зв'язку з громадянами, у розвитку економічної, культурної та соціальної сфер держави.

Основні документи Італійської республіки у сфері інформаційного суспільства, такі як План дій із питань побудови інформаційного суспільства, План дій із питань побудови електронного уряду, Адміністративний цифровий кодекс та інші засвідчують, що урядова політика в сфері інформації і комунікації спрямована на подолання цифрової нерівності між Північчю та Півднем Італії та на оптимізацію інформаційної індустрії і впровадження моделі інформаційного суспільства, яка базується на інноваціях технологій та знань.

Скандинавські країни (Данія, Швеція, Норвегія, Фінляндія) в рамках європейської інтеграції і концентрації комунікацій прийняли урядові програми інформаційного суспільства і визначили власні концепції

національної інформаційної політики. Попри національну специфіку, політичні пріоритети, економічні можливості і громадську думку щодо інформаційних процесів, скандинавські країни мають спільні цілі і напрями здійснення інформаційної політики. Зокрема, це:

–упровадження нових технологій у систему державного управління, ефективне здійснення політичної влади (забезпечення доступу широкої громадськості до урядової інформації, розвиток мережі «інфоцентрів» для задоволення потреб населення, створення державних мереж управління по вертикалі і горизонталі влади);

– розвиток інформаційної економіки, підтримка інформаційного бізнесу, національних виробників інфопродукції, створення інформаційно-довідкових корпорацій із тематичними базами даних про інформаційні компанії, фірми, залучення інвестицій у національні інформаційні проекти;

– забезпечення соціальної сфери комп'ютерними технологіями, організація електронних бібліотек, доступ до інформації в мережах і системах для соціально незахищених верств населення – молоді, інвалідів, малозабезпечених, створення громадського телерадіомовлення.

Модель розвитку інформаційного суспільства США визначається загальною концепцією соціально-економічного розвитку, яка передбачає превалювання приватного сектору над функціями держави в усіх напрямках розвитку суспільства. Американський вплив у галузі комунікаційних технологій та інформаційній сфері відчутний у глобальних процесах, міжнародній політиці, світовій економіці.

Ще у 1993 р. уряд США опублікував доповідь із планами розвитку національної інформаційної інфраструктури (НІІ). Федеральний урядовий варіант концепції НІІ має таку прикладну орієнтацію:

– освіта: єдина інформаційна система надає студентам і викладачам миттєвий доступ до широких освітніх ресурсів;

– бібліотечна справа: об'єднання перенесених на цифрові носії бібліотечних фондів принципово розширює доступ користувачів (читачів) до інформаційних ресурсів;

– охорона здоров'я: віддалений доступ до медичної експертизи на основі новітніх засобів зв'язку суттєво підвищує якість медичного обслуговування американців;

– урядова інформація: швидка ідентифікація, локалізація і пошук спеціальної інформації про широкі ресурси уряду завжди були складним завданням для багатьох зацікавлених користувачів.

Адміністрація США досягла значного прогресу в застосуванні ІКТ увсіх секторах суспільного життя завдяки спільним зусиллям федерального, штатів і місцевого рівня. Для здійснення широкої координації і партнерства федеральних структур із приватним сектором були створені Оперативна Комісія з інформаційної інфраструктури (Information Infrastructure Task Force) і Комітет Радників з національної інформаційної інфраструктури (United States Advisory Council on the National Information Infrastructure). Оперативна Комісія з інформаційної інфраструктури була уповноважена координувати зусилля Адміністрації.

В 1996 р. Президентом Б. Клінтоном було проголошено Виклик технологічної грамотності (Technology Literacy Challenge), в якому наголошувалось на співпраці громадян для досягнення мети. Департамент комерції надав підтримку Комітету радників з НІІ у створенні двох основних доповідей «Запуск ініціативи приєднання співтовариств США до інформаційної супермагістралі» і «Нація можливостей: реалізація надій інформаційної супермагістралі». В представленій концепції інформаційна супермагістраль включає різні компоненти, в тому числі громадські і приватні мережі, засоби доставки і обладнання, інформаційне наповнення, штат професіоналів і громадян, які отримують вигоду від її реалізації.

Сучасне українське суспільство перебуває в складних умовах трансформації, серед яких характерними є: нестабільність політичного й

економічного стану країни, яка не дозволяє державі швидко й ефективно вирішити економічні й організаційні проблеми забезпечення переходу до інформаційного суспільства, повільне проведення ринкових реформ в економіці країни; недостатньо високий рівень розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури та промислового виробництва інформаційних засобів, продуктів і послуг, високий рівень монополізації ЗМІ, слабка підконтрольність суспільству системи формування громадянської свідомості.

Нормативно-правове забезпечення сфери інформаційних відносин в Україні потребує подальшого розвитку і вдосконалення, зокрема таких питань: розробки Стратегії державної інформаційної політики України; формування, зберігання та поширення національних інформаційних ресурсів; підтримки вітчизняної індустрії програмного забезпечення; поширення електронного документообігу; посилення стану інформаційної безпеки держави та захисту персональних даних; створення єдиної системи стандартів з ІТ, узгодження нормативно-правової бази України з нормами міжнародного права сертифікації засобів інформатизації та інше.

УДК 021.1:024.1:004.

Медведєва В. М.,

ст. наук. співроб. НБУВ,

канд. іст. наук

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕЧНИХ ЗАКЛАДАХ

На сьогодні інформаційні процеси вимагають від сучасного суспільства нових знань, особливого стилю мислення, що забезпечує необхідну соціальну

адаптацію до радикальних змін та гарантує гідне місце в інформаційному середовищі.

Саме поняття «інформаційна культура» – міждисциплінарне, його вивчають представники різних областей: культурологи, соціологи, філософи, фахівці з інформатики.

Інформаційна культура – це її частина загальної культури, і систематизована сукупність знань, умінь, навичок, що забезпечує оптимальне здійснення індивідуальної інформаційної діяльності, спрямованої на задоволення особистих інформаційних потреб, уміння цілеспрямовано працювати з інформацією і використовувати для її отримання, обробки і передачі комп'ютерну інформаційну технологію, сучасні технічні засоби і методи.

На сьогодні оволодіння інформаційною культурою – це шлях універсалізації якостей особистості, що сприяє реальному розумінню свого місця і своєї ролі у сучасному суспільстві. Важливу роль у формуванні інформаційної культури відіграє освіта, яка повинна формувати нового фахівця інформаційного суспільства. У сучасного фахівця необхідно виробити такі навички й уміння: диференціація інформації, виокремлення значущої інформації, вироблення критеріїв оцінювання інформації, «виробляти» інформацію та використовувати її.

Основною ознакою інформаційної культури є не лише отримання найрізноманітнішої та різної за якістю інформації, а й уміння вибирати з великого масиву наявної інформації найважливішу й найпотрібнішу. До того ж потрібно вміти обробити інформацію відповідним чином, що не менш важливо, ніж безпосередньо зміст інформації.

Проблема розвитку інформаційної культури користувачів є сьогодні однією з найважливіших в освіті. Низький рівень інформаційної культури особистості стає на перешкоді її адаптації та соціалізації, перешкоджає професійній орієнтації та становленню як повноправного члена суспільства.

Сьогодні бібліотечні заклади з огляду на виклики сучасності, шукають нові засоби для надання доступу до культурного надбання, забезпечують компенсацію розриву в знаннях людей, постійно надаючи їм інформацію про нові досягнення науки, техніки, культури.

Сучасний бібліотечний заклад – невід’ємна й органічна частина культури і в той же час – один із найважливіших факторів культурного розвитку, розповсюдження, оновлення культурного надбання людства.

Діяльність бібліотечних закладів є важливим фактором виховання інформаційної грамотності особистості. Ця діяльність спрямована, з одного боку, на забезпечення основних умов навчання та наукової діяльності, з іншого – на культурний розвиток особистості. Своєю чергою, бібліотечні заклади здійснюють комплексний підхід до формування інформаційної культури, використовуючи засоби та методи корегування та керування цим процесом; надають можливість об’єднувати пізнавальну та практичну інформаційну діяльність користувачів. Завдання бібліотечної системи полягає в забезпеченні принципової можливості зв’язку між документом і користувачем, виокремлювати необхідну інформацію з документа, оцінювати та переосмислювати потрібну інформацію.

Сьогодні є всі підстави говорити про формування нової інформаційної культури, яка повинна бути елементом загальної культури сучасного суспільства. Її основою можуть стати знання про інформаційне середовище, закони її функціонування, вміння орієнтуватися в інформаційних потоках. Для вільної орієнтації в інформаційному потоці сучасне суспільство повинно володіти інформаційною культурою як однією зі складових загальної культури.

Суспільство має бути заздалегідь підготовлене до сприйняття нових досягнень науки, техніки й технологій. У першу чергу, це стосується інформаційної сфери суспільства, у якій зміни відбуваються найшвидше і є найрадикальнішими.

Здатність суспільства досить швидко сприймати й практично використовувати в інтересах забезпечення своєї життєдіяльності нові знання, технології, технічні засоби й інформаційні ресурси становить нову інформаційну культуру суспільства. Рівень розвитку цієї культури, зокрема, може бути важливим інтегральним показником рівня розвитку суспільства в інформаційному столітті. Але, інформаційна культура поки є показником не загальної, а швидше професійної культури людини. Основою інформаційної культури можуть виступати знання про інформаційне середовище, закони її функціонування, також уміння орієнтуватися в інформаційних потоках.

Отже, пріоритетність в інформаційній політиці, підвищення рівня інформованості населення та якості освітнього процесу, уміння та навички працювати в сучасних інформаційних мережах, користуватися новими типами комп'ютерної техніки дає змогу сформувати нову інформаційну культуру.

E-mail: super_vilen@ukr.net

УДК 002.1:651

Карпюк Д. В.,

викл. Рівненського держ. гуманітар. ун-ту

КОНЦЕПЦІЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНА «ДОКУМЕНТ»

Глобальний характер інформатизації сфер суспільного життя, модернізації виробничої бази та використання інформаційних ресурсів у системі суспільного виробництва обумовлює зростання обсягів інформації, яку необхідно збирати, зберігати, обробляти та організовувати її передачу в

З підвищенням ролі інформації став швидко еволюціонувати термін «документ», який є базовим елементом в організації та здійсненні всіх форм суспільної діяльності. Розвиток засобів сучасної обчислювальної техніки забезпечив появу нових типів матеріальних носіїв інформації, деякі з них взяли на себе функції адміністративних, фінансових, наукових документів. За таких умов межі поняття «документ» стихійно розширюються, а ключовою проблемою постає виокремлення (ідентифікація) документної інформації із сукупності даних, що існує.

На сьогодні вивчення форм документної інформації здійснюється значною кількістю теоретичних і прикладних дисциплін, серед яких: документознавство, архівознавство, теорія діловодства, теорія видавничої справи, бібліотекознавство та інформатика тощо. Кожна із перерахованих дисциплін створила свої особливі методи, традиції, які використовуються при обговоренні досить різноманітних аспектів інформаційної діяльності, і тому об'єктивно існує велика кількість різноманітних визначень поняття «документ». У нашому дослідженні зосередимо увагу на огляді підходів до трактування поняття «документ», які розроблені провідними фахівцями вищезазначених наукових дисциплін.

Набуває все більшої актуальності коло питань, пов'язаних із юридичним статусом документа в контексті використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема: визначення прав первинних документів на нових носіях, прав копій документів і пов'язані з цим питання зберігання і знищення оригіналів, визначення відповідальності за правильність та достовірність документації, автоматично складеної засобами комп'ютерної техніки, тощо. Зазначена проблематика, в тому числі тлумачення терміна «документ», частково була предметом досліджень провідних науковців у галузі інформаційного права, а саме: О. А. Баранова, І. Л. Бачило, В. Я. Дорохова, М. М. Дутова, В. М. Брижко, В. А. Копилова, І. В. Клименко, С. І. Семілетова, В. С. Цимбалюка та інших. Проте першочергово

нами була зосереджена увага на тлумаченнях терміна «документ» у державних стандартах, законах та інших нормативних документах, які діють на території України та в країнах близького зарубіжжя. Узагальнюючи тлумачення, подані в нормативно-правовій документації, можемо зазначити, що до основних ознак документа, які підтверджують його статус, віднесені фіксація інформації на матеріальному носії і наявність реквізитів.

Поняття «документ» є базовим для таких дисциплін, як бібліотекознавство, архівознавство, документознавство, тому у своєму аналізі підходів щодо тлумачення терміна «документ» ми використали праці провідних вітчизняних та російських фахівців: А. Б. Антопольського, Р. С. Гіляревського,

Н. Б. Зінов'євої, С. Г. Кулешова, Н. М. Кушнарєнко, К. Г. Мітяєва, А. В. Соколова, Ю. М. Столярова,

Г. М. Швецової, Я. Л. Шрайберга та інших. З'ясовано, що базове визначення документа для цих дисциплін засноване на трьох необхідних і достатніх ознаках: інформація, а саме наявність завершеного семантичного повідомлення; матеріальний носій, тобто наявність стабільного речового об'єкта, який буде забезпечувати зберігання та передачу інформації; призначення для участі в соціальній комунікації як одиниці інформаційно-комунікаційного процесу.

Документальний підхід є одним із напрямів дослідження аспектів теорії інформації в інформатиці, який почав розвиватися на основі вивчення властивостей і галузей застосування різних типів носіїв інформації. Необхідність реалізації процесів зберігання, пошуку, збору, відтворення, перетворення, запису інформації засобами електронно-обчислювальної техніки обумовила інтерес фахівців галузі інформатики, документалістики та кібернетики, а саме Г. Г. Воробйова, А. І. Михайлова, А. І. Чорного, Р. С. Гіляревського, Ф. С. Воройського, Л. А. Ходоровського та інших до трактування ключових понять із теорії інформації, в тому числі терміна «документ». Зауважимо, що в розглянутих визначеннях поняття «документ»

акцентується увага на структурі даних, методах їх фіксації, обробки та подальшого збереження.

Усі проаналізовані визначення відображають різні точки зору теоретичних та прикладних дисциплін на інформаційну діяльність і залежать від специфіки відповідної інформаційно-документальної системи і конкретних сфер діяльності, в контексті яких розглядається документ.

Загальним недоліком різних тлумачень поняття «документ», на нашу думку, є ідентифікація матеріальних об'єктів та видів матеріального середовища як носіїв інформації. Оскільки не всі матеріальні об'єкти із зафіксованими на них даними є документами, а носієм даних може виступати середовище систем автоматизованої обробки даних, тому доцільним є обумовлення ознак фіксації інформації на матеріальному об'єкті та формулювання норм визначення матеріальних носіїв інформації. Крім того, має місце обмеження статусу документа певною знаковою системою, в результаті чого без належної правової охорони і захисту залишається інформація, що знаходиться в комп'ютерних інформаційних системах, а саме – програмні продукти, бази даних тощо.

У деяких тлумаченнях документа відсутні посилання на зміст повідомлень, наявність семантичної інформації, метаданих, реквізитів, які мають підтверджувати завершеність повідомлення та ідентифікацію документа як об'єкта інформаційно-документальної системи.

Підбиваючи підсумки вищевикладеному, за документ ми будемо розглядати запис інформації на матеріальному носії, що використовується в інформаційно-комунікаційних процесах. Юридичний статус документа визначатимемо його цільовим призначенням і формою його візуалізації, яка повинна відповідати нормативним характеристикам виду документа та переліком відповідних реквізитів.

УДК 004.777(477)

Половинчак Ю. М.,

директор НЮБ НБУВ,

канд. іст. наук

КРИТЕРІЙ ВИЗНАЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО СЕГМЕНТА ІНТЕРАКТИВНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Розвиток цифрового суспільства, особливо під впливом поширення технологій Web 2.0 – безкоштовних програмних продуктів, що дають змогу користувачам Інтернету без знання мови HTML створювати, розміщувати й підтримувати контент у мережі, змінює – більше або менше – усі сфери людської діяльності: політику, економіку, науку та освіту, мистецтво й дозвілля тощо. Чи не найсерйозніші трансформації під впливом новітніх інформаційно-комунікаційних технологій торкнулися масової комунікації – фактично експерти сьогодні ведуть дискусії про перспективи витіснення чи принаймні відтиснення з передових позицій традиційних засобів масової інформації так званими «соціальними медіа». Зростання як кількості, так і значення соціальних медіа, сукупність яких формує інтерактивний інформаційно-комунікаційний простір, за два останні десятиліття актуалізували необхідність практичного вивчення відповідних інформаційних процесів і наукового осмислення цього явища в контексті комунікативістики.

Дослідження специфіки комунікації в інтернет-просторі є актуальним завданням у досить широкому полі соціокультурних досліджень, пов'язаних із аналізом функціонування інформаційного поля та з точки зору бібліотекознавчих студій як їх складової. Такі рефлексії мають теоретичне значення для сучасної інфогуманітаристики загалом – мовознавчої,

культурологічної, політичної, соціальної – і бібліотеки здатні виступати тими науковими центрами, що інтегрують відповідні міждисциплінарні дослідження. Водночас вони корисні в прикладних розвідках власне бібліотечних досліджень у тому, що описувані закономірності функціонування інформаційного поля є дієвими для роботи в сучасному інфопросторі і бібліотек. Вироблені підходи залишаються актуальними для вимірювання охоплення і результативності бібліотечних сторінок у соціальних мережах чи спеціальних досліджень у інтерактивному просторі інформаційно-аналітичних підрозділів бібліотек – в силу тих завдань, що стоять перед дослідниками-бібліотекознавцями.

