

approach to the library and information production. The integration is carried out in two directions: the integration of discipline according to the working programme and the integration of students within the discipline as future professionals. In the context of studying the course the students will acquire the necessary competencies: knowledge, understanding, skills, abilities and skills in working with the Automated Library Information Systems: «UFD (Ukrainian Holdings House) / Library», «Absotheque Unicode», «Koha», «IRBIS (an integrated developing library and information system)».

Novelty. An attempt is made at working out the theoretical ideas of the integration of the course «Automated Information Library Systems» into the practical activities of the library to form professional competencies of the students on the basis of the actual implementation of activities in the automatized mode.

The practical significance. The main objective of the educational process under current conditions is to provide students with the basic knowledge and professional competencies in the specialist field of information activities. In the present context obtaining competences by students is possible not only in the classroom, but also directly in the library in the course of practical activities. Under practical conditions of information and library production following the example of professionals it is easier to acquire professional competencies that will help the future librarians navigate freely the information flows, will teach to manage information based on studying automated library information systems, process the information document on their basis, learn the complex of modern software, technical, information, linguistic, organizational and technological means and personnel skills for collection, processing, storage, retrieval and delivery of data in an automated way to meet the information needs of library users. Since automated library information systems are the central core of providing all its production processes to form the personality of a professional librarian, nowadays it is very important to possess thorough knowledge of their functional and technological system of developing and work.

Keywords: library, library education, professional competence, automated library information systems.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2017 р.

УДК 021.7:659.4

Валентина Здановська,

молодш. наук. співробітник

Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

ПРЕС-СЛУЖБА

НАЦІОНАЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ імені В. І. ВЕРНАДСЬКОГО – ІНСТРУМЕНТ КОНСТРУКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ БІБЛІОТЕКОЮ І ЗМІ

У статті проаналізовано особливості функціонування прес-служб у вітчизняних і закордонних бібліотеках, розглянуто процес їх інституалізації, визначено функції прес-служб і їх вплив на формування сучасного інформаційного простору, висвітлення основних напрямів діяльності прес-служби Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського.

Ключові слова: прес-служба, комунікація, імідж, паблік рилейшнз, медіарилейшнз, інформування, інформаційний простір, мас-медіа.

У сучасному суспільстві завдяки розвитку інформаційних технологій спостерігається постійна потреба в більш ефективній і відкритій комунікації. Допомогти налагодити партнерський дискурс між різноманітними соціальними суб'єктами та забезпечити швидкий інформаційний обмін, взаємопроникнення й взаємовплив сталих і нових соціальних інститутів покликаний такий ключовий елемент системи PR, як прес-служби.

Інституалізація прес-служб розпочалася у 90-х рр. минулого століття переважно в економічній сфері, бізнесі та в органах державного управління. За цей час прес-служби закріпили за собою статус підрозділів, які відіграють ключову роль в інформаційній та комунікаційній політиці установ, забезпечують коректну і якісну комунікаційно-інформаційну взаємодію, ініціюють та координують PR-стратегію установи, реалізують соціальні й корпоративні практики тощо.

Упродовж останніх двадцяти років з'явилося багато вітчизняних і зарубіжних досліджень, в яких розглянуто різні типи комунікацій, а також питання організації діяльності прес-служби, зокрема в органах державної влади (В. Маренич [12], С. Колосок [9], О. Мех [14]), у банківських установах (М. Нетреба [15]), установах освіти (А. Бахметьєва [3]), неурядових

організаціях (Д. Коник [10]), у театральній сфері (С. Апфельбаум [1]), на підприємствах (К. Савельєва [19]) тощо.

Водночас досліджень, які б висвітлювали питання інституалізації саме бібліотечних прес-служб у системі зв'язків із громадськістю, виявилось недостатньо. Тут можемо говорити лише про вивчення окремих аспектів зв'язків із засобами масової інформації (ЗМІ) у системі бібліотечного PR (С. Барабаш [2], Н. Ворожейкіна [5], Ю. Бурсина [4], Є. Кияниця [7], Н. Костина [11], В. Орлов [17]) і в розробленні маркетингових стратегій бібліотек (О. Мар'їна [13], Є. Ястребова [20] та ін.).

Метою статті є аналіз особливостей функціонування прес-служб у вітчизняних і закордонних бібліотеках, визначення функцій прес-служб і їх впливу на формування сучасного інформаційного простору, висвітлення основних напрямів діяльності прес-служби Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського.

