

процессов, формирования информационных ресурсов, интеграции инфраструктуры библиотек всех уровней, отработки механизмов социального партнерства на основе корпоративного взаимодействия. Библиотеки Беларуси закрепили статус важнейшего субъекта культурной среды, удовлетворяющего самые разнообразные запросы всех групп населения, обеспечивая конституционные права граждан на свободный доступ к информации и знаниям, что создает все условия для духовного развития белорусского народа в соответствии с общечеловеческими ценностями, укрепления позитивного культурного имиджа республики и интеграции белорусской культуры в мировое культурное пространство.

УДК 007: 002

**Воскобойнікова-Гузєва Олена Вікторівна**

доктор наук із соціальних комунікацій

Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, Україна

## **КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ БІБЛІОТЕКИ**

На сьогодні поняття «комунікація» існує у трьох основних інтерпретаціях: по-перше, як засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу, тобто як визначена структура; по-друге – це спілкування, в процесі якого люди обмінюються інформацією; по-третє, під комунікацією розуміється передавання і масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство та його складові компоненти [1]. Друге та третє визначення найбільше розкривають специфіку комунікаційної діяльності бібліотеки як соціальної інституції, яка здійснює соціальну комунікацію, що у свою чергу за визначенням професора А. В. Соколова «є рухом смислів у соціальному часі і просторі» [2]. Для того, щоб рух цих «смислів» був ефективним, бібліотеки мають враховувати цей напрям діяльності під час розроблення власних стратегій розвитку або ж мати окремий документ, який визначатиме цілі і пріоритети саме комунікаційної діяльності установи.

У проекті Стратегії розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року «Якісні зміни бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України» серед десяти стратегічних напрямів розвитку розробниками визначено і «Розвиток ефективних комунікацій» [3, с. 47–48]. Реалізація цього напрямку спрямована на створення системи ефективної внутрішньої та зовнішньої комунікації для розвитку партнерств, просування спільних цінностей та досягнення стратегічних результатів. Розвиток ефективних комунікацій у бібліотечно-

інформаційній сфері має відбуватися на кількох рівнях – налагодження комунікації між бібліотечною спільнотою та органами державної влади і місцевого самоврядування; налагодження ефективної міжвідомчої комунікації між органами влади, у підпорядкуванні яких знаходяться бібліотеки, органами державної влади, які суттєво впливають на бібліотечно-інформаційну галузь; удосконалення внутрішньої комунікації; налагодження ефективної міжсекторальної комунікації; удосконалення зовнішньої комунікації з місцевими громадами і суспільством у цілому; розвиток міжнародних професійних зв'язків.

Як бачимо такий перелік пріоритетів дещо більший від традиційного теоретичного поділу на внутрішню і зовнішню комунікацію, проте у цілому не виходить за його межі. Окрема бібліотека та її керівники можуть орієнтуватися на визначені у проекті Стратегії напрями, проте, зрозуміло, що більшої уваги на рівні бібліотеки потребуватиме внутрішня комунікація та актуальна на сьогодні зовнішня комунікаційно-іміджева політика бібліотеки у соцмережах та ЗМІ.

Внутрішня комунікація бібліотеки може бути доволі розгалуженою, особливо якщо колектив установи великий, формальною та неформальною, орієнтованою на вироблення спільних позицій членів колективу, визначення пріоритетів, усвідомлення загальногалузових цілей розвитку.

Проте у сучасних умовах посилюється значення та відповідно підвищуються вимоги до якості донесення до суспільства того «сміслового навантаження, комплексу ідей і уявлень», за допомогою якого бібліотека як активна складова соціокомунікативного процесу бере участь у поясненні та конструюванні інформаційної реальності [5, с. 15]. Звертаємо увагу керівників на результати моніторингів соціокомунікаційної та соціокультурної діяльності бібліотек, представлених у публікаціях [4, 5, 6]. В умовах соціально-економічної та політичної кризи, військових дій на Сході України та інформаційної війни, бібліотеки України по-новому усвідомлюють свою роль у формуванні концептів національної пам'яті та світоглядних позицій сучасників, власними методами транслюють світові позиції незалежної держави. Під час співпраці бібліотеки зі ЗМІ, інформування та консультування користувачів, партнерів та колег у соціальних мережах варто враховувати той факт, що така діяльність формує особливий зріз інформаційного простору. І бібліотека несе відповідальність за зміст та якість «сміслів», які транслюються світові, суспільству, громаді. Так за рахунок представлення інформації про соціокультурні заходи національно-патріотичної та просвітницької тематики на сайтах бібліотек та на відповідних сторінках у соціальних мережах, виставлення фото- та відео- репортажів про заходи та електронних презентацій книжково-ілюстративних виставок також утворюється особливий зріз національного інформаційного простору, який транслює світові позицію держави, громадянського



суспільства, окремого громадянина стосовно історичних подій в Україні, пріоритети державного розвитку та міжнародного співробітництва. Важливий у цьому аспекті комунікаційної стратегії і розвиток міжсекторальної взаємодії, оскільки інші освітні і наукові заклади також одночасно із бібліотеками діють в інформаційному просторі, і спільні комунікаційні заходи можуть бути більш дієвими та інформативними, охопити більшу аудиторію, привернути більшу увагу, отримати більший резонанс.

Під час вироблення проекту комунікаційної стратегії бібліотеки слід дотримуватися принципів доцільності; науковості; об'єктивності (врахування реальних можливостей установи та її співробітників); прозорості; гнучкості; відповідності рівню технологічних можливостей установи. Бажано передбачити створення команди, що буде розробляти та реалізовувати таку стратегію, здійснювати моніторинг інформаційних потреб користувачів соціальних мереж, їхніх відгуків, зацікавлень, уподобань, відслідковувати фахову та громадську реакцію на повідомлення ЗМІ [7].

#### *Джерела:*

1. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь – справочник / авт.-сост. В. А. Ильганаева. – Харьков : КП «Городская типография», 2009. – С. 175.
2. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова, 2002. – С. 27.
3. Матеріали до стратегії розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року «Якісні зміни бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України» / авт.-упоряд. : О. М. Бруй, О. В. Воскобойнікова-Гузєва, В. С. Пашкова, Я. Є. Сошинська, І. О. Шевченко. – Київ : УБА, 2015. – 57 с.
4. Воскобойнікова-Гузєва О. Бібліотечні установи як джерело протистояння зарубіжній інформаційній агресії у вітчизняних інформаційних комунікаціях / Воскобойнікова-Гузєва О. // Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж : монографія / В. Попик (кер. проекту), В. Горовий, О. Онищенко та ін. ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – С. 158–183.
5. Гранчак Т. Соціокультурний дискурс російських національних бібліотек як джерело визначення пріоритетних маркерів національної пам'яті / Тетяна Гранчак // Бібліотечний вісник. – 2015. – №4 (228). – С. 14–22.
6. Гранчак Т. Україна і Друга світова війна: підходи до осмислення і представлення у соціокультурному дискурсі вітчизняних національних бібліотек / Тетяна Гранчак // Бібліотечний вісник. – 2015. – №5 (229). – С. 22–27.
7. Поперечна Л. А. Соціальні мережі як інструмент комунікаційно-іміджевої політики наукової бібліотеки / Л. А. Поперечна // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали Міжн. наук. конф. (Київ, 6-8 жовт. 2015 р.) : в 2 ч. Ч.1 / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України, Рада дир. б-к та інформ. центрів академій наук – членів МААН. – Київ, 2015. – С.103–107.