

УДК 021.4:004.738.5



**Олена Мар'їна,**  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент кафедри бібліографознавства  
та інформаційно-бібліографічної діяльності ХДАК

## Бібліотека в медіапросторі сучасності

У статті розглянуто сутність процесу опанування бібліотеками медіапростору, який ґрунтується на новітніх медіа. Досліджено особливості новітніх медіа та специфіку їх соціальних впливів. Визначено напрями розвитку діяльності бібліотек у віртуальному просторі.

**Ключові слова:** бібліотека, віртуалізація, інформаційне споживання, медіатизація, новітні медіа, соціальна взаємодія.

В умовах розгортання медіапростору процеси формування високотехнологічного комунікаційного середовища призводять до розвитку нових форм соціальної взаємодії та зміни ціннісних граней буття кожної людини, соціальних груп і суспільства. Пріоритетні позиції новітніх медіа в сучасному світі культивують розвиток віртуального простору, поступово звужуючи публічну сферу, спричиняють радикальну трансформацію соціуму загалом, породжують ілюзію того, що традиційні форми соціокультурного взаємодії та соціальні інститути, зокрема бібліотеки, вичерпали свій потенціал.

Вражаючі темпи зростання інформаційного контенту, технічні засоби, технологічні тенденції розгортання новітніх медіа та породжена ними нова інформаційна реальність окреслюють проблемні моменти присутності бібліотек у медіапросторі. Медіатизація та технологічна конвергенція розставляють акценти в діяльності бібліотечних установ, привертаючи увагу до проблем трансформації історично сформованих механізмів передачі соціальної інформації, зміни комунікативного простору бібліотек та ціннісних орієнтацій і мотивацій поведінки користувачів.

Метою статті є визначення особливостей процесу опанування бібліотеками медіапростору.

Ця проблематика є предметом досліджень, які ґрунтуються на теорії соціальних комунікацій, соціальної інформатики тощо. Класичні праці, присвячені питанню медіатизації, належать Д. Беллу, З. Бауману, Ж. Бодріару, М. Кастельсу, А. Турену, К. Боулдингу, Н. Луману, Й. Масуді, М. Маклуену, Г. Маркізе, Е. Тоффлеру та ін. Окремі питання щодо майбутнього бібліотек у медіапросторі розглядали вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема Б. Берковець, В. Ільганаєва, Т. Колеснікова, Д. Ланде, О. Ліндеман, В. Степанов, Я. Шрайберг, В. Недбай, Т. Ярошенко та ін. Їхні роботи присвячено аналізу різних поглядів на діяльність бібліотек у межах новітніх медіа, з'ясуванню ролі цих установ у процесах створення соціального капіталу у віртуальних спільнотах тощо. Потреба у повноцінному дослідженні щодо означеної проблематики вимагає активної уваги до цієї теми.

Аспекти опанування бібліотеками медіапростору пов'язані з явищем медіатизації. Досвід його теоретичного вивчення сформував широкий спектр суджень, загальним лейтмотивом яких є його обґрунтування як складової суспільства з новою інформаційною культурою. Дефініція

поняття "медіатизація" еволюціонувала від окреслення ролі медіа, які транслюють не лише інформацію, а й зразки культури, що формують соціум [10], до визначення його як процесу освоєння медіапростору за допомогою нових технологій комунікаційної взаємодії в просторі Універсуму на основі синтезу способів комунікації [1]. Проте чіткої й однозначної дефініції терміна немає, про що свідчить множинність його трактувань. Загальним є констатування медіатизації як процесу, під впливом котрого медіа "вплітаються" в соціальні інститути — науку, культуру, освіту, бібліотечну справу, політику, релігію тощо, — надаючи їм нового змісту та значення [5]. Крім того, осмислення медіатизації внаслідок розвитку новітніх медіа як провідних засобів комунікації в мережеву епоху призвело до її трактування як процесу проникнення електронних комунікаційних технологій у повсякденне життя людей, перетворення в органічне середовище [3].