Прес-служби в бібліотеках – явище поодинокі, хоча функція зв'язків із громадськістю та ЗМІ була і залишається притаманною бібліотекам у межах їх соціокультурної діяльності. Проведений нами аналіз структур вітчизняних національних, державних і обласних універсальних наукових бібліотек показав, що в умовах хронічного недофінансування не кожна провідна бібліотека спроможна утримувати такий підрозділ, як прес-служба. Тож функцію зв'язків з громадськістю та ЗМІ реалізують, головним чином, відділи інформаційної політики, соціокультурної діяльності, інноваційного розвитку, регіональні інформаційні центри, центри просування читання тощо. У цьому контексті важливо відзначити проект програми «Бібліоміст» щодо створення PR-офісів у бібліотеках, до якого в 2014 р. долучилися бібліотеки Рівненщини, Вінниччини, Волині, Дніпропетровщини, Житомирщини, Запоріжжя, Кіровоградщини, Донеччини (Маріуполь, Слов'янськ) та Сумщини. Завдяки участі в проекті бібліотекарі зазначених книгозбірень навчилися організовувати роботу зі ЗМІ й правильно подавати інформацію про ресурси і послуги свого закладу, створили бази даних ЗМІ, забезпечили медійну підтримку численних бібліотечних заходів [8, с. 19].

Аналогічна ситуація склалася у національних бібліотеках провідних країн світу. До прикладу, комунікацію з громадськістю та ЗМІ в Національній бібліотеці Австрії забезпечує відділ з комунікацій та маркетингу; у Національній бібліотеці Вірменії – відділ зовнішніх зв'язків; у Національній бібліотеці Казахстану – служба організаційно-аналітичної

діяльності і зовнішніх зв'язків; у Національній бібліотеці Латвії – департамент комунікацій; у Королівській бібліотеці Нідерландів – відділ корпоративних комунікацій; у Національній бібліотеці Німеччини – управління маркетингу і комунікацій; у національних бібліотеках Білорусі та Болгарії – відділи зв'язків з громадськістю.

Водночас є багато прикладів, коли діяльність з формування суспільної думки про бібліотеку та взаємодію зі ЗМІ забезпечують саме прес-служби. Такі підрозділи функціонують у структурі Королівської бібліотеки Бельгії, Національної бібліотеки Великої Британії, Національної бібліотеки Канади, Бібліотеки Конгресу США, Національної бібліотеки Угорщини, Національної бібліотеки Франції, Російської національної бібліотеки (РНБ). Теоретичні, організаційно-правові й технологічні засади діяльності прес-служби РНБ детально викладено в дисертаційному дослідженні В. Орлова [17].

У Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадського (НБУВ) зв'язками із громадськістю та ЗМІ донедавна займався Культурно-просвітницький центр НБУВ. Прес-служба була створена у 2013 році на виконання вимог законодавства України про інформацію та зважаючи на зміни в інформаційній політиці НБУВ, а системна робота розпочалася наприкінці 2014 р., коли було визначено статус прес-служби як окремої неструктурної робочої групи, її мету та основні завдання.

Дотримуючись принципів відкритості, законності, репрезентативності, партнерства та креативності, прес-служба НБУВ сьогодні забезпечує взаємодію між елементами соціальної системи, повно та об'єктивно інформує громадськість про науково-інформаційну діяльність НБУВ, сприяє медійному позиціонуванню бібліотеки як сучасної науково-дослідної установи, головного бібліотечно-інформаційного та культурно-освітнього центру держави.

Виконуючи роль об'єднувальної ланки між бібліотекою і суспільством, прес-служба реалізує такі функції: медіарилейшнз (зв'язок зі ЗМІ), інформаційну (збір, аналізування і поширення інформації про бібліотеку), аналітичну (моніторинг), прогностичну (визначення перспектив і тенденцій подальшого розвитку), організаційну (організація інтерв'ю, прес-конференцій, сприяння журналістам у підготовці відео- та аудіо-сюжетів, публікацій), нормативну (розробка документів, що регламентують взаємодію з громадськістю та ЗМІ), консультативну та довідкову.

