

Приватний вищий навчальний заклад
«Академія рекреаційних технологій і права»

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ТЕОРІЇ, МЕТОДОЛОГІЇ ТА ПРАКТИКИ
СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Матеріали IV Міжвузівського наукового семінару

Луцьк – 2018

УДК 0+378+655+659+808+930.2

А 43

Розглянуто на засіданні кафедри документознавства та інформаційної діяльності (протокол № 11 від 25 червня 2018 р.)

Рекомендовано до друку вченою радою ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права» (протокол № 11 від 27 червня 2018 р.)

Актуальні проблеми теорії, методології та практики соціальних комунікацій: матеріали IV Міжвузівського наукового семінару (м. Луцьк, 23 трав. 2018 р.) / упоряд. О. М. Мациборська. – Луцьк : ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права», 2018. – Вип. 4. – 68 с.

Збірник містить матеріали з актуальних теоретичних, методологічних і практичних проблем сфери соціальних комунікацій, зокрема, документознавства, інформаційного менеджменту, журналістики, інформаційної політики, прикладних соціальних комунікацій, музеєзнавства, підготовки фахівців із соціальних комунікацій у контексті новітніх потреб інформаційного суспільства.

Видання призначене для науковців, освітян, аспірантів і студентів.

Надруковано згідно з оригіналами поданих матеріалів.

Відповідальність за зміст публікацій несуть автори.

ЗМІСТ

Дем'янюк О. Особливості роботи з фондами періодики сучасної бібліотеки	4
Сас Н. Розвиток практик професійної успішності.....	5
Сірук Н. Періодична преса як засіб ідеологічного тиску в Україні (друга половина 40-х – початок 50-х років ХХ ст.).....	7
Бортнік Ж. Особливості викладання курсу риторики для студентів педагогічного коледжу	9
Струс Р. Актуалізація електронних бібліотек у вишах як спосіб оптимізації навчального процесу.....	11
Єжижанська Т. Роль фестивалів буктрейлерів у популяризації новинок книгодруку.....	16
Герасимюк Л. Перспективні методи навчання студентів-документознавців з використанням інформаційно-комунікаційних технологій	19
Подворнюк О. Організація роботи з пропозиціями, заявами та скаргами громадян.....	23
Якубовська М. Культурологія у системі науково-педагогічної школи академіка О. Е. Коваленко.....	25
Довгоп'ята Д. Національна самоідентичність сучасного редактора як інваріативний складник його мовної особистості	26
Кучережко Д. Інтерактивні видання в Україні: на прикладі книги «Аліса в Задзеркаллі» видавництва «АРТ НЕЙШН».....	28
Гарасюк Д. Курс «Мова ділових паперів» у підготовці студентів-інформаційників.....	30
Мациборська О. Історичне документознавство як складова спеціального документознавства.....	31
Марківська Л. Криптографія як засіб передачі інформації: історичний аспект.....	35
Панасюк О. Концепція документації Поля Отле.....	38
Кананович М. Руни як система кодування і нформації та писемність.....	40
150 років Полю Отле.....	44
390 років книгодрукуванню в Луцьку.....	47
Пам'ятні дати та цікаві факти. 2019 рік.....	48
Відомості про авторів.....	63

Тетяна Єжиганська
(Київ)

РОЛЬ ФЕСТИВАЛЮ БУКТРЕЙЛЕРІВ У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НОВИНОК КНИГОДРУКУ

Українські книговидавництва усе більше усвідомлюють, що недостатньо лише видавати книги, а важливо продумати ефективні способи інформування читача, створити і поширити рекламу книги, забезпечити промоцію новинок книгодруку. Усе частіше «на допомогу видавництвам часто приходять захоплені читачі, яких у той чи інший спосіб надихає та чи інша книжка» [4]. Книголюби часто готові поділитися враженнями про щойно прочитану книгу, розповісти про книги, які сподобалися, зробити це у захопливій нестандартній формі. Організатори фестивалів і конкурсів буктрейлерів пропонують зробити це у форматі змагання, використовуючи сучасні технології.

Буктрейлер (англ. booktrailer) – це відеоролик тривалістю, як правило, 2-5 хвилин, що розповідає в довільній художній формі про якусь книгу, візуалізуючи її зміст з метою популяризації або просування [1]. Буктрейлери класифікують на видавничі (створені видавництвом); авторсько-видавничі (створені видавництвом спільно з авторами); авторські (підготовлені авторами самостійно); бібліотечні (підготовлені бібліотеками для залучення нових читачів у межах програм із популяризації читання); фанбуктрейлери (зроблені читачами-аматорами) [2, с. 247]. Отже, буктрейлери, створені читачами, називають «фантрейлерами» чи «фанбуктрейлерами».