Важливо, що попри те, що Інтернет є глобальною мережею, особливості національних процесів інформатизації, а також специфіка політичного, економічного, культурного життя в різних країнах дає змогу говорити про формування національних сегментів інформаційного простору, у якому функціонують ресурси з достатньо вираженими національними особливостями. З'ясування специфіки розвитку українського інтерактивного простору потребує чіткого окреслення предмета аналізу, і відповідно – визначення його меж.

Одним із ключових показників національного простору в мережі Інтернет виступає мова, відповідно, серед окремих українських блогерів і дослідників побутує думка, що український сегмент соціальних медіа та Інтернету загалом має визначатися за мовною ознакою. За цією ж логікою російські дослідники представляють українську блогосферу частиною загальноросійської, з огляду на домінуючу в ній російську мову.

Утім, для досліджень специфіки українських масових комунікацій виокремлення національного інформаційного простору за мовною ознакою не може вважатися репрезентативним, оскільки в умовах білінгвізму в Україні продукується як російськомовний, так і україномовний контент, паралельно з публікаціями іншими мовами.

Отже, мовний, як і географічний (розташування хостингу, що визначається переважно фінансовими чи безпековими чинниками) підхід до визначення національних сегментів інфопростору в українських реаліях не може вважатися ефективним.

Найпоказовішим критерієм для визначення Укрнету видається контекстний, до якого можна застосувати критерії, розроблені у документознавстві для створення «україніки» як українського національного бібліографічного репертуару творів, що безпосередньо або непрямо стосуються всіх сторін життя України, документів з української тематики, що виникли і побутували за її межами [1].

Щодо пропонованого поняття Укрнету як мережевої україніки, показовим видається висновок дослідження російськомовної блогосфери Центром Беркмана при Гарвардському університеті 2010 р., який базується саме на мовному критерії, про слабкість якого йшлося вище. Його результати фіксують, що аналізовані «регіональні блогери з України», що розглядаються як учасники російської блогосфери, пишуть в абсолютній більшості (84 %) в Україні, використовуючи переважно українські зовнішні посилання [2, с. 23, 55]. Відповідно, логічним було б говорити не про «регіональних учасників російської блогосфери», а про українську блогосферу, що об'єднує блогову україніку – публікації, цитати, мультимедійний контент, пов'язані гіперпосиланнями та коментарі веб-сторінок (блогів), створені українськими користувачами, з українським хостингом, що стосуються українських реалій; при цьому жоден із критеріїв не може вважатися абсолютним.

Такий підхід логічно поширювати на весь контент і визначати Укрнет як сукупність усіх ресурсів і дискурсів, створених українцями, українською та іншими мовами, що прямо чи опосередковано стосуються української тематики. Включення до переліку не лише ресурсів і контенту, а і дискурсу, пов'язане з такою важливою характеристикою інтернет-комунікації, як інтерактивність – участь користувачів у творенні контенту. Тобто, якщо російський (чи будь-який інший) журналіст, блогер, політик на російському

ресурсі висловлює власну (російську, відповідно) точку зору щодо української проблематики – йдеться про російський інтернет-дискурс лише до того моменту, коли українські користувачі включаються в обговорення, створюючи через коментарі значимий (тут йдеться про зміст і кількість інформації) контент. Відповідно, дискурсивний акт, для якого неукраїнська публікація стала лише інформаційним приводом, створює тред коментарів, посилянь тощо, які включають конкретне повідомлення в український дискурс.

Характерним прикладом може бути обговорення так званих «декомунізаційних» законів навесні – влітку 2015 р. Зміни, обов'язкові до внесення в інформаційний і символічний простір України є досить дискусійними, як серед фахівців, так і пересічних громадян. Парадоксально, але для дослідження дискусій української Фейсбук-спільноти більш перспективною видається сторінка російського каналу «Дождь», аніж Українського інституту національної пам'яті. Остання об'єднує швидше односторонніх, що підтримують рішення, позиція противників представлена слабо. В обговореннях проблеми на Фейсбук-сторінці російського ресурсу представлено максимально широкий набір аргументів як російських, так і українських користувачів, при чому говорити, що останні опинилися в меншості не випадає.

Відповідно, вироблення ефективних, коректних та оптимально інформативних індикаторів для досліджень соціальних медіа як дискурсивного простору, застосування та осмислення запропонованих маркерів науковцями різних галузей, що працюють в інтерактивних мережах, є завданням, вирішення якого сприятиме ефективним науковим рефлексіям щодо нової інформаційної, відтак – соціокультурної реальності.

Список використаної літератури:

1. Україніка як загальноцивілізаційний культурний феномен // Національний інформаційний комплекс і його роль у глобальному

інформаційному просторі: монографія / О. Онищенко, В. Горвий, В. Попик. – К., 2014. – С. 36–60.

2. Этлинг Б. Публичный дискурс в российской блогосфере Public Discourse in the Russian blogosphere / Б. Этлинг, К. Алексанян, Д. Келли [и др.] // The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University. – 2010. – 60 p.

3. Wolsey T. D. Literature discussion in cyberspace: Young adolescents using threaded discussion groups to talk about books [Electronic resourc] / T. D. Wolsey // Reading Online, (2004, January/February). № 7(4). Access mode: http://www.readingonline.org/articles/art_index.asp?HREF=wolsey/index.html. – Title from the screen.

yulichke@ukr.net

УДК 316.46:005.591.6:021.1

Симоненко О. В.,

наук. співроб. НБУВ,

канд. політ. наук

ЛІДЕРСТВО ЯК ЧИННИК МОДЕРНІЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНОЇ СФЕРИ

Процес модернізації українського суспільства, що розпочався у 90-ті роки минулого сторіччя, і нова соціально-культурна парадигма його розвитку є головними стимулами інноваційних змін, а суб'єктами цих змін виступають лідери.

На сьогодні можна говорити про те, що інститут лідерства набув яскравого політичного відтінку, проте це явище достатньо чітко проявлене і в бібліотечній сфері.

Водночас, при дослідженні історіографії з проблематики лідерства було виявило недостатню увагу до неї з боку бібліотекознавців.

Утім варто зауважити, що широке впровадження в бібліотечну практику інноваційних методик, технологій, продуктів і послуг відбувається не само собою, а за активної участі лідерів. Лідери відповідно до свого статусу першими відчують і осмислюють зміни і нові суспільні потреби, за рахунок свого впливу лідери здатні сприяти прискоренню процесу адаптації бібліотечного інституту до нових реалій, модернізуючи діяльність бібліотек.

Бібліотечний лідер – учасник бібліотечної діяльності, який прагне і здатний консолідувати зусилля оточуючих і активно впливає на цю діяльність для досягнення визначених і висунутих ним цілей.

За масштабом свого впливу серед лідерів можна виділити місцевих, регіональних лідерів, які впливають на діяльність окремо взятого підрозділу, установи, бібліотек регіону, лідерів національного масштабу та світових лідерів. При цьому слід зауважити, що за своєю суттю, а також за засобами і специфікою реалізації функцій лідера можна виокремити лідерство індивідуальне і колективне, формальне і неформальне.

Прикладом індивідуального лідерства в бібліотечній сфері є окремі дослідники-бібліотекознавці, бібліотечні фахівці, такі як О. Онищенко, Т. Вилегжаніна, В. Горовий, Л. Дубровіна, В. Пашкова та інші.

Колективне лідерство здійснюють бібліотечні асоціації (наприклад, Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій – ІФЛА, в Україні Українська бібліотечна асоціація – УБА), окремі бібліотеки (наприклад, визнаним світовим лідером бібліотечної сфери є Бібліотека Конгресу, в Україні – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, на регіональному рівні – Кіровоградська обласна наукова бібліотека ім. Д. І. Чижевського тощо), бібліотечні підрозділи в рамках бібліотечних установ.

Щодо формального/неформального лідерства тут доречно буде пояснити, що формальне лідерство – процес впливу на людей з позиції займаної посади на протигагу неформальному лідерству, коли вплив на людей здійснюється за допомогою своїх здібностей, вміння тощо. Прагматичний підхід до виконання лідерських функцій дозволяє результативно й універсально вирішувати основні управлінські завдання бібліотечного лідера. У сучасних умовах переважна більшість бібліотечних лідерів прагнуть здійснювати управлінські функції відповідно до своїх індивідуальних (інтелектуальних й організаторських) здібностей, властивостей темпераменту, професіоналізму найближчого оточення, якості керівної еліти, соціально-економічного і внутрішньополітичного стану суспільства тощо.

Спираючись на великий масив матеріалу, присвяченого лідерству, виділяємо такі якості, якими має володіти саме бібліотечний лідер: інноваційність, лексикон, прогностичні навички, маркетинг, арбітражні здібності, відчуття моменту – це, на нашу думку, найважливіші якості для успішного підтримання лідерського статусу.

Приміром, здатність постійно продукувати нові ідеї або їх комбінувати і удосконалювати залежно від обставин, ця риса є однією з найважливіших для бібліотечного лідера, який покликаний не просто збирати і акумулювати потреби користувачів, а новаторськи їх реалізовувати в своїй діяльності. Інноваційність лідера є важливим чинником у розробці і реалізації його бачення розвитку бібліотечної сфери; у нинішньому плині змін бібліотекар може бути або пасивним суб'єктом, підхопленим течією глобальних змін, а може стати творчим, креативним центром, новатором, генератором трансформацій, здатним покращити навколишню реальність і створити міцний фундамент для стійкості нашого спільного майбутнього – справжнім бібліотечним лідером. Новатором бібліотечної справи часто називають Т. І. Вилегжаніну, генерального директора Національної парламентської бібліотеки України, віце-президента Української бібліотечної асоціації.

Високою ініціативністю, вмінням реагувати на нові явища в бібліотечно-бібліографічній сфері відзначилася професор, доктор історичних наук Г. М. Швецова-Водка. Її якості справжнього лідера сприяли успішній діяльності кафедри бібліотекознавства і бібліографії Рівненського державного гуманітарного університету (РДГУ) та в цілому розвитку вищої бібліотечної освіти в Західному регіоні України.

Не менш важливою рисою сучасного бібліотечного лідера є його прогностичні навички, вміння прогнозувати перспективні напрями розвитку бібліотек і бібліотечної сфери відповідно до тих змін, що відбуваються в суспільстві. Показовим прикладом в цьому контексті є лідерська діяльність у бібліотечній сфері О. С. Онищенко.

Об'єктивна оцінка лідерів має формуватися на реальних результатах їхньої діяльності, а критеріями такої результативності можуть бути досягнення або провали у бібліотечній сфері їхньої діяльності, рівень підтримки колективом та користувачами бібліотеки.

Вдалим поєднанням управлінського та лідерського статусів є яскраві приклади діяльності на посадах керівників бібліотек О. С. Онищенко та Т. О. Ярошенко – директора Наукової бібліотеки Національного університету «Києво-Могилянської академії» (Наукової бібліотеки НаУКМА) та інших.

Зокрема, Т. О. Ярошенко за період керівництва Науковою бібліотекою НаУКМА стала визнаним лідером із упровадження бібліотечних інформаційних технологій в Україні.

Визнаним бібліотечним лідером є Л. А. Дубровіна, директор Інституту рукопису та Інституту архівознавства Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, член-кореспондент Національної академії наук України.

Значний внесок у розвиток бібліотек зробили й інші провідні науковці бібліотечної справи:
І. Давидова, Г. Ковальчук, Т. Добко, В. Ільганаєва, О. Воскобойнікова-Гузєва, Г. Шемаєва та інш.

Звертає на себе увагу при цьому надзвичайно важливий фактор, уже доведений у комунікативістиці, психології, культурології та інших науках: навколишнє середовище (суспільство, широкий загал) сприймає будь-яку установу, попри всі її очевидні і незаперечні досягнення, не тільки найчастіше, а як правило, насамперед через призму іміджу конкретної установи чи її лідерів.

Від іміджу лідера багато в чому залежить імідж керованої ним установи. Врешті-решт так створюються власні наукові школи. Наприклад, значний внесок у розвиток науково-освітньої діяльності, бібліотечної справи та бібліотечних професійних об'єднань здійснила Харківська бібліотечна школа.

Отже, підсумовуючи сказане, можна зробити висновок про те, що завдяки активній діяльності бібліотечних лідерів в Україні сформовано системно-структурну модель сучасної бібліотеки, яка дає змогу постійно її вдосконалювати й видозмінювати. Завдяки плідній праці бібліотечних лідерів традиційна бібліотечна установа перетворилася з книгозбірні на комплексний бібліотечно-інформаційний, науково-дослідний і культурно-просвітницький центр, який став не тільки основним осередком бібліографічної діяльності в країні. Більше того, можна сказати, що інститут бібліотечного лідерства стає ще однією комунікаційною ланкою між бібліотекою та суспільством, яка в свою чергу забезпечує своєчасну адаптацію бібліотечної сфери до нових умов і суспільних вимог.

E-mail: oleno4ka1@yandex.ru

УДК 021.1:004.775(100)

Бондаренко В. І.,

наук. співроб. НБУВ,

канд. наук із соц. комунікацій

МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ В БІБЛІОТЕЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

На сьогодні підтверджується тенденція до збільшення кількості користувачів мобільними телефонами, планшетами та смартфонами, що суттєво розширюють можливості роботи з інформацією. З огляду на це для бібліотек актуалізується завдання з опанування інноваційними мобільними технологіями з метою залучення нових користувачів та розширення спектра бібліотечних дистантних інтернет-послуг.

Останнім часом фахівці бібліотечної справи акцентують увагу на доступі до бібліотечних ресурсів за допомогою мобільних додатків, у бібліотечному фаховому середовищі досліджуються перспективи їх розвитку, адаптація до них каталогів бібліотек, активно обговорюється розвиток бібліотечно-інформаційних послуг, що можуть надаватися за допомогою мобільних технологій.

Мобільні додатки – комп'ютерні програми, створені спеціально для використання в мобільному телефоні, смартфоні або планшеті, які призначені для виконання того чи іншого завдання. Мобільні додатки можна поділити на розважальні, комунікаційні, навігаційні, довідкові та прикладні. Створені бібліотеками мобільні додатки відносяться до додатків довідкового типу. Бібліотечні мобільні додатки можна скачати на свій пристрій безкоштовно через сервіс мобільних магазинів Play market, App Store та ін. залежно від операційної системи пристрою.

Дослідження світового досвіду показало, що сьогодні зарубіжні бібліотеки створюють додатки двох видів: перший – це загальнобібліотечний додаток, який дає змогу отримати як загальну інформацію про бібліотеку, так і скористатися пошуком по електронному каталогу та послугами особистого кабінету; другий – тематичний (колекційний) додаток, такі додатки присвячуються важливим пам'ятним датам, історичним подіям, видатним постатям, цінним національним ресурсам. Такі додатки створюються з метою популяризації національного культурного надбання, є складовою системи реалізації політики пам'яті, тим самим формуючи маркери національної ідентичності.

Національні та державні бібліотеки створюють як загальнобібліотечні, так і тематичні (колекційні) додатки, тоді як публічні та університетські в основному створюють переважно додатки загальнобібліотечного виду.

Зокрема Бібліотекою Конгресу створено 5 мобільних додатків, серед яких – один загальнобібліотечного виду, для категорії користувачів з особливими потребами, та чотири – тематичного. Так, мобільний додаток «BARDMobile» – загальнобібліотечного виду, розроблений Бібліотекою Конгресу спільно зі Службою національного бібліотечного обслуговування для сліпих та інвалідів (NLS) забезпечує доступ до понад 65 000 аудіо книг, журналів та нот.

Серед тематичних додатків, створених Бібліотекою Конгресу: «NationalBookFestival 2015» (дає можливість ознайомитися з повним списком усіх подій та місць, розкладом, картами, рейтингами та презентаціями в рамках заходу, з враженнями та фото інших відвідувачів фестивалю); «U.S. Constitution: AnalysisandInterpretation» (мобільна версія комплексного аналітичного правового трактату «Конституції Сполучених Штатів Америки: аналіз і інтерпретація», підготовленого адвокатами Дослідницької служби Конгресу США за дорученням Сенату Сполучених Штатів Америки і виданого як Сенатський документ

№ 112-9); «CongressionalRecord» (щоденне видання звітів Конгресу «CongressionalRecord» доступне на IPAD, iPhone або iPodTouch); «AesopforChildren» (мобільний додаток інтерактивної книги для дітей, призначений для користування читачів будь-якого віку, що містить більше 140 ілюстрованих класичних байок, що супроводжуються інтерактивною анімацією).

Також власні мобільні додатки мають національні бібліотеки таких країн як Франція, Австралія, Швейцарія, Іспанія, Південна Корея, Сінгапур, Колумбія та ін.

Серед державних бібліотек варто відмітити додатки Баварської державної бібліотеки (Німеччина) «Bayern in historischen Karten» (Баварія в історичних картах), що ознайомлює користувачів із найдавнішими картами Баварії та «Schdtze der Bayerischen Staatsbibliothek» (Скарби Баварської державної бібліотеки), що містить колекцію відомих книг, серед яких – понад 52 рукописів.

Найактивнішими у наданні дистантних послуг за допомогою мобільних додатків серед зарубіжних бібліотек є публічні та університетські бібліотеки.

Так, усі публічні бібліотеки США мають мобільні додатки, які дають змогу отримати як загальну інформацію про бібліотеку, режим її роботи, адресу, набір пропонованих послуг, нові надходження, так і можливість пошуку в електронному каталозі за певними критеріями – віковою групою, жанром та типом документа. У підсумку користувачі отримують перелік документів, що відповідає заданим параметрам. Також користувачі мобільних бібліотечних додатків отримують можливість скачати на власний пристрій електронні та аудіокниги.

