

# БІБЛІОТЕЧНА

УДК 021.6:070]:659.4



*Євгенія Кіяниця,  
аспірант КНУКіМ,  
старший викладач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю  
Київського університету імені Бориса Грінченка*

## *Тенденції та перспективи співпраці сучасної бібліотеки зі ЗМІ*

*Проаналізовано діяльність закладів соціально-культурної сфери України, зокрема бібліотек; подано їхню загально-державну структуру. Визначено шляхи інтеграції книгозбірень із сучасними ЗМІ й тенденції розвитку цієї взаємодії.*

**Ключові слова:** бібліотека, паблік рилейшнз, медиарилейшнз, ЗМІ, соціально-культурна сфера.

*Актуальність теми.* Сьогодні значно пришвидшився процес інформатизації суспільства, однак соціокультурні установи не встигають за цими трансформаціями, повільно реагуючи на глобальні зміни. Внаслідок своєрідної стагнації заклади втрачають можливість повноцінно задовольняти соціальні та культурні потреби громадськості, адже сучасний світ створює принципово нові умови для існування людини в інформаційному суспільстві. Окрім того, інформаційно-комунікаційна картина світу стає соціокультурною реальністю, яка, власне, й спонукає до налагодження відносин книгозбірень зі ЗМІ. Ця співпраця надає можливість взаємодіяти з масовою аудиторією, яка, у разі використання традиційних форм роботи, залишається неохопленою. Як свідчить практика, саме засоби масової інформації є найефективнішим інструментом для просування ідей, популяризації діяльності книгозбірень, налагодження зв'язків з різноманітними організаціями та відомствами [1, с. 201].

*Аналіз останніх досліджень.* Огляд праць вітчизняних і закордонних учених дає змогу зробити висновок, наскільки важливою формою роботи бібліотеки є використання медіа рилейшнз (співпраця зі ЗМІ) — одного з ключових напрямів паблік рилейшнз. На цьому наголошують С. Божук ("Маркетингові дослідження. Основні концепції і методи"), Ю. Бурсіна ("Бібліотечні РК-технології створення системи довіри во внешних партнерских отношениях"), К. Генієва ("Бібліотека как центр межкультурной коммуникации"), Н. Костіна ("Паблік рилейшнз в библиотеке"), М. Матвеев ("Имидж библиотек как социокультурный феномен"), Т. Рижкова ("Библиотека — открытй мир. Новые формы библиотечной работы, привлечение читателей") та ін. Автори роблять акцент на важливості інтеграції зі ЗМІ, однак мало уваги приділено структурі цього процесу. Науковці також зауважують про потребу цілеспрямованої та системної роботи щодо активного використання РК-технологій, адже навіть в організаціях, в яких функціонує відділ зв'язків із громадськістю, не налагоджено системну діяльність із РЯ. Для її результативності слід забезпечити сталість комунікації між бібліотекою і зовнішнім середовищем, спрямовуючи зусилля на співпрацю із сучасними медіа.

*Метою дослідження* є структурування інтеграції бібліотеки із засобами масової інформації, а також визначення тенденцій розвитку їхньої співпраці.

*Виклад основного матеріалу.* Вітчизняні бібліотеки намагаються постійно інформувати громадськість про свою діяльність, налагоджувати найтісніші контакти з держав-

ними установами, залучати меценатів до участі у бібліотечній справі. Якщо простежити зміну місії книгозбірень від часу створення як соціального інституту суспільства до сьогодення, можна умовно визначити три етапи еволюції.

На першому головним завданням бібліотек було збирання суспільно корисних текстів для ознайомлення з ними спочатку еліти, а з поширенням книгодрукування — і більшості населення.

На другому етапі сформувалася соціально-просвітницька місія книгозбірень, яка полягала у забезпеченні доступу суспільства до зафіксованих знань, налагодження комунікації із зовнішнім світом.