Перетворити читачів на активних популяризаторів читання – таку місію виконують фестивалі буктрейлерів. В Україні такі заходи проводять одноразово, присвячують творчості певного письменника чи події, організаторами часто є бібліотеки. Щорічний Всеукраїнський фестиваль буктрейлерів і промороликів «Bookfashion», який традиційно проходить у Київському університеті імені Бориса Грінченка, приурочений до Всесвітнього дня книги й авторського права, що відзначається 23 квітня (<http://bookfashion.ij.kubg.edu.ua/>). Організатори фестивалю – кафедра видавничої справи Інституту журналістики. Мета фестивалю – популяризація читання, привернення уваги читача до новинок книжкового ринку. Завдання фестивалю: залучення студентів та школярів до популяризації читання; пошук новинок книгодруку; обмін досвідом з провідними ВНЗ та фахівцями в галузі реклами, видавничої справи та книгознавства, режисури та сценарної майстерності.

Учасники фестивалю – студенти і школярі з усіх куточків України – навчаються розробляти і просувати в інтернеті буктрейлери (відеоанотації книги) і проморолики (рекламні відеопрезентації). За формою це може бути ігровий буктрейлер (відеоролик про книгу); презентаційний буктрейлер (набір слайдів); анімаційний буктрейлер (мультфільм про книгу). За тематикою – трейлер до дитячої книги або трейлер до художньої книги зі шкільної програми; трейлер до «розумної» книги (наукової, науково-популярної) чи до ділової/бізнес книги, нон-фікшн. У 2018 році учасникам запропонували нову номінацію – трейлер до книги у жанрі фантастики чи фентезі, оскільки «Проект майбутнього» – фокус-тема Книжкового Арсеналу-2018, де видавництва презентували багато наукової фантастики, романи антиутопії і літературу у жанрі фентезі. З'явилася номінація трейлер до книги-переможця Міжнародного літературного конкурсу «Коронація слова». Передбачені спеціальні номінації: проморолик сучасного видавництва та лідер переглядів (за кількістю переглядів на YouTube).

Організатори фестивалю пропонують видавництвам стати партнерами конкурсу і опікуватися певною номінацією, яка близька їм. Наприклад, видавництво «Основи», яке випускає альтернативну серію української класики, може курувати номінацію «трейлер до художньої книги зі шкільної програми». «Наш формат» – українське видавництво, що спеціалізується на нон-фікшн літературі, може взяти під опіку номінацію нон-фікшн; видавництво «Баланс Бізнес Букс» вже зараз долучається до спонсорювання фестивалю, особливо відзначаючи ролики до ділової/бізнес книги, а видавництво «КМ-букс» оцінює трейлери до книги у жанрі фантастики чи фентезі. Наступного року пропонуємо ввести номінацію мистецької книги, і про свою готовність долучитися до фестивалю вже заявили видавці з «Родоводу» і «Мистецтва».

Фестиваль розрахований на молодь: студентів вищих навчальних закладів, старшокласників (10-11 клас), учнів молодшої та середньої школи (5-9 клас). Конкурс відбувається у кожній віковій категорії окремо. Участь безкоштовна. Буктрейлер може бути поданий як від однієї особи, так і від групи з 2-х чи 3-х осіб. При виявленні плагіату робота знімається з конкурсу. Конкурсна комісія, яка складається із організаторів – викладачів і студентів кафедри видавничої справи, дирекції Інституту журналістики, спонсорів і партнерів, на попередньому відкритому перегляді відбирає роботи до шорт-листа. Переможці визначаються у кожній номінації – 1-е, 2-е та 3-є місце, також присуджується гран-прі. Вже традиційно церемонія нагородження переможців фестивалю відбувається 23 квітня або напередодні Всесвітнього дня книги й авторського права. Церемонія нагородження є масштабним фінальним завершенням фестивалю буктрейлерів, у програмі якої – демонстрація робіт переможців і вручення подарунків від спонсорів. Переможці фіналу фестивалю буктрейлерів отримують дипломи та пам'ятні призи від спонсорів, меценатів; фотосесію з церемонії нагородження; висвітлення у ЗМІ та соціальних медіа. Члени журі, видавці, спонсори, офіційні партнери мають право надавати спеціальні призи.

Організатори фестивалю залишають за собою право використовувати роботи конкурсантів з навчальною та рекламною метою для популяризації щорічного Всеукраїнського фестивалю буктрейлерів і промороликів «Bookfashion». Найкращі відеоролики демонструвалися під час «Книжкового Арсеналу-2017», їх оцінювали молоді кінематографісти України, побачили численні відвідувачі заходу.