У питаннях створення бібліотечних мобільних додатків бібліотеки зарубіжних країн отримують підтримку офіційної державної влади. Так, за підтримки уряду та департаменту культури Китайської Народної Республіки, задля забезпечення та ефективного використання гонконгських публічних бібліотек створено мобільний додаток «MyLibrary», який надає користувачам

можливість отримати загальну інформацію про бібліотеку, її режим роботи, адресу, а також доступ до особистого кабінету, пошуку та бронювання бібліотечних матеріалів, послуг особистого сповіщення, сканування міжнародного стандартного номера (штрихкоду) ISBN задля швидкого пошуку та ін.

За підтримки Міністерства культури Народної Республіки Бангладеш розроблено мобільний додаток «PublicLibrary», який містить базу даних публічних бібліотек усіх провінцій та районів країни, адресу, режим роботи, контактну інформацію, послуги бібліотеки, інформацію про загальну кількість книг, газет та журналів, нові надходження, бронювання бібліотечних матеріалів та ін.

Активно просувають та популяризують за допомогою мобільних додатків власні навчальні заклади та бібліотеки зарубіжні університети. Так бібліотека університету Саламанки (Іспанія) пропонує завантажити зі свого сайту мережевий додаток, створений для смартфонів «Biblio USAL». За допомогою цієї програми можна скористатися каталогом та послугами бібліотеки, ознайомитися з бібліотечними новинами. Бібліотека університету Гента (Бельгія) пропонує додаток для iPhone, Android, Symbian, Windows Mobile, що дозволяє здійснити пошук покаталогу, дізнатися інформацію про адресу бібліотеки, її новини, списки літератури, блоги, твіти та багато іншого. Бібліотека Політехнічного інституту Мілана (Італія) через мобільний додаток «PolimiLibrary» пропонує користувачам такі послуги як загальна інформація про бібліотеку, її адреса, режим роботи, основні послуги, доступ до каталогу, пошук, бронювання літератури та ін. Бібліотека університету Гронінгена (Нідерланди) пропонує через мобільний додаток «LibraryGroningenUniversity» легкий доступ до важливої бібліотечної інформації, адресу бібліотеки, режим роботи, новини, пошук по каталогу та ін. Бібліотека університету Йонсе (Південна Корея) пропонує спеціалізований додаток «YONSEImY-Seat» для бронювання місця в бібліотеці та потрібних матеріалів. Мобільний додаток бібліотеки

університету Південного Уельса (Великобританія) дозволяє отримати інформацію про режим роботи, бібліотечні новини, нові надходження, в тому числі електронних ресурсів, скористатися послугами особистого кабінету, здійснювати пошук книг, статей з он-лайн журналів, надає доступ до тематичних путівників та колекцій.

Додаток «Libropia» дає можливість користувачу отримати інформацію про всі публічні та університетські бібліотеки Південної Кореї.

На пострадянському просторі аналогічні проекти почали впроваджувати бібліотеки Російської Федерації (РФ). Так, у рамках проекту «Національна електронна бібліотека» розроблено мобільний додаток «НЭБ.РФ Национальная библиотека», який дає можливість користувачам здійснювати пошук та перегляд в електронному вигляді бібліотечних видань, доступних через портал Національної електронної бібліотеки (НЕБ.РФ).

Проте на відміну від європейських та американських бібліотечних мобільних додатків, які доступні будь-якому користувачу світу, додаток «НЭБ.РФ Национальная библиотека» доступний не усім, зокрема на території України його завантаження є неможливим, з поясненням, що «цей продукт неможливо встановити в країні реєстрації вашого пристрою».

На сьогодні окремий мобільний додаток розроблено для Російської державної бібліотеки, Донської державної публічної бібліотеки, наукової електронної бібліотеки «Кіберленінка».

Отже, вивчення зарубіжного досвіду підтверджує актуальність та затребуваність такого виду бібліотечного сервісу як мобільні бібліотечні додатки, а швидкість розповсюдження нових мобільних пристроїв із доступом до Інтернету дає можливість із впевненістю говорити про перспективність цього виду бібліотечних послуг.

Польовик С. М.,

наук. співроб. НБУВ,

канд. наук із соц. комунікацій

ОБРАЗ УКРАЇНИ НА СТОРІНКАХ РОСІЙСЬКИХ ГАЗЕТ: КОНТЕНТ-АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Останніми роками тема України займає перші шпальти провідних світових видань. У зарубіжних ЗМІ образ нашої держави формується у двох площинах. По-перше, це – позитивний імідж, сформований в основному західними ЗМІ. І по-друге, негативний образ, у створенні якого провідну роль відіграють російські ЗМІ.

Проблематика статті спрямована на дослідження аналітики зарубіжних авторів щодо політичного та економічного розвитку України, суспільно-політичних подій, які відбуваються у нашій країні на даному етапі, висвітлених на сторінках російських газет «Известия», «Коммерсантъ», «Российская газета» як джерел формування інформаційно-бібліографічного бюлетеня «Україна у відгуках зарубіжної преси» Фонду Президентів України Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського.

У ході дослідження було переглянуто 24 випуски інформаційно-бібліографічного бюлетеня, до якого увійшли матеріали названих видань. Для контент-аналізу були використані аналітичні статті про Україну, опубліковані в інтернет-версіях російських газет «Известия», «Коммерсантъ», «Российская газета» упродовж 2015 р.

Досліджуваний період було умовно розділено на три частини з метою вивчення динаміки формування російськими журналістами відповідних іміджевих характеристик України. Перший період (січень–квітень) означений реакцією російських ЗМІ на визнання Верховною Радою України Росії

країною-агресором. Другий період (травень–серпень) обумовлений широким обговоренням на шпальтах російських газет питань запровадження українською владою декомунізаційного закону. Третій період (вересень–грудень) характеризує реакція російських ЗМІ на введення Україною масштабних санкцій проти Росії.

Аналіз публікацій дозволяє констатувати, що провідними на сторінках російських видань є рубрики «Критика владних структур України» (30 %), «Українсько-російські відносини» (28 %), «Міжнародна політика» (24 %), «Новини зі стану сепаратистів» (18 %). Серед інших рубрик слід виокремити такі, як «Проблеми газопостачання», «Крим», «Національна політика», «Верховна Рада», «Політична боротьба», «Проблеми біженців» та ін.

Як свідчить контент-аналіз, більшість публікацій спрямована на критику української влади. Якщо протягом першого (12 %) і третього (14 %) досліджуваних періодів рубрика «Критика владних структур України» представлена майже однаковою кількістю статей, то другий період означений збільшенням повідомлень щодо української влади та критичних зауважень на її адресу (17 %). Це, перш за все, зумовлено зростанням уваги російських видань до таких подій в Україні, як затвердження урядом розширеного списку санкцій проти Росії та ухвалення декомунізаційного пакету.

Популярною серед російських видань є рубрика «Українсько-російські відносини». Упродовж усього досліджуваного періоду можна помітити динаміку зростання інтересу до цієї тематики. Якщо кількість статей у першому та другому періоді становила відповідно 10 % та 12 %, то третій період відзначено збільшенням наповнення вказаної рубрики до 17 %. Актуалізація висвітлення українсько-російських відносин на сторінках газет в останній період нашого дослідження зумовлена, перш за все, реакцією Росії на запровадження Україною масштабних санкцій.

Примітно, що рубрика «Міжнародна політика», яка було ключовою у першому періоді (13 %), упродовж наступних двох (відповідно 11 % і 10 %) має тенденцію до втрати лідируючих позицій щодо висвітлення на шпальтах

російських газет. Представлена динаміка характеризується тим, що на перший досліджуваний період припадає підписання «нормандською четвіркою» Мінської угоди, що, своєю чергою, викликало широкий резонанс на сторінках російських видань.

У ході контент-аналізу встановлено, що на шпальтах російських газет досить докладно висвітлювалася рубрика «Новини зі стану сепаратистів». Слід відзначити нерівномірність її представлення на сторінках видань, що є свідченням відповідної інформаційної реакції російськими ЗМІ на події, які відбувалися на сході України. Зокрема, перший досліджуваний період характеризується широким представленням повідомлень щодо самопроголошених республік (11 %), зумовлений активними бойовими діями в районі Дебальцеве і Донецького аеропорту. Упродовж другого періоду російські газети приділили цій рубриці лише 5 % своєї уваги. На кінець року прослідковується зростання кількості публікацій (8 %), причиною чого стало поширення заяв російських посадовців про порушення Україною Мінських угод.

Аналізуючи характер відображених у російських виданнях процесів розвитку України за 2015 р., треба відзначити, що більшість матеріалів має переважно критичний зміст. Зокрема, на сторінках «Российской газеты» та «Известий» повідомлення щодо України досить однобічні. Ключові позиції на шпальтах цих видань займають рубрики «Критика владних структур України» (26 %), «Українсько-російські відносини» (21 %), «Новини зі стану сепаратистів» (12 %). Примітно, що газета «Коммерсантъ», деякою мірою, зберігає незалежність, намагаючись об'єктивно писати про ситуацію в Україні. Здебільшого на шпальтах цієї газети детально висвітлюються в інформаційному ключі такі рубрики, як «Українсько-російські відносини» (31 %) та «Міжнародна політика» (24 %).

Таким чином, сьогодні Україна має імідж прозахідної держави, який на жаль, не підтримується проаналізованим нами виданням. Російські газети переважно подають однобічну та заангажовану інформацію про міжнародне

становище, суспільно-політичне, економічне та культурне життя сучасної України. Слід наголосити, що «Известия», «Коммерсантъ», «Российская газета» – це не просто видання, які впливають на формування громадської думки, але й на процес прийняття рішень представниками різних світових держав. Тому ґрунтовний аналіз запропонованих інтернет-версій російських газет сприятиме визначенню вектора інформаційного спрямування вітчизняних ЗМІ щодо викриття негативного відображення іміджу Української держави. Проведений контент-аналіз підтвердив думку про те, що моніторинг російських газет зумовлює повноту та всебічність інформаційного наповнення бюлетеня «Україна у відгуках зарубіжної преси». Вважаємо наше дослідження лише постановкою актуальної проблеми, розвиток наукового її вивчення має полягати у подальшому багатоаспектному та комплексному аналізі образу України у зарубіжних ЗМІ.

E-mail: spolevik196812@gmail.com

УДК 021.1:004.774–021.321

Струнгар В. В.,

аспірант НБУВ

ОСОБЛИВОСТІ ПРЕДСТАВЛЕННЯ БІБЛІОТЕК У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Сьогодні бібліотеки дедалі більше нарощують присутність у інтерактивному середовищі мас-медіа – у блогосфері, соціальних мережах, інших інтерактивних майданчиках, причому роблять це настільки активно, що вже можна говорити про формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа. Відповідно, цей процес потребує детального аналізу.

Представленість і досвід активності бібліотек у соціальних медіа дають змогу говорити про формування бібліотечної роботи в соціальних медіа, її планування, здійснення й узагальнення потребує спеціальних методик досліджень контенту, технологій подачі публікацій, аудиторії бібліотечних сторінок у соціальних медіа.

Доцільним видається оцінити публікації, що розміщені на сторінці бібліотеки в соціальній мережі за інтерактивністю, це дає можливість оцінити ступінь взаємодії бібліотечної публікації в соціальній мережі з користувачами. Оскільки різні соціальні мережі мають різні можливості для інтерактивної взаємодії, цей критерій охоплюватиме вподобання (Likes), коментарі й репости (шейри, поширення, ретвіти, інші форми інтеракції залежно від мережі). При цьому інтерактивність може бути оцінена як для окремої публікації, так і визначений усереднений похідний показник, за потреби може бути визначено показник окремих взаємодій, так і їхнє співвідношення (уподобання як відмітка «прочитав, підтримую»; поширення – «рекомендую до ознайомлення своїм друзям/читачам»; коментар – «маю власну думку з цього приводу»).

За отриманими показниками як окремі публікації в соціальній мережі, так і сторінки можуть бути ранжовані, як такі що мають високу/низьку інтерактивність. Для обґрунтування відповідних оціночних суджень доцільно визначати середньостатистичний показник, відносно якого описуватиметься рівень інтерактивності. У випадку дослідження бібліотечних сторінок слід враховувати, що досить часто йдеться про офіційне інформування, що за визначенням не передбачає бурхливої комунікації. Водночас визначення тих типів комунікацій і тематики, що здатні активізувати зворотний зв'язок, видається перспективним для вибудовування комунікації в соціальних мережах.

Результат таких досліджень дасть змогу розробити методики аналізу, за якими бібліотеки змогли б виявити успішні стратегії, недоліки і, відповідно, корегувати тактику комунікації. При порівнянні різних бібліотечних сторінок

найперспективнішим видається структурувати публікації за усередненим коефіцієнтом інтерактивності, тому що цей показник, на нашу думку, є найпоказовішим.

Іншими важливими показниками аналізу публікації на сторінці бібліотеки є тематична спрямованість і спрямованість за аудиторією, які також можна аналізувати на предмет кореляції між собою.

Виходячи з тематичної різноманітності публікацій бібліотек у соціальних медіа і враховуючи різноманітність функцій, які реалізують бібліотеки у інтерактивному просторі, досить затребуваними й перспективними в бібліотекознавчих дослідженнях виявляється аналіз змістовного наповнення бібліотечних сторінок.

Визначальною в загальному аналізі публікації бібліотечної сторінки в соціальних медіа є інформаційно-комунікаційна складова, що описує її наповнення, виходячи із функцій сторінок: інформування, посередництва, продукування, акумуляції, сприяння, комунікації.

Тому можна ранжувати публікації бібліотечної сторінки в соціальних медіа за представленими функціями, що надасть уявлення про стратегію формування і представлення контенту бібліотеки в соціальній мережі, тобто від інформаційного забезпечення до творення чи сприяння комунікації.

У подальшому пропонуємо аналізувати бібліотечні сторінки за використовуваними технологіями та змістом. У першому випадку визначальними виступатимуть показники ефективності просування контенту і установи в інтерактивному середовищі мас-медіа. Змістовний аналіз дозволяє зрозуміти, які смисли та ідеї транслює бібліотека. Тобто, необхідно чітко розмежувати завдання: з'ясувати технологічні умови ефективності (тип, посилання, розміри, тематика) та проаналізувати зміст контенту (з'ясувати завдання, функції та інфостратегію сторінок).

За типом контенту публікації можуть характеризуватись як загальний текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), лінки (гіперпосилання на власні, спільні та національні бібліотечні продукти та

послуги, традиційні засоби масової інформації, інші посилання), такі специфічні тексти, як опитування чи події.

У результаті, можна досліджувати, чи існує залежність вибору того чи іншого типу контенту і змісту з його ефективністю, що цілком статистично визначається через таку характеристику інтерактивного контенту, як взаємодія та на підставі зроблених висновків і узагальнень надавати рекомендації співробітникам, що адмініструють бібліотечні сторінки.

Змістовний аналіз публікацій можна здійснити за допомогою автоматичного й ручного моніторингу. Змістовний аналіз публікацій можна проводити, виявивши ключові слова та частоту їх використання, для того щоб виявити трансльовані смисли публікацій та описати політику просування їх у інтерактивному середовищі мас-медіа. Визначивши ключові слова, які вживаються в бібліотечній публікації, їх можна співвіднести з інтерактивністю: за сформованим списком ключових слів доцільно перевірити показники взаємодії, з'ясувавши, таким чином, які саме теми, трансльовані сторінкою, викликають дієвий інтерес користувачів.

За змістом бібліотечні публікації можна аналізувати за наявності хештегів, які найчастіше вживаються бібліотекою. Виявлення хештегів у публікаціях бібліотечної сторінки можна здійснювати за допомогою автоматичного та ручного пошуку. У такому разі вибірка може визначатися з тегуванням або без тегування представленої публікації.

Оскільки в соцмережах користувачі публікують не лише власні дописи, а і зовнішню, створену іншими користувачами або ЗМІ інформацію, користуючись технологією гіперпосилань, створений гіпертекст (сукупність текстів і посилань) є, на нашу думку, досить перспективним простором для аналізу.

Фейсбукери стверджують, що ідеальна публікація для просування контенту в інтерактивному середовищі мас-медіа – це досить короткий пост. Такі пости, як правило, отримують більшу кількість уподобань і коментарів, іншими словами, велику реакцію і залученість читачів. Тому можна впевнено

стверджувати, що ідеальний пост бібліотечної сторінки – це короткий, чіткий, зрозумілий і простий допис.

Дуже важливою складовою аналізу сторінки є періодичність оновлення й подальший аналіз зв'язку цього показника з інтерактивністю та загальною популярністю сторінки. Це може бути інструментом корегування стратегії наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа.

Дуже цікавим аспектом дослідження бібліотечної сторінки є також аналіз аудиторії за географічною, професійною, віковою (за можливості) складовою та порівняння аудиторій офіційного сайту й інтерактивних представництв.

Цікавим видається аналіз дописів читачів за їх наявності на сторінці бібліотеки в соціальній мережі як важливого способу зворотного зв'язку і складової комунікації бібліотека – користувач. Дописи, своєю чергою, можна аналізувати за реакцією читачів та бібліотеки (уподобаннями, коментарями й репостами). За потреби можна аналізувати коментарі бібліотеки: «надала відгук», «видалила допис» і «не взяла до уваги», час відповіді на заявлений допис читача, а також періодичність написання дописів читачами.

Отже, основними напрямками дослідження контенту бібліотечних сторінок у інтерактивному медіа-середовищі можна назвати статистичний метод, контентний і метод дискурс-аналізу, які покликані з'ясувати технологічні та змістовні умови ефективності контенту. Відповідно, показовими критеріями вивчення бібліотечного представництва в соціальних медіа можна вважати ефективність сторінки, рівень взаємодії сторінки, змістовне наповнення сторінки.

