

УДК 021.4.316.77



Анжела Печена,

аспірант ХДАК, директор Наукової бібліотеки Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка

Бібліотека в системі масової комунікації: тенденції і напрями розвитку

Досліджуються основні тенденції і напрями розвитку бібліотеки як елементи системи масової комунікації. Розкриваються особливості трансформації бібліотечної масової роботи в сучасних умовах.

Ключові слова: масова робота бібліотек, масове бібліотечне обслуговування, масова комунікація.

Масова комунікація в її сучасному стані відзначається високим ступенем впливу на відтворення й організацію соціально-культурних процесів, що відбуваються в суспільстві, репрезентацію в соціумі знань, цінностей, культурних значень і символів, у цій сфері чітко простежується наявність ознак, які вказують на структурні зміни й динаміку ціннісних систем та орієнтацій суспільства. Це означає, що під впливом інформатизації й технологізації системи масових комунікацій відбувається формування нових тенденцій у діяльності всіх її елементів, спрямованих на забезпечення процесів соціалізації суспільства [21].

Суттєвих змін зазнають основні завдання і функції бібліотеки як важливого елемента цієї системи. Дедалі помітнішими в її практиці стають особливості, що визначають книгозбірню як доступний широкому загалу осередок громадських комунікацій. Насамперед це: доступність бібліотечних послуг, публічний, відкритий характер діяльності, можливість використання інформаційних ресурсів і сервісів у віддаленому режимі, розширення масової аудиторії бібліотеки [6; 20]. Аналіз останніх публікацій засвідчує, що нового змісту й форм практичного втілення набуває масова робота бібліотеки як:

- традиційний вид бібліотечної діяльності, спрямований на популяризацію книги й читання;
- масове бібліотечне обслуговування користувачів та населення;
- канал масової комунікації;
- засіб формування та реалізації інформаційних, освітніх, комунікаційних, культурних, пізнавальних, дозвілєвих та інших потреб сучасних читачів.

Масові заходи, які відбуваються нині у бібліотеках, вражають своєю інформаційною насиченістю, інноваційністю, креативністю, різноманіттям форм, нестандартними підходами до їхньої організації та проведенні [7]. Будучи одним із провідних виробників і постачальників інформаційних послуг, що потребують застосування дієвих і перевірених способів їхньої популяризації, бібліотека активніше впроваджує в свою практику рекламу, паблік рилейшнз (у багатьох зарубіжних країнах це означає обслуговування масової публіки) [1]. Про застосування нею масово-комунікаційних та маркетингових технологій йдеться у працях С. Барабаш, Н. Баукової, І. Джерелівської, О. Кашкарьової, В. Клюєва, С. Матліної, В. Мінкіної, І. Міхнової, Р. Панової, Г. Цесарської та ін. [2; 3; 11]. На підставі проаналізованого матеріалу можна дійти висновку, що бібліотечні заклади трансформують напрями, функції та завдан-

ня, пов'язані з удосконаленням масового обслуговування як у стінах закладу, так і за його межами. На сьогодні склалися усі необхідні передумови для науково-теоретичного осмислення уявлень про бібліотеку як професійного комуніканта в масовому інформаційно-комунікаційному середовищі, проте до цього часу відсутні праці, де системно, послідовно і цілісно досліджується її функціонування та розвиток у сучасній системі масових комунікацій.

Мета статті — через розкриття особливостей трансформації бібліотечної масової роботи на сучасному етапі визначити основні тенденції розвитку книгозбірні в системі масової комунікації. Як відомо, розвиток цього виду діяльності вітчизняних бібліотек — важливого каналу масової комунікації — відбувався в умовах суспільно-історичної трансформації суспільства [17]. В індустріально-соціалістичну епоху їй відводилась роль ідеологічно-пропагандистської установи. Відтак масова робота вітчизняних бібліотек другої половини ХХ ст. проводилась як невід'ємна складова загальнобібліотечної з читачами; розглядалась як частина комплексу ідеологічної, культурно-виховної та інформаційної діяльності. Вона мала на меті реалізацію таких завдань:

- формування в суспільстві комуністичного світогляду;
- привернення уваги читачів до найціннішої, з точки зору ідеології, літератури;
- залучення представників широкої громадськості до бібліотеки і читання;
- сприяння формуванню читацького активу.

