

Андрій Берегельський,

мол. наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

КОНКУРСНА БІБЛІОТЕЧНА ІНФОГРАФІКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІМІДЖУ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ

Досліджено специфіку виставкової діяльності бібліотек, у тому числі використання інфографіки як її окремого експоната. Проаналізовано сучасну інформаційно-аналітичну продукцію бібліотек та інших спеціалізованих центрів, зокрема продукцію, що представляється на віртуальних виставках.

Розглянуто конкретні приклади конкурсної і виставкової інфографіки.

Ключові слова: національні бібліотеки, інформаційно-аналітичні служби, інформаційний ресурс, конкурсна інфографіка, виставкова інфографіка, віртуальні виставки, рекламні плакати, рекламна кампанія, маркетинг.

Одним з елементів інформаційно-аналітичної продукції як бібліотек, так і спеціалізованих центрів сьогодні стає візуалізація даних, тобто інфографіка, як прийнято називати цю інформаційну продукцію як у наукових дослідженнях, так і в практичних посібниках та публіцистиці. Інфографічна продукція в бібліотечній роботі представлена вже в декількох напрямках – дедалі частіше можна натрапити на деякі зразки річних чи проектних звітів бібліотек у форматі інфографіки; рекламні відеоролики закладів, що демонструють дані про них у графічному вигляді; аналітична продукція [1].

Сучасному користувачу зручніше отримувати необхідну інформацію, взаємодіючи з інтерактивним інтерфейсом, що це значно скорочує час пошуку й розширює отриману інформацію. Водночас візуальні об'єкти у вигляді інфографіки легше сприймаються та краще привертають увагу своєю неординарністю, оригінальністю, стислістю й змістовністю в умовах інформаційного вибуху, тим паче якщо можна взаємодіяти з цими даними. Сьогодні процес навчання й самоосвіти відчутно змінився, і зміни ці також пов'язані з візуалізацією знань. Наведені

факти засвідчують перспективність застосування інформаційної продукції, зокрема і в бібліотечній діяльності. Одним з її напрямів може бути виставкова діяльність. На сьогодні вже існують різні моделі віртуальних виставок, серед яких фотовиставки; бібліобанери; виставки з аудіосупроводом, виставки-«листівки» за окремим невеликим літературним твором; виставки-«ілюстрації» з багатим мультимедійним контентом, у тому числі аудіо- і відеорядом; розгорнуті виставки – з розділами, цитатами, ілюстраціями, текстом, відео- та аудіоматеріалами; тематичні виставки; книжкові виставки (наприклад, «Стрічка часу»); виставки – вікторини, презентації, казки, подорожі, кросворди, питання, цитати, хроніки тощо. Фахівці зазначають, що віртуальні виставки перестають дублювати традиційні книжкові, що демонструються в бібліотеці, трансформуються у форму діяльності, призначену для надання в інтерактивній формі з використанням усіх переваг інтернет-середовища. Такі виставки робляться як міні-сайти, де велика увага приділяється не тільки традиційним бібліотечним прийомам розкриття інформації про книгу, а й широко використовуються можливості віртуального простору із залучення додаткових видів інформації (наприклад, оцифровані витяги з книги, рецензії, відгуки, інтерактивні посилання) [2].

В українських бібліотеках проходять виставки, у тому числі електронні, які реалізуються у формі мультимедійної презентації, flash-документа, html-документа, відеоролика тощо (з використанням форматів html, pdf, video та інфографіки) [3]. Водночас можна констатувати урізноманітнення видів і форм виставкової діяльності бібліотек, зокрема виставка-конкурс, коли роботи переможців (учасників) експонуються при підбитті підсумків; віртуальна виставка – синтез традиційного й електронного подання інформації, з використанням інформаційного середовища.

Такі виставки, крім розкриття теми мультимедійними засобами, мають ще одну принципову характеристику: концентрованість інформації, тобто використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для подачі інформації з високим рівнем компресії – зростає як різноманітність носіїв, так і інтенсивність інформування. Цей аспект є характерною рисою сучасного комунікативного простору. Тож, як можна побачити, подібні віртуальні виставки можуть і повинні містити в собі елементи інфографіки. І прикладом такого вдалого поєднання можна назвати онлайн-проект Українського інституту національної пам'яті

«Українська друга світова війна» [4], проект пропонує також сторінку, що містить виключно інфографіку (<http://www.ww2.memory.gov.ua/infografika>). Особливої уваги, з точки зору наявності інфографіки, заслуговує слайд під назвою «Ціна війни: Внесок та втрати України» (рис. 1).