E-mail: strungarv@gmail.com

**ПАРТІЙНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ
ЯК ОБ'ЄКТ БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
ІСТОРИОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ**

Дослідження партійних ЗМК як об'єкту бібліотечно-інформаційної діяльності в загальному вигляді передбачають розгляд таких аспектів, як комплектування інформацією партійних засобів масової комунікації (ЗМК), її збереження та систематизації, організації доступу до неї, створення на її основі аналітичного продукту. При цьому достовірності висновків дослідника-аналітика сприятиме розуміння ним специфіки функціонування, завдань та ролі партійних ЗМК у системі соціальних комунікацій, особливостей їх інформаційного наповнення, тенденцій розвитку тощо.

Вивчення особливостей функціонування та місця в сучасному суспільстві партійних ЗМК активізувалося з початку формування багатопартійної системи в незалежній Україні. Потужна історіографія вивчення різних видів засобів масової комунікації, можливості застосування міждисциплінарного підходу створюють перспективи для системного аналізу дослідження не лише друкованих ЗМІ як цілісного явища, але і електронних ЗМК.

Присвячені ЗМК дослідження можна систематизувати у дві великі групи: перша – вивчення функціонування та ролі ЗМК у системі соціальних комунікацій; друга – ЗМК як джерело досліджень і об'єкт бібліотечно-інформаційної діяльності.

До першої групи можна віднести переважну більшість досліджень, які стосуються періодичних видань і лише частково – електронних. При цьому більшість фундаментальних праць дослідників присвячені функціонуванню

засобів масової комунікації в цілому, лише опосередковано звертається увага на партійні ЗМК.

Проблеми глобалізаційних процесів та їхнього впливу на демократичні перетворення в Україні розглянуті, зокрема, в дисертаційному дослідженні та монографії О. Зернецької. Висвітлюється роль міжнародних і регіональних організацій у регулюванні відносин у галузі масової комунікації; аналізуються стан і тенденції розвитку медіа-системи в Україні та заходи задля її входження в європейський та світовий комунікаційний простір.

У центрі уваги вітчизняних науковців, насамперед, перебувають питання теорії масової комунікації, її методології та методів дослідження. Серед оригінальних авторських робіт, у яких приділяється увага тим чи іншим аспектам методології, слід назвати праці відомих пресознавців В. Іванова, А. Москаленка, Г. Почепцова, Ю. Фінклера, М. Романюка та інших.

Значна частина науковців у своїх дослідженнях аналізують вплив ЗМК на свідомість користувачів інформації. Зокрема, Л. Городенко у своїй дисертаційній роботі досліджувала форми, методи та прийоми впливу на громадську думку, що використовуються у засобах масової інформації (ЗМІ), приховані та явні можливості впливу на громадськість, а також приклади використання такого впливу українськими журналістами.

Тему маніпуляції в ЗМК також досліджували О. Заславська, О. Шерман, П. Лазарсфельд та Р. Мертон, Н. Гармаш, Г. Осика, Г. Шиллер, В. Зливков, М. Присяжнюк, М. Соколов, С. Солонська, О. Рябоконт та інші.

Як важливий чинник становлення громадянського суспільства розглядають ЗМК у своєму дослідженні І. Бойчук, Н. Дніпренко та інші. Натомість О. Трухачов дослідив соціокультурні й ідейно-політичні аспекти впливу державно-виконавчих установ на засоби масової комунікації,

визначив сутність та мету процесів взаємовпливів між державно-виконавчими установами та засобами масової комунікації.

Сучасним електронним засобам комунікації присвячені роботи М. Вершиніна, О. Грищенко, С. Туронка.

О. Полікарпова, аналізуючи стан сучасного суспільства і ролі в ньому ЗМК, відзначає, що мас-медіа стали одним із компонентів психосоціального середовища існування людства, вони претендують, і не без підстави, на роль дуже потужного чинника формування світогляду особистості і ціннісної орієнтації суспільства.

Щодо вивчення ЗМК політичних партій України, то цей процес – лише на початковому етапі. Партійним виданням і їхній ролі в розбудові демократичного суспільства в Україні науковці приділяли менше уваги. Переважно проблема розглядається в контексті інших ЗМІ. Серед праць, присвячених безпосередньо партійним ЗМК, варто назвати роботи Ю. Фінклера, А. Білецької, П. Шевченка, П. Антоненко, В. Яблонського.

Окрема група наукових напрацювань присвячена вивченню ЗМК як джерела досліджень і об'єкта бібліотечно-інформаційної діяльності.

З огляду на актуальність вивчення вітчизняних засобів масової комунікації, зокрема партійних, із метою здійснення фундаментальних досліджень з історії національних періодичних видань у 1992 р. при Львівській національній науковій бібліотеці імені В. Стефаника було створено Науково-дослідний центр періодики, а також Дослідницький центр історії української преси. Одним із завдань цих наукових центрів є здійснення координації зусиль усіх зацікавлених установ, організацій, окремих дослідників у справі дослідження історії української періодики, зокрема партійної. Результати системних пресознавчих досліджень фахівців Львівської національної наукової бібліотеки імені В. Стефаника викладені в таких основних виданнях Науково-дослідного інституту пресознавства, як

«Збірник праць Науково-дослідного центру періодики» (заснований 1993 р., виходить щорічно), «Періодика Західної України 20–30-х рр. ХХ ст. : матеріали до бібліографії : у 5 т.» (1998–2003); «Українська журналістика в іменах: матеріали до енциклопедичного словника» (з 1994 р. до 2013 р. вийшло 20 випусків); «Українська преса в Україні та світі ХІХ–ХХ ст. : історико-бібліографічне дослідження» (2006. – Т. 1: 1816–1890; 2009. – Т. 2: 1891–1905 рр.; 2011. – Т. 3: 1906–1910; 2014. – Т. 4: 1911–1916 рр.); «Українські часописи Львова: історико-бібліографічне дослідження: у 3 т., 4 кн.» (2001–2003). Водночас, згадані праці висвітлюють переважно історію розвитку преси в Україні в ХХ ст., не ставлячи за мету дослідження преси як об'єкта бібліотечно-інформаційної діяльності.

Питання систематизації і збереження періодичних видань, надання до них широкого доступу в бібліотечних установах вивчалися фахівцями Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ). Зокрема, співробітниками відділу газетних фондів підготували низку наукових публікацій з актуальних питань збереження й використання газетних фондів та впровадження інноваційних технологій у відділі газетних фондів НБУВ.

На важливості формування і збереження газетних фондів та надання інформаційних послуг їх користувачам наголошують такі науковці НБУВ, як Т. Борисенко, О. Заварзіна, Н. Самохіна, О. Вакульчук, О. Залізюк.

Вивченню інтернет-видань, зокрема, партійних засобів масової комунікації, приділяється увага фахівцями Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (СІАЗ) НБУВ, якими досліджуються особливості функціонування таких ЗМК, підходи до збереження і подальшого використання інформації, що ними розміщується.

Науковцями СІАЗ підготовлено низку наукових публікацій, у яких акцентується увага на основних тенденціях розвитку сучасних ЗМК у мережевому середовищі в умовах глобалізації та посилення небезпечних інформаційних впливів, а також узагальнюється досвід адаптації бібліотечно-

інформаційної та науково-аналітичної діяльності інформаційно-аналітичних підрозділів НБУВ до роботи з такими ресурсами.

Зважаючи на розбудову демократичної держави та громадянського суспільства в Україні, наукова увага до проблематики функціонування, ролі, тенденцій розвитку та специфіки ЗМК, у тому числі партійних, збереження та використання їхньої інформації в процесі бібліотечно-інформаційної діяльності, є цілком логічною. При цьому динаміка розвитку мережевого середовища, активізація використання політичними партіями соціальних медіа дає змогу прогнозувати збереження актуальності для цього напрямку наукових досліджень з акцентом на виробленні методики збереження інформації інтернет-представництв політичних партій, її систематизації, опрацювання і підготовки з її використанням затребуваного користувачами науково-аналітичного продукту.

E-mail: pal56@ukr.net

УДК 021.1:027.53(477)

Трачук Л.Ф.,

доц. Рівненського держ. гуманітар. ун-ту,

канд. іст. наук

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ
ОБЛАСНИХ УНІВЕРСАЛЬНИХ НАУКОВИХ БІБЛІОТЕК
ЗА КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЮ ПАРАДИГМОЮ**

Від свого зародження і до наших часів бібліотеки виконують дуже важливу для суспільства функцію забезпечення інформаційних потреб суспільства соціальною інформацією, зафіксованою в документальній формі.

Останніми роками бібліотеки, намагаючись утримати конкурентоспроможну позицію як соціального інституту, підвищити свою привабливість для населення, значно розширили асортимент неінформаційних продуктів та послуг, в основному за рахунок значного збільшення кількості і форм дозвіллевих заходів. Таке становище бібліотек, назване «кризою ідентичності» [8], викликало неоднозначну реакцію дослідників та активізувало спроби переосмислення призначення бібліотеки, її місії в суспільстві та функцій.

Значне зниження інтересу користувачів до бібліотечних продуктів та послуг, втрата бібліотеками монопольного статусу в сфері накопичення, опрацювання, пошуку та поширення інформації актуалізує питання пошуку та розробки нової концепції бібліотечної діяльності, пов'язаної, в першу чергу, із удосконаленням обслуговування користувачів сучасної бібліотеки. Існують різні підходи до визначення місії сучасної бібліотеки, що потребують обговорення. Мета доповіді – обґрунтувати роль сучасної бібліотеки у суспільстві як установи, орієнтованої на забезпечення потреб своєї цільової аудиторії.

Закон України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» головним завданням бібліотеки визначає надання бібліотечних послуг, адже саме вони є результатом діяльності бібліотеки із задоволення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів бібліотеки [6]. На важливості питання вдосконалення обслуговування користувачів бібліотек наголошують багато дослідників, зокрема, А. І. Земсков відзначає, що бібліотека – це посередник між народом і знанням, інструмент передачі знання народу (а не тільки його збереження), і сенс бібліотечної діяльності, на його думку, полягає саме в обслуговуванні [1].

У нових соціально-економічних умовах, у зв'язку з активним впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, постало питання про об'єкт та головний вектор бібліотечного обслуговування: як його називати сьогодні? В українських та міжнародних нормативних документах

застосовується велика кількість позначень об'єкта бібліотечного обслуговування, згідно з якими до кола отримувачів послуг бібліотек – користувачів – входять читач, абонент, відвідувач заходів тощо.

На роль слова-універсума, слова-концепта, що може стати сучасним узагальнювальним терміном для позначення об'єкта бібліотечного обслуговування і основою, фундаментом самостійної концепції бібліотечної діяльності, претендує слово «клієнт», яке найточніше відображає суть сучасної модернізації бібліотек –різноманіття затребуваних якісних інформаційно-бібліотечних послуг для максимально комфортного і зручного режиму використання [7].

Термін «клієнт» передбачає певне співробітництво, захист із боку бібліотеки і взаємодопомогу [2], «...бібліотека вступає з читачем, користувачем саме в клієнтські відносини, в яких він має право вимагати у неї, по-перше, всі послуги, які вона готова і зобов'язана надати, а по-друге, якості цих послуг. Це означає, що клієнт практично стає партнером бібліотеки» [4, с. 27].

У сучасній моделі бібліотеки користувач «стає спільно з бібліотекарем виробником послуг і ресурсів, у тому числі й для інших користувачів, творцем контенту в електронному середовищі» [цит. за: 7, с. 25]. В окремих сучасних зарубіжних дослідженнях клієнт бібліотеки розглядається як співпродюсер послуги (co-producer) і навіть як своєрідний працівник із частковою зайнятістю (part-time worker) [9].

Клієнтоорієнтованість в українських бібліотеках розуміється як вміння виявляти потреби клієнта і створювати пропозицію послуг у формі, яка буде оптимальна для кожної конкретної людини [5, с. 5]. Відповідно, для бібліотеки – рівнозначні всі її послуги, які мають попит у клієнтів, незважаючи на те, чи беруть вони книги додому, чи перевіряють у стінах бібліотеки електронну пошту, чи гортають журнали і п'ють каву.

Серед рекомендацій щодо якісного обслуговування користувачів відповідно до їхніх очікувань є такі: бібліотека повинна застосовувати ті ж

технічні засоби та інформаційні технології, що і користувачі; орієнтуватися на віддаленого користувача не тільки при обслуговуванні, але і при формуванні інформаційних ресурсів; для роботи з потенційними користувачами застосовувати можливості соціальних мереж; підвищувати кваліфікацію працівників, зокрема і через внутрішньобібліотечні курси з використання нових технологій для бібліотечного обслуговування; змінити розподіл працівників відділів обслуговування з врахуванням необхідності забезпечення інтернет-сервісів [3].

Наші дослідження показали, що інформаційні сервіси обласних універсальних наукових бібліотек України поки ще мало спрямовані на інтереси користувача. Частіше за все вони відображають уявлення бібліотекарів про те, як, на їхню думку, має виглядати і працювати потрібний користувачу ресурс. Нову якість клієнтоорієнтованого бібліотечного обслуговування може забезпечити комплексне впровадження сучасних методів і принципів взаємодії з користувачем та технологій Веб 2.0, що дозволить перетворити бібліотеки на конкурентоздатні організації на ринку інформаційних продуктів та послуг.

Список використаних джерел:

1. Земсков А. И. Библиотека – инструмент передачи знаний. («Куб знаний») / А. И. Земсков // Науч. и техн. б-ки. – 2010. – № 6. – С. 78–82.
2. «К барьеру!» – интеллектуальный поединок [между А. И. Земсковым и Ю. Н. Столяровым] на Крымском форуме // Науч. и техн. б-ки. – 2010. – № 11. – С. 48–52.
3. Линдеман Е. В. Как успеть за пожеланиями пользователей: тенденции в развитии информационно-библиотечных сервисов для отрасли науки и образования (на примере ГПНТБ России) [Электронный ресурс] / Е. В. Линдеман. – Режим доступа:

<http://www.rba.ru/content/activities/section/32/publ/2014/08.ppt>. – Загл. с экрана.
– (Дата обращения: 10.04.2016).

4. Никонорова Е. В. Вектор развития современной библиотечной науки / Е. В. Никонорова // Библиотековедение. – 2003. – № 6. – С. 22–28.

5. Орієнтація на клієнта – користувача бібліотеки : метод.поради / уклад. В. В. Шейчук, Л. П. Семенюк; Упр. культури, національностей, релігій та туризму Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. обл. універс. наук. б-ка ім. М. Островського. – Хмельницький, 2015. – 28 с.

6. Про бібліотеки і бібліотечну справу [Електронний ресурс] : Закон України від 27.01.1995 р. [зі змінами і допов. станом на 28.01.2016 р.] // Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80>. – Назва з екрана. – (Дата перегляду: 10.04.2016).

7. Руссак З. В. «Клиент» как слово-концепт современной библиотечной действительности / З. В. Руссак, Л. В. Сокольская // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2013. – № 2. – С. 23–30.

8. Тихомирова И. И. Библиотека: кризис идентичности. Есть ли выход? / И. И. Тихомирова // Библ. дело. – 2012. – № 20. – С. 7–11.

9. Эйнасто О. В. Чего библиотекарь ждет от читателя – к вопросу о качестве электронных услуг библиотеки / О. В. Эйнасто // Шк. б-ка. – 2011. – № 6–7. – С. 78–82.

УДК 021.89(477)

Блажкевич А. Л.,

наук. співроб. НБУВ,

канд. іст. наук

ПРАВОВІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОВІДНИХ НАУКОВИХ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ

Сьогодні українські бібліотеки найбільш доступні установи, які володіють документно-інформаційними ресурсами з питань права і забезпечують реалізацію конституційного права людини на інформацію. Діяльність щодо надання доступу до достовірної, повної та оперативної правової інформації, зокрема поширення офіційних правових документів органів державної влади та місцевого самоврядування, сприяє підвищенню рівня правової інформованості різних верств суспільства та має на меті формування у громадян високого рівня правової культури.

Значну роботу з питань надання правової інформації громадянам України проводить Національна юридична бібліотека (далі – НЮБ) Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Пріоритетними напрямками діяльності НЮБ є сприяння утвердженню й розвитку національної правової традиції, розширення доступу до правових інформаційних ресурсів усім категоріям громадян, ефективне використання цих ресурсів у практиці суспільного життя з метою розвитку демократичних основ державного управління та демократизації українського суспільства.

Основні завдання НЮБ – це акумуляція у бібліотечних фондах правової інформації на всіх видах носіїв; забезпечення ефективного доступу до документного, наукового, інформаційно-аналітичного ресурсу правової та необхідної в реалізації правових відносин суміжної з нею іншої інформації; сприяння вдосконаленню комплектування фондів НБУВ новою правовою

інформацією; організація представлення інформаційних ресурсів, що відображають національну правову традицію; здійснення навігаторських функцій в інтересах замовників по вітчизняних ресурсах правової інформації та відповідних ресурсах інтернет-інформації; сприяння реалізації національно-освітніх та науково-популярних програм у сфері правового забезпечення розвитку суспільства.

Для виконання основних завдань НЮБ акумулює документально-інформаційних ресурсів, які містять правову інформацію; бере участь у внутрішньодержавному та міжнародному обміні інформацією з правових питань; проводить культурно-просвітницьку діяльність; співпрацює з іншими бібліотеками України незалежно від їх підпорядкування, а також навчальними закладами, науково-дослідними (науково-технічними) установами України та інших держав; проводить іншу діяльність, що впливає з її основних завдань.