Цілком закономірно, що масовій роботі, яка здійснювалась під безпосереднім впливом комуністичної ідеології, були притаманні: зв'язок з практичними завданнями комуністичної партії та уряду; поєднання з індивідуальною (керівництво читанням); масштабність організації (проведення заходів поза стінами бібліотеки: на підприємствах, у цехах, у навчальних та виховних закладах, у студентських і робітничих гуртожитках тощо); використання цілого арсеналу форм масової роботи з читачами: виставок літератури, бібліографічних оглядів, бесід, читацьких конференцій, літературних вечорів, усних журналів тощо [5]. Вивченню її методики відводилось важливе місце в системі фахової підготовки бібліотекарів і базувалась на принципах обов'язковості ідеології, диференційованого підходу і систематичності в роботі з читачами, розвитку свідомого ставлення до книги, наочності пропаганди бібліотечних фондів тощо [19, с. 233].

Багато дослідників-бібліотекознавців відзначають, що в процесі розвитку масової роботи відбулась значна трансформація її мети, змісту, завдань і функцій. Як наголошує Ю. Мелентьєва, наприкінці 1980-х — на початку 1990-х років значні зміни, що відбулись у житті країни, спонукали до визнання основного покликання бібліотеки — забезпечення вільного доступу до інформації; по-новому осмислити принципи взаємин бібліотекаря і читача, якого почали вважати активним учасником бібліотечного процесу. Науковець звертає увагу, що під час створення нових підручників для майбутніх фахівців бібліотечної справи автори відмовились від поняття "робота з читачами" і замінили його терміном "бібліотечне обслуговування". Відтак "масова робота" з читачами стала розглядатись як "масове бібліотечне обслуговування" [13]. Зауважимо, що в сучасній фаховій літературі, а особливо в професійній лексиці бібліотекарів-практиків, обидва поняття функціонують паралельно і зустрічаються однаково часто. Не ставлячи перед собою за мету здійснювати у цій публікації глибокий термінологічний аналіз, зазначимо, однак, що незважаючи на численні спроби сучасних бібліотекознавців віднайти адекватніше визначення досліджуваного виду діяльності бібліотеки відповідно до його нинішньої суті, досі триває пошук терміна, здатного замінити обидва поняття [12, с. 25]. На нашу думку, запропонувати сучасне визначення масової роботи відповідно до умов сьогодення доцільно після з'ясування найважливіших аспектів функціонування бібліотеки в системі масової комунікації.



Рис. 1

Суттєву роль відіграли також зміни, спричинені об'єктивним реальним станом навколишнього середовища. Хоча науковці ще не дійшли одностайної думки у визначенні чинників, що мають вплив на діяльність бібліотек зовнішнього середовища, серед основних можемо виокремити: державу, владу, законодавство, політику, економіку, конкуренцію, демографічну ситуацію, технологію; ринкові та соціальні відносини; громадські організації; населення (реальних і потенціальних користувачів); адміністративно-територіальні особливості й місцеву автентичність регіону, де знаходиться бібліотека; соціально-комунікаційні інституції та системи (архіви, музеї, видавництва, засоби масової комунікації тощо) [14]. Отже, саме суспільство, інформаційно-комунікаційні інституції, національна система бібліотек та регіональні соціокомунікативні системи становлять зовнішнє комунікаційне середовище книгозбірні, з яким вона тісно взаємопов'язана. Враховуючи те, що та є елементом або підсистемою

Сучасні реалії вкотре доводять, що бібліотечні заклади з ідеологічної установи поступово перетворились на соціокомунікаційні центри для широких верств населення (рис. 1).

У діяльності книгозбірні, яка на сьогодні не має ідеологічного впливу, знайшли відображення практично всі сторони життя суспільства: економіка, політика, наука, освіта, культура, мистецтво, духовність тощо. Бібліотека сьогодні є соціокомунікаційним центром формування здорового способу життя [15]; завдяки розповсюдженню важливої інформації сприяє запобіганню антисоціальних проявів у суспільстві [4]. Відповідних змін зазнає й масова робота, зміст якої сьогодні полягає в забезпеченні фронтального (масового) та групового обслуговування користувачів бібліотеки і населення, спрямованого на задоволення, формування та розвиток їхніх культурно-інформаційних потреб [12 с. 22].

