

УДК 316.774:004.738



Олексій Ситник,
асистент кафедри електронних видань і медіадизайну
Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка

Становлення новинних порталів як новітньої платформи українського медіапростору

У статті висвітлено теоретико-практичні проблеми функціонування термінології в інформаційно-діяльній просторі мережевих медіа, зокрема новинних порталів; визначено й обґрунтовано поняття новинного порталу, виокремлено й розглянуто його змістові й технологічні характеристики.

Ключові слова: портал, новинний портал, мережеві медіа, термінологія, Інтернет.

Постановка проблеми. Тенденції динамічного розвитку мультимедійних мережевих технологій призвели до значних трансформаційних процесів у функціонуванні ЗМІ, їх форматі та використуваних медіаплатформах. Веб-медіа, увібравши значну кількість інновацій, значно розширили можливості власної комунікативності, адже в одному ресурсі синтезували текстовий, аудіовізуальний, ілюстративний, інтерактивний контент і розвинули медіа-тенденції глобалізації, демасифікації, конвергентності, диверсифікації тощо. Важливим результатом поступу комп'ютерних мереж, веб-технологій, їх об'єднання стала поява та виокремлення принципово нових видів медіа — мережевих, зокрема новинних порталів. На думку М. Кастельса, новітню систему онлайн-комунікації характеризують глобальні масштаби, інтеграція всіх засобів масової інформації; її потенційна інтерактивність змінює культуру медіаспоживання незворотно [4].

Аналіз останніх публікацій. Вітчизняні наукові інтєреси із соціальних комунікацій донедавна оминали сферу досліджень, пов'язану з моделюванням і архітектонікою мережевих медіа, їх комунікативністю, а функціонування новітніх медіаплатформ, зокрема новинних порталів, є маловивченим. При цьому наявні роботи вітчизняних і зарубіжних науковців, що є дотичними до проблематики статті та стали підґрунтям дослідження. Загальні особливості й аспекти функціонування мережевих медіа аналізували Л. Городенко, О. Гриценко, В. Іванов, Н. Іщук, С. Квіт, Т. Киричок, О. Мелешенко, Б. Потятиник, П. Салига, Г. Семенюк, В. Шкляр. Питанню типології інтернет-видань присвятили наукові розвідки Т. Киричок, О. Колісник, О. Коцарев, окремі медійні аспекти мережевої комунікації досліджував Г. Семенюк тощо.

У працях Л. Городенко розглянуто мультимедійність як одну із характерних ознак мережевих медіа. Так, онлайн-видання відрізняються від друкованих насамперед формою подачі інформації; вони поєднують властивості всіх ЗМІ та ще й мають власну унікальну рису — гіпертекстуальність [2, с. 270].

О. Мелешенко в порівняльному аналізі розглянув друковані й електронні інформаційні моделі та зазначив, що дані загалом і в електронному вигляді зокрема перетворилися на глобальні, невичерпні ресурси цивілізації, а феномен інформаційних технологій полягає у цілком новій моделі спілкування ЕОМ і людини: в умовах діалогового режиму, за високого рівня інтерактивності (взаємодії) [6, с. 22].

На думку О. Беляєва, фактори, які визначають специфіку мережевих медіа, природно спричиняє своєрідність інформаційного поля в Інтернеті. До цих чинників дослідник долучає дигіталізацію даних будь-якого типу в онлайн-середовищі, що зумовлює мультимедійність і конвергенцію внаслідок взаємовпливу традиційних і новітніх електронних видань. Також учений розглянув явища комунікативності, інтерактивності мережевих медіа, тенденцію до їх персоналізації і гіпертекстовості як технологічного каркасу інтеграції [1].

С. Машкова наголошує на тому, що конвергенція, яка перебуває в основі сучасних трансформацій ЗМК, відбувається в таких напрямках: злиття технологій, тобто сукупність нових технічних носіїв для постачання інформації користувачам (бездротовий, супутниковий зв'язок, телефонні та кабельні мережі тощо); злиття різних за видом, типом і територіальністю ЗМІ (об'єднання візуальних і аудіовізуальних медіа, новинна стрічка в мобільному телефоні тощо); поява нових журналістських жанрів; об'єднання ринків (індустрія ЗМІ інтегрується з телекомунікаційним сектором та інформаційно-комп'ютерними технологіями) [5, с. 6].