В Україні видавництва активно не використовують буктрейлери для промоції продукції з кількох причин: якісні буктрейлери, які знімають професіонали, – дорогі для видавництва, а фанбуктрейлери часто дуже низької якості. Щоб буктрейлери впливали на продажі чи впізнаваність книжки, вони повинні бути якісні, високого художнього рівня. Про те, як цього досягти, вирішили з'ясувати на Міжнародному фестивалі «Книжковий Арсенал» – найбільшій події книговидавничого ринку країни, де організатори фестивалю – викладачі та студенти кафедри видавничої справи Інституту журналістики – провели воркшоп «Дивитися не можна читати: як створити буктрейлер». З-поміж багатьох ідей, які надійшли на запит організаторів Книжкового Арсеналу-2017, у програму заходу був включений воркшоп зі створення буктрейлерів, який передбачав і презентацію найкращих відеороликів Всеукраїнського фестивалю буктрейлерів і промороликів «Book fashion». Організатори фестивалю провели цей захід, присвячений популяризації читання і промоції книг українських видавництв, щоб привернути увагу читачів і видавців до буктрейлерів як інноваційної форми популяризації новинок книгодруку. Воркшоп зі створення буктрейлеру провела відомий український режисер, сценарист, талановита актриса, учасник і переможець фестивалів і конкурсів міжнародного рівня, а нині викладач кафедри видавничої справи Університету Грінченка Олеся Білецька. Одна із небагатьох українських

кінорежисерок, що створюють буктрейлери на книги українських видавництв, відкрила секрети майстерності із написання сценарію і створення буктрейлера. Захід привернув увагу численних відвідувачів Книжкового Арсеналу, які із захопленням сприймали інформацію, виявляли прийоми створення буктрейлерів на численних прикладах, пропонували власне бачення, набули досвіду, який знадобиться у виконанні нових робіт, які вже чекають організатори фестивалю «Book fashion». Серед критеріїв оцінювання робіт визначено такі: відповідність роботи меті фестивалю; інформативність; оригінальність (новизна та креативність); професіоналізм (техніка та якість виконання).

Видавництва, які долучаються до проведення фестивалю як його спонсори, інформаційні партнери, куратори номінацій, отримують можливість розміщувати буктрейлери на своїх каналах, використовувати їх у своїй рекламно-інформаційній діяльності. Наприклад, найкращі буктрейлери на книжки переможців Міжнародного літературного конкурсу «Коронація слова», які створили конкурсанти Всеукраїнського фестивалю буктрейлерів «Book fashion», були відзначені на Першій церемонії нагородження Міжнародного літературного конкурсу «Молода КороНація» у номінації «Буктрейлер». Організатори літературного конкурсу використовують буктрейлери для рекламування книг своїх авторів і бренду конкурсу.

Книговидавці можуть використовувати фанбуктрейлери, тобто буктрейлери створені юними читачами, як інноваційні способи популяризації книги. Так, у 2018 році на конкурс надійшло близько 150 робіт з усіх куточків України. Географія учасників фестивалю «Book fashion» – це не лише столиця країни – Київ, а й і обласні центри: Вінниця, Дніпро, Донецьк, Запоріжжя, Київ, Кропивницький, Луцьк, Одеса, Суми, Херсон, а також інші населені пункти України – м. Бердичів Житомирської обл.; м. Виноградів Закарпатської області; м. Кривий Ріг Дніпропетровської області, м. Мелітополь Запорізької області, м. Нікополь Дніпропетровської області, м. Нова Каховка Херсонської області, м. Новомосковськ Дніпропетровської області, м. Пісочин Харківської області, м. Хорол Полтавської області, м. Сарни Рівненської області, с. Тарасівська Київської області, смт. Васильківка Дніпропетровської області, смт. Козелець Чернігівської області, смт. Летичів Хмельницької обл., смт. Межова Дніпропетровської області, с. Новогригорівка Дніпропетровської області. Особливо приємно, що фестиваль здобув багато прихильників зі сходу України, а саме з Донецької області: м. Вугледарськ, м. Костянтинівка, м. Краматорськ, м. Курахове Мар'їнського району, м. Лиман, м. Маріуполь, м. Мирноград, м. Родинське, м. Покровськ, м. Часів Яр, Бахмутського району, с. Дмитро-Дар'ївка Олександрівського району, с. Торське Костянтинівського району, смт. Новодонецьке (Добропілля) та інших. Оскільки учасники конкурсу представляють майже усю країну, то для видавництв важливо, що про них та про їхні книги дізнаються в найвіддаленіших містах і селищах, де інформації про новинки книговидавничого ринку не вистачає катастрофічно.