Серед важливих факторів, які сприяли трансформації цього виду її діяльності в системі масових комунікацій бібліотекознавці виділяють такі:

- нове сприйняття ролі та розуміння місії бібліотеки в суспільстві;
- глобалізація культурних, економічних і політичних процесів;
- трансформація системи ціннісних орієнтирів і потреб соціуму;
- можливість використання комп'ютерних технологій та новітніх засобів комунікації тощо [8;10;16].

сфери масових комунікацій, важливим чинником зовнішнього впливу на трансформацію масової роботи, можемо визначити сучасний стан системи масових комунікацій загалом. Відтак зміст, завдання, принципи, форми і методи масової роботи бібліотек сьогодні безпосередньо залежать від фундаментального стану масових комунікацій у суспільстві.

На досліджуваний вид діяльності бібліотек останнім часом суттєво впливає розвиток масової культури. Серед характерних тенденцій цього розвитку В. Шейко, Ю. Богуцький виділяють:

- розвиток "субкультури дитинства" (активне промислове та інформаційне виробництво художніх та анімаційних творів, комп'ютерних ігор для дітей; організація дитячих клубів, воєнізованих організацій), що сприяє певній стандартизації змісту виховання підростаючого покоління, впроваджує в їхню свідомість уніфіковані форми і навички соціальної культури, поведінки, уявлення про світ тощо;

— масову загальноосвітню школу, яка формує в учнів світосприйняття на основі історичного досвіду та ціннісних орієнтацій суспільства;

— електронні й друковані засоби масової інформації, що формують громадську думку в інтересах своїх замовників;

— систему ідеології та пропаганди, що формує політико-ідеологічні орієнтації громадян і визначає бажане прийняття ними рішень під час політичних виборів;

— масові політичні рухи, партійні та молодіжні організації, що утворюються з метою залучення широких верств населення до політичних акцій;

— масову соціальну міфологію (соціальна демагогія, популізм, екстрасенсорика, паранормальні явища, провокативні чутки тощо), що сприяє трансформації ціннісних орієнтацій людини і відволікає від раціонального вирішення проблем;

— індустрію розважального та оздоровчого дозвілля, організацію стимуляції й управління споживчим попитом на речі, послуги, інформацію — тиражування й передавання спрощеного, часом примітивізованого художнього змісту творів, адаптованого до інтелектуальних і естетичних запитів масового користувача [25, с. 127—130].

Представники бібліотечної громадськості неодноразово висловлювали занепокоєння у зв'язку з неконтрольованим розповсюдженням далеко не кращих зразків масової культури у вигляді аудіо-, відео-, книжкової продукції. Як зазначає Г. Олзоева, кожен читач має право вибирати для себе будь-яку літературу, і бібліотекарям потрібно поважати його вибір. Проте популяризувати їхні працівники зобов'язані лише кращі літературні зразки. Авторка вбачає основну місію і мету бібліотечної масової роботи в сприянні збільшенню обсягу і якості читання через популяризацію високохудожніх творів, залученні читачів до досягнень світової культури [16]. Звідси випливає головне завдання масової роботи: створювати умови для якнайповнішого задоволення та реалізації інтелектуальних і духовних якостей людини як найвищої цінності суспільства і держави. Застосовуючи у своїй практиці новітні технологічні можливості нагромадження, перероблення і використання потрібної суспільству інформації, фахівці книгозбірень підтримують і розвивають гуманістичну місію, визнаючи головною фігурою усієї бібліотечної справи людину як найбільшу цінність суспільства. На відміну від засобів мас-медіа, які "сприяють доведенню інформації від комунікатора до масової безлікої аудиторії, яка, проте, становить певну відносну цілісність" [24, с. 19], головною парадигмою масової роботи бібліотеки стає людиноцентризм, що в умовах сучасних соціально-комунікаційних відносин означає пріоритетність інтересів та потреб її масової аудиторії бібліотеки, кожної цільової групи (соціальної категорії) користувачів, у тому числі соціально незахищеної.

Особливості масової аудиторії визначаються соціальними характеристиками окремих індивідів (рівень освіти, професія, вік, стать, сімейний стан, місце проживання тощо). Її характеризують різні показники: кількісні, демографічні, освітні, культурні, етнічні, релігійні тощо, а формують фахівці з різних галузей знань, бізнесмени, підприємці, представники органів влади різного рівня, особи різних національностей та віросповідання, школярі, студентська молодь, люди похилого віку, незайняті верстви населення тощо. Вони не утворюють цілісної єдності, їхня участь у масово-комунікаційному бібліотечному процесі носить ситуативний характер і залежить від конкретного тематичного спрямування та форм масової роботи.