Огляд відповідних досліджень доводить, що у вітчизняній і світовій науці є потреба комплексного вивчення веб-медіа, системного аналізу їх складників (змісту, форми, архітектоніки). В українському сегменті всесвітньої мережі маємо присвячені досліджуваній проблематиці ресурси, проте жоден із них не розглядає мультимедійні платформи та їх комунікативну спрямованість із наукових позицій.

Теорія соціальної комунікації потребує дефініцій, які би чітко окреслювали поняття, уніфікували термінологію досліджень інформаційних веб-ресурсів відповідно до їх сучасного розвитку, оскільки науково обґрунтованих класифікацій мережевих медіа та медіаплатформ немає. Їх вивчення є побіжним, неузгодженим і різновекторним. Тому одним із актуальних завдань сучасних студій має бути теоретичний аналіз термінології, яка використовується в інформаційно-діяльній просторі функціонування мережевих медіа, з метою її чіткого визначення й уніфікації в науковому дискурсі. Завданням статті є наукове обґрунтування поняття новинного порталу, виокремлення й розгляд його змістових і технологічних характеристик.

За умов розвитку інформаційно-комунікаційних каналів, становлення сучасного суспільства і структурних трансформацій у різних сферах життя зростає роль і розширюються функції мережевих медіа, інформаційних сайтів і новинних порталів, що значно впливають на творення нових моделей комунікації. Ці ресурси сформували фундамент нинішніх вітчизняних та зарубіжних інтернет-ЗМІ, стали веб-платформою для конвергентної журналістики, акумулювали провідні медійні технології, склавши конкуренцію телевізійним, радіо та друкованим продуктам.

Новинний портал є насамперед архітектонічно складним інформаційним вузлом у всесвітній мережі. Розрізняють самостійні платформи, які існують і функціонують лише в Інтернеті, та похідні, так звані інтернет-клони або інтернет-версії, — створені задля представництва друкованого чи іншого традиційного ЗМІ в мережі, а також для розширення його функціональних і аудиторних меж. Ця відмінність впливає на зовнішній вигляд порталів і на специфіку їх функціонування. Наявність зв'язків похідних новинних порталів із первинним виданням зумовлює перенесення притаманних лише традиційним ЗМІ візуальних прийомів моделювання, контентно-сміслових, стилістичних і композиційно-графічних особливостей на інтернет-клон. Імітація чи стилізація композиційно-графічної моделі мережевого ресурсу під друковану версію засобами веб-дизайну підпорядкована зовнішній схожості (айдентиці) обох варіантів, спрямована на впізнаваність ЗМІ, виокремлення його з-поміж інших.

Представлення класичних медіа в Інтернеті на першому етапі розвитку спричинило боротьбу за аудиторію. Наступним етапом було стрімке зростання кількості споживачів цієї інформації в мережі, що змусило розглядати її як нове перспективне середовище розповсюдження відповідного контенту. На думку О. Старіша й А. Чічановського, темпів розвитку, подібних мережевим медіа, не мав жоден ЗМК в історії цивілізації, і природно, що якісні показники почали набувати більшої значущості, ніж кількісні [15, с. 5]. ЗМІ, які виходили на ринок мережевих видань, доводилось активно впроваджувати провідні веб-технології, привертати увагу на той час уже вибагливої аудиторії динамічністю, інтерактивністю, конвергентністю матеріалів, що зумовило переформатування пересічних інформаційних, переважно статичних сайтів на новітню платформу новинних порталів.

Відповідно, на цьому етапі відбулося розмежування понять "інтернет-клон" й "інтернет-представництво" ЗМІ, а також поява власне мережевих медіа. Інтернет-клони набули динамічних ознак, властивих веб-порталам, застосовуючи прогресивні технології, розгалужену структуру ресурсу, реагуючи на потребу специфічного викладу новинного контенту (розмір повідомлень, ілюстрування, оформлення, компонування, впровадження аудіовізуального вмісту тощо). Мережеві представництва лишалися статичним інформаційно-рекламним майданчиком на підтримку основного видання. До визначення інтернет-клонів або інтернет-версії традиційного ЗМІ не належать електронні копії газет і журналів, записи теле- і радіоефірів, поширювані цифровим шляхом, оскільки вони не є веб-сайтами, можуть розповсюджуватися на носіях, наприклад компакт-дисків чи магнітних накопичувачів, тож, відповідно, не потрапили у поле дослідження. Так само і сайти-візитівки, що містять тільки базову інформацію про ЗМІ.