Медіатизація бібліотек визначається як вища форма процесу інформатизації, ознаками якої є системно-інтеграційний стан бібліотечних технологій, інтегровані організаційно-функціональні бібліотечні структури, системно-мережеві засоби бібліотечного обслуговування, поліпредметні методи збереження, подання, поширення інформації та знань в умовах єдиного комунікаційного простору, а також переміщення взаємодії користувачів і бібліотеки в площину віртуальних комунікацій та створення необхідних умов для інтелектуалізації діяльності книгозбірень [2]. Отже, медіатизація бібліотек може розглядатися через сукупність процесів і явищ інформаційного впливу і взаємодії як всередині бібліотечної сфери на основі управлінських та соціокомунікаційних технологій, так і при її перетині зі сферою новітніх медіа. У пропонованій статті детальніше висвітлено другий аспект.

Використання новітніх медіа є нині одним із технологічних аспектів медіатизації бібліотек. Зауважимо, що новітні медіа — це термін, який використовується для позначення різноманітних видів інтерактивних електронних медіапродуктів, нових форм комунікації виробників контенту зі споживачами, а також відмінностей від традиційних медіа [9]. Феномен новітніх медіа відображає процес розвитку цифрових, мережевих інформаційних технологій і комунікацій, конвергентність каналів, принципову зміну комунікаційної моделі "традиційних" медіа — "один до багатьох" на сучасну модель — "багато

до багатьох" [8]. Серед основних переваг, які притаманні явищу новітніх медіа та розглядаються як резерви розгортання процесів медіатизації бібліотечної сфери, виокремимо: глобальне кількісне зростання онлайн-спільнот; інтенсивне збільшення аудиторії користувачів соціальних мереж; застосування медіасервісів як інструментів самоорганізації та мобілізації; розвиток нішових, так званих сегментованих, соціальних мереж; соціалізацію брендів та бізнесу; конвергенцію новітніх медіа з традиційними; функціонування за принципами прозорості, відкритості, незалежності, свободи учасників, інтерактивності, багатомірності, співпраці багатьох заради спільної мети.

Найперспективнішим вектором використання бібліотеками новітніх медіа є технологічний, проте його важливо використовувати не лише для позначення й опису технічних засобів, за допомогою яких створюється комунікаційний простір сучасної бібліотеки. Головним напрямом має стати вивчення та використання потенціалу новітніх медіа як найважливішого чинника перетворень, що змінюють соціальні практики, моделі комунікацій у суспільстві, спосіб життя людей, індивідуальні форми інформаційного споживання та мислення.

Сприйнятливі до технологічного прогресу, соціокультурних і соціоекономічних перетворень новітні медіа відрізняються особливим динамізмом. Численні медіаучасники, змагаючись за увагу користувачів, створюють принципово новий контент, їхні інтелектуальні сервіси ефективніше, ніж бібліотеки задовольняють інформаційні потреби та формують нові інтереси соціуму. Технологічна конвергенція робить інтерактивність одним із найважливіших складників процесів сучасної комунікації. Зі свого боку, інтерактивні можливості комунікаційного простору сприяють тому, що відбувається процес переміщення різноманітних видів соціальної діяльності та соціокомунікаційної взаємодії у віртуальну сферу. Віртуалізація соціальних відносин стає головною ознакою подальшого розвитку інформаційного простору.

Означені тенденції породжують ситуацію, в якій, з одного боку, інновації в техніко-технологічній сфері зумовлюють безпрецедентно високу інтенсивність соціальних зв'язків, зміну їхньої конфігурації, що стає причиною трансформації традиційних соціальних інститутів, веде до розвитку нових форм соціальної згуртованості. З іншого боку, перенапруженість соціального простору інноваційними формами комунікування змінює сформовані поведінкові стандарти, народжує нові моделі людської діяльності, збільшує багатомірність соціального процесу [4].