Практика доводить, що під впливом факторів зовнішнього і внутрішнього середовища в масовій роботі наміти-

лись тенденції, які не лише визначають провідне місце бібліотеки в сфері масових комунікацій, а й формують напрями її подальшого розвитку в цій системі. До основних тенденцій масової роботи книгозбірень в умовах сьогодення О. Кондрашкіна відносить: розширення масштабів та соціальне спрямування певного виду діяльності; диференційований підхід у роботі з аудиторією; різноманіття проблематики заходів, методів, засобів і форм роботи; довгострокові програми, партнерські відносини; а зміст і напрями виділяє в окремі "тематичні блоки, що взаємопов'язані між собою і утворюють систему активного впливу на користувачів бібліотеки і населення в цілому": просування читання і бібліотеки; культурно-просвітницький напрям (краєзнавче, патріотичне, правове, екологічне, художнє просвітництво); освітній, культурно-дозвіллевий напрями [12, с. 78].

Скласти загальне уявлення про сучасний стан та основні тенденції масової роботи бібліотек України дають змогу вибіркові результати дослідження, проведеного нами у 2013 р. шляхом контент-аналізу веб-сайтів ОУНБ. Таким чином, виявлені характерні особливості, що вказують на формування певних тенденцій розвитку бібліотеки в системі масових комунікацій, а саме:

- інноваційний характер масової роботи;
- трансформація форм, методів та способів подачі інформації в комунікаційному процесі;
- інформаційно-комунікаційна взаємодія та соціальне партнерство з іншими елементами національної системи масової комунікації загалом та відповідного регіону зокрема;
- врахування соціально-економічних, історичних та культурних особливостей місцевості, де функціонує бібліотека;
- розширення системи комунікаційних каналів та зв'язків з масовою аудиторією;
- рекламне та маркетингове спрямування масової роботи.

Сьогодні ні в кого не виникає сумніву, що специфіка кожної сучасної бібліотеки полягає в інноваційному характері її діяльності, а це в першу чергу — відповідність вимогам інформаційного суспільства [9]. В організації масової роботи інноватика є головною тенденцією і виявляється в кількох основних аспектах:

- застосуванні новітніх технологій підготовки та донесення інформації до масової аудиторії;
- модернізації традиційних форм роботи та впровадження новітніх;
- демократизація у виборі пріоритетних напрямів масово-комунікаційної взаємодії;
- креативне мислення професіоналів, нестандартний підхід в організації бібліотечних заходів;
- віртуалізація масової роботи.

Насамперед, не можна оминати увагою вплив інноваційних технологій на створення і передавання інформації під час проведення масових заходів, зокрема застосування мультимедійних ресурсів, можливості мультимедіа використовуються практично всіма бібліотеками, які мають відповідне забезпечення. Практика доводить, що це потребує наявності відповідної техніки та багато часу, оскільки необхідна попередня підготовка текстової інформації, фотографій, ілюстрацій, слайдів, звукових коментарів, презентацій, відеороликів тощо. Мультимедійні форми донесення інформації викликають зацікавленість, посилюють психологічне сприйняття і глибину засвоєння матеріалу при популяризації книги, сприяють формуванню естетичних смаків. Крім того, фахівці книгозбірень застосовують сучасні технології для виготовлення наочних матеріалів: інформаційних буклетів, закладок, пам'яток, рекомендаційних листівок, бібліографіч-

них посібників, що потребує від них володіння програмним забезпеченням (Power Point, Publisher), комп'ютерною та оргтехнікою (сканером, принтером, відео- та фотокамерою тощо). Бібліотечні інформаційно-комп'ютерні технології в поєднанні з можливостями Інтернету на сьогодні також є дієвим інструментом для створення віртуальної інформації, яка все частіше використовується у процесі масового обслуговування користувачів.

Віртуалізація масово-комунікаційного простору, в структурі якого активно функціонує бібліотека, виступає також важливим чинником визначення пріоритетних форм подавання інформації. Ними насамперед стають електронні презентації та різноманітні за внутрішньою структурою і призначенням віртуальні виставки. Вони надають користувачам можливість отримати досить чітке уявлення про експоновані документи і мають очевидні переваги порівняно з традиційними: завдяки застосуванню мультимедійної інформації та гіпертекстових посилань значно розширюються можливості для повноцінного сприйняття документів і їхнього додаткового пошуку.