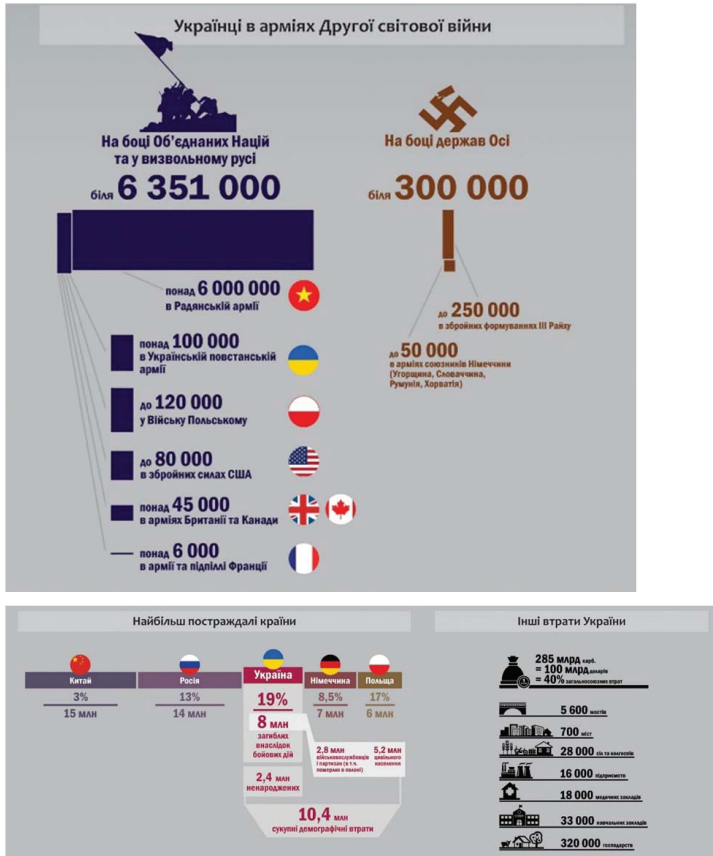


Рис. 1. Фрагменти слайду «Ціна війни: Внесок та втрати України».

Джерело: <http://www.ww2.memory.gov.ua/vystavka>

В Україні неодноразово проводилися різноманітні конкурси на тему інфографіки, у тому числі й серед українських бібліотекарів і фахівців суміжних сфер діяльності, зокрема у рамках таких програм, як «Бібліоміст», «Сучасний бібліотекар», і конкурс «3 IT на ти» [5]. Тому більш широке використання інфографіки як окремого експоната подібних бібліотечних виставок чи конкурсів було лише питанням часу. Наприклад, працівники Сумської міської централізованої бібліотечної системи відмічають своє професійне свято Всеукраїнський день бібліотек творчим конкурсом, зокрема й з елементами інфографіки [6].

У 2013 р. Бібліотека Інституту ім. Гете вже вкотре провела конкурс для відвідувачів українських бібліотек-партнерів. Завдання полягало в тому, щоб зробити ескіз плаката під назвою «Відкрий Німеччину у... твоїй бібліотеці!». Цей плакат мав стати рекламою для німецькомовних фондів у бібліотеках України й зацікавити читачів, які мають інтерес до Німеччини та німецької мови, використовувати німецькомовні фонди бібліотек. Плакат-переможець був надрукований у великій кількості й розісланий по бібліотеках-партнерах [7].

Треба сказати, що в конкурсах на найкращу інфографіку в бібліотеці цінується не лише якість виконання робіт або використання якихось найсучасніших інформаційних технологій, інструментів і засобів, а насамперед ефективність подання інформації, гострота думки та авторський підхід – саме такий матеріал важко лишити поза увагою, іноді навіть дуже простий. Тому такі роботи можуть носити навіть жартівливий характер.