Пріоритетним напрямом діяльності прес-служби НБУВ є розвиток

зв'язків з громадськістю та медіасередовищем (традиційними та електронними ЗМІ, неформальними комунікаційними ресурсами). Співпраця зі ЗМІ розкриває перед бібліотекою можливість взаємодії з чисельною аудиторією, яку неможливо охопити, використовуючи традиційні форми роботи [17].

Задля привернення уваги споживачів інформації до бібліотеки та подій, які в ній відбуваються, прес-службою НБУВ упродовж декількох років налагоджено партнерські стосунки з лояльними до бібліотеки редакціями культурологічного спрямування провідних теле- та радіокомпаній («1+1», «ICTV», «ЗІК», «Громадське ТБ», «СТБ», «АТР», «Київ», «5 канал», Радіо Ера», «Радіо Культура», «Радіо Свобода» та ін.), а також газет («Україна молода», «Сьогодні», «СВІТ. Наука. Освіта. Техніка. Прогрес», «Всеукраїнська щоденна газета “День”», «КП в Україні», інтернет-видання «Гордон») і порталу «Читомо». Це дозволило значно інтенсифікувати роботу із висвітлення результатів науково-дослідної, науково-інформаційної діяльності фахівців бібліотеки, популяризації унікальних книжкових колекцій та інших інформаційних ресурсів НБУВ, організації інтерв'ю з бібліотечними та науковими працівниками щодо різних аспектів діяльності бібліотеки.

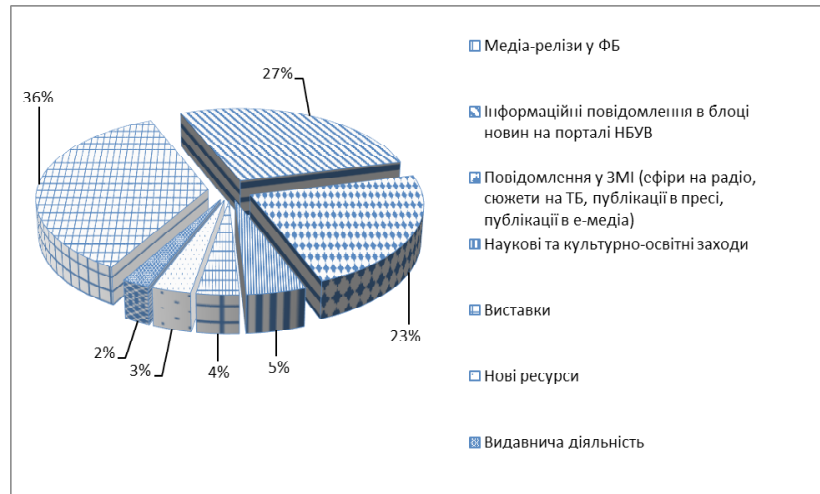
Яскравим прикладом співпраці зі ЗМІ став прес-тур до НБУВ, який прес-служба організувала і провела разом із співробітниками Інституту книгознавства НБУВ з нагоди Всеукраїнського дня бібліотек у 2015 р. Прес-тур мав на меті через ЗМІ поінформувати широкий загал українців про сучасні бібліотеки, умови, в яких вони функціонують, шляхетну й складну місію збереження інтелектуальної пам'яті людства, роботу з оцифрування книжкових колекцій і надання доступу до них читачам з усіх куточків світу. Журналісти газети «День», телеканалу «Правда Тут», Українського агентства «Українські новини», Видавничого дому «Академперіодика», Укрінформу та ГО «Вікімедіа Україна» не лише ознайомилися з унікальними спеціалізованими фондами (зарубіжної україніки, нотних і газетних видань), книжковими збірками XVIII – початку XX ст., а й побачили процес реставрації та оцифрування стародруків і рідкісних видань, дізналися про діяльність наукових інститутів у структурі НБУВ. Результатом прес-туру стали позитивні статті й телевізійні сюжети про НБУВ, збільшення інтересу журналістів інших ЗМІ до нашої бібліотеки та її інформаційних ресурсів.