Таким чином, НЮБ НБУВ проводить величезну роботу з надання правової інформації в контексті забезпечення сучасних потреб громадянського суспільства.

Національна парламентська бібліотека України (НПБУ) також працює в напрямі подання правової інформації для громадян. На виконання важливої місії правового просвітництва у НПБУ в 2009 р. створено Центр правової інформації, діяльність якого спрямована на повне розкриття фонду юридичної літератури НПБУ та надання доступу до електронних ресурсів правового змісту. Основне завдання Центру – розширення можливостей вільного доступу громадян до інформації правового характеру та удосконалення процесів обслуговування користувачів правовими ресурсами на основі використання як традиційних, так і нових бібліотечно-інформаційних технологій.

Центр здійснює комплекс послуг із надання кваліфікованої допомоги користувачам бібліотеки і населенню міста у використанні правових інформаційних ресурсів, надає доступ громадянам до правових баз даних

(БД), пропонує допомогу у пошуку інформації, здійснює запис на електронні носії, а також пропонує юридичну допомогу.

В обласних наукових бібліотеках також працюють Центри правової інформації, які допомагають одержати безкоштовні юридичні консультації, зокрема учасниками АТО, проводять виставки літератури з питань права, а також допомагають користувачам із підбором правової літератури.

Так, зокрема, в Одеській національній науковій бібліотеці імені М. Горького працює Центр правової інформації, який запрошує користувачів бібліотеки та всіх бажаючих отримати індивідуальні безкоштовні юридичні консультації. Консультаційні послуги надають провідні юристи. Бібліотека проводить правові просвітницькі заходи у формі відкритих лекцій для школярів середнього та старшого віку, для курсантів Військової академії; науково-практичні семінари з питань авторського права для бібліотекарів; інформує щодо прав та пільг для учасників АТО, необхідних документів для отримання статусу учасника бойових дій, нормативно-правові акти, що регулюють пільги та соціальні гарантії учасників АТО.

У Чернігівській обласній універсальній науковій бібліотеці імені В. Г. Короленка у жовтні 2010 р. при відділі суспільних та гуманітарних наук також відкрили Центр правової інформації, який співпрацює з Головним управлінням юстиції у Чернігівській області, Юридичною клінікою інституту права, соціальних технологій та праці, спеціалісти яких два рази на місяць (кожного 2-го та 4-го четверга) надають безкоштовні юридичні консультації користувачам бібліотеки.

Основні завдання Центру правової інформації Чернігівської обласної універсальної наукової бібліотеки – це взаємодія з державними органами влади, громадськими організаціями, вищими навчальними закладами; надання можливості навчанню та самостійному пошуку законодавчої інформації на урядових сайтах та електронній законодавчій базі; підбір літератури за темами; консультації спеціалістів; підбір веб-сайтів на теми правового та соціального характеру.

Мережа Центрів правової інформації та консультацій наразі налічує 42 Центри в 20 регіонах України.

Центри правової інформації на сьогодні, зокрема, діють у Львівській, Волинській, Рівненській, Хмельницькій, Київській, Одеській, Херсонській, Миколаївській, Чернігівській, Луганській, Полтавській, Дніпропетровській областях.

В обласних бібліотеках створено також пункти доступу громадян до офіційної інформації, мета яких – вільний доступ та спроможність пошуку офіційної інформації за допомогою мережі Інтернет. Пункти доступу громадян задовольняють будь-які запити стосовно законотворчого процесу Кабінету Міністрів України, Верховної Ради України, місцевих органів влади. Основними критеріями Пунктів доступу громадян бібліотеки є: інформація про діяльність органів влади: доступ, пошук, консультація.

Отже, підсумовуючи результати нашого дослідження, визначимо основні напрями діяльності з правової тематики наукових бібліотек: це, насамперед, розширення доступу до правових інформаційних ресурсів усім категоріям громадян, ефективне використання цих ресурсів із метою розвитку демократичних основ державного управління та демократизації українського суспільства; створення в бібліотеках Центрів правової інформації, які допомагають одержати безкоштовні юридичні консультації, зокрема учасниками АТО, проводять виставки літератури з питань права, а також допомагають користувачам із підбором правової літератури; створення пунктів доступу громадян до офіційної інформації, мета яких – вільний доступ та спроможність пошуку офіційної інформації при допомозі мережі Інтернет.

E-mail: anblag@ukr.net

Волковинська В. О.,

наук. співроб. НБУВ,

канд. філос. наук

**ПРИНЦИП ПУБЛІЧНОСТІ
В ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
ФОНДУ ПРЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ НБУВ**

Достовірна, об'єктивна інформація важлива для функціонування суспільства, для адекватної оцінки різноманітних акторів у соціальному полі. Як кажуть іспанці, сон розуму породжує чудовиськ. А в сучасних умовах чудовиськ породжує викривлена та неповна інформація. Інформація є важливим інструментом стабільності і розвитку суспільства, оскільки будь-які технології інформаційних провокацій з метою дестабілізації суспільства ґрунтуються на дефіциті інформації.

Крім наявності інформації в суспільстві важлива і така її характеристика, як публічність. Приватне і публічне в соціальному просторі представляють основоположну відмінність між двома сферами та типами соціальних зав'язків. Приватність зазвичай асоціюють із більш безпечним, зрозумілим та інтимним простором. Ключовими характеристиками публічності вважають її видимість, спостережуваність для інших та орієнтацію на колективні дії або спільні інтереси багатьох людей. Відповідно, приватна сфера вважається сферою індивідуалізму та таємності, прихованості від суспільства. Тому протилежність «публічне – приватне» найчастіше застосовують для позначення тих соціальних сфер, які розрізняються між собою за однією із зазначених характеристик, тобто відкритості/прихованості та колективності/індивідуалізму. Зрозуміло, що публічна інформація повинна бути наявна в достатньому об'ємі. Однак, публічність інформації має відображатися не тільки на її кількості, а й на якості. Так, критерію відкритості інформація відповідатиме тоді, коли вона

не тільки буде існувати як така, а й буде доступною. Критерій колективності в цьому випадку визначає пріоритет у наданні публічної інформації виконання суспільного запиту на інформацію, а не завдань реклами чи позитивної самопрезентації того чи іншого джерела інформації.

Інформація, доступна для суб'єкта, члена суспільства, окреслює його можливості часто навіть більше, ніж фактичні обставини його життя. Симптоматично, що доступ до інформації є проблемою саме сьогодні, коли, здавалось би, інформації більше, ніж взагалі можна засвоїти. Однак, важлива не власне інформація, а її релевантність конкретному запиту. Доступність інформації означає легкість, з якою її можна знайти у випадку потреби для кожного конкретного індивіда. Якщо інформація «в принципі є», але знайти її важко чи практично неможливо, то з таким же успіхом можна вважати, що її немає взагалі. Над тим, щоб не просто генерувати інформацію, а доносити її до суспільства, зробити її «видимою», необхідно цілеспрямовано працювати. У сучасному інформаційному просторі стає очевидно, що інформація як така – не просто масив даних. Вона повинна бути організована певним чином, структурована та оцінена. Крім того, інформація повинна бути представлена у певній формі, що полегшує її сприйняття. Сучасну тенденцію до поєднання тексту і графіки у поданні інформації не слід сприймати як спрощення чи деградацію у цій сфері. Навпаки, знайти графічне, візуальне рішення для подання інформації не тільки не легко, але й вкрай важливо у наш час із його шаленим ритмом та перевантаженістю.

Фонд Президентів України був заснований 20 років тому Указом Президента України з метою збирання, збереження та запровадження в науковий і культурний обіг документальних матеріалів, які відображають державну, суспільно-політичну діяльність, творчість та життя президентів України.

За 20 років Фонд пройшов довгий шлях у визначенні конкретних методів виконання покладених на нього завдань. Сьогодні, крім забезпечення формування та обліку документного фонду (який поділяється на

бібліотечний, архівний фонди та колекцію «Подарунки президентам України»), формування баз даних «Пряма мова Президентів України», «Україна у відгуках зарубіжної преси», Фонд здійснює і оперативну інформаційно-аналітичну діяльність, спрямовану на формування цілісної та повної картини стосовно актуальних подій у реалізації «Стратегії – 2020», презентованої Президентом України Петром Порошенком у 2014 р. орієнтира розвитку країни та модернізації державного управління на базі новітніх інформаційно-комунікативних технологій, розвитку систем електронного урядування в Україні. Відповідно, Фонд формує та оприлюднює огляди матеріалів ЗМІ «Стратегія – 2020»: практика суспільних перетворень» та «Стратегія – 2020»: інформаційні технології в державному управлінні». Ознайомитися з випусками можна на сайті Центру дослідження соціальних комунікацій НБУВ (http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=272&Itemid=353), а також на сторінці ФПУ в соцмережі Facebook (<https://www.facebook.com/fondprezudentiv>).

Моніторинг ЗМІ «Стратегія – 2020»: практика суспільних перетворень» виходить раз на тиждень і містить новини про хід реформ, згруповані в 15 тематичних рубрик, серед яких: конституційна реформа, оновлення влади і антикорупційна реформа, децентралізація і реформа державного управління, дерегуляція і розвиток підприємництва, судова реформа, податкова реформа, реформа енергетики, реформа правоохоронних системи та ін. Крім того, огляд містить новини про ініціативи регіональних владних структур і громадських організацій, новини з соціальних мереж і блогосфери, огляд зарубіжних ЗМІ, оцінки і прогнози експертів, політиків, політологів про вчинені кроки і загальної стратегії реформування країни. У кожному випуску публікується аналітичний коментар, присвячений актуальним подіям ходу реформ, який готується співробітниками інформаційно-аналітичного відділу ФПУ на основі актуальних новин та коментарів експертів. Крім того, частина моніторингу присвячена висвітленню відновлення інфраструктури

звільнених територій, управління ними та проблем підтримки внутрішньо переміщених осіб і жителів Сходу України.

Інформаційно-аналітичні продукти, виконані на основі об'єктивного подання інформації з метою реалізації соціальної ролі масової комунікації можуть стати одним з головних досягнень сучасного процесу реформування бібліотеки і переосмислення її функції в суспільстві. Для успішного виконання подібних проектів необхідно перш за все орієнтуватися на стандарти професіоналізму та публічності у виборі, обробці і трансляції інформації.

Що означають стандарти публічності у цьому випадку? По-перше, йдеться про відкритість, доступність і результат обробки інформації (тобто самого моніторингу) і його джерела. По-друге, публічність у поданні інформації означає і певні стандарти роботи з інформацією. Сучасні масові комунікації далеко не завжди здійснюються саме в публічному просторі. ЗМІ не завжди адекватно виконують свою функцію – інформувати членів суспільства про головні трансформації цього суспільства. ЗМІ можуть бути необ'єктивними, часто не подають картину в цілому, зосереджуються на виставі «цікавих», скандальних новин, фрагментовано відображаючи різні сфери суспільного життя. Створюється калейдоскоп різних новин, не пов'язаних між собою, не релевантних для запиту про загальні вектори розвитку суспільства, коли новини про нещасні випадки, кримінальні новини і події міжнародної політики публікуються в одному ряду.

Україна сьогодні знаходиться у ситуації крайньої вразливості стосовно тієї інформації, яка заповнює її соціальний простір. Для забезпечення сталого та керованого розвитку України важливим є те, наскільки забезпечені необхідною інформацією всі учасники політичного процесу, включно із всією громадськістю. Саме тому Фонд Президентів України визначає сьогодні своїм завданням моніторинг, відбір та організацію інформації стосовно найважливіших напрямів реформування країни та відновлення діяльності української влади на Сході, а також надання спектра експертних

оцінок цієї інформації згідно з принципом публічності інформації. Огляд матеріалів ЗМІ «Стратегія – 2020»: практика суспільних перетворень» відповідає вимогам публічності та об'єктивності інформації, а також забезпечує структурування та зручний формат її подання. Саме такий підхід до інформаційної роботи є запорукою виконання тих важливих соціальних функцій, які покладені на інформаційно-аналітичні інституції.

E-mail: Veronika.einai@gmail.com

УДК 021.1:004.7:328.1-028.27

Пальчук В. Е.,

ст. наук. співроб. НБУВ,

канд. наук із соц. комунікацій,

**РОЛЬ БІБЛІОТЕКИ В РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙ СФЕРИ
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
НА ПРИНЦИПАХ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ**

Оптимізація діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування на принципах електронного урядування, розвиток його інформаційної інфраструктури зумовили запровадження нових підходів у реалізацію бібліотечної практики. Ці підходи підпорядковані новим цілям – сприяти електронній інформаційній взаємодії між органами державної влади, місцевого самоврядування всіх рівнів та інститутами громадянського суспільства, бізнесом, громадськістю.

Актуальність дослідження зумовлена активізацією інформаційного процесу розвитку електронного урядування в Україні та участю бібліотек у ньому, використання в бібліотечній практиці можливостей інформаційно-

комунікаційних технологій для оперативного встановлення електронної інформаційної взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування всіх рівнів із суспільством, громадянами, громадськими інституціями між собою.

Ключовим для окреслення мети цієї статті є визначення поняття «електронна інформаційна взаємодія електронного урядування», уточнення її завдань і змісту в бібліотечно-інформаційній діяльності відповідно до основних стратегій розвитку Української держави, владних інституцій на принципах електронного урядування.

Питання електронної інформаційної взаємодії як невід'ємної складової розвитку електронних комунікацій в Україні та інформаційного суспільства в різних аспектах досліджувалися такими вітчизняними науковцями як, О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик, Т. Гранчак, Л. Галаган, Н. Дніпренко, О. Мар'їна, В. Пальчук та іншими.

Філософський енциклопедичний словник надає загально філософське визначення терміна «взаємодія». «Взаємодія» – філософська категорія, яка відображає особливий тип відношення між об'єктами, при якому кожний з об'єктів діє (впливає) на інші об'єкти, приводячи до їх зміни, і водночас зазнає дії (впливу) з боку кожного з цих об'єктів, що, своєю чергою, зумовлює зміну його стану. Дія кожного об'єкта на інший об'єкт зумовлена як власною активністю об'єкта, виявом його динаміки, так і реакцією об'єкта на дію інших об'єктів («відгук» або «обернена дія»).

У визначенні термін «взаємодія» відповідно до мети цієї статті уточнено – як «електронна інформаційна взаємодія». Предикат «інформаційна» деталізує (уточнює) зміст терміна «взаємодія». Більша деталізація терміна «взаємодія» полягає в додаванні предиката «електронна», що підкреслює технологічний аспект обробки різних видів інформації, її зберігання, передачі, обміну нею.

Використання терміна «електронна інформаційна взаємодія» в бібліотечній термінології особливо стало помітним у контексті досліджень

участі бібліотек у сприянні розвитку електронних комунікацій між суб'єктами електронного урядування.

Бібліотека як соціальний інститут, який виконує інформаційну та комунікаційну функцію в суспільстві, у межах своїх техніко-технологічних можливостей розвинула найбільш затребувані форми електронної інформаційної взаємодії між суб'єктами електронного урядування.

У зв'язку з цим відбувся розвиток дистантних форм електронної інформаційної взаємодії в бібліотечній практиці через реалізацію різноманітних проектів національного та регіонального значення.

Зміст бібліотечно-інформаційної діяльності відповідно до основних стратегій електронного урядування полягає в багатоаспектному використанні різних видів інформації (інформаційних ресурсів), її обробці, систематизації, виробництва відповідних інформаційних продуктів, створення масивів інформаційних ресурсів, організації доступу до них і забезпечення їхнього обміну з метою сприяння розвитку форм електронної інформаційної взаємодії між учасниками процесу електронного урядування та їхнього взаємовпливу один на одного.

З урахуванням зазначеного, пропонуємо так визначення терміна «електронна інформаційна взаємодія електронного урядування» – особливий вид комунікацій між органами державної влади, місцевого самоврядування та інститутами громадянського суспільства, бізнесом і громадськістю, що передбачає багатоаспектне використання різних видів інформації (інформаційних ресурсів), їхній обмін із метою взаємовпливу учасників цього процесу один на одного за допомогою використання інформаційно-комунікаційних технологій при вирішенні питань електронного урядування.

Зазначене визначення узгоджується зі змістом терміна «комунікації в публічному управлінні» як процесу обміну інформацією органів державної влади та органів місцевого самоврядування між собою та з різними інституціями суспільства (суб'єктами комунікації).

Таким чином, участь бібліотек в інформаційному, комунікаційному процесі розвитку електронного урядування сприяє розвитку багатоаспектних форм електронної інформаційної взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування всіх рівнів із суспільством, громадянами, громадськими інституціями, бізнесом, між собою, їхньому взаємовпливу один на одного за допомогою використання інформаційно-комунікаційних технологій при узгодженні інтересів різних соціальних груп, вирішенні питань соціально-економічних і політичних ризиків тощо.

E-mail: valentina88877@gmail.com

УДК 004.77:021.7

Булахова Г. І.,

мол. наук. співроб. НБУВ

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІМІДЖЕВОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ БІБЛІОТЕК

Сьогодні одним із найпопулярніших і затребуваних засобів комунікації є соціальні мережі, які набувають особливої актуальності як складова формування образу та іміджу сучасної бібліотеки.

Присутність бібліотеки в соціальних мережах дає можливість розміщувати новини (причому не тільки з життя бібліотек), знайомити з новими надходженнями та цікавими матеріалами, оперативно відповідати на запитання користувачів, проводити опитування, ділитися фотографіями і відеоматеріалами і т. д. Отже, соціальні мережі – це перспективні інструменти для інформування про бібліотечні заходи, активізації

комунікації «бібліотека – читач», механізм оперативного зворотного зв'язку та низка інших можливостей.