Часто організатори конкурсу можуть і не вказувати прямо на наявність інфографіки серед списку вимог до робіт чи в назвах конкурсу, що зовсім не свідчить про те, що подібні зразки не можуть брати участі в змаганні. Так, у 2016 р. благодійна організація «Благодійний фонд «Бібліотечна країна»» в межах проекту «Жива сучасна бібліотека» у співпраці з Українською бібліотечною асоціацією організувала конкурс серед українських бібліотек «Бібліотека як сучасний інформаційний центр» [8]. Уже з назви конкурсу стає зрозуміло, що там гарантовано будуть представлені сучасні інформаційно-аналітичні проекти, серед яких у тому чи іншому складі та вигляді буде присутня й інфографіка.

Як можна відзначити з деяких вищенаведених прикладів, бібліотеки також активно звертаються до використання інфографіки як реклами

свої установи. По суті, це може бути як плакат, так і зображення на моніторі у вагоні метрополітену (анімаційна інфографіка), не кажучи вже про будь-які інші ЗМІ, у тому числі бібліотечні веб-сайти, їхні офіційні сторінки та спільноти в популярних соціальних мережах, форумах тощо. Це певною мірою також конкурс бібліотек на прихильність читача. Маркетингова діяльність бібліотеки заснована на принципі створення продуктів і послуг, які користуються попитом у користувачів бібліотеки. Як правило, бібліотеки створюють віртуальні дошки про себе, деякі бібліотечні події та інфографіку. Використання реклами, у тому числі анімованої, інфографічної дає можливість розширити коло користувачів, стимулювати їхню зацікавленість у різних ресурсах бібліотеки. Враховуючи всі ці аргументи, можна резюмувати, що подібні маркетингові кроки дають можливість принципово перебудувати бібліотеку, мислення бібліотекарів, повертають їх у бік користувача, що полегшує адаптацію до нових ринкових умов.

Наприклад, до 110-ї річниці Вінницької ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва було опубліковано статтю з набором чудової інфографіки, яку можна використовувати як рекламні листівки чи плакати. Варто відмітити й те, що цією статтею і її графічним матеріалом можна поділитися з друзями й колегами за допомогою відповідних кнопок соціальних мереж, що розміщені одразу під статтею [9].

Отже, такий маркетинг є соціально необхідним явищем – виграють обидві сторони. Вигода для бібліотеки полягає в тому, що її робота оцінюється певним рівнем, зростає престиж, покращується матеріально-технічне забезпечення. Користувач виграє тому, що визначаються його потреби, бажання й надаються послуги, що задовольняють ці потреби. У результаті бібліотека отримує більшу кількість користувачів, що, відповідно, є аргументом для збільшення її бюджету.

З огляду на те, що реклама бібліотеки може безпосередньо сприяти її розвитку та забезпечити її подальше існування, а грамотна та професійно організована рекламна кампанія може в разі збільшити цей успіх, постає логічне питання щодо проведення відповідного конкурсу для обрання найкращого варіанта. Конкурс на найкращу інфографіку був організований Науковою бібліотекою Маріупольського державного університету, кінцевою метою якого було проведення ефективної рекламної кампанії фондів і послуг цієї бібліотеки [10].

Не треба забувати і про так звану відеоінфографіку. У 2013 р. проводився конкурс бібліотечного відео «БібліоКіноФест 2.0» від програми «Бібліоміст» – «Сучасна бібліотека – сучасним людям» [11]. Метою та змістом конкурсу було відзначити відео, тривалістю до 3 хв, які демонструють приклади інноваційних та ефективних бібліотечних послуг, що надаються громаді й спрямовані на поліпшення життя окремих осіб і громад у цілому, а також на підтримку позитивного іміджу сучасної бібліотеки. Серед номінацій конкурсу була номінація «Найкраща інфографіка про бібліотеку/навколобібліотечне життя». Проте поки що недостатній рівень кваліфікації бібліотечних працівників у цій сфері, а тим більше відсутність розуміння стратегії поєднання візуалізації даних з маркетингом не дає їм змогу конкурувати з тими, хто займається інфографікою на більш високому професійному рівні.

Така постановка питання породжує висновок, що бібліотечні установи потребують осучаснення управлінської діяльності, організації роботи з кадрами: проведення додаткових навчань і тренінгів для освоєння заданої теми, у нашому випадку – візуалізації даних.

- Подібні навчальні курси ставлять перед працівниками такі завдання:
- підвищення рівня мультимедійної грамотності бібліотекарів;
 - сприяння подальшому зростанню професійного рівня бібліотекарів;
 - стимулювання інновацій і творчої активності співпрацівників.