Формуванню та зміцненню позитивного іміджу НБУВ у традиційних

та електронних загальноукраїнських, регіональних та місцевих ЗМІ, інтернет-просторі, соціальних мережах, громадських і професійних об'єднаннях підпорядковано другий напрям роботи прес-служби. У межах цього напрямку проводиться системна робота з надання користувачам і ЗМІ повної та достовірної інформації про бібліотеку, виявлення основних цільових аудиторій, створення інформаційних приводів для ЗМІ, а також оперативне оновлення інформаційних матеріалів у блоці новин веб-порталу НБУВ. Серед таких матеріалів: репортажі про наукові, освітні, культурно-мистецькі заходи, які проводить НБУВ, повідомлення про нові інформаційні ресурси, послуги та сервіси бібліотеки, про участь НБУВ у наукових і соціальних проектах; інформація про нагородження працівників НБУВ державними преміями; оперативні відповіді на критику та зауваження громадськості щодо діяльності НБУВ та її структурних підрозділів, відзначення ювілейних дат, пов'язаних з історією нашої країни або НБУВ.

Серед найбільш успішних проектів іміджевого характеру, реалізованих прес-службою, можна виокремити підготовку у співпраці з журналістами та окремими фахівцями бібліотеки програми «Прогулянки містом» на телеканалі «Київ» – своєрідної віртуальної подорожі до найбільшої інтелектуальної скарбниці нашої країни – Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Значної медійної підтримки та резонансу набули такі події в НБУВ, як відкриття виставки «Вірменська спадщина України», присвяченої 400-річчю вірменського книгодрукування в Україні; відкриття фотовиставки «Я єсть народ...», присвяченої 100-річчю Української революції 1917–1921 рр.; презентація перекладу «Бейрутських оповідань» Агатангела Кримського арабською мовою та ін. Не залишилася не поміченою участь співробітників НБУВ у всеукраїнському флешмобі «Одягни вишиванку» та організація у спеціалізованих читальних залах книжково-документних виставок під загальною назвою «Вишиванка – твій генетичний код».

Значною мірою формуванню і підтримці позитивного іміджу НБУВ, налагодженню взаємодії бібліотеки із користувачами й суспільством сприяють інформаційні технології. Одним з ефективних інструментів комунікації й поширення іміджевої інформації про НБУВ стало офіційне представництво бібліотеки в соціальній мережі Facebook, адміністрування якого займається прес-служба. Це підтверджує проведений її фахівцями аналіз ефективності PR-впливу засобами різних комунікаційних каналів (рисунок).



Ефективність PR-впливу засобами різних комунікаційних каналів

Постійний моніторинг цільової аудиторії й активний діалог з відвідувачами сторінки НБУВ у Facebook сприяє не лише тенденційному зростанню кількості шанувальників сторінки (3,3 тис.), а й накопиченню практичного досвіду, необхідного для вироблення стратегічної моделі комунікаційної політики НБУВ в соціальних медіа, виконанню організаційно-консультативної та координаційної функції в управлінні комунікаційно-іміджевою діяльністю провідних фахівців бібліотеки і сторінок окремих підрозділів НБУВ у Facebook [18].

Важливим напрямом роботи прес-служби є оперативне інформування дирекції НБУВ про динаміку громадської думки, відгуки та згадування в пресі, на телебаченні та радіо, у соціальних мережах щодо діяльності НБУВ та її структурних підрозділів. Наразі ця робота має експериментальний характер і зосереджена, переважно, на критичному аналізі позитивних, нейтральних і негативних відгуків про НБУВ у Facebook і неформальних комунікаційних ресурсах; оперативному реагуванні на них, визначенню їх впливу на імідж бібліотеки; науковому прогнозуванні розвитку зв'язків з громадськістю; поданні керівництву НБУВ пропозицій щодо корегування окремих аспектів діяльності бібліотеки.

Для продуктивної діяльності прес-служби важливо сформувати внутрішньобібліотечне інформаційно-комунікаційне поле. Ця робота передбачає налагодження корпоративної взаємодії зі структурними підрозділами бібліотеки; координацію та уніфікацію підходів до популяризації наукової та бібліотечно-інформаційної діяльності НБУВ у зовнішніх комунікаціях; інформування працівників бібліотеки про важливі події в сфері культури, науки, освіти; консультування персоналу бібліотеки з питань спілкування з журналістами, надання інтерв'ю, підготовки та розміщення інформаційних матеріалів у блоці новин на порталі НБУВ, який є своєрідним літописом бібліотечного життя. Проблемним у цьому напрямі залишається питання створення корпоративного видання – майданчика для інформування співробітників про цілі й досягнення бібліотеки, створення позитивного інформаційного фону в НБУВ, формування корпоративної культури, мотивування і консолідації співробітників, вирішення їх фахових і соціальних питань тощо.