Паралельно з появою інтернет-клонів і представництв видань виникли власне онлайн-медіа, метою яких було функціонування і поширення інформації лише в межах Інтернету. Вони вдалися до найінтенсивнішого впровадження конвергентних медіапроцесів на своїх ресурсах, пошуків та експериментів із новітніми веб-технологіями, тенденціями, способами і засобами представлення новинного контенту.

Найефективнішою платформою для розміщення цієї інформації в Інтернеті сьогодні є портал. У його основі закладено розширені функції веб-ресурсу, складну структуру, можливості урізноманітнення мультимедійним контентом, широкій експлуатації інтерактивних веб-технологій, що передбачає розроблення адаптованої специфічної композиційно-графічної моделі. За конвергентних процесів, що мають місце в мережі, ці платформи не лише адаптують зміст до нової медіаплатформи, а трансформують і універсалізують його.

Тривалий час новинні портали були поза увагою вітчизняних і закордонних наукових досліджень із медіа- та соціальних комунікацій, журналістикознавства, видавничої справи. Останніми роками зростає інтерес фахівців до детального вивчення мережевих медіа, провідних інформаційних та веб-технологій, стратегічного планування роботи й розвитку інтернет-ресурсів, їх комунікативного потенціалу, що зумовлено масовим переходом аудиторії у всесвітню мережу, динамічним ростом довіри до інтернет-ЗМІ, конвергентних медіапроцесів тощо. Про це свідчать статистичні дані світових аналітичних агентств. Так, за інформацією Internet World Stats, аудиторія користувачів мережі в Україні постійно розширюється: 2000 року їхня частка становила 0,4% кількості населення країни, у 2010 році — 34% [17]. Аналіз даних дослідницьких агентств (TNS, Comscore, PewResearch) свідчить про зростання в користувачів інтернет-видань інтересу й довіри до новинних ресурсів (за дослідженнями 2010—2014 рр.). За словами В. Гатова, керівника медіалабораторії "PIA Новини", мобільні платформи — головний напрям розвитку новинної журналістики [7].

Результати дослідження, яке в 2007—2013 рр. провело аналітичне агентство PewResearch, свідчать про збільшення кількісного складу аудиторії, що переглядала відео в Інтернеті. Станом на 2013 р. це 63% опитаних, більша частина яких (36%) надала перевагу новинним матеріалам. Кількість респондентів, які переглядають інтернет-новини, також зростає (26% у 2007 р., 36% — у 2013 р.) [16].

Як інтернет-платформи портали за короткий час значно розвинулися, їх кількість динамічно збільшувалась, а типологічний спектр розширювався. З'явилися суспільні мережеві, державні інформаційні, цільові та спеціалізовані ресурси. Головною їх метою є збір відомостей з різних джерел, створення єдиної системи доступу до персоналізованих даних, бібліотек, категорій контенту, що надає цим платформам статусу персоналізованого медіафільтра в мережі. Таким чином, у контексті комунікативних процесів Інтернету розвиток новітніх веб-ресурсів став наступною логічною ланкою в еволюції соціальної комунікації та медіакультури. Максимально зручне для користувачів поєднання на потужній веб-платформі великої кількості сервісів, гіперпосилань на інші сайти, власного інформаційного наповнення, різноманітних інформерів (валютні, біржові, погодні тощо), інтерактивних і мультимедійних додатків робить портали стартовою сторінкою користувачів, а для медійників і науковців є одним із перспективних векторів досліджень.

Аналіз використання терміна "новинний портал" засвідчив його значну вживаність як в Україні, так і за кордоном. Але чіткої дефініції, її обґрунтування й уведення в наукову лексику досі не відбулося. Аналізуючи специфіку такого контенту, долучення його до певного класу мережевих ресурсів (порталів), а також зважаючи на тенденції розвитку, трансформаційні медійні процеси, технологічні особливості функціонування та типології порталів (як інтернет-ресурсу), можемо віднести новинні платформи до вертикальних. Цю дефініцію в роботі розглянуто в таких аспектах: 1) як різновид мережевого ресурсу; 2) як специфічну медіаплатформу.