Навчання сприяє просуванню нового іміджу бібліотекарів, модернізації бібліотечного сектору, підвищенню рівня використання технологій. Зокрема, освоюються затребувані навички в таких сферах: візуалізація даних, системне адміністрування, управління віртуальними спільнотами. Ідеться про вміння створювати блоги, цифрові історії, відео, інфографіку тощо. До того ж після завершення такого тренінгу його учасники можуть отримати відповідні сертифікати [12]. Такі курси досить часто бувають дистанційними. Наприклад, такий курс пропонує добре відомий у сфері візуалізації онлайн-ресурс Texty.org.ua та «Школа інфографіки». Відповідні результати школи (лекції, роботи студентів) опубліковані в мережі й доступні всім бажаючим для опрацювання [13]. Також п'яти-тижневий курс «Візуалізація даних», наданий керівником напряму візуалізації й журналістики даних Texty.org.ua А. Бондаренком через платформу масових відкритих онлайн-курсів Prometheus у межах Ініціативи з розвитку аналітичних центрів в Україні. Таким чином, представ-

лення інфографіки на різноманітних бібліотечних тематичних виставках і конкурсах стає дедалі більш поширеною практикою. Крім відзначення професійних успіхів і творчих ініціатив серед бібліотек України, такі конкурсні виставки дають змогу залучити більшу кількість нових користувачів і, що не менш важливо, привернути увагу потенційних інвесторів та благодійних фондів, що може допомогти закладам вижити в умовах скорочення фінансування бібліотек.

Враховуючи це, неабиякої актуальності на сьогодні набуває рекламна кампанія бібліотечних установ. І одним з найвдаліших маркетингових кроків може бути й конкурсна інфографіка, оскільки брати участь у подібних заходах можуть не лише бібліотечні працівники та професіонали цієї сфери, а й група волонтерів чи просто тямущих людей.

У свою чергу, така висока конкуренція серед виконавців інфографіки також змушує бібліотекарів тримати свій рівень кваліфікації в необхідному тонусі. Тут до того ж у нагоді можуть стати різноманітні курси та тренінги, у тому числі безкоштовні й загальнодоступні.

Література

1. Саморукова О. Інформаційна картина місяця. Основні тенденції висвітлення української тематики у іноземних ЗМІ. Українська «культурна дипломатія» VS «культурні війни» у іноземних ЗМІ (травень 2017 р.) [Електронний ресурс] / О. Саморукова, Є. Ніколашвілі // Громадська думка про правотворення, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2017. – № 14. – С. 27–35.
2. Bounegru L. The Data Journalism Handbook / [L. Bounegru, J. Gray, L. Chambers] ; under tot. editing. L. Bounegru. – USA, NY : O'Reilly Media, 2011. – р. 242.
3. Смирнова Е. А. Инфографика в системе журналистских жанров / Е. А. Смирнова // Вестн. Волгоград. гос. ун та. – Вып. № 11. – 2012. – С. 92–95. – (Серия 8: Литературоведение. Журналистика).
4. Березельський А. Візуальне представлення інформації та роль сучасних бібліотек у створенні та зберіганні інфографічних продуктів / А. Березельський // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 440–447.
5. Бондаренко В. Віртуальні виставки як дистантна бібліотечна послуга

[Електронний ресурс] // Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. – Режим доступу: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=953:virtualna-vistavka&catid=8&Itemid=350. – Назва з екрана.

6. Виставкова діяльність – інформаційне обличчя публічної бібліотеки (Методичні поради) [Електронний ресурс] // Черкаська обласна універсальна наукова бібліотека ім Т. Шевченка. – 2014. – Режим доступу: <http://library.ck.ua/files/14.07.2014/1.pdf>. – Назва з екрана.

7. Українська друга світова війна [Електронний ресурс] // ww2.memory.gov.ua. – 2017. – Режим доступу: <http://www.ww2.memory.gov.ua/vystavka/>. – Назва з екрана.

8. Інфографіка очима українських бібліотекарів [Електронний ресурс] // Бібліотечний автобан. – 2013. – 21.03. – Режим доступу: http://bibliote4nyj-autoban.blogspot.ru/2013/03/blog-post_21.html. – Назва з екрана.

9. Креативна творчість бібліотекарів м. Суми [Електронний ресурс] // Блог Сумської центральної міської бібліотеки ім. Т. Шевченка. – 2014. – 6.10. – Режим доступу: https://shevlibrary.blogspot.com/2014/10/blog-post_6.html. – Назва з екрана.