Для багатьох бібліотек віртуальний комунікаційний простір є засобом реклами закладу і його послуг, а також своєрідною ареною для проведення масових заходів інтелектуального та інформаційно-пізнавального характеру — віртуальних екскурсій і подорожей країнами світу, тематичних вікторин, які можуть відбуватися як у стінах бібліотеки, так і за її межами в режимі on-line. Сучасні бібліотеки віртуалізують також проведення літературних диспутів, читачьких конференцій, обговорень книг, використовуючи традиційну методику організації масових заходів у бібліотечних блогах, форумах, на веб-сайтах.

Однією з найпоширеніших традиційних наочних форм бібліотечної масової роботи, що проходять період модернізації, є віртуальні виставки. Вони представлені на сайтах усіх ОУНБ України. Цим поняттям позначаються: презентації в електронному форматі Power Point, тематичні комплекси електронних оцифрованих текстів, у тому числі авторські колекції творів. Найбільше розповсюдження цей термін набув у значенні, що відображає виставку, розміщену на сайті бібліотеки. Її перевагою є необмеженість у часі та просторі, можливість розмістити текстову інформацію, графічне, аудіо- або відео зображення документів, що розкривають зміст виставки; здатність рекламувати бібліотеку, популяризувати фонди, а відвідувачам — знайомитись із представленими документами віртуально.

Практично кожна з досліджуваних ОУНБ розвиває клубні форми роботи. Традиційний бібліотечний клуб за інтересами сьогодні — це один із диференційованих способів масової роботи з різними цільовими групами читачів, який набув популярності завдяки можливості його учасників скористатися активними формами спілкування: дискусіями, обговореннями, диспутами. Сучасні клуби мають різнопланову тематику і назви: кіноклуб "Х-МУЗА", клуб митців та поліглотів "SETEOLA-ART" (Вінницька ОУНБ); Інтелектуальний клуб "Галицькі кмітливіці" (Спільний творчий проект Івано-Франківської ОУНБ ім. І. Франка, ради Івано-Франківських обласних організацій Товариства винахідників і раціоналізаторів та Спільки наукових та інженерних об'єднань України); Клуб цікавих зустрічей, "Клуб любителів поезії" (Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського) та ін. Велику популярність мають клуби любителів іноземних мов (Вінницька, Житомирська, Чернігівська ОУНБ та ін.).

Набули розповсюдження різного роду бібліотечні акції, мета яких — залучити до бібліотеки та читання якомо-

га більше людей: "Бібліотека виходить у місто" (Вінницька ОУНБ ім. К. А. Тимірязєва), "Подаруй бібліотеці книгу" (Івано-Франківська ОУНБ ім. І. Франка), "З книгою рекламувати бібліотеку в майбутнє" (Луганська ОУНБ ім. О. М. Горького), рекламувати бібліотеку "Проведи вихідний у бібліотеці", літературно-мистецька акція до Всеукраїнського дня бібліотек (Черкаська ОУНБ ім. Т. Шевченка). Запорізька ОУНБ ім. О. М. Горького до свого професійного свята вперше організувала грандіозну акцію "Ніч у бібліотеці". Її інформаційну підтримку забезпечили місцеві ЗМІ: газети "Запорізька правда", "Комсомольская правда", "Індустріальне Запорожжя", "Верже", "Суббота+", "Афіша", "Горжанин-інформ" та телеканали "МТМ", "Запоріжжя", "ТВ-5", що свідчить про наявність інформаційної взаємодії між бібліотекою і ЗМК як елементами системи масової комунікації. Кіровоградська ОУНБ ім. Д. І. Чижевського започаткувала проведення акцій у парках міста: в парку культури і відпочинку "Ковалівський" уперше було відкрито виїзний Літній читальний зал "Бібліотека під зеленими вітрилами", де можна було переглянути нові цікаві журнали, пограти в шахи або шашки, поспілкуватися з бібліотекарями про репертуар нових бібліотечних послуг.