Медіатизація та віртуалізація, що найтіснішим чином пов'язані в соціальному просторі сучасного суспільства, змінюють аудиторію користувачів як з погляду характеристики її інформаційних запитів, так і в контексті трансформації ціннісних орієнтацій та мотивації поведінки. Медіаспоживання видається складною і вкрай динамічною сукупністю різноспрямованих соціокультурних процесів, що ґрунтуються на специфіці розвитку сучасної медіасфери [7]. Це відображається в актуалізації сучасних видів комунікації, формуванні нових звичок інформаційного споживання, зміні понять, форматів і жанрів інформаційних об'єктів, коригуванні культурної творчості, зниженні аналітичної інформаційної складової, втраті актуальності інтелектуального контенту поміж численних ініціатив насичення ринку інтересів користувачів тощо.

Такий перебіг подій свідчить про те, що новітні медіа все активніше привласнюють функцію створення культурного середовища соціуму. Комерційний і так званий користувачький (англ. UGC — User-generated content) контент під

впливом конвергенції мультимедійних технологій, гіпертексту та інструментів інтерактивної взаємодії стає усе більше привабливим для аудиторії. Його пропонують на різноманітних технологічних платформах, транслюють за допомогою мобільних пристроїв для захоплення споживача інформації на максимальній кількості медіамайданчиків соціального простору. Клієнт поступово зникає до процесів віртуалізації, адже нові горизонтальні технології обміну інформацією роблять контент привабливим, індивідуальним, мобільним, фрагментарним, інтерактивним, видовищним, мозаїчним, випадковим.

Означені тенденції призводять до певного перерозподілу ролей користувачів у медіапросторі. Інтерактивність новітніх медіа надає останнім не лише безмежні можливості вибору змісту контенту, а й змогу бути творцем інформаційних продуктів. Новітні технології дозволяють максимально наблизити аудиторію до процесів формування та трансляції інформаційного контенту через підвищення зворотного зв'язку, делегування їй більшості функцій з управління контентом, застосування технологій соціальної взаємодії, використання краудсорсинг-технологій.

Зміна природи інформаційного масиву, його динамічна трансформація в цифрову епоху негативно позначаються на ролі та значущості бібліотек у медіапросторі. Вони поступово втрачають позиції в інтелектуальному контенті, віддаючи функції іншим медіаучасникам та навіть окремим споживачам, які скористалися новими можливостями оперування цифровою інформацією [6]. Глобальне значення останніх призводить до утворення значної кількості конкурентів, які, по суті, виконують традиційні бібліотечні функції. За їхньої участі з'являються комерційні повнотекстові банки та бази даних, безкоштовні краудсорсинг-проекти різноманітних електронних колекцій або навіть цифрові бібліотеки.

Низький рівень оволодіння сучасним інструментарієм медіапростору поступово усуває книгозбірні з монополії оперування потоками соціальної інформації. Це пов'язано насамперед з постійним прогресом різноманітних комунікаційних технологій, цифровою конвергенцією електронних каналів і онлайн-сервісів, незначним досвідом роботи у віртуальному просторі, а головне — з браком стратегії розвитку бібліотек у віртуальних середовищах.

Проте установи вже почали використовувати переваги епохи конвергенції та віртуалізації соціальних відносин. Нині більшість українських книгозбірень є активними користувачами всесвітньої мережі, в тому числі й соціальних онлайн-платформ. Увагу зосереджено переважно на традиційних формах комунікації: фахівці бібліотек створюють інформаційні портали, сайти, електронні колекції, репозитарії та інші інтернет-представництва; ведуть блоги, форуми для професійного спілкування тощо.

Інноваційною тенденцією просування бібліотечних установ у віртуальному просторі є комбінування маркетингових та інтерактивних веб-технологій із сучасними підходами розробки веб-проектів бібліотек, які зосереджені на виявленні потреб цільової аудиторії; виробленні єдиних підходів до оцінки користувачького досвіду (або "User Experience") взаємодії з ресурсами; визначенні можливостей моделювання поведінки читачів; пошуку невикористаних каналів, інструментальних засобів комунікації з відвідувачами; запровадженні технічних рішень, що сприяють оптимізації та зростанню популярності медіапроектів.