У змістовому аспекті новинний портал є регулярно оновлюваним суспільно-політичним інтернет-ресурсом, що слугує для розміщення й поширення багатопланового новинного контенту та надання користувачам доступу до різноманітних медіасервісів. Це технологічно складна конвергентна медіаплатформа, багаторівневе системне об'єднання ресурсів та служб, де розміщується власний та/або агрегується контент із зовнішніх веб-ресурсів, інформаційних агенцій тощо за допомогою RSS-каналів та інших технологій.

Новинний контент мережевого ресурсу формує спільноту (community) користувачів, які систематично комунікують із ресурсом, авторами або між собою у форумах, коментарях, чаті чи в іншому структурному елементі платформи. Певний час відповідне явище існувало без чіткого наукового визначення, що спричинило семантичну плутанину.

Часто новинними порталами називають мережеві "агрегатори новин" (або "медіаагрегатори"), до прикладу, *anews.com*, *news.meta.ua*, *feedo.re* тощо; RSS-агрегатори на *zrazok.feedly.com*, *inoreader.com*, *newsblur.com*, *rssowl.org*, *theoldreader.com*, *friendfeed.com*, *bazqux.com*. Обидва типи ресурсів не можна віднести до новинних порталів, оскільки вони виконують, по суті, лише одну функцію — збору новин із різних джерел на певну віртуальну сторінку. Інтенсивний розвиток порталів призводить до зменшення кількості мережевих сайтів-агрегаторів: потреба в них зникає, адже з'являються універсальніші платформи на кшталт новинних порталів, які можуть замінити або ж містити (як додатковий сервіс) мережевий агрегатор новин чи RSS. Так, 15 липня 2013 р. через відсутність перспективи розвитку (на думку розробників) припинив існування один із найпотужніших у світі мережевих RSS-агрегаторів Google Reader.

Труднощі нині маємо й із розмежуванням понять "новинний сайт" і "новинний портал". Проблема полягає в існуванні значної кількості визначень терміна "сайт", у тому числі хибних і аматорських, які часто різняться між собою, розширюючи дефініційне поле або звужуючи його [3, с. 355; 8; 9, с. 21; 10, с. 512; 11, с. 607; 12, с. 99; 13, с. 639; 14, с. 41].

Визначення чи характеристики веб-сайта відсутні в галузевих та інших стандартах, зокрема в ДСТУ 7157:2010 "Видання електронні. Основні види та вихідні відомості", ДСТУ 3017—95 "Видання. Основні види. Терміни та визначення", ДСТУ 4861:2007 "Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості", ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 "Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання (ГОСТ 7.1—2003, IDT)", ДСТУ ГОСТ 7.80:2007 "Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Заголовок. Загальні вимоги та правила складання (ГОСТ 7.80—2000, IDT)", ГОСТ 7.83—2001. "Электронные издания: Основные виды и выходные сведения / Межгосударственный Совет по стандартизации", ГОСТ 7.82—2001 "Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов: Общие требования и правила составления / Межгосударственный Совет по стандартизации, метрологии и сертификации" тощо.

Отже, наявність неузгоджених дефініцій у вітчизняних довідкових та енциклопедичних виданнях ускладнює чітке формулювання визначення і, відповідно, однозначне трактування поняття. Тож у дослідженні автори спиралась на офіційне тлумачення міжнародного співтовариства W3C (World Wide Web Consortium), метою якого є розвиток загальних стандартів для забезпечення довгострокового розвитку Інтернету. Згідно з відповідним визначенням, "веб-сайтом є зв'язана між собою (як за змістом, так і за навігацією) група html-сторінок всесвітньої мережі (з обов'язково наявною стартовою сторінкою (*index.html*),

що розглядається як єдине ціле; як правило, веб-сайт підтримує одна людина або організація, а присвячений він одній (темі, напрямку) чи кільком тісно пов'язаним проблематикам; його сторінки можуть бути розміщені як на одному, так і на багатьох серверах [18, с. 213]. Таким чином, змушені визнати, що дефініція терміна "сайт" ("веб-сайт") у більшості вітчизняних довідково-енциклопедичних виданнях є хибною або неповною. Однак проблема точного, чіткого й науково обґрунтованого визначення понять, узгодження й уніфікації термінології, яка відповідала би сучасному розвитку означуваних процесів чи явищ, потребує окремого дослідження.