Як форма бібліотечної масової комунікації все більшої популярності набуває флешмоб. Це попередньо спланована масова акція, у якій бере участь велика кількість людей. "Читати — це модно" — під такою назвою відбувся флешмоб у Рівненській ОУНБ. Його учасники — бібліотекарі та професійні моделі з Агентства моделей "Панна" — відтворили показ мод, мета якого — привертання уваги до книги й читання, залучення до бібліотеки нових читачів. Цю форму масової роботи використовують також у Миколаївській ОУНБ ім. О. Гмирява, Сумській ОУНБ ім. Н. К. Крупської. Різновидом масової популяризації книги і читання у сучасних бібліотеках є досить поширений рух буккроссинг — вільний обмін книгами. Його мета вбачається у просуванні читання, налагодженні нових соціокомунікаційних зв'язків тощо. Полиці вільного книгообміну функціонують у Рівненській, Тернопільській, Херсонській ОУНБ.

Все більшого розвитку в масово-комунікаційній діяльності бібліотек набувають інформаційні проекти, які покликані забезпечити масовий доступ до локальних і світових інформаційних ресурсів шляхом організації різного роду центрів: Європейської інформації (Кримська республіканська наукова бібліотека ім. І. Франка, Дніпропетровська ОУНБ, Донецька ОУНБ ім. Н. К. Крупської, Закарпатська ім. Ф. Потошняка та ін.). Центри "Вікно в Америку" відкриті у бібліотеках Львова, Сум, Тернополя, Херсона, Донецька, Луганська, Сімферополя, Вінниці тощо з метою надання актуальної інформації про США та поповнення фондів бібліотек англomовними виданнями. Їх місія полягає в сприянні взаєморозумінню між США і Україною. Це досягається шляхом надання інформації про США: історію, уряд, суспільство та цінності; забезпечення доступу до Інтернету. Вони також інформують про американські програми допомоги та обміну. В межах роботи центрів проводяться масові заходи: диспути, обговорення книг, зустрічі з випускаючими програм, що фінансуються американським урядом; проводяться семінари, фотовиставки, лекції, презентації американських фільмів і літературних творів та інші культурні заходи, що сприяють кращому розумінню цієї провідної країни світу.

Одним з актуальних напрямів розвитку масової роботи є соціальне партнерство та інформаційна взаємодія бібліотек з іншими установами й закладами в регіональній масово-комунікаційній сфері. Система масової комунікації певного регіону — це інституалізований комплексний інструмента-

рій для збирання, опрацювання і розповсюдження соціально значущої інформації на локальному рівні. Соціальне партнерство в цій системі має багатоаспектний характер і відповідну класифікацію:

— громадянське партнерство (взаємодія з органами місцевої влади);

— партнерство з освітніми закладами; установами культури;

— партнерство із засобами масової інформації;

— партнерство з громадськими організаціями (творчими спілками, товариствами тощо);

— економічне партнерство (взаємовигідна праця з підприємствами, бізнес-структурами, приватними підприємствами);

— партнерство з релігійними громадами і конфесіями;

— професійне партнерство (взаємодія бібліотек і бібліотечних систем) [21]. Як приклад можна навести партнерство бібліотек із засобами масової інформації: Вінницька ОУНБ ім. К. А. Тимірязєва співпрацює з фірмою "Радіо", компаніями "Інком", "Data group"; представлені на сайті Івано-Франківської ОУНБ ім. І. Франка відеоролики про масові заходи бібліотеки, демонструвались на каналах Тоніс, 24 канал, ICTV; Луганська ОУНБ ім. О. М. Горького на своєму сайті пропонує розділ "Журналістам", де публікуються новини про бібліотечні заходи.

Партнерські зв'язки бібліотеки з органами влади, громадськими організаціями та іншими структурами відбуваються шляхом організації в них громадських приймалень (Кримська РНБ ім. І. Франка, Вінницька ОУНБ ім. К. А. Тимірязєва, Івано-Франківська ОУНБ ім. І. Франка). Бібліотеки організовують інформаційно-консультативні заходи, спрямовані на забезпечення населення повноцінною інформацією про важливі події суспільного життя, діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування; забезпечують донесення до населення офіційної точки зору перших осіб регіону.