10. Бібліотека Гете-Інституту оголосила конкурс плакату «Відкрий Німеччину в своїй бібліотеці!» [Електронний ресурс] // Artmisto.com. – 2013. – Режим доступу: <http://artmisto.com/artnews/13120-bblotekate8208nstitutu-ogolosila-konkurs-plakatu-vdkriy-nmechchinu-v-svoiyi-bblotec.html#sel>. – Назва з екрана.

11. Конкурс серед українських бібліотек [Електронний ресурс] // Nota Bene. – 2016. – 26.9. – Режим доступу: http://nb-notabene.blogspot.com/2016/09/blog-post_26.html. – Назва з екрана.

12. «Тімірязєвці» виповнилося 110 років. Здобутки в інфографіці [Електронний ресурс] // 20 minut.ua. – 2016. – 15.3. – Режим доступу: <https://vn.20minut.ua/infographics/timiryazevtsi-vipovnilosya-110-rokiv-infografika-10585412.html>. – Назва з екрана.

13. Положення Про конкурс на кращу інфографіку (наукова бібліотека Маріупольського державного університету) [Електронний ресурс] // Calameo. – 2016. – Режим доступу: <http://ru.calameo.com/books/00472095881042306a583>. – Назва з екрана.

14. Конкурс бібліотечного відео «БібліоКіноФест 2.0» від програми «Бібліоміст». Сучасна бібліотека – сучасним людям [Електронний

ресурс] // Бібл. автобан. – 2013. – 18.4. – Режим доступу: <https://ula.org.ua/355-ogoloshennya/955-konkurs-bibliotechnogo-video-bibliokinofest-20-vid-programi-bibliomist-suchasna-biblioteka-suchasnim-lyudyam>. – Назва з екрана.

15. Звіт про діяльність за 2013 р. [Електронний ресурс] // Рівненська обласна бібліотека для молоді. – 2013. – Режим доступу: <http://yunistr.rv.ua/index.php/fahivcyam/informatsijni-zviti/1565-zvit-2013>. – Назва з екрана.

16. Результати школи інфографіки (лекції, роботи студентів) [Електронний ресурс] // ТЕКСТИ.org.ua. – 2012. – 25.12. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/blog/infoviz/read/40618/Rezultaty_shkoly_infografiky_lekciji_roboty_studentiv. – Назва з екрана.

References

1. Samorukova, O. Nikolashvili, Ie. (2017). Informatsiina kartyna misiatsia. Osnovni tendentsii vysvitlennia ukrainskoi tematyky u inozemnykh ZMI. Ukrainska «kulturna dyplomatiia» VS «kulturni viiny» u inozemnykh ZMI (traven 2017 r.) [Information picture of the month. Main tendencies of coverage of Ukrainian subjects in foreign mass media. Ukrainian «cultural diplomacy» VS «Cultural War» in foreign media (May 2017)]. *Hromadska dumka pro pravotvorennia – Public Opinion about Law-Making*, no 14, pp. 27–35. Kyiv [in Ukrainian].

2. Bondarenko, V. Virtualni vystavky yak dystantna biblioteczna posluha [Virtual exhibitions as a distant library service]. *Tsentr doslidzhen sotsialnykh komunikatsii NBUV – Center for Social Communication Studies of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*. Retrieved from http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=953:virtualnavistavka&catid=8&Itemid=350 [in Ukrainian].

3. Vystavkova diialnist – informatsiine oblychchia publichnoi biblioteki (Metodychni porady) [Exhibition activity – Information face of the public library (Methodological advice)]. (2014). *Cherkaska oblasna universalna naukova biblioteka im T. Shevchenka – T. Shevchenko Cherkasy Regional Universal Scientific Library*. Retrieved from <http://library.ck.ua/files/14.07.2014/1.pdf> [in Ukrainian].

4. Ukrainska druha svitova viina [Ukrainian second world war]. (2017).

ww2.memory.gov.ua. Retrieved from <http://www.ww2.memory.gov.ua/vystavka> [in Ukrainian].

5. Infografika ochyma ukrainskykh bibliotekariv [Infographics by the eyes of Ukrainian librarians]. *Bibliotechnyi avtoban – Library Autobahn*. (March 21, 2013). Retrieved from http://bibliote4nyj-autoban.blogspot.ru/2013/03/blog-post_21.html [in Ukrainian].