Попри те, що представлення бібліотек у соціальних мережах досліджується достатньо активно, це явище є настільки динамічним та багатоаспектним, що поза увагою науковців залишаються окремі проблеми, що заслуговують на ґрунтовне висвітлення. До таких питань, на нашу думку, можна віднести наукове осмислення використання соціальних мереж як засобу рекламування бібліотечної діяльності. Присутність бібліотек у інтерактивному просторі соціальних мереж – кількість акаунтів, активність і різноманітність комунікації – дозволяє говорити про систему такого представлення, і цим самим актуалізує питання виявлення та аналізу існуючих рекламних стратегій просування продуктів і послуг у діяльності бібліотек в електронному середовищі.

З'ясуємо суть поняття «рекламна стратегія бібліотеки». Пропоноване визначення повинне враховувати специфіку реклами бібліотек [1; 2; 3] як особливого виду маркетингової діяльності з огляду на соціальний характер рекламованої інституції. Аналіз фахової літератури з проблеми реклами і маркетингу як економічної діяльності [4; 5] дозволяє виділити спільні тези, що використовуються для означення цього явища рекламної стратегії. Отже, виходячи із класичних визначень поняття «рекламна стратегія» та враховуючи специфіку бібліотечного рекламування, пропонуємо визначати поняття «бібліотечна рекламна стратегія» як систему скоординованих заходів, що використовуються суб'єктом бібліотечної діяльності для інформування дійсного і потенційного читача (користувача) про бібліотеку, її фонди, послуги і можливості з метою підвищення популярності бібліотеки. Рекламна стратегія таким чином визначає, як саме бібліотека сприятиме стимулюванню придбання, використання користувачами тих чи інших документів, документних ресурсів, бібліотечних можливостей і послуг; доноситиме до споживача цих послуг інформацію про конкретну вигоду, ту

чи іншу перевагу матеріального чи психологічного характеру, пов'язану з його статусом користувача бібліотек.

Підкреслимо, що рекламна комунікація є частиною маркетингової комунікації, яка не може існувати окремо від загальної маркетингової стратегії, а та, своєю чергою, пов'язана з корпоративною стратегією, підпорядкованої цілям і місії бібліотеки. Тобто, стратегія рекламної діяльності як система оптимальних форм, змісту, часу і шляхів доставки масового рекламного повідомлення до певної аудиторії, що служить частиною реалізації комунікаційної маркетингової стратегії, повинна розглядатись як складова комплексу планування в цілому.

Виходячи із комунікативної природи бібліотечної діяльності, її низького рівня комерціалізації, висловимо гіпотезу про те, що просування фондів, послуг та загалом діяльності бібліотек посередництвом соціальних медіа є перспективним напрямом як бібліотечної роботи, так і відповідних наукових досліджень.

Виходячи із найвищої популярності серед вітчизняних бібліотек мережі Facebook, на що вказує у своєму дослідженні «Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг» Т. Гранчак [6], розглянемо специфіку вибудовування бібліотечних рекламних стратегій саме у цій мережі. Facebook відноситься дослідниками до соціальних мереж, орієнтованих на представлення мультимедійного контенту: текстових повідомлень, графічного матеріалу, відео- та аудіодокументів. Соціальні мережі, орієнтовані на представлення візуального – графічного та відеоконтенту (Flickr.com, Pinterest, Instagram, YouTube.com) та аудіоконтенту (iTunes), доцільно розглядати окремо.

Для дослідження було зроблено вибірку із 18 бібліотек, що активно використовують соціальну мережу Facebook. Визначальними підходами для такої вибірки логічно обрати активність бібліотеки у соціальних мережах та масштабність бібліотек. Окрім цього, важливим видавалося відібрати бібліотеки різних видів, що дозволить прослідкувати залежність між

вибудованою стратегією рекламування у соціальних мережах та читацьким контингентом (школярі, студенти, науковці, фахівці певних галузей), масштабами обслуговування (загальнодержавний, регіональний рівень чи окремий ВНЗ), завданнями та місією бібліотек.

Аналіз Facebook-сторінок бібліотек дозволяє виокремити найпоширеніші форми роботи, присутні в іміджевих стратегіях. Серед них:

- інформування про заходи (конференції, круглі столи, лекції, презентації, майстер-класи, екскурсії, курси (рік англійської), презентації літературно-художніх видань);

- просування інформаційних продуктів бібліотек;

- інформування про нові надходження;

- культурні акції (показ та обговорення документальних фільмів, інтерв'ю з популярними людьми тощо);

- ведення календаря урочистих, пам'ятних дат (привітання з релігійними, державними святами);

- дискусії, опитування (голосування), коментування опублікованого контенту;

- повідомлення про акції;

- фотозвіти (альбом).

За результатами аналізу бібліотечних сторінок у соціальній мережі Facebook можна виділити їх основні функції. Це, по-перше, представницька, тобто презентація успішного функціонування бібліотеки в умовах інтенсифікації інформаційних потоків; по-друге, інформаційна – полягає в забезпеченні користувача інформацією щодо нових надходжень, презентації змістовних інформаційно-аналітичних матеріалів; по-третє, комунікативна та навігаційна – забезпечення можливості з'єднання між документом і користувачем, передбачає надання потрібної інформації через реалізацію певних форм і засобів за допомогою електронних технологій; по-четверте: вивчення соціальної структури користувачів, що спрямована на дослідження інформаційних запитів різних категорій користувачів бібліотек із метою

оптимізації процесу відбору інформації; по-п'яте: коригуючи – аналіз функціонування сайту та розробка пропозицій щодо внесення змін, спрямованих на підвищення його ефективності.

Список використаної літератури

1. Борисова О. О. Библиотечно-библиографическая реклама: учеб.-практ. пособие / О. О. Борисова. – Москва: Изд-во МГУК, ИПО Профиздат, 2002. – 224 с.
2. Булахова Г. Рекламна діяльність бібліотек (термінологічний аспект) / Г. Булахова // Наук. праці Нац. і б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 256–266.
3. Библиотечное дело: терминологический словарь / сост. Т. А. Бахтурина, Б. Н. Бачалдин, Ю. А. Гриханов [и др.]; Рос. гос. б-ка. – 3-е изд., пераб. и доп. – Москва, 1997. – 168 с.
4. Бернет, Дж. Реклама принципы і практика [Текст] / Дж. Бернет, У. Уэллс. – Санкт-Петербург: Питер, 2000. – 210 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер / пер. с англ. / под ред. Пеньковой Е. М. – Москва: Прогресс, 1990. – 736 с.
6. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг / Т. Гранчак // Бібліотечний вісник. – 2016. – № 1(231). – С. 18–29.

E-mail: GalaBulahova@mail.ru

СУЧАСНІ МОНІТОРИНГОВІ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

Загальна інформатизація, розвиток нових інформаційних технологій та підвищення попиту на інформацію відкриває перспективи функціонування бібліотечних установ як сучасних інформаційних центрів, які, оперуючи унікальними інформаційними ресурсами та надаючи доступ до них, стають активними суб'єктами соціокомунікаційних процесів. Так у сфері надання інформаційних послуг та інформаційного обслуговування користувачів бібліотеки активно розвивають інформаційно-аналітичну діяльність, адже як громадськість, так і владні структури завжди потребують актуальної інформації щодо вироблення та реалізації стратегічних й оперативних управлінських рішень. Дедалі частіше ці запити задовольняються комерційними структурами, які мають значно вищий рівень оснащеності та ширший спектр задоволення інформаційних потреб користувачів, у зв'язку з чим бібліотеки потребують нових підходів до аналітико-синтетичної обробки інформації та вдосконалення методик пошуку, аналізу і відбору найактуальніших інформаційних ресурсів, виходячи з вимог розвитку сучасного інформаційного суспільства.

На сьогодні одними з найефективніших інструментів у здійсненні інформаційно-аналітичної діяльності виступають системи моніторингу. Зокрема, відзначається ефективність інтернет-моніторингу при проведенні антикризових заходів, адже останнім часом реакція громадськості як правило проявляється саме в Інтернет-мережі, з огляду на що своєчасне виявлення відповідних електронних інфоресурсів дає можливість оперативно відстежити тенденції, які намічаються в сучасних соціально-політичних

процесах. Моніторинг мережі може здійснюватись у ручному режимі або автоматично за допомогою спеціальних програм і платформ. Доцільність вибору між ручним і автоматичним визначається кількістю контенту, який створюється в соціальних медіа.

Для підвищення попиту на послуги бібліотек з надання інформаційно-аналітичних послуг необхідне використання нових форм організації роботи з інформацією, яка реалізується сьогодні завдяки комп'ютерним технологіям. Тому вбачається за доцільне впровадження сервісів автоматичного моніторингу у структурних підрозділах бібліотек, які займаються інформаційно-аналітичною діяльністю.

На сьогодні ринок систем автоматичного інтернет-моніторингу достатньо широкий і представлений низкою сервісів: IQBuzz, YouScan, «Крібрум», Wobot, Affise, SpyWords, SemanticForce та ін. Основні завдання, що стоять перед системами автоматичного моніторингу, полягають у широті охоплення пошуку і швидкості відображення інформації в сервісі. Так, система моніторингу і аналітики соціальних медіа IQBuzz обробляє інформацію з більш ніж 10 000 джерел онлайн-ЗМІ, Facebook, Twitter, ВКонтакте, Мій Світ, Instagram, 4sq, LiveJournal, LiveInternet, Google+, YouTube, RuTube і безлічі інших джерел. Система може збирати інформацію з будь-яких блогів, форумів будь-якої країни і будь-якою мовою. При цьому виконується аналіз інформації з урахуванням російської, англійської та німецької морфології. Однією з ключових переваг сервісу є можливість підключення за запитами користувачів нових джерел та інтернет-ресурсів для моніторингу. Для моніторингу кожної теми створюється окремі рубрики в IQBuzz, в яких зберігаються всі документи з тем, а також формуються аналітичні звіти.

Інша система моніторингу Wobot (<http://wobot.ru/monitoring.html>) характеризується широким спектром охопленням джерел – 500 000 онлайн-видань із 150 країн; соцмережі: Facebook, ВКонтакте, Twitter, Google+ та ін.; відеоблоги: Youtube, Vimeo, Rutube і коментарі до відео; галузеві джерела:

Headhunter, Ozon, Яндекс.Market; форуми і спеціалізовані ресурси. Wobot здійснює візуалізацію відібраної інформації – створює діаграми, гістограми, лінійні графіки. Сервіс дає також змогу «вивантажити» звіт із будь-якої теми в зручному форматі з усіма супутними графічними та текстовими даними.

Інший приклад системи автоматичного моніторингу – один із найпопулярніших сервісів такого роду Brandspotter (brandspotter.ru/), який здійснює моніторинг більше 92 млн блогів та інших джерел на території Росії, України та Казахстану. Можливості сервісу передбачають виявлення нових згадувань за пошуковою тематикою практично в режимі реального часу. При цьому так само в режимі реального часу вибудовуються графіки з динамікою згадувань, співвідношенням позитивних і негативних висловлювань.

Brandspotter також надає і аналізує інформацію стосовно лідерів думок. У системі можна простежити історію ставлення кожного лідера думок до пошукової проблематики: коли, скільки разів і в якій тональності він згадував ту чи іншу подію, політика, інституцію тощо. Тут же вказується популярність блогера, що дає змогу зрозуміти значимість його висловлювань. Це є актуальним для моніторингу блогосфери.

Платформа Brandspotter збирає інформацію про кожне мережеве співтовариство, в якому з'являється згадка пошукової тематики. Зокрема, відстежуються такі показники, як кількість підписаних на розсилку, загальна кількість постів і коментарів, середня кількість коментарів до одного посту, середня кількість коментарів на кожного учасника. Ці дані дають змогу ухвалювати рішення стосовно того, чи має сенс реагувати на публікацію на даному майданчику, чи охоплення аудиторії буде мінімальним, і жодних заходів уживати не потрібно. Це особливо важливо для моніторингу соціальних мереж.

Ще однією системою соціального моніторингу є YouScan. Система фільтрує всі популярні соціальні мережі, сайти відгуків, десятки тисяч форумів і блогів, включаючи нішеві і регіональні онлайн-ЗМІ. Однією з

переваг YouScan є відсутність обмежень на обсяги збережених і оброблюваних системою даних. Всі згадки, знайдені в результаті моніторингу, зберігаються системою необмежений час для будь-якої з активних тем моніторингу, незалежно від їхньої кількості, в будь-якому тарифному плані, без необхідності прихованих доплат.

Таким чином, кількість і можливості сучасних автоматичних моніторингових систем доводять, що інформаційно-аналітичну діяльність бібліотек необхідно і можливо розвивати в напрямі оптимізації процесів формування масиву інформаційних ресурсів та задоволення запитів все більш ширших кіл користувачів. При цьому автоматичний моніторинг дозволяє значно знизити трудовитрати за рахунок автоматизації рутинних процесів, а також досягти більшої точності за рахунок ефективної систематизації даних та використання значно більшої кількості інструментів для аналітики, що суттєво підвищує якість та обсяги інформаційно-аналітичних продуктів.

E-mail: 1234567forex@gmail.com

УДК 021.9

Кулицький С. П.,

ст. наук. співроб. НБУВ,

канд. екон. наук, доцент

ФІНАНСОВІ ВІДНОСИНИ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНО- КОМУНІКАТИВНОГО БІБЛІОТЕЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Трансформація великих публічних бібліотек на сучасні інформаційні центри обумовлює необхідність диверсифікації асортименту створюваних

ними інформаційних продуктів і послуг для задоволення широкого спектра інформаційних потреб суспільства. Однією з надзвичайно інформаційно чутливих сфер життєдіяльності суспільства є фінансові відносини, які є економічними зв'язками, взаємодіями та відносинами, вираженими у грошовій формі. Причому трансформаційний характер українського суспільства розширює простір для відповідних наукових розвідок у цьому напрямку. Нестандартний характер названої проблематики й потреба у значних обсягах різноманітної інформації для її аналізу обумовлюють ту доволі вагомую роль, яку можуть відігравати великі наукові (універсальні) бібліотеки у дослідженні соціально-комунікативної природи фінансових відносин. Однак анонсована проблема поки ще не посіла належного місця у відповідних наукових дослідженнях.

Комунікаційному процесу притаманні формальний та змістовний аспекти. Тому ефективним інструментом дослідження фінансових відносин є використання низки моделей комунікації (за Шенноном, Р. Якобсоном, Ю. Лотманом, модель «брамника») з їх наповненням соціальним змістом.

Основні елементи моделі Шеннона такі. Джерело інформації – повідомлення або послідовність повідомлень, які повинні бути передані адресату. Передавач певним чином перетворює повідомлення у сигнали, що відповідають характеристикам даного каналу зв'язку. Цей процес представлення повідомлення у вигляді певних символів називають кодуванням. Канал зв'язку – це середовище (засіб), що використовується для передачі повідомлень від передавача сигналів до їх приймача. У процесі передачі сигнал може викривлюватися під дією шуму. Приймач за сигналами відновлює повідомлення, тобто декодує його. Адресат – у нашому випадку, це особа (або група осіб), якій призначається повідомлення. Формально-логічний підхід до обміну інформацією, унаочнений у цій моделі дозволяє застосовувати загальні принципи кібернетики у соціально-комунікативному дослідженні фінансових відносин. Для соціально-комунікативного аналізу окремих елементів фінансових відносин використовуватимуться й інші

моделі комунікації, зокрема, моделі Р. Якобсона, Ю. Лотмана та інші, в яких акцент робиться на змістовних аспектах повідомлень й соціально-психологічній стороні комунікацій.

Фінансова комунікація – це обмін між економічними агентами (суб'єктами економіки) різними формами інформації, безпосередньо вираженими в грошовій формі, або такими, що в грошовій формі описують різні економічні явища та процеси. Потoki інформації, що в різних формах супроводжують і забезпечують поточне функціонування та розвиток фінансової системи, визначаються як похідні фінансові комунікації. Саме цей вид фінансових комунікацій є важливим інструментом впливу в системі фінансових відносин. За характером носія інформації похідні фінансові комунікації можуть бути документарними або ж недокumentарними. Докumentарні комунікації можуть досліджуватись із використанням ресурсів наукової бібліотеки.

При цьому треба враховувати специфіку фінансових відносин. По-перше, учасники фінансових ринків діють на основі своїх уявлень про ситуацію на ринках, що можуть відрізнятися від реальності. По-друге, фінансовим відносинам притаманна інформаційна асиметрія, коли продавцям фінансових послуг про реальні умови їх надання відомо набагато більше, ніж покупцям цих послуг. По-третє, ухвалення рішень на фінансових ринках доволі часто відбувається не лише на раціональних, а й на ірраціональних засадах. Завдяки механізмам дії економічної влади у сфері фінансових відносин, потужніші та краще поінформовані учасники цих відносин можуть, принаймні, частину ризиків перекласти на слабших і гірше поінформованих учасників.

Значення бібліотек у соціально-комунікативному дослідженні фінансових відносин пов'язане з тим, що бібліотеки є важливим компонентом інституту соціальної пам'яті – здатності суспільства накопичувати інформацію та у подальшому використовувати її. Нехтування багажем соціальної пам'яті на фінансових ринках призводить до негативних

наслідків. Яскравим прикладом цієї тези може бути крах американського інвестиційного фонду Long-Term Capital Management у 1998 р., серед засновників якого були лауреати Нобелівської премії з економіки за 1997 р. Р. Мертон і М. Шоулз. Масове ігнорування механізмів соціальної пам'яті представниками великого українського бізнесу та державного управління також посилювало негативний вплив глобальної фінансової кризи 2008–2009 рр. на українську економіку.