Проте віртуальні ініціативи бібліотек, покликани формувати "тісну та взаємовигідну співпрацю" з користувачами, здебільшого розвиваються повільно, важко, іноді зникають, не витримуючи конкуренції з численними мережевими проектами та медіаучасниками, які, змагаючись за

увагу аудиторії, створюють принципово новий контент. Лише незначна кількість веб-проектів передбачає діалог із користувачами і працює над налагодженням системних комунікаційних зв'язків з іншими учасниками інформаційного суспільства.

У віртуальному просторі бібліотеки зберігають і навіть спрощують функції, характерні для традиційної діяльності: створюють малоінформативні веб-проекти, несвоєчасно оновлюють інформацію, інтуїтивно обирають технологічні рішення налагодження інформаційно-комунікаційної взаємодії в новітніх медіа, використовуючи кілька медіасередовищ тощо. Окремі, розмежовані проекти бібліотек у веб-просторі втрачаються між численними віртуальними ініціативами та інформаційними об'єктами, у тому числі створеними користувачами.

Пасивна позиція бібліотек у мережевому просторі не відповідає ідеї розвитку медіатизації. Установи втрачають ті "якості" комунікації, які формують сьогодні онлайн-середовище: масовість, активність і зацікавленість аудиторії, можливість встановлення діалогу, отримання миттєвого зворотного зв'язку, кросплатформовість проектів та ін.

Успіх бібліотек у сучасному віртуальному просторі має ґрунтуватися на тісному взаємозв'язку з користувачем, вивченні та прогнозуванні його інформаційних потреб, які є основою для створення різноманітних медіапродуктів, надання інформаційних послуг і визначення технічної складової реалізації медіапроектів бібліотечних установ. Адже сьогодні книгозбірня та користувач рівною мірою представлені у мережі, вони впливають один на одного, що, зі свого боку, сприяє виникненню нових каналів комунікації та форматів взаємодії.

Нині стратегія медіапросування бібліотек має передбачати:

- зміну орієнтації діяльності від створення "масового" контенту на дослідження реальних інформаційних потреб користувачів та підготовку індивідуалізованих інформаційних продуктів та послуг;

- використання медіасервісів, які пропонують відвідувачам глибшу та цікавішу концепцію самореалізації;

- формування та постійне підтримання іміджу, який дасть змогу вирізнити бібліотеки серед інших численних учасників віртуального простору;

- заохочення внеску користувачів у діяльність бібліотечних проектів;

- використання технічних рішень, які дозволяють пов'язувати та розширювати кластери абонентів, визначаючи їхні особисті та професійні зв'язки через соціальні мережі;

- застосування соціокомунікаційних технологій, пошук нових каналів взаємодії з аудиторією для організації соціальних форм кооперації, обміну, самоорганізації та ін.

Основними завданнями реалізації розвитку бібліотек у мережевому просторі повинні стати: створення та системне розгортання віртуальних представництв, що відповідають ментальним моделям сучасних користувачів; дослідження їхньої мотивації, очікувань, досвіду, інтересів та потреб; залучення клієнтів до процесів інформаційного виробництва; утримання уваги аудиторії та задоволення її унікальних інформаційних потреб; продукування якісно нових медіа-продуктів тощо.

Медіапродукти бібліотек повинні бути більш важливими, ніж архітектура новітніх медіа, через які їх реалізовано; більш змістовними, ніж дизайн і маркетинг установи у віртуальному просторі. Вони мають бути простими, адже пересічні користувачі віддають перевагу сервісам, які вимагають небагато часу, невеликого спектра дій і містять мінімальну кількість особливостей, але водночас здатні

запропонувати аудиторії глибшу й цікавішу концепцію самореалізації. Для медіапродукту бібліотек важливо поєднання технологічності та користувацької цінності.