6. Kreatyvna tvorchist bibliotekariv m. Sumy [Creative creativity of librarians in Sumy]. *Bloh Sumskoi tsentralnoi miskoi biblioteky im. T. Shevchenka – Blog of T. Shevchenko Sumy Central City Library*. (October 6, 2014). Retrieved from https://shevlibrary.blogspot.com/2014/10/blog-post_6.html [in Ukrainian].

7. Biblioteka Gete-Institutu oholosyla konkurs plakatu «Vidkryi Nimechchynu v svoii bibliotetsi!» [The Goethe-Institut Library announced a competition for the «Open Germany in its Library!» Poster]. (2013). *Artmisto.com*. Retrieved from <http://artmisto.com/artnews/13120-bbloteka-ete8208nstitutu-ogolosila-konkurs-plakatu-vdkriy-nimechchinu-v-svoyiy-bblotec.html#sel> [in Ukrainian].

8. Konkurs sered ukrainskykh bibliotek [Competition among Ukrainian libraries]. *Nota Bene*. (September 29, 2016). Retrieved from http://nb-notabene.blogspot.com/2016/09/blog-post_26.html [in Ukrainian].

9. «Timiriazievtsi» vypovnylosia 110 rokiv. Zdobutky v infografitsi [«Timiryazevtsi» turned 110 years old. Achievements in the infographics]. *20 minut.ua*. (March 15, 2016). Retrieved from <https://vn.20minut.ua/infographics/timiryazevtsi-vipovnilosya-110-rokiv-infografika-10585412.html> [in Ukrainian].

10. Polozhennia «Pro konkurs na krashchu infografiku» (Naukova biblioteka Mariupolskoho derzhavnogo universytetu) [Regulations on the competition for the best infographic (Scientific Library of the Mariupol State University)]. (2016). *Calameo*. Retrieved from <http://ru.calameo.com/books/00472095881042306a583> [in Ukrainian].

11. Konkurs bibliotechnoho video «BiblioKinoFest 2.0» vid prohramy «Bibliomist». Suchasna biblioteka – suchasnym liudiam [Library Video Competition «BiblioKinoFest 2.0» from the «Bibliomist» program. Modern library for modern people]. *Bibliotechnyi avtoban – Library Autobahn*. (April 18, 2013). Retrieved from <https://ula.org.ua/355-ogoloshennya/955-konkurs->

bibliotechnogo-video-bibliokinfest-20-vid-programi-bibliomist-suchasna-biblioteka-suchasnim-lyudyam [in Ukrainian].

12. Zvit pro diialnist za 2013 r. [Activity report for 2013]. (2013). *Rivnenska oblasna biblioteka dlia molodi – Rivne Regional Library for Youth*. Retrieved from <http://yunilibr.rv.ua/index.php/fahivcyam/informatsijni-zviti/1565-zvit-2013> [in Ukrainian].

13. Rezultaty shkoly infografiky (lektsii, roboty studentiv) [Results of the school of infographic (lectures, students' work)]. *TEXTY.org.ua – TEXTS.org.ua*. (December 25, 2012). Retrieved from http://texty.org.ua/pg/blog/infoviz/read/40618/Rezultaty_shkoly_infografiky_lekciji_roboty_studentiv [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 12.12.2017.

Andrii Beregelsky,

Junior Research Associate,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Competitive Library Infographics as an Element of Exhibition Activity and Means of Popularizing the Image of Modern Library

Specifics of libraries exhibition activity, including the use of infographics as a separate exhibit are studied. The modern information and analytical products of libraries and other specialized centers, in particular products presented at virtual exhibitions are analyzed.

Specific examples of competitive and exhibition infographic, which not only demonstrate modern achievements of libraries and high quality level of its products, but also can promote the institution through the use of these resources for marketing purposes were considered.

The need and fair prospects for carrying out various courses and trainings, both within the framework of modernizing managerial activities – organization of work with personnel, and offering additional exercises on certain members of personnel' own initiative to help them in mastering the topic which is in demand for their work, in our case – data visualization, were noted.

Keywords: national libraries, research and information services, information resource, competitive infographics, exhibition infographics, virtual exhibitions, advertising posters, advertising campaign, marketing.