Активно розвивається масова робота з питань краєзнавства. Книгозбірні не лише створюють краєзнавчі інформаційно-документні комплекси з історії та сьогодення свого регіону, а й проводять масові заходи з цієї тематики: літературно-мистецькі подорожі, вікторини, зустрічі з видатними земляками; організовують роботу краєзнавчих клубів і об'єднань [18]. Крім того, бібліотеки часто виступають ініціаторами зі збирання предметів старовини свого краю, створюють на їх основі музейні етнографічні експозиції, формуючи тим самим інформаційне і матеріальне підґрунтя для розвитку місцевого туризму, самостійно розробляють і впроваджують екскурсійно-туристичні програми [23]. З метою привернення до себе уваги вони активно використовують можливості соціальних мереж і сервісів. Головні сторінки бібліотечних веб-сайтів рясніють логотипами Facebook, Twitter, Mail.ru, Liveinternet, Livejournal, Youtube, які використовуються бібліотеками для просування бібліотеки і читання, формування іміджу цього соціального інституту, розширення його масової аудиторії.

Виходячи з аналізу основних сучасних тенденцій і напрямів розвитку масової роботи бібліотек, можна зробити висновки:

1. Трансформація бібліотечної масової роботи відбувається в умовах інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційних та комп'ютерних технологій, що уможливило впровадження в бібліотечну практику віртуальних форм і методів масової роботи, а також визначальною мірою впливає на зміст, форми і характер певного виду діяльності.

2. Бібліотека як соціальний інститут продовжує залишатися важливим компонентом системи масової комуніка-

ції, оскільки не лише забезпечує інформаційні потреби суспільства, а й, використовуючи традиційні та інноваційні форми масової роботи, формує його ціннісні орієнтири.

3. Інтеграція процесів функціонально-комунікаційної взаємодії та соціального партнерства бібліотеки з владними та соціальними структурами, інформаційними, науковими, просвітницькими, культурними установами, засобами масової комунікації дає змогу розвивати і вдосконалювати масову роботу як стабільний комунікаційний канал і позиціонує цю інституцію в системі масових комунікацій як професійного комуніканта.

4. Сучасна бібліотека поряд із традиційними формами масової роботи активно впроваджує в свою практику технології масової комунікації, які сприяють формуванню її нового іміджу бібліотеки, розкривають інформаційно-культурний потенціал закладу, розширюють поле бібліотечної масово-комунікаційної діяльності.

5. Володіючи відповідним інформаційно-ресурсним потенціалом, який сьогодні значно посилюється за рахунок створення власної мультимедійної продукції та можливості доступу через Інтернет до масивів електронної інформації, бібліотеки можуть претендувати на роль організаційно-комунікаційних осередків, здатних оперативно опрацьовувати і доносити до масової аудиторії інформацію з різних соціально важливих питань.

6. На сьогодні склалися усі необхідні передумови для науково-теоретичного осмислення масової роботи бібліотеки як цілісної системи соціально-інституційної взаємодії у масово-комунікаційному середовищі. З позицій системно-діяльнісного підходу це дає підстави поряд з поняттями "масова робота", "масове обслуговування" ввести до бібліотечно-знавчої термінології поняття "масово-комунікаційна діяльність бібліотеки", що в подальшій перспективі потребує детальнішого теоретичного обґрунтування.

Список використаної літератури

1. Багрова И. Ю. Тенденции, состояние и перспективы обслуживания в национальных библиотеках мира : (по материалам зарубежной печати) / И. Ю. Багрова // Мир библиотек сегодня. — 1996. — Вып. 3. — С. 13—27.
2. Баукова Н. И. Роль рекламы и PR библиотеки в продвижении чтения / Н. И. Баукова. — Режим доступа: <http://www.rgbs.ru/rul/std/info/doklad>. — Загл. с экрана.
3. Барабаш С. Паблік рилейшнз як інструмент маркетингової комунікації бібліотеки / Світлана Барабаш // Вісник Книжкової палати. — 2010. — № 6. — С. 30—32.
4. Васюк О. Можливості і роль бібліотек у формуванні нормативно-правової бази щодо запобігання торгівлі людьми / Оксана Васюк, Катерина Корольова // Вісник Книжкової палати. — № 9. — 2010. — С. 38—41.
5. Волкова С. І. Масова робота бібліотек і деякі питання її класифікації / С. І. Волкова, Н. С. Русавська // Бібліотекознавство і бібліографія. — 1987. — Вып. 27. — С. 38—45.
6. Гаращенко О. У майбутнє — разом із бібліотекою: роль ОУНБ у соціокультурній інфраструктурі регіону : (на прикладі Кіровоградської ОУНБ ім. Д. І. Чижевського) / О. Гаращенко // Бібліотечна планета. — № 1. — 2012. — С. 8—12.
7. Герасюта Т. Проект "Бібліотека згуртовує громаду" / Т. Герасюта / Т. Герасюта // Бібліотечна планета. — № 4. — 2012. — С. 26—28.
8. Горчицкая Е. А. Наш статус меняется. В каком направлении? / Е. А. Горчицкая // Библиотека. — 2004. — № 2. — С. 56—58.
9. Давидова І. О. Інноваційна політика бібліотек України: зміст та стратегії розвитку в інформаційному суспільстві : автореф. дис. ... д-ра наук з соц. комунікацій / Давидова Ірина Олександрівна ; Харків. держ. акад. культури. — Х., 2008. — 51 с.
10. Дворкина М. Я. Библиотечное обслуживание: новая реальность: лекции / М. Я. Дворкина ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. — М. : Изд-во МГУКИ; Профиздат, 2000. — 48 с.