Вельми актуальним для бібліотечного співтовариства є створення нових умов комунікації, які слугували би кращому розумінню потреб та векторів орієнтації аудиторії. Діяльність у віртуальному просторі слід зосередити навколо користувача. На тлі розвитку новітніх медіа важливою є активізація дій, спрямованих на забезпечення вільної орієнтації клієнтів у системі інформаційних ресурсів, продуктів та послуг; заохочення споживачів до опанування ролі посередників у створенні нового знання, підвищення якості інформації та розширення каналів і рівнів її транслявання. Велике значення мають: формування загального "робочого простору" для самоорганізації та продуктивної спільної діяльності користувачів у веб-осередках бібліотек; порівняльний аналіз значущості наявних проблем для всіх учасників та залучених сторін, чітке формулювання цілей віртуальних проектів бібліотечних установ.

Користувачі також беруть участь у масштабуванні проекту, підготовці інформаційних продуктів та послуг, поширенні відомостей про них, розробці дизайну тощо. Отже, важливим складником розвитку бібліотек у віртуальному просторі є утримання уваги клієнтів. Постійний контакт з ними є пріоритетним у стратегії опанування бібліотеками новітніх медіа, яку сьогодні підкріплено зворотним зв'язком: коментарями, форумами, веб-конференціями тощо.

Основними технологіями віртуалізації бібліотек мають стати соціокомунікативні: медіарейлінгз, технології соціального медіамакетингу, вірусного маркетингу, краудсорсингу, краудфандингу тощо. Їхня ефективність базується на потенціалі соціальної активності споживачів, який перевершує резерви наявних кадрових, адміністративних, техніко-технологічних ресурсів бібліотек.

Застосування цих технологій забезпечить: масштабованість проектів; можливість зниження ризиків їхньої реалізації; економію фінансових, кадрових і часових ресурсів; використання досвіду та інтересів різних представників суспільства; створення нових можливостей налагодження комунікації з користувачами; підвищення якості, точності, достовірності, інтелектуальної цінності інформації та знань; підвищення ефективності пошуку та поширення інформації; демонстрацію цінності, значущості, інноваційного шляху розвитку бібліотек у суспільстві; зміцнення довіри та лояльності користувачів; заохочення і підвищення відповідальності суспільства щодо збереження культурної спадщини тощо.

Отже, бібліотека в медіапросторі сучасності реалізовує нові напрями діяльності, що характеризуються відкритістю, гетерогенністю представлення інформації, саморозвитком, багатоканальністю, пріоритетом горизонтальних зв'язків тощо. Нині інтенсифікація опанування медіапростору пов'язана із феноменом новітніх медіа, які є основою розгортання мережевої комунікації книгозбірні, окремих користувачів і суспільства.

Упровадження новітніх медіа у практику бібліотечних установ дає можливість отримувати сучасні інструменти впливу та формувати стратегії зі стимулювання та залучення до своєї діяльності аудиторії, зміцнювати соціальні зв'язки. Зростання значущості мережевої комунікації на основі використання новітніх медіа, посилення їх визначальної ролі у формуванні соціальної реальності, поява нових способів збереження, консолідації, актуалізації та представлення інформації, засобів комунікаційної взаємодії сприяє піднесенню ролі бібліотек у медіасередовищі.