На третьому етапі бібліотека стає центром широкого комунікативного простору, місцем концентрації різноманітних даних та активним учасником інформаційного обміну, позиціонуючи себе як соціально значуща інституція, здатна задовольнити якнайширший спектр інформаційних потреб громадськості [2, с. 123].

В Україні бібліотеки перебрали на себе цю роль у роки незалежності. Процеси інформатизації та комерціалізації соціокультурної сфери вимагали нового підходу до організації бібліотечної справи, концентрації зусиль для формування позитивного іміджу установ, залучення спонсорів, налагодження контактів з органами державної влади та ЗМІ [3, с. 12—23].

Аналіз наукової літератури доводить, що нині на комунікативне поле бібліотечної справи впливають такі чинники:

1. Інформатизація суспільства відносин та створення паралельних джерел відомостей, внаслідок чого прямий доступ до бібліотечних фондів втрачає актуальність.

2. Економічна самостійність і суспільна активність книгозбірень, які, відповідно до ст. 25 Закону України "Про бібліотеки і бібліотечну справу", можуть залучати громадян та їхні об'єднання до участі у фінансуванні програм розвитку бібліотечної справи, підтримки творчих починань, вирішення соціальних і побутових проблем бібліотечних працівників. Це право реалізується через створення читачьких рад бібліотек, розвиток спонсорства, меценатства, інших форм благодійництва.

3. Часткове ігнорування з боку видавців норм Закону України "Про обов'язковий примірник документів", через що бібліотеки змушені залучати додаткові кошти на комплектування фондів.

4. Падіння загальної зацікавленості громадськості до традиційних бібліотек через наявність альтернативних способів отримання інформації на основі віддаленого доступу.

Структура мережі бібліотек що перебувають у сфері управління Міністерства культури України [4]<sup>A</sup>

Найменування областей	Бібліотеки сфери управління МК** України	у тому числі:					із загальної кількості бібліотек		із загальної кількості бібліотек		Кількість ЦБС**	Кількість пунктів бібліотечного обслуговування
		Обласні			Публічні	з них	для дітей	для юнацтва	об'єднані у ЦБС	не входять до складу ЦБС		
		усього	* *	** 0								
Вінницька	951	1			948	845	37	0	314	637	11	288
Волинська	570	1			567	488	31	0	565	2	18	18
Дніпропетровська	674	1			671	463	79	1	483	188	26	49
Житомирська	918	1			915	796	36	2	171	747	7	100
Закарпатська	487	1			485	420	18	0	433	52	14	27
Запорізька	502	1			499	377	43	0	355	147	18	164
Івано-Франківська	749	1			746	645	36	3	38	11	18	34
Київська	885	0			883	756	38	0	600	282	22	81
Кіровоградська	578	1			575	465	31	2	221	354	12	197
Львівська	1328	1			1325	1140	63	3	1324	4	28	156
Миколаївська	504	1			501	402	33	1	495	13	22	40
Одеська	850	1			847	692	79	1	847	0	35	126
Полтавська	792	1			789	679	43	0	679	ПО	26	332
Рівненська	575	1			572	498	19	0	567	5	18	83
Сумська	566	1	0		564	464	28	0	313	253	16	216
Тернопільська	889	1			886	805	32	0	882	4	18	42
Харківська	838	1			835	609	65	5	774	50	39	171
Херсонська	470	1			467	364	33	4	432	38	19	167
Хмельницька	876	1			873	768	40	1	687	189	19	191
Черкаська	740	1			737	654	32	0	547	189	18	82
Чернівецька	402	1			400	343	15	0	364	36	11	34
Чернігівська	721	1			718	615	37	0	679	42	23	359
м. Київ	139	0	0	0	139	0	48	5	136	3	10	42
<b>Усього</b>	<b>16 004</b>	<b>21</b>	<b>19</b>	<b>22</b>	<b>15 942</b>	<b>13 288</b>	<b>916</b>	<b>28</b>	<b>12 606</b>	<b>3 356</b>	<b>448</b>	<b>2 999</b>

\*без урахування бібліотек, що розташовані в зоні АТО та на території тимчасово окупованого Криму.