Висновки. Беручи до уваги прийняту за основу дефініцію веб-сайта, виокремимо поняття новинних сайтів із визначенням їх відмінності від новинних порталів. Постулюємо, що новинним сайтом є мережевий медіаресурс, який складається із об'єднаних між собою (як за змістом, так і за навігацією) веб-сторінок, що спеціалізується на новинному контенті й виконує функцію ЗМІ в Інтернеті. Новинний портал володіє майже всіма зазначеними характеристиками, проте є значно складнішим (як структурно-композиційно, так і технологічно) мережевим ресурсом, функціональна платформа якого може уміщувати більше ніж один сайт, мати багато допоміжних сервісів, онлайн-послуг, акумулювати як власний, так і запозичений контент (текстовий, зображальний, аудіовізуальний, інтерактивний, мультимедійний тощо), адаптовуватися до особистісно-орієнтованих запитів користувачів, автоматично генерувати різноманітні вибірки тощо. Основною ідеєю його функціонування є формування критичного (максимально розширеного) обсягу інформаційних послуг і сервісів із метою залучення якомога більшої аудиторії. Таким чином, новинний портал для користувача є мережевим медіаресурсом, що надає інтерактивні сервіси, які працюють у рамках єдиного ресурсу, слугують точками доступу до новинної інформації та допомагають шукати її в Інтернеті.

Список використаної літератури

1. *Беляев А. А.* Особенности графической модели интернет-версий периодических изданий (на материале итальянских СМИ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Александр Ашотович Беляев ; МУ им. Ломоносова. — Москва, 2009. — 20 с.
2. *Городенко Л. М.* Теорія мережевої комунікації : монографія / Л. М. Городенко. — Київ, 2012. — 388 с.
3. *Електронні видання : довідник* / Уклад. Т. Ю. Киричок. — Київ : НТУУ "КПІ", 2010. — 400 с.
4. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер с англ. — Москва, 2000. — С. 345.
5. *Машикова С. Г.* Интернет-журналистика : учеб. пособие / С. Г. Машикова. — Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. — 80 с.
6. *Мелещенко О. К.* Комп'ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України в світовий інформаційний простір : автореф. дис. ... д-ра філол. наук / Олександр Костянтинівич Мелещенко ; КНУ ім. Т. Шевченка. — Київ, 1998. — 41 с.
7. *Развитие новостного сегмента медиа-отрасли России : доклад Центра исследований РИА Новости.* — Москва. — 39 с.
8. *Сайт.* Веб-сайт. — Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/веб-сайт>. — Назва з екрана.
9. *Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, статті* / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. — Ужгород : ВАТ "Видавництво "Закарпаття", 2007. — 224 с.
10. *Сучасний словник іншомовних слів.* — 2-ге вид., доп. за ред. Семютюк О. П. — Харків : Веста: Видавництво "Ранок", 2008. — 688 с.
11. *Сучасний словник іншомовних слів* / Уклад.: О. І. Скопенко, Т. В. Цимбалюк. — Київ : Довіра, 2006. — 789 с. — (Словники України).
12. *Сучасний тлумачний словник української мови* / За заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В. В. Дубічинського. — Харків : ВД "Школа", 2006. — 1008 с.

13. *Український* тлумачний словник видавничо-поліграфічної справи / Уклад.: П. О. Киричок, О. М. Величко, С. Ф. Гавенко та ін.; за заг. ред. П. О. Киричка. — Київ : НТУУ "КПІ", 2010. — 896 с.
14. *Український* тлумачний словник електронних видань / Уклад. Т. Ю. Киричок. — Київ : НТУУ "КПІ", 2012. — 128 с.
15. *Чічановський А. А.* Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. — Київ : Грамота, 2010. — 568 с.
16. *News video on the Web.* — Mode of access: <http://www.journalism.org/2014/03/26/news-video-on-the-web>. — Title from the screen.
17. *Ukraine Telecommunications Reports // Internet World Stats.* — Mode of access: <http://www.internetworldstats.com/euro/ua.htm>. — Title from the screen.
18. *Web site definition // Tech Target.* — Mode of access: <http://searchsoa.techtarget.com/definition/Web-site>. — Title from the screen.