Утім, раціональне використання фондів великої наукової бібліотеки, що зберігають ретроспективні відомості з галузі економічної історії за значні періоди часу дає змогу активізувати відповідні сегменти соціальної пам'яті та послабити дію кризових процесів у фінансовій сфері.

Розвиток української економіки дає великий та різноманітний емпіричний матеріал для соціально-комунікативного дослідження фінансових відносин. Поряд з ігноруванням механізмів соціальної пам'яті представниками великого українського бізнесу та державного управління було проаналізовано ще деякі стилі економічної поведінки цих соціальних груп. Так, за умови належного поширення стратегічного мислення у середовищі вітчизняних бізнесменів, політиків і державних чиновників, українські банки й інші великі підприємства могли б краще підготуватися до кризи 2008–2009 рр. та її наслідків. Адже певні сигнали про таку загрозу з'явилися ще у 2007 р. З цієї ж причини реформу української банківської системи, навіть за її нагальної потреби, не було розпочато до 2014 р., тобто за більш сприятливих, ніж нині, умов.

Проведений соціально-комунікативний аналіз засвідчив, що банківський бізнес для багатьох його власників був, по суті, другорядним, оскільки, в решті решт, вони не пов'язували з ним ні основних джерел своїх доходів і статків, ні свого соціального статусу як такого. Основні фінансові ризики в результаті перекладалися на державу, а, по суті, – на платників податків, за чий рахунок відшкодовувалися збитки фізичних осіб

(домогосподарств) від втрати коштів на депозитних рахунках у неплатоспроможних банках.

Треба звернути увагу на певну асиметрію оцінок у вітчизняних ЗМІ щодо банкрутства цілої низки банків. Доволі часто оглядачі так чи так акцентували увагу на тому, що саме держава, як правило в особі НБУ, не запобігла краху певного банку, а на провину власників чи менеджменту відповідної фінансової установи в її краху належної уваги не зверталось. Зазначене характеризує деякі соціально-психологічні настанови і стереотипи, що поширені в українському суспільстві. Зокрема, це – патерналістські настрої та слабка здатність до пошуку компромісів і координації поведінки заради досягнення загально визнаної суспільної мети в українському соціумі.

Висока ефективність соціально-комунікативних досліджень була досягнута завдяки колективній організації інформаційно-аналітичної роботи в Службі інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. В її основі лежить раціональний поділ праці у колективі. Саме завдяки йому у визначені терміни створюються якісні інформаційно-аналітичні продукти.

УДК 024:004

Желай О. П.,

наук. співроб. НБУВ

МОДЕРНІЗАЦІЯ БІБЛІОТЕЧНОГО СЕРВІСУ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА КОМУНІКАЦІЙ

У професійній літературі, на вітчизняних і міжнародних конференціях вивчаються різні аспекти трансформації бібліотечної системи. Розробка модернізаційної моделі розвитку бібліотечно-інформаційних установ відбувається з урахуванням загальнонаукових підходів до модернізаційних

теорій як універсального методу історичного дослідження та соціосинергетичних підходів до розвитку бібліотеки як соціальної системи.

Модернізація бібліотек ставить на меті якісне покращання форм, методів і результатів діяльності бібліотек, а також удосконалення способів керування як окремими бібліотечно-інформаційними установами, так і бібліотечною системою країни в цілому.

В електронну епоху трансформаційні процеси в бібліотечній справі тісно пов'язані із застосуванням Інтернету, комп'ютерних та телекомунікаційних технологій. Науковці та практики бібліотечної справи наголошують на провідній ролі інтернет-технологій та необхідності їх застосування в роботі бібліотечних закладів. Комунікаційне середовище Інтернет містить найбільш популярні й перспективні для бібліотечної сфери сервіси.

На початку XXI ст. майже всі вітчизняні бібліотеки мали справу з ресурсами на різноманітних носіях інформації – папері, цифрових (електронних) та оптичних дисках, відео- та аудіокасетах, магнітних стрічках та ін.

Важливість застосування нових техніко-технологічних форм у бібліотечній діяльності підтверджують дослідження, результати яких свідчать про вплив інформаційно-комунікаційних технологій на рівень задоволення інформаційних потреб користувачів бібліотек: на початку XXI ст. рівень задоволення обслуговуванням в ОУНБ становив 92% на противагу 59 % у 90-х роках XX ст.

Підсумки досліджень інформаційно-бібліотечних потреб користувачів першого десятиліття XXI ст. засвідчили значну потребу в нетрадиційних носіях інформації: зростає кількість звернень до фондів колекцій на електронних носіях, відео чи мережі Інтернет; зростає популярність користування електронним каталогом, електронними можливостями довідкових служб, послугами електронних бібліотек; поширюється попит на віртуальні тематичні виставки; зростає коло дистантних користувачів

бібліотечного сервісу завдяки бібліотечним веб-сайтам, електронній пошті.

Проведений на початку 2015 р. аналіз 24 сайтів ОУНБ засвідчив, що оцифровані видання представлено на сайтах 13 бібліотек, що становить 54% їх загальної кількості. Більшість виявлених зібрань мають краєзнавчий характер

Наявність на бібліотечних сайтах сучасних краєзнавчих ресурсів: відеозвітів і відеоекскурсій, віртуальних виставок, веб-проектів, відеороликів тощо засвідчує інформаційний потенціал і розвиток регіональних бібліотечних установ, котрі намагаються популяризувати свій краєзнавчий фонд за допомогою новітніх інформаційно-комунікаційних технологій.

Аналіз статистичних даних свідчить про затребуваність вітчизняних бібліотечних електронних ресурсів:

– динаміка звернень на веб-сайти бібліотек загалом по всіх ОУНБ: 2011 р. – 4261,9 тис.; 2012 р. – 4275,2 тис.; 2013 р. – 4845,7 тис. 2014 р. – 4087,7 тис.;

– простежується зростання кількості користування електронними виданнями в публічних бібліотеках: 2010 р. – 0,60 млн прим.; 2011 р. – 0,61 млн прим.; 2012 р. – 0,75 млн прим.; 2013 р. – 0,79 млн прим.;

– у 2014 р. зросла кількість звернень на веб-сайти публічних бібліотек майже в усіх регіонах: до послуг бібліотек за допомогою мережі Інтернет було зафіксовано 13 323,6 тис. звернень. Лідерами за кількістю звернень у 2014 р. були м. Київ (1325,8 тис.) та Херсонська область (1179,0 тис.).

В умовах проведення антитерористичної операції бібліотечні працівники були вимушені оволодіти новими знаннями з психології та благодійності, надання послуг із соціально-економічної адаптації: лише за жовтень 2014 р. вітчизняні бібліотеки оперативно відреагували на 16625 звернень вимушено переміщених осіб, надавши допомогу в отриманні документів, перереєстрації на отримання соцвиплат, пошуку житла та роботи, інформації про вибори та голосування тощо.

У рамках науково-дослідної роботи вітчизняні бібліотечні установи продовжують вивчати особливості користувацького попиту з урахуванням соціально-економічних змін у країні та за кордоном для прийняття управлінських рішень щодо розробки перспективних напрямів бібліотечної політики та вдосконалення форм і методів обслуговування користувачів на основі впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, для підвищення рівня якості задоволення суспільної інформаційної затребуваності.

ksenia0101@ukr.net

УДК 024:004.77

Соболева І.Г.,

провід. бібліограф НБУВ

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ДИСТАНТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ

У період стрімкого розвитку сучасних технологій все більшого значення в усіх сферах життя набуває розвиток інтернет-простору. Швидкі темпи поширення та популяризації Інтернету призводять до необхідності залучати його до усіх сфер діяльності: в соціально-економічних, політичних та державотворчих процесах.

Розвиток Інтернету особливо впливає на сфери, пов'язані з обробкою та передачею даних, завдяки залученню до інтернет-комунікації все ширших кіл користувачів, інформація тут може бути поширена відносно малими зусиллями на широку аудиторію. Однак, якість інформації та рівень її відповідності реальній ситуації не можуть бути гарантованими. Відсутність контролю рівня достовірності інформації, що поширюють ЗМІ, призводить

до необхідності опрацьовувати все більші вибірки даних. Унаслідок цього зростає актуальність роботи аналітиків, та водночас все більшої ваги у сучасному світі набуває дистантне обслуговування користувачів як перспективний метод інформаційного обслуговування.

В Україні проблему дистантного забезпечення користувачів активно розробляє Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. Зокрема, сайт бібліотеки надає можливість отримати доступ до таких інформаційних ресурсів, як електронний та спеціалізовані каталоги, реферативна база даних, аналітичні матеріали СІАЗ тощо. Також сайт надає доступ до пошукових систем бібліотек України, органів державної влади, газет та інтернет-видань.

Особлива категорія абонентів бібліотеки – інформаційні служби органів державної влади, серед яких – Верховна Рада України, Адміністрація Президента України та Кабінет Міністрів України. Для забезпечення аналітичного супроводу управлінських процесів на базі бібліотеки здійснюється підготовка наукових інформаційних ресурсів на основі аналізу онлайн-ресурсів: загальноукраїнських та регіональних видань, офіційних видань політичних партій та громадських організацій, зарубіжних ЗМІ. Одним із напрямів дистантного обслуговування названої категорії абонентів є довідкове обслуговування користувачів через електронну пошту, що дає можливість упродовж кількох секунд охопити оперативною інформацією велику кількість абонентів із найвіддаленіших населених пунктів країни. Використання новітніх інформаційних технологій забезпечує оперативну доставку замовникам інформаційно-аналітичної продукції, посилює зворотній зв'язок, а також сприяє збільшенню числа користувачів цієї продукції.

Інформаційно-аналітичні підрозділи НБУВ – СІАЗ, НЮБ та ФПУ безпосередньо займаються створенням та доповненням власної бази даних електронних адрес органів державної влади з метою якнайповнішого забезпечення інформацією цієї категорії користувачів на основі вже наявної в інтернет-просторі інформації. У рамках відповідної практичної діяльності

було, зокрема, виявлено, що за останні три роки в Україні значно зростає кількість електронних адрес рад різного рівня, численні відомі електронні бази даних, зокрема, офіційного порталу Верховної Ради України. Якщо у 2013 р. тут можна було знайти інформацію про 26 електронних адрес обласних рад, то у 2016 р. з'явилася інформація про наявність 45 електронних адрес. Збільшилася й чисельність електронних адрес у міських радах. Якщо три роки тому їх налічувалося близько 220, то у 2016 р. їх перелік розширюється до 251 електронної адреси.

Найбільшого ж розвитку у сфері інформатизації останнім часом зазнали маленькі міста і села, яким складно отримувати оперативну інформацію іншим шляхом. Так у 2013 р. за наявною інформацією селищні ради усіх областей України мали 25 електронних адрес, а у 2016 р. їхня кількість зростає до 230. Що ж стосується сільських рад, то у 2013 р. в усіх областях України налічувалося всього 152 електронні адреси, сьогодні ж тільки на Кіровоградщині відомо 135, а на Дніпропетровщині – 174. Не знайдено достовірної інформації про наявність у 2013 р. електронного зв'язку у селах Вінницької та Волинської областей. На сьогодні ж виявлено, що кількість електронних адрес у них становить 168 та 174 відповідно.

Дистантна форма бібліотечного обслуговування допомагає більш повному і оперативному забезпеченню користувачів суспільно-корисною інформацією, а формування і постійна актуалізація списків абонентів є важливою складовою оптимального здійснення цих послуг.

e-mail: isob@ukr.net

ВІЗУАЛЬНИЙ БІБЛІОТЕЧНИЙ КОНТЕНТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Бібліотеки, усвідомивши переваги інтеграції в соціальні мережі, що дають змогу на одній платформі вибудувати оптимальну підбірку сервісів, необхідних для задоволення інформаційних потреб індивіда, поступово розширюють взаємодію з цими сервісами. При цьому бібліотека отримує додатковий канал реалізації своїх стратегій, популяризації послуг бібліотеки, особливо дистанційних, інструмент поширення інформації з бібліотекознавства, розвитку бібліотечно-інформаційних технологій.

Серед електронних ресурсів, що їх створює, акумулює, зберігає, забезпечує доступ та популяризує через соціальні медіа бібліотека, особливе місце належить візуальному контенту, тобто такому наповненню інформаційного ресурсу, що споживається у візуальній формі. Найпопулярнішими серед соціальних мереж візуального контенту є сервіси Flickr, Instagram та YouTube.

Flickr.com – веб-сайт для розміщення фотографій та відеоматеріалів, їх перегляду, обговорення, оцінки та архівування. Він популярний завдяки зручній та простій системі завантаження та пошуку фотографій, а також дозволяє спілкуватися та створювати тематичні групи, соціальні мережі. Отже, це надає можливості для бібліотеки вигідно представити свої фонди, поповнити інформаційну базу та забезпечити користувачеві зручний доступ до документів. Водночас на Flickr.com можна легко розмістити візуалізовану інформацію й стосовно заходів, що відбулися у закладі, зображення будівлі самої бібліотеки, її приміщень.

Багато бібліотек розміщують архівні фотографії, документи та цікаві артефакти, пов'язані з історією міста і країни. Сервіс Flickr.com також надає

можливість супроводжувати представлені на цій платформі документи їх розгорнутим описом. Наприклад, Національна бібліотека Великобританії опублікувала на безкоштовному фотохостингу Flickr понад мільйон відсканованих ілюстрацій із більш ніж 65 000 книг XVIII – XIX ст. Як повідомляється на сайті Британської бібліотеки, колекція стане однією з найцікавіших безкоштовних фотопідбірок в інтернеті. Викладання музейних експонатів в інтернет стає трендом. Нещодавно Смітсонівський інститут продемонстрував перші підсумки програми з тривимірним оцифруванням запасників американських музеїв. Однією з переваг сервісу Flickr.com є перегляд розміщеного бібліотекою на сторінці зображення в режимі стріму або потоку, або можливість перейти до ознайомлення з альбомами, в яких зібрані зображення певної тематики.

На платформі Flickr представлені також і українські бібліотеки, серед яких – Наукова бібліотека ЗНТУ, Національна наукова медична бібліотека України.

«Історія у фотографіях» – популярний жанр у соціальних мережах Instagram, Flickr. Бібліотека Сан-Франциско, наприклад, пішла далі тематичної рубрики в Instagram і організувала сервіс, за допомогою якого читачі можуть замовити роздруковані копії старовинних фотографій із фондів – на сайті доступні кілька тисяч варіантів, а гості бібліотеки можуть вибрати зі ще більшого архіву.

Свої сторінки в мережі Instagram мають Науково-технічна бібліотека НТУУ «КПІ», Бібліотека НаУКМА, Бібліотека ХНАМГ, Херсонська обласна бібліотека для дітей ім. Дніпрової Чайки та ін.

Проте, як зауважує Т. Гранчак, мережа Instagram має значно менші сервісні можливості. Зокрема, зображення в ній можна переглядати лише в режимі стріму, що доволі незручно, коли на сторінці розміщено вже багато публікацій. Виходячи з особливостей Instagram, використання мережі бібліотеками може бути ефективним у випадку оперативного розміщення інформації про ті події, які щойно відбулися в бібліотеці, або ті, що

відбудуться невдовзі, з метою їх візуального рекламування, популяризації діяльності бібліотеки, просування її послуг і продуктів.

Широке застосування в бібліотечному середовищі знаходить також відео-сервіс YouTube. Деякі вітчизняні бібліотеки вже мають власний канал на YouTube, наприклад, Бібліотека ім. Д. І. Чижевського, Державна бібліотека України для юнацтва, Державна бібліотека України для дітей та ін. Зокрема цей відеохостинг дає змогу публікувати буктрейлери, які створюють візуальну презентацію книг.

Отже, бібліотеки сьогодні активно вивчають перспективи використання соціальних мереж, сервісів та основні тенденції у використанні сучасних технологій. Це надасть нові можливості для представлення бібліотечних фондів, інформаційних продуктів і послуг та широкого доступу до них.

УДК 021.1:305

Чернявська Л. П.,

мол. наук. співроб. НБУВ

БІБЛІОТЕКИ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ СВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА

Сучасні бібліотеки як соціальні інституції супроводжують процеси демократичних перетворень українського суспільства, зокрема стосовно подолання наявних гендерних стереотипів і закладення підвалин формування гендерно толерантної свідомості громадян шляхом проведення широких інформаційних кампаній, спрямованих на подолання вкорінених стереотипів щодо соціальних ролей жінок і чоловіків, підвищення рівня обізнаності жінок, особливо в сільській місцевості, юридичної спільноти і в цілому широкої громадськості щодо їх прав і механізмів їх реалізації.

Важливість впливу на гендерну свідомість бібліотек, передусім наукових, зумовлюється тим, що вони, поширюючи результати авторитетних наукових досліджень, тематичної літератури, сприяють формуванню світогляду громадян. Бібліотеки є важливою ланкою наукових досліджень та сучасної освіти через які відбувається передача та поширення знань, формується система норм і цінностей суспільного життя. Сьогодні в Україні, як і за кордоном, бібліотеки беруть участь у репрезентації науково-просвітницької діяльності гендерних центрів та лабораторій з гендерних досліджень. А самі центри з гендерних досліджень формують власні бібліотеки. В Україні вже з'явився певний досвід із введення у навчальні плани ВНЗ спецкурсів гендерної тематики.

В Україні сьогодні актуальна ідея створення університетських наукових бібліотек і зібрань, які акумулювали б літературу, потрібну вченим, що займаються гендерними питаннями, та студентам, котрі вивчають цю тему.