\*\* скорочення; МК — Міністерство культури; ОУНБ — обласна універсальна наукова бібліотека; ОБЮ — обласна бібліотека для юнацтва; ОБД — обласна бібліотека для дітей; ЦБС — централізовані бібліотечні системи.

Ці тенденції формують сучасну модель РК-діяльності вітчизняних книгозбірень, яка потребує наукового дослідження. Насамперед визначимо структуру мережі бібліотек, щоб проаналізувати їхню чисельність, відомчу, регіональну та цільову належність, а також виявити бажання та можливості керівництва установ використовувати РЯ або його окремі інструменти для популяризації закладів серед цільової аудиторії (табл. 1).

Аналіз діяльності обраних установ дає підстави стверджувати, що РК.-технології посідають чільне місце в арсеналі засобів і методів роботи бібліотек України всіх рівнів і відомчої належності. Одним із основних напрямів публік рилейшнз, який сприяє формуванню суспільної обізнаності щодо функціонування книгозбірень, є медіа рилейшнз. Результати проведеного дослідження дали змогу виявити кілька рівнів взаємодії бібліотечних структур і засобів масової інформації [6, с. 5—18].

Перший — "неявна інтеграція", тобто виконання бібліотекарями і бібліографами запитів журналістів. При цьому установа бере опосередковану участь у діяльності ЗМІ, оскільки матеріали зазвичай не містять жодних посилань на бібліотеку та її фондові джерела. Саме інтеграційні зв'язки першого рівня сьогодні найбільше притаманні взаємодії між бібліотечними установами та мас-медіа.

Другий рівень інтеграції — взаємовідносини бібліотек і ЗМІ, що сприяють приверненню уваги споживачів інформації до книгозбірень та подій, які в ній відбуваються;

— висвітлення у ЗМІ заходів, тематика яких безпосередньо не пов'язана з популяризацією фондів (засідання

клубів за інтересами, зустрічі в літературній вітальні, проведення різноманітних конкурсів тощо);

— публікація новин "одним рядком", приміром, про відкриття книжково-ілюстративних виставок;

— згадування в матеріалах участі бібліотек у підготовці й проведенні районних, міських, крайових та інших заходів.

Інтеграція третього рівня відбувається, якщо за допомогою ЗМІ розкривається зміст фондів бібліотек. Це, зокрема, матеріали про:

— презентації у бібліотеці нових книг, газет, журналів, нетрадиційних носіїв інформації;

— творчі зустрічі з ученими, літераторами, що передбачає й огляд їхніх видань, наявних у фонді;

— книжково-ілюстративні виставки;

— надходження до фондів;

— історію бібліотеки або її відділів (такі публікації часто містять відомості про раритетні видання, що зберігаються у фондах).

Також в електронних ЗМІ уміщують тематичні рубрики та програми, створені на основі інформації з фондів книгозбірень. Задля повнішого задоволення запитів читачів на нетрадиційні носії інформації фахівці бібліотек здійснюють пошук відсутніх аудіо- та відеоматеріалів у фоно- і відеотеках мас-медіа, поповнюють колекції неопублікованих документів текстами тематичних передач каналів електронних ЗМІ.

Четвертий рівень інтеграції передбачає різнобічну діяльність наукових бібліотек у глобальній мережі Інтернет:

— створення електронної адреси установи;

— відкриття власного веб-сайта;

- виконання читачьких запитів через всевітню мережу;
- обмін інформацією (зокрема аудіовізуальною) з іншими бібліотеками та установами через мережу Інтернет;
- підготовка тематичних рубрик та програм для мережних ЗМІ;
- створення звукових і відеофайлів для мережі у взаємодії з електронними медіа;
- надання веб-розробникам фондових матеріалів для формування СО-дисків.