Ще одним цікавим напрямом діяльності прес-служби є формування інформаційного архіву НБУВ. З цією метою прес-служба збирає, систематизує і накопичує матеріали (публікації, повідомлення, згадування, відгуки, фото-, відео- та аудіоматеріали), пов'язані з науково-інформаційною, культурною, освітньою та суспільно значимою діяльністю НБУВ. Напередодні відзначення 100-річного ювілею НБУВ (2018) працівники прес-служби розпочали роботу над демонстраційним проектом «Особистості НБУВ», у межах якого вже підготовлено і представлено на порталі НБУВ довідково-інформаційні й презентаційні матеріали про фундаторів та керівників НБУВ (окремих відділів) – А. Кримського, М. Василенка, Г. Житецького, Є. Ківлицького, С. Гутянського, Б. Зданевича, В. Іваницького, С. Петрова, а також до ювілейних дат в історії бібліотеки (90-річчя від часу започаткування у Всенародній бібліотеці України аспірантури, 25-річчя відділу зарубіжної українки, 20-річчя Фонду Президентів України, 20-річчя від дня підписання Президентом України Указу «Про надання Центральній науковій бібліотеці імені В. І. Вернадського статусу національної»).

Підсумовуючи викладене вище, можна констатувати, що перші роки функціонування прес-служби НБУВ дозволили накопичити значний практичний досвід. Втім, багато питань потребують наукового осмислення та обґрунтування. У подальших планах прес-служби НБУВ розробка оптимальної моделі прес-служби в бібліотеці (у статусі структурного

підрозділу); вивчення інформаційного потенціалу прес-служби у контексті функціональних і соціокомунікаційних підходів; визначення комунікативно-інформаційних критеріїв ефективності діяльності прес-служби; формулювання теоретичних і методологічних засад моніторингу ЗМІ та громадської думки щодо ключових питань діяльності НБУВ.

Список використаних джерел

1. *Апфельбаум С. М.* Связи с общественностью в театральном деле [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.01 / Софья Михайловна Апфельбаум. – М. : Рос. акад. театр. искусства – 28 с. – Режим доступа : <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Zdanovska/Downloads/01002975017.pdf>. – Название с экрана.
2. *Барабаш С. І.* Зв'язки з громадськістю в системі соціально-комунікаційної діяльності бібліотеки вищого навчального закладу : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03 / Барабаш Світлана Іванівна. – К., Нац. ун-т культури і мистецтв, 2013. – 20 с.
3. *Бахметьева А. М.* Особенности комунікативних функцій публік рилейшнз в діяльності прес-служб установ освіти : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / Бахметьева Алла Миколаївна. – Д., 2009. – 216 арк.
4. *Бурсина Ю. А.* Библиотечный PR. Технологии создания системы доверия во внешних партнерских отношениях [Электронный ресурс] // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2006. – № 5. – С. 65–73. – Режим доступа: <https://urlid.ru/b1oz>. – Название с экрана.
5. *Ворожейкіна Н. В.* PR-діяльність у бібліотеці / Н. В. Ворожейкіна // Вісник Харківської державної академії культури. – Х., 2001. – Вип. 5. – С. 130–134.
6. *Дрешпак В. М.* Прес-служба : установи, організації, підприємства / В. М. Дрешпак ; Дніпропетровський нац. ун-т. Факультет систем і засобів масової комунікації. – Д. : Журфонд, 2006. – 124 с.
7. *Кияниця Є.* Тенденції та перспективи співпраці сучасної бібліотеки зі ЗМІ / Євгенія Кияниця // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 4. – С. 38–40.
8. *Ковальчук Ю.* Піар-офіси сучасних бібліотек України : [Рівненський та Кіровоградський піар-офіси] / Ю. Ковальчук, І. Хоменко // Бібліотечна планета. – 2015. – № 3. – С. 19–21.
9. *Колосок С. В.* Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління : дис. ... канд. наук з держ. управління: 25.00.01 / Колосок Сергій Васильович. – О., 2003. – 204 арк.
10. *Коник Д. Л.* Формування зв'язків із громадськістю в неурядових організаціях України: соціологічний аналіз : дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Коник Дмитро Леонідович. – К., 2006. – 213 арк.
11. *Костина Н. А.* «Паблік рилейшнз» в библиотеке (Теоретические,

методические и образовательные аспекты) : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 [Электронный ресурс] / Наталья Анатольевна Костина. – Краснодар, 2001. – 174 с. – Режим доступа : <https://urlid.ru/b1p0>. – Название с экрана.