Сьогодні бібліотеки, передусім ті, що є світовими лідерами в акумулюванні та репрезентації документаційно-інформаційних ресурсів із гендерних питань, активно співпрацюють між собою. Результатом такої співпраці є введення в обіг баз даних жіночих архівів, документаційних центрів та бібліотек по всьому світу.

В останнє десятиліття бібліотекарі України активізували свою участь у роботі професійних міжнародних організацій, у міжнародних навчальних і професійних обмінах, почали розвивати професійні зв'язки із зарубіжними книгозбірнями та спорідненими професійними асоціаціями, активніше проводити та брати участь у міжнародних конференціях. В глобалізованому світі міжнародні контакти розглядаються як обов'язкова умова отримання поглиблених знань зарубіжних бібліотечно-інформаційних систем для прийняття професійних рішень з урахуванням європейських і міжнародних вимог, для поширення інформації про Україну.

Вітчизняні бібліотекарі реалізували сотні проектів із залученням позабюджетного фінансування, спрямованих на актуалізацію діяльності книгозбірень та покращання бібліотечного обслуговування, за підтримки Міжнародного Фонду «Відродження», Інституту Відкритого Суспільства в Будапешті, Британської Ради в Києві, Гете-Інституту в Києві, Відділу преси, освіти та культури Посольства США в Україні, Європейської Комісії, представництва Всесвітнього Банку в Україні, неурядової організації «Рада міжнародних наукових і освітніх обмінів» (IREX) та ін. Найпотужнішим міжнародним проектом останніх років став проект «Бібліоміст» («Глобальні бібліотеки – Україна») Фундації Білла і Мелінди Гейтс, який реалізувала в Україні Рада міжнародних наукових і освітніх обмінів (IREX) спільно з Міністерством культури України, Українською бібліотечною асоціацією та публічними бібліотеками країни.

Важливим для збагачення національних інформаційних ресурсів із гендерних питань є дієве використання можливостей зарубіжних інформаційних проектів в Україні. З 2000 р. бібліотеки України мають можливість доступу до баз даних EBSCO за проектом «Електронна інформація для бібліотек» (Electronic Information For Libraries – EIFL).

Ще одним провідним постачальником електронної інформації для вищої освіти і наукових досліджень, що вже кілька років співробітничав з провідними науковими бібліотеками країн СНД, у тому числі і в Україні, є компанія ProQuest. Для науковців напряму «women's studies» ProQuest надає безліч історичних ресурсів для дослідження ролі жінок в історії, таких як Periodicals Archive Online, включаючи ліберальний журнал The New Leader, в якому були опубліковані у тому числі статті про святкування Міжнародного жіночого дня. Цікава взаємодія соціалістичного і феміністичеського рухів, яку також можна прослідити за допомогою ProQuest History Vault Struggle for Women's Rights: Organizational Records, 1880-1990.

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського надає доступ до електронних продуктів на платформі EBSCO – повнотекстової бази даних ACADEMIC SEARCH COMPLETE та реферативної бази даних INSPEC. Доступ до інформаційних ресурсів компанії EBSCO Publishing, – одного з найбільших у світі постачальників журналів в електронному і друкованому форматі – надає можливість пошуку повнотекстових, рецензованих спеціалізованих матеріалів соціально-гуманітарної, економічної, медичної, технічної та іншої тематики за 60 пошуковими ознаками.

У 2016 р. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського ініціювала запуск нового корпоративного інформаційного порталу «Наука України: доступ до знань», що покликаний популяризувати електронні бібліотечно-інформаційні ресурси наукових бібліотек України. Реалізація цього проекту надасть можливість створити для українських і зарубіжних дослідників інтегрований доступ до бази знань наукового надбання України, зокрема з гендерної тематики, через науково-інформаційні ресурси бібліотек. Інформаційні складові порталу будуть включати авторитетні файли, зокрема наукових установ та науковців України.

Тож бібліотека може і повинна стати місцем, де кожна людина, незалежно від статі, віку, соціального статусу, професії і освіти зможе взяти участь у різних заходах і отримати базові знання з гендерних питань, у тому числі інформацію про такі поняття, як права людини, дискримінація за статевою ознакою, а також з інших питань гендерної проблематики. Тобто стати центром неформальної освіти – Long Life Learning (навчання протягом життя). Крім того, бібліотека може стати місцем міжкультурної комунікації, в якому усі громадяни зможуть отримати інформацію про гендерні трансформації, що відбуваються в Україні, про український жіночий рух, про діяльність громадських організацій гендерного спрямування. Особливо плідною може бути ця діяльність бібліотек у співпраці як з органами державної, місцевої влади, так і з громадськими організаціями.

У багатьох університетах України створюються гендерні центри – особливі структурні підрозділи, які проводять серйозну наукову й освітню роботу, зокрема створюють інформаційні ресурси з гендерної тематики для учасників освітньо-виховного процесу, готують інформаційні матеріали з актуальних гендерних проблем сьогодення. Для підвищення ефективності діяльності таких центрів актуальним є створення національних інформаційних ресурсів із гендерних питань.

linaa2014@ukr.net

УДК021.64(477):070:004

Поперечна Л. А.,

наук.співроб., керівник прес-служби НБУВ

КОРПОРАТИВНІ МЕДІАПРОЕКТИ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК У НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ ІМІДЖЕВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Ефективним інструментом комунікаційної діяльності певної установи чи організації, що функціонує як цілісна система (корпорація), каналом розповсюдження інформації про неї, створеним, керованим і наповнюваним самою корпорацією для реалізації її стратегічних завдань, є корпоративні засоби масової комунікації (ЗМК), які в сучасному інформаційно-комунікаційному середовищі трансформувалися в спеціальну медіа-систему й набули ознак медіапроектів, що продукують медіаресурси іміджевого характеру, отримали назву «корпоративні медіа».

На сьогодні існують десятки визначень поняття «корпоративні медіа», в узагальненому вигляді його сутність можна розглядати як некомерційні засоби масової інформації (ЗМІ), створювані засновником для ефективної

комунікативної взаємодії з цільовими аудиторіями – персоналом, клієнтами, партнерами, інвесторами, громадськістю.

Корпоративні медіа, або, як їх ще називають фірмові медіа, – порівняно нове явище у вітчизняному соціокомунікаційному просторі. Проте без цього важливого інструменту зовнішніх і внутрішніх комунікацій, управління персоналом та корпоративною культурою сьогодні не обходиться будь-яка організація, яка дбає про свій імідж, комфортну атмосферу в колективі, гармонійні стосунки зі споживачами, партнерами, інвесторами. Тож цілком закономірним є зростання в сучасному медіа-просторі сегменту специфічних ЗМІ – створюваних як успішними бізнес-компаніями так і небагатими бюджетними установами, до яких відносимо й бібліотеки. Радикальні зміни у суспільному сприйнятті останніх як важливих соціальних інституцій й агрегаторів знань, трансформація їхніх функцій в умовах глобальних інформаційних обмінів, а також нагальна потреба в налагодженні ефективних комунікацій з цільовою аудиторією, позиціонуванні бібліотеки як установи безумовно необхідної в суспільстві знань, бажання управляти її іміджем та підтримувати надійну репутацію серед широкої громадськості зумовили активізацію й розвиток у бібліотечному середовищі нового функціонального напрямку – соціокомунікаційного, що базується на засадах традиційної та онлайн-журналістики й покликаний сприяти реалізації комунікаційно-іміджевої стратегії бібліотечної установи.

Усі ці передумови стимулювали створення бібліотеками власних медійних ресурсів, реалізацію комплексних медіапроектів із використанням доступних і простих в освоєнні інструментів новітніх інформаційних технологій. Ідеться про формування розгалуженої бібліотечної медіа-системи, до якої, спираючись на розроблену дослідниками корпоративних медіа типологію [4], відносимо традиційну корпоративну пресу: друковану/електронну (газети, журнали, бюлетені, дайджести); корпоративні книжкові видання (брендбук, історичні хроніки, каталоги, посібники та підручники, бібліографічні, оглядові, інформаційно-аналітичні видання в

брендованій оправі); рекламно-іміджеву продукцію, сувеніри (закладки, календарі, путівники, довідники, буклети, афіші, постери, вітальні листівки); корпоративні відеопродукти (іміджева презентація, звіт, промо-відео, навчальне відео, відеокаталог ресурсів/послуг, буктрейлер, репортаж із корпоративної події, «проблемний» фільм); корпоративні інтернет-портали/сайти, інтранет-портали; представництва в соціальних медіа (соціальні мережі, блоги та контент-хостинги (фотосервіси на зразок instagram та pinterest; відеохостинги на зразок Youtube; хостинги для слайдів, документів, музики – slideshare, scribd та ін.); публічні звіти (щорічні, тематичні, за окремими напрямками роботи).

Мета нашого студіювання – з'ясувати стан розроблення у вітчизняному бібліотекознавстві та теорії соціальних комунікацій проблематики корпоративних медіа сучасних бібліотек як інструменту іміджевої стратегії.

Аналіз дисертаційних досліджень та наукових публікацій з окресленої тематики засвідчує помітне зростання інтересу науковців до вивчення цього особливого виду ЗМІ й ефективного інструменту іміджевих комунікацій [3]. І хоча корпоративні ЗМК перебувають у колі наукових інтересів дослідників вже понад 100 років, перші наукові розвідки сучасних українських авторів, присвячені корпоративним медіа, з'явилися порівняно недавно і належать О. Тодоровій та Д. Олтаржевському. Монографія останнього «Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа» (2013) стала першим фундаментальним дослідженням, у якому автор з'ясовував сутність поняття «корпоративних медіа», визначив їхні типи, завдання та функції; розглянув методи діяльності, надав практичні рекомендації щодо створення медіаконтенту, а також запропонував нову модель оцінювання соціокомунікаційної ефективності корпоративних видань як засобу масової інформації та PR-проекту [1]. Активніше досліджують феноменологію корпоративних медіа у зарубіжному журналістикознавстві (Д. Мурзін, Ю. Чемякін, А. Горчева, Г. Кузьменкова та інші).

Між тим, незважаючи на тенденцію зростання кількості корпоративних медіаресурсів у сучасних бібліотеках на тлі нагальної соціокомунікаційної потреби в якісних корпоративних ЗМК, актуалізації їхніх комунікаційно-іміджевих функцій, окреслена проблематика ще не стала предметом широких наукових зацікавлень учених-бібліотекознавців і досі лишається малодослідженою.

Для усвідомлення сутності медіапроектів сучасних бібліотек важливими є теоретичне обґрунтування комунікаційно-іміджевої функції та характеристика процесу створення корпоративного видання, запропоновані російським ученим В. Орловим у його дисертації «PR-технологии в управлении имиджем библиотеки» (2009). Вважаючи корпоративне видання ефективним інструментом не лише внутрішніх, а й зовнішніх комунікацій організації, дослідник справедливо зауважує, що «на практиці існує недооцінка бібліотечних корпоративних видань, нерозуміння значимості цього PR-засобу в управлінні іміджем» [2]. Цікавими є також погляди на функціональну роль корпоративних ЗМК, викладені у роботах й інших зарубіжних учених, зокрема, в контексті дослідження ними проблематики бібліотечного іміджу (М. Матвеєв, С. Матліна) та іміджевих бібліотечних комунікацій (С. Єзова, Г. Кормишина, І. Юрік).

У працях вітчизняних бібліотекознавців дослідження корпоративних медіа носить фрагментарний характер. Дослідники акцентують увагу на основних тенденціях розвитку та функціональних особливостях традиційної бібліотечної преси, передовсім як фахової, що має суттєві відмінності цільового призначення, позаяк покликана бути засобом соціально-професійної комунікації в бібліотечному середовищі й інструментом впливу на імідж бібліотечної професії (А. Чачко, В. Сошинська, Т. Новальська, О. Воскобойнікова-Гузєва).

Першою системною бібліотекознавчою працею, результати якої можуть стати вагомим підґрунтям для розгортання досліджень корпоративних бібліотечних медіа в їх широкому розумінні, є дисертаційна

робота Л. Бейліса «Українська бібліотечна періодика 1991–2005 років: основні тенденції розвитку» (2006), де корпоративну бібліотечну пресу автор розглянув у контексті комплексного вивчення ним ділових періодичних видань для бібліотекарів. До цього слід додати ще низку праць, серед яких роботи Н. Солонської, А. Корнієнка, М. Слободяника та інших, що висвітлюють окремі періоди функціонування перших часописів, заснованих найбільшими вітчизняними бібліотеками, зокрема, Всенародною бібліотекою України (нині – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського).

Новий тип періодичного видання – електронний журнал – як завершений електронний ресурс і засіб наукової комунікації детально розглянула Т. Ярошенко у дисертаційному дослідженні «Електронний журнал в системі інформаційних ресурсів бібліотеки: друга половина ХХ – початок ХХІ ст.» (2008). Проблематику електронних періодичних видань активно розвинула С. Горова в дисертаційній роботі «Періодичні електронні видання в системі бібліотечно-інформаційних ресурсів (на базі аналізу інтернет-видань кінця ХХ – початку ХХІ ст.)» (2012), а в подальшому у монографії «Інтернет – ЗМІ як об’єкт бібліотечної інформаційної діяльності» (2013) репрезентувала набутий практичний досвід Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського у продукуванні такого виду бібліотечних ЗМІ, що зорієнтовані на обрану цільову аудиторію – представників органів державної влади, науки та бізнесу.

У визначенні напрямів та змісту досліджень сучасних корпоративних медіа заслуговують на увагу також наукові праці, що окреслюють тенденції формування сучасної медіа-системи вітчизняних бібліотек у контексті студіювання бібліотечної журналістики та її провідних напрямів (О. Косачова); розглядають окремі аспекти становлення бібліотечної журналістики та практичний досвід медіа-творчості (Л. Глазунова, Р. Самотій, І. Давидова, О. Мар’їна); характеризують стан використання бібліотеками можливостей соціальних медіа як ефективних каналів

комунікаційної взаємодії з цільовою аудиторією (Є. Кулик, С. Барабаш, Т. Гранчак, В. Струнгар та інші).

Потужною науково-методичною та практичною базою для розгортання досліджень у сфері корпоративних медіапроектів вітчизняних бібліотек, поряд з теоретичними розвідками та багаторічним практичним досвідом Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, нині є Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка, яка вже кілька років поспіль успішно реалізує на всеукраїнському та регіональному рівнях проект професійного розвитку бібліотечних фахівців «Школа бібліотечного журналіста». У межах науково-дослідної роботи з окресленого напрямку на базі бібліотеки відбуваються наукові конференції з публікацією збірників доповідей, видано посібник «Бібліотечна журналістика: матеріали до курсу» (2015); формується база даних та комунікативний навігатор «Бібліотечна періодика» – вебліографічний путівник, що орієнтує бібліотекарів у повнотекстових професійних ресурсах і може стати основою для ґрунтовних наукових досліджень, оскільки практика створення якісних іміджевих медіаресурсів різних за статусом і призначенням бібліотек у процесі реалізації ними успішних корпоративних медіапроектів є незамінним джерелом для теоретичних висновків і узагальнень.

Утім для вироблення концептуальних засад реалізації корпоративного медіапроекту, окреслення його місця й ролі в цілісній системі іміджевих комунікацій сучасної бібліотеки потрібні ґрунтовні дослідження й системний аналіз. Водночас тут варто зауважити про ті перепони, з якими стикаються дослідники корпоративних медіа загалом і бібліотечних зокрема. Як відомо, згідно з чинним законодавством у сфері засобів масової інформації, засновники корпоративних видань можуть не реєструвати їх в установленому порядку, якщо ці видання призначені для використання в діяльності організації-засновника. Поряд із цим бібліотека не завжди інформує про свої видання на власних відкритих ресурсах (сайтах, порталах і т. ін.), особливо про ті із них, що призначені для персоналу, так би мовити, «для

внутрішнього вжитку». Не перебачене надання таких відомостей і установленими звітно-статистичними формами. Відтак, відсутність об'єктивних статистично-видавничих даних та узагальнених відомостей про кількісно-якісний склад корпоративних медіа не дозволяють достеменно визначити їхній стан і потенціал розвитку як надзвичайно важливого сегменту соціальних комунікацій та іміджевих технологій.

Маємо констатувати, що в умовах динамічного розвитку практичної сфери функціонування корпоративних бібліотечних медіа, що сприяє появі у сучасних бібліотеках таких медіапроектів, які важно «втиснути» у загальноприйнятну систему координат бібліотечної преси, існує потреба в переосмисленні їх статусу й зростаючого значення в реалізації іміджевої стратегії бібліотечної установи. Сьогодні це – повноцінний медіаканал, що має схожі з традиційними медіа технології створення, відображає стратегічні інтереси бібліотеки і покликаний забезпечувати ефективну її взаємодію з цільовою аудиторією. Це означає, що поняття «корпоративні медіапроекти» як предмет міждисциплінарних досліджень, набуває особливої актуальності й має значний потенціал для розгортання комплексних бібліотекознавчих досліджень.

Список використаних джерел:

1. Олтаржевський Д. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа : [монографія] / Дмитро Олтаржевський. – Київ : Центр вільної преси, 2013. – 308 с.

2. Орлов В. В. PR-технологии в управлении имиджем библиотеки [Электронный ресурс] / В. Орлов. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/pr-tekhnologii-v-upravlenii-imidzhem-biblioteki>. – Заголовок с экрана. – Дата просмотра 10.06.2016.

3. Пастушенко О. Книга і періодика в дисертаційних дослідженнях незалежної України: соціокомунікаційний аспект : монографія / Олена

Пастушенко ; відп. ред. Л. А. Дубровіна ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – 564 с.

4. Тодорова О. В. Корпоративные медиа: жми сюда / Оксана Тодорова. – Одесса : Пласке, 2010. – 250 с.