Інтеграційні зв'язки четвертого рівня найвиразніше виявляються у діяльності наукових бібліотек, які активно впроваджують комп'ютерні технології та мають власні сторінки в Інтернеті.

Водночас чинниками, що стримують розвиток інтеграційної роботи культурно-освітніх установ та ЗМІ, є насамперед брак методологічної бази для такої діяльності, а також незадовільний стан бібліотечних фондів, оскільки фінансові обмеження значно ускладнюють придбання потрібної наукової літератури.

Окрім того, сьогодні добре налагоджені зв'язки "книжкове видавництво — ЗМІ" та "книжковий магазин — ЗМІ", а отже, рекламна інформація про нові видання часто надходить до мас-медіа, минаючи книгозбірні. Цей фактор також негативно впливає на співпрацю бібліотечних установ і засобів масової інформації, адже оперативне отримання відомостей про нові надходження літератури безпосередньо від видавництва чи книжкового магазину привабливіше для медіа з комерційного погляду.

Зауважимо, що ще одним "камнем спотикання" на шляху розбудови взаємовідносин бібліотеки і ЗМІ є характер контенту сучасних медіа, що тяжіють до сенсаційних чи скандальних новин. Подекуди навіть новинні стрічки мають формат "жовтої преси", і в цьому контексті висвітлення діяльності бібліотек також відповідає певному стандарту: здебільшого надається інформація про пожежі, затоплення установ, розкрадання бібліотечних фондів тощо.

Побуває думка, що новини культури й освіти не належать до категорії "топових". Репортаж про соціально-культурний проект навряд чи збере велику аудиторію, а отже, такі відомості не будуть пріоритетними. Державні засоби масової інформації звертають увагу лише на найбільш значущі події бібліотечного життя, які відбуваються за участю відомих представників суспільства. Варто зазначити, що регіональні і муніципальні ЗМІ зазвичай уважніші до подій у бібліотеках.

Головним завданням співробітників бібліотечних установ є створення якісного інформаційного приводу, і йдеться не лише про змістове наповнення (інформування про цікаві особливості проекту або події), а й про коректну форму повідомлення, яке б відповідало журналістським стандартам: наявність конкретної новини, можливість перевірки фактів, реалістичність події, кратність і однозначність формулювання. Д. Чаповський наголошує, що загальновідомими журналістськими стандартами є такі: баланс думок і поглядів, оперативність, достовірність (посилання на джерела), відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота представлення даних [7, с. 1]. Лише дотримуючись цих вимог, можна виразно анонсувати подію. Крім того, ЗМІ обов'язково оприлюднять новину, якщо вона буде пов'язана з напрямками і тенденціями діяльності книгозбірні, визначеними першими особами держави та/або регіону.

В Україні саме друковані видання посідають перше місце серед джерел інформації про діяльність бібліотечних установ. Тому співпраця з пресою має стати важливою частиною рекламної та інформаційної політики будь-якої книгозбірні. Адже завдяки ефективним інтеграційним зв'яз-

кам зі ЗМІ установи матимуть доступ до широкої аудиторії, зокрема тієї частини потенційних читачів, яка їх не відвідує.

*Висновки.* Узагальнюючи результати проведеного дослідження, зауважимо, що в нинішніх умовах співпраця бібліотеки із засобами масової інформації є запорукою її успішного функціонування як соціального інституту. Причому, промоція закладу та його фондів, залучення недержавних джерел фінансування у складній економічній ситуації, заохочення нових користувачів ефективніше відбуваються саме за допомогою мас-медіа.

Нині, внаслідок глобальної комп'ютеризації, стрімко зростає інтерес до книги, культури читання загалом, отже, першочерговим завданням є інтеграція друкованих видань, телеканалів, радіостанцій, мережних медіа з бібліотечними установами, для чого потрібно сформувати спільну комунікаційну політику як ефективний засіб залучення широкої читачької аудиторії, підвищення престижу бібліотек і їхньої ролі в інтелектуальному розвитку сучасного суспільства.