В статье освещены теоретико-практические проблемы функционирования терминологии в информационно-деятельностном пространстве сетевых медиа; определено и обосновано понятие новостного портала, выделены и рассмотрены его содержательные и технологические характеристики.

The article deals with the theoretical and practical problems functioning of terms in information and activity space of network media, including news portals. Defined and reasonably concept "news portal", its content and technological characteristics determined and reviewed.

Надійшла до редакції 3 квітня 2015 року

УДК 070:021.8](477)



Ольга Косачова,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри телебачення
Харківської державної академії культури

Основні тенденції становлення бібліотечної журналістики в Україні

Розглядаються основні напрями становлення бібліотечної журналістики в Україні: прес-посередництво, творча взаємодія зі ЗМІ, створення власних журналістських видань, підвищення медіаграмотності бібліотечних фахівців та користувачів. Здійснюється огляд передового досвіду книгозбірень у сфері бібліотечної журналістики, застосування медіа для трансляції соціально значущої інформації.

Ключові слова: бібліотечна журналістика, бібліотечна періодика, бібліотечні блоги, соціальні медіа, медіаграмотність, медіапростір.

Бібліотечна журналістика — це перспективний вид діяльності, що передбачає якісно нову форму взаємодії з користувачами та широкою читацькою аудиторією. Впровадження бібліотечної журналістики, поряд із маркетинговою діяльністю, в роботу книгозбірень сприятиме формуванню позитивного іміджу установи як професійного провідника в інформаційному просторі та повноправного учасника глобалізаційних процесів.

Сьогодні все більше видів діяльності пов'язано з медіасередовищем. Як соціальний інститут бібліотека покликана розширювати доступ до знань, забезпечувати вільну орієнтацію у сферах соціуму та медіа, сприяти трансляції когнітивних та суспільно орієнтованих смислів [7]. Взаємодія зі ЗМІ та створення власних медіа допоможуть реалізувати ці функції, сприятимуть професійному становленню бібліотечних фахівців, посилять рівень їх соціальної активності.

Проблематика розвитку бібліотечної журналістики у вітчизняному бібліотекознавстві відносно нова. Незважаючи на те, що такі окремі галузі журналістики вже мають методологічне підґрунтя, бібліотечна на теоретичному рівні проаналізована недостатньо. Одноименну дисципліну [1; 2; 20] викладають студентам профільних вищих навчальних закладів протягом останніх десяти років. У 2013—2014 рр. проведено дві всеукраїнські конференції за участі міжнародних фахівців, присвячені журналістській діяльності в бібліотеках. Перша з них — "Короленківські читання—2013", тема якої — "Бібліотеки, архіви, музеї в медіа-просторі регіону". Було наголошено, що "сьогодні медіа-простір

виводить на новий рівень комунікативні функції культурних закладів... Головне завдання заходу — розглянути питання взаємодії із засобами масової інформації, просування бібліотечних послуг за допомогою соціальних медіа, бібліотечної блогосфери, використання підкастів, медіа-ресурсів бібліотек, архівів, музеїв, застосування мультимедіа-технологій, функціонування історико-бібліотекознавчої спадщини у медіа-просторі" [9]. У 2014 р. у Національній історичній бібліотеці України відбулася Всеукраїнська науково-практична ювілейна конференція, присвячена 75-й річниці з часу заснування книгозбірні. Серед обговорюваних питань — бібліотечні блоги, установи в соціальних мережах; нові вимоги до професії в умовах інформаційного суспільства. Активно обговорюються проблеми бібліотечної журналістики і у профільних веб-щоденниках, наприклад, "Сучасна бібліотека" (<http://sbiblioteka.blogspot.com/>) та "Університетська книга" (<http://www.unkniga.ru/>). Певна частка їх контенту присвячена практичним порадам фахових журналістів щодо ефективності поширення інформації про установу в ЗМІ.

Окремі аспекти розвитку бібліотечної журналістики розглядали І. Давидова [6], О. Мар'їна [12], Л. Глазунова [3], О. Куликова [1], В. Сафонова [19], А. Печена [16]. Серед найрозробленіших питань: соціальні медіа, блогосфера як засоби інформування населення про бібліотечні послуги; сучасні методики підвищення медіаграмотності бібліотечних фахівців; місце книгозбірні в системі масових комунікацій. Журналістика переважно розглядається як набір засобів та методів, а не як система, що цілеспрямовано формує