У конкурсі взяли участь студенти вищих навчальних закладів та школярі. Саме залучення молоді до промоції читання – надважлива місія фестивалю. Буктрейлери створювалися індивідуально та невеликими групами й цілими класами. Як правило, після конкурсу з'являється чимало публікацій про переможців конкурсу у місцевих засобах масової інформації, на сайтах університетів, коледжів, шкіл, бібліотек, у соціальних мережах, а також розміщуються посилання на роботи переможців. Це теж реклама як окремих книг, так і їхніх авторів, а також і видавництв, які ці книги створили. За наявності мізерних рекламних бюджетів українських видавництв таке публісити у локальних медіа не можна недооцінювати, проте, щоб воно було ефективним, варто співпрацювати з

організаторами конкурсу. Наприклад, можна як обов'язкову умову до учасників конкурсу вказувати назву видавництва, на книгу якого створено буктрейлер.

Як бачимо із прикладів учасників фестивалю «Book fashion», буктрейлери перетворюють читачів в активних популяризаторів літератури, книги, читання. Читачі сподіваються, що саме їхні буктрейлери надихнуть когось прочитати рекомендовану книжку. Організатори фестивалю сподіваються, що захід спонукатиме українських видавців використовувати такі інноваційні способи популяризації книги, як буктрейлери. Отже, буктрейлер відкриває нові можливості і для видавців у просуванні книг. Конкурс буктрейлерів фестиваль «Book fashion» не лише формує читацьку культуру, підтримує інтересу до книги, а й забезпечує комунікацію між авторами, видавцями й читачами.

Список використаних джерел

1. Бессараб А. Буктрейлер як засіб просування книги / Анастасія Бессараб // Інформація, комунікація, суспільство 2014 : матеріали 3-ої Міжнар. наук. конф. ІКС-2014, 21-24 травня 2014 року, Україна, Львів, Славське / Національний університет «Львівська політехніка», Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Кафедра інформаційних систем і мереж. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. – С. 310-311.

2. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / за наук. ред. В. Різуна. – Київ : Жнець, 2018. – 436 с.

3. Переможці мультимистецького літературного конкурсу «Молода КороНація» – 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://koronatsiya.com/peremozhci-multimisteczkogo-literaturnogo-konkursu-moloda-koronaciya-2018/>

4. Хмельовська О. Буктрейлер по-українськи: додаткова промоція книги чи забавки для видавця? [Електронний ресурс] / Оксана Хмельовська. – Режим доступу : <http://www.chytomo.com/news/buktrejler-po-ukrayinsky-dodatkova-promotsiya-knyhy-chy-zabavky-dlya-vydavtsya>.



**Леся Герасимюк
(Луцьк)**

ПЕРСПЕКТИВНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ-ДОКУМЕНТОЗНАВЦІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Незважаючи на нагальну потребу в сучасній теорії та технології впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в навчальний процес, ця проблема залишається недостатньо дослідженою сучасною педагогічною наукою як у теоретичному, так і в практичному аспекті, про що свідчить аналіз психолого-педагогічних джерел.

Перспективними методами викладання можна вважати ті, які відповідають сучасним світовим вимогам до якості освіти: інформатизація освітнього простору, інтеграційні процеси в освіті, налагодження співпраці вишів з європейськими навчальними закладами, студентські міжнародні програми, можливість здобуття диплома магістра і другої вищої освіти за кордоном.

Найсучаснішими і найперспективнішими методами є навчання з комп'ютерною підтримкою (CALL), ігрові методи (інтелектуальні, ділові, рольові ігри), метод «кейз-стаді» (робота над проблемними ситуаціями, студенти розглядають проблему, аналізують ситуацію, пропонують свої ідеї та варіанти розв'язання проблеми підчас дискусії),

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ, МЕТОДОЛОГІЇ ТА
ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Матеріали IV Міжвузівського наукового семінару

А 43 Актуальні проблеми теорії, методології та практики соціальних комунікацій: матеріали III Міжвузівського наукового семінару (м. Луцьк, 23 трав. 2018 р.) / упоряд. О. М. Мациборська. – Луцьк : ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права», 2018. – Вип. 4. – 68 с.

Видання містить матеріали з актуальних теоретичних, методологічних та практичних проблем сфери соціальних комунікацій, зокрема, документознавства, інформаційного менеджменту, журналістики, бібліографознавства, музейної справи, професійної освіти у контексті новітніх потреб інформаційного суспільства.

Видання розраховане на науковців, освітян, аспірантів і студентів.

Думка упорядників не завжди збігається з думкою авторів.