11. *Кашкарьова О. В.* Реклама як комунікативна система сучасної бібліотеки : автореф. дис. ... канд. пед. наук / Кашкарьова Ольга Василівна ; Київ. держ. ун-т культури і мистецтв. — К., 1997. — 17 с.
12. *Кондрашкіна Е. В.* Массовое библиотечное обслуживание : учеб.-практ. пособие / Е. В. Кондрашкіна. — М. : Литера, 2012. — 176 с.
13. *Мелентьева Ю. П.* Библиотечное обслуживание : учебник / Ю. П. Мелентьева. — М. : ФАИР, 2006. — 256 с.
14. *Мотульский Р. С.* Общее библиотековедение : учеб. пособие для вузов / Р. С. Мотульский. — М. : Либерея, 2004. — 223 с.
15. *Мухамед'яров Н.* Бібліотека як соціально-комунікаційний центр формування здорового способу життя / Наль Мухамед'яров // Вісник Книжкової палати. — № 6. — 2010. — С.18—21.
16. *Олзоева Г. К.* Массовая работа библиотек : учеб. пособие / Г. К. Олзоева. — М. : Либерея-Бибинформ, 2006.—120 с.
17. *Печена А. В.* До становлення масової роботи вітчизняних бібліотек: суспільно-історичний аспект / А. В. Печена // Вісник Харківської державної академії культури праць. — 2011. — Вип. 34. — С. 156—163.
18. *Пропозиції до стандарту публічної бібліотеки /* Запоріж. обл. універс. наук. б-ка ім. О. М. Горького. — Режим доступу: http://zounb.zp.ua/resource/Пропозиції_до_стандарту_публічної_бібліотеки#sv_publ. — Назва з екрана.
19. *Работа с читателями : учебник /* под ред. В. Ф. Сахарова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Книга, 1970. — 352 с.
20. *Риб'янцева І.* Комфортний простір — підґрунтя для якісного бібліотечного обслуговування / І. Риб'янцева // Бібліотечна планета. — № 2. — 2012. — С. 10—11.
21. *Соціальне партнерство: новий імпульс розвитку публічних бібліотек : інформ.-аналіт. огляд /* Донец. обл. універс. наук. б-ка ім. Н. К. Крупської ; уклад. Н. П. Супрунець. — Донецьк : Сх. вид. д-м, 2009. — 24 с.
22. *Соціологія : навч. посіб. /* за ред. С. О. Макеєва. — 4-те вид., переробл. і доповн. — К. : Знання ; КОО, 2008. — 566 с.
23. *Цільові програми розвитку бібліотечної справи в регіоні /* Херсон. обл. універс. наук. б-ка ім. Олесь Гончара. — Режим доступу: <http://www.lib.kherson.ua/kalej1-1.pgn>. — Назва з екрана.
24. *Шарков Ф. И.* Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков.— М. : Дашков и К°, 2010. — 592 с.
25. *Шейко В. М.* Формування основ культурології в добу цивілізаційної глобалізації (друга половина XIX — початок XXI ст.) : монографія / В. М. Шейко, Ю. П. Богуцький. — К. : Генеза, 2005. — 592 с.

Исследуются основные тенденции и направления развития библиотеки как элемента системы массовой коммуникации. Раскрываются особенности трансформации библиотечной массовой работы в современных условиях.

Investigates the major trends and directions of the library as part of mass communication. Features of transformation library media work in modern conditions.

Надійшла в редакцію 9 червня 2013 року