12. *Маренич В. М.* Діяльність прес-служби міської ради в контексті здійснення державної інформаційної політики на місцевому рівні [Електронний ресурс] / В. М. Маренич // Державне будівництво. – 2009. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu_2009_2_46.pdf. – Назва з екрану.

13. *Мар'їна О. Ю.* Інформаційно-комунікаційна взаємодія як фактор розвитку регіональних бібліотечних систем : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03 / Мар'їна Олена Юріївна. – Х., 2011. – 224 арк.

14. *Мех О. В.* Служби із зв'язків з громадськістю в органах виконавчої і законодавчої влади та місцевого самоврядування на сучасному етапі розвитку України : дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Мех Олена Валеріївна. – К., 2003. – 171 арк.

15. *Нетреба М. М.* Діяльність прес-служби банківської установи в умовах інформаційної війни : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / Нетреба Маргарита Миколаївна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ, 2014. – 16 с.

16. *Невоструева А. Ф.* Институционализация пресс-служб в системе связей с общественностью: дис. ... канд. социолог. наук : 22.00.04 [Электронный ресурс] / Невоструева Антонина Федоровна. – Пермь, 2009. – 171 с. – Режим доступа : <https://urlid.ru/b1p1>. – Название с экрана.

17. *Орлов В. В.* PR-технологии в управлении имиджем библиотеки : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03. [Электронный ресурс] – СПб., 2009. – 26 с. – Режим доступа : <https://urlid.ru/b1p2>. – Название с экрана.

18. *Поперечна Л. А.* Корпоративні медіапроекти сучасних бібліотек у науковому дискурсі іміджевих комунікацій / Л. А. Поперечна // Бібліотека. Наука. Комунікація: Формування національного інформаційного простору : матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 4–6 жовт. 2016 р.). – К., 2016. – С. 302–307.

19. *Савельєва К. В.* Зв'язки з громадськістю в системі маркетингового управління підприємствами : дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Савельєва Катерина Вячеславівна. – Донецьк, 2004. – 373 арк.

20. *Ястребова Е. М.* PR-менеджеры для библиотеки – управленцы современной формации / Е. М. Ястребова // Библиотековедение. – 2002. – № 4. – С. 30–34.

References

1. Apfelbaum, S. M. (2012). *Sviazi s obshchestvennostiu v sfere ispolnitel'skikh iskusstv* [Public relations in theatre]. Moskva: Klassika-XXI. [in Russian].
2. Barabash, S. I. (2013). *Zv'iazky z hromadskistiu v systemi sotsialno-komunikatsiinoi diialnosti biblioteky vyshchoho navchalnogo zakladu* [Public relations

within the socio-communicative system of a higher education establishment's libraries]. (Avtoreferat dissertatsii kandydata nauk iz sotsialnykh komunikatsii). Natsionalnyi universytet kultury i mystetstv. Kyiv. [in Ukrainian].

3. Bakhmetieva, A. M. (2009). *Osoblyvosti komunikatyvnykh funktsii pablik ryleishnz v diialnosti pres-sluzhb ustanov osvity* [Features of public relations in the press services of education establishments]. (Dissertatsiia kandydata nauk iz sotsialnykh komunikatsii). Natsionalnyi universytet im. Tarasa Shevchenka. Kyiv. [in Ukrainian].

4. Bursina, Iu. A. (2006). *Bibliotechnyi PR. Tekhnologii sozdaniia systemy doveriia vo vneshnikh partnerskikh otosheniakh* [Library PR. Developing trust in partner relationships]. *Spravochnik rukovoditelia uchrezhdeniia kultury*, 5, 65-73. [in Russian].

5. Vorozheikina, N.V. (2001). PR-diialnist u bibliotetsi [Public relations of library]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*, issue 5, 130-134. [in Ukrainian].

6. Dreshpak, V. M. (2006). *Pres-sluzhba: ustanovy, orhanizatsii, pidpriemstva* [Press service: establishments, organizations, enterprises]. Dnipropetrovsk: Zhurfond [in Ukrainian].