## Список використаної літератури

1. *Ильганаева В. А.* Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Харків : КП "Городская типография", 2009. — 392 с.
2. *Колесникова Т. О.* Комунікаційні моделі діяльності бібліотек ВНЗ в умовах інформатизації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. ком. / Колесникова Тетяна Олександрівна ; ХДАК. — Харків : б. в., 2012. — 22 с.
3. *Коломиец В. П.* Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе / В. П. Коломиец // Социс. — 2010. — № 1. — С. 58—66.
4. *Кузнецова Е. И.* Медиаальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды : автореф. дис. ... д-ра фил. наук / Кузнецова Елена Игоревна ; Нижегородский гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. — Нижний Новгород, 2010 — 55 с.
5. *Савельева Т. П.* Медіатизація в мережевому суспільстві: зміст та тенденції / Т. П. Савельева // Сучасне суспільство. — 2012. — Вип. 2. — С. 185—192. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/cuc\\_2012\\_2\\_26.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/cuc_2012_2_26.pdf). — Назва з екрана.
6. *Степанов В. К.* Библиотеки в системе легального распространения цифрового контента / В. К. Степанов // Современная библиотека. — 2011. — № 6. — С. 10—15.
7. *Чернавский А. С.* Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа / А. С. Чернавский // Власть. — 2015. — № 7. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremenno-go-mediapotrebleniya-i-fenomen-novyh-media>. — Загл. с экрана.
8. *Crosbie V.* What is New Media? / V. Crosbie. — Mode of access: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc>. — Title from the screen.
9. *Manovich L.* New Media From Borges to HTML / L. Manovich. — Mode of access: [http://manovich.net/new\\_media\\_images.html](http://manovich.net/new_media_images.html). — Title from the screen.
10. *Thompson J.* The Media and Modernity: A Social Theory of the Media / John Thompson. — Oxford : Polity Press, 1995. — 314 p.

*В статье рассмотрена сущность процесса вхождения библиотек в медиaprостранство, определяющую роль в котором играют новые медиа. Исследованы особенности новых медиа и специфика их социальных воздействий. Определены направления развития деятельности библиотек в виртуальном пространстве.*

*The article deals with the essence of the process mediatization of library, in which the decisive role played by modern media. The features of the new media and specific of their social influences are examined. Strategy of development of activity of libraries is offered in modern to the media environment.*

Надійшла до редакції 8 грудня 2015 року



## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

УДК 025.355:004.738.5]:027.54(477.54-25)ХДНБ



**Наталія Стрілець,**  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
головний бібліотекар науково-видавничого відділу  
Харківської державної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка

### Представлення електронних версій видань у відкритому доступі (із досвіду ХДНБ ім. В. Г. Короленка)

*Висвітлено досвід ХДНБ ім. В. Г. Короленка з представлення електронних версій видань на сервісі Calameo.*

**Ключові слова:** ХДНБ ім. В. Г. Короленка, Calameo, відкритий доступ, бібліотека, онлайнні послуги, віддалені користувачі.

Доступ до інформаційних продуктів є одним із головних факторів розвитку будь-якої галузі та суспільства загалом. У ХХІ ст. інформація перетворилася на глобальний ресурс, і від уміння її знаходити та оперативно використовувати залежить розвиток кожної особистості. Бібліотечна діяльність, характер якої був сталим упродовж тривалого часу, нині зазнає значних змін, адже поряд із традиційними завданнями постають нові, а саме забезпечення оперативного доступу до інформаційних продуктів, створених бібліотекою. Інтенсивний розвиток інформаційних технологій (ІТ) не лише порушує питання представлення підготовлених матеріалів у відкритому доступі, а й розширює можливості інформування користувачів. Завдяки доступності ресурсів бібліотеки підвищується якість послуг, розширюються зв'язки з іншими установами.

*Мета статті* — проаналізувати формування фонду електронних версій видань ХДНБ ім. В. Г. Короленка з використанням онлайн-сервісів.

Науково-технічний прогрес уможливив удосконалення та поліпшення прийомів, технологій зберігання та представлення інформації у соціокомунікативному просторі. Останнім часом бібліотеки приділяють багато уваги використанню можливостей Інтернету для всебічного розкриття власної інтелектуальної продукції, що поширюється в інформаційному середовищі та користується попитом.

Про актуальність забезпечення аудиторії своєчасними якісними відомостями, надання доступу до інформаційних ресурсів бібліотек свідчать численні публікації. Зокрема, досліджувалися онлайнні послуги в бібліотеці [9], зарубіжний досвід створення електронних бібліотек [3], специфіка електронних комунікацій, представлення періодичних видань, віртуальних виставок на сторонніх ресурсах [5]. Зокрема, за даними Л. Шепетухи, ще з кінця 1990-х років почали з'являтися перші бібліотечні веб-портали, які забезпечували доступ відвідувачів до бібліотечних інформаційних ресурсів. Із кожним роком питання використання