#### Список використаної літератури

1. Орлов В. РК-технологии в управлении имиджем библиотеки : дис. ... канд. пед. наук / Виктор Владимирович Орлов. — Санкт-Петербург, 2003. — 253 с.
2. Могилевський В. Д. Методологія систем: вербальний підхід / В. Д. Могилевський. — Москва : Економіка, 1999. — 251 с.
3. Матвійчук О. Є. Бібліотека як соціокультурний інститут: освітньо-виховна місія / О. Є. Матвійчук // Вісник Національного авіаційного університету. Сер.: Філософія. Культурологія. — 2010. — № 2. — С. 155—160.
4. Онищенко О. Українські бібліотеки у 90-х роках ХХ століття: основні тенденції розвитку та напрями діяльності / О. Онищенко // Бібліотечний вісник. — 2009. — № 3. — С. 12—23.
5. Вилегжанина Т. Роль і місце публічної бібліотеки в українському суспільстві / Т. Вилегжанина // Бібліотечна планета. — 2008. — № 2. — С. 4—5.
6. Бібліотечна Україна в цифрах. — Режим доступу: <http://pro.u.edu.ua/article5.php?IP8=ик&pr8=6493>. — Назва з екрана.
7. Чаповський Д. Журналістські стандарти: оперативна довідка. — Режим доступу: [http://iti.org.ua/oiopna1151\\_topi1opn1/32371-tai1zi1ki-zi1pa1ali-pogta1upa-1oiu1ska.p1ti](http://iti.org.ua/oiopna1151_topi1opn1/32371-tai1zi1ki-zi1pa1ali-pogta1upa-1oiu1ska.p1ti). — Назва з екрана.
8. Вьіготський Л. С. Проблема культурного розвитку ребенка (1928) / Л. С. Вьіготский // Вестник Московского университета. Сер. 14: Психология. — 1991. — № 4. — С. 5—18.
9. Старовойт О. Соціокультурна і духовна сфери реалізації інноваційної культури особистості / О. Старовойт // Вісник Інституту розвитку дитини : зб. наук. пр. Сер.: Філософія. Педагогіка. Психологія. — Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. — Вип. 33. — С. 46—55.
10. Вяткина Н. И. Потенциал и возможности молодых в создании привлекательного образа библиотеки / Н. И. Вяткина // Новая библиотека. — 2002. — № 7. — С. 9—11.
11. Кукольщикова Т. В центре внимания региональных СМИ / Т. Кукольщикова // Библиотека. — 2001. — № 7. — С. 18—20.
12. Шерова Л. Работаем со СМИ / Л. Шерова. — Москва : НИРИПТ "Экспертное сообщество", 2002. — 288 с.
13. МасВонаШ В. Тье риблиц іташе оГ Іbrarіes апсі НЬтагіапз аз роіепііаі Ьагіег То тигі ассезз / В. МасВонаШ // Кітаї ЁІг. — 1995. — Уоі. 15(1). — Р. 3557.

*Проанализирована деятельность заведений социально-культурной сферы Украины, в частности библиотек; приведена их общегосударственная структура. Определены пути интеграции библиотек с современными СМИ и тенденции развития их взаимодействия.*

*Активітї о/езІаБІзкменІз о/зосіаІ апаІ сїїїгаї зркеге о/ ІЛгаїне із апаїуғааІ, іп раїїсїага ІІЬгагіез; іНеїг паїопаї зігс-Ше із гевіїтаІ. Те м>ауз о/ іпІеза(іоп о/ІІЬгагіез чїїк тойегп тазз-теїа апаІ роґґезз о/кеїг со-ореаїіоп Ігенї аге сегаїап.*

•••••

Надійшла до редакції 23 березня 2016 року