7. Kyianytsia, Ie. (2016). Tendentsii ta perspektyvy spivpratsi suchasnoi biblioteki zi ZMI [Tendencies and prospects of collaboration between modern library and mass media]. *Visnyk Knyzhkovoii palaty*, 4, 38-40. [in Ukrainian].

8. Kovalchuk, Iu. (2015). *Piar-ofisy suchasnykh bibliotek Ukrainy* [Rivnenskyi ta Kirovohradskyi piar-ofisy] [Public relation offices of Ukrainian modern library]. *Bibliotechna planeta*, 3, 19-21. [in Ukrainian].

9. Kolosok, S. V. (2003). *Zviazky z hromadskistiu u formuvanni imidzhu orhaniv derzhavnoho upravlinnia* [Public relations as a means of establishing image of organs of government]. (Dissertatsiia kandydata nauk z derzhavnogo upravlinnia). Odeskyi rehionalnyi instytut derzhavnoho upravlinnia, Odesa [in Ukrainian].

10. Konyk, D. L. (2007). *Formuvannia zviazkiv iz hromadskistiu v neuriadovykh orhanizatsiakh Ukrainy: sotsiolohichniy analiz* [Establishing public relations in non-governmental organizations of Ukraine: social analysis]. (Dysertatsiia kandydata sotsiolohichnykh nauk). Instytut sotsiolohii NAN Ukrainy, Kyiv [in Ukrainian].

11. Kostina, N. A. (2001) *"Pablik ryleishnz" v biblioteke (Teoreticheskie, metodicheskie i obrazovatelnye aspekty)* ["Public relationship" in a library (Theoretical, methodical and educational aspects)]. (Dissertatsiia doktora pedagogicheskikh nauk). Krasnodarskii gosudarstvennyi universitet kultury i iskusstv, Krasnodar. Retrieved from <https://urlid.ru/b1p0> [in Russian].

12. Marenych, V. M. (2009). Diialnist pres-sluzhby miskoi rady v konteksti zdiisnennia derzhavnoi informatsiinoi polityky na mistsevomu rivni [Press service of City Council as a means of implementing state information policy on local level]. *Derzhavne budivnytstvo*, 2. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu_2009_2_46.pdf. [in Ukrainian].

13. Marina, O. Iu. (2011). *Informatsiino-komunikatsiina vzaiemodiia yak faktor*

rozvytku rehionalnykh bibliotechnykh system [Information and communication collaboration as a part of regional library systems development]. (Dissertatsiia kandydata nauk iz sotsialnykh komunikatsii). Kharkivska derzhavna akademiia kultury, Kharkiv. [in Ukrainian].

14. Mekh, O. V. (2005). *Sluzhby iz zviazkiv z hromadskistiu v orhanakh vykonavchoi i zakonodavchoi vlady ta mistsevoho samovriaduvannia na suchasnomu etapi rozvytku Ukrainy* [Public relations in executive and legislative the organs, and local governments on a current level of development of Ukraines]. (Dysertatsiia kandydata filolohichnykh nauk). Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, Kyiv. [in Ukrainian].

15. Ntreba, M. M. (2011). *Diialnist pres-sluzhby bankivskoi ustanovy v umovakh informatsiinoi viiny* [Press service of a bank during information war]. (Avtoreferat dissertatsiia kandydata nauk iz sotsialnykh komunikatsii). Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, Kyiv. [in Ukrainian].

16. Nevostrueva, A. F. (2009). *Institucionalizatsiia press-sluzhb v sisteme sviazei s obshchestvennostiu* [Institutionalization of press services in the public relations system]. (Dissertatsiia kandidata sotciologicheskikh nauk). Permskii gosudarstvennyi tekhnicheskii universitet, Perm. Retrieved from <https://urlid.ru/b1p1> [in Russian].

17. Orlov, V. V. (2009). *PR-tekhnologii v upravlenii imidzhem biblioteki* [Public relations as a means of manipulating image of the library]. (Dissertatsiia kandidata pedagogicheskikh nauk). Sankt-Peterburskii gosudarstvennyi universitet kultury i iskusstv, Sankt-Peterburg. Retrieved from <http://www.dissercat.com/content/pr-tekhnologii-v-upravlenii-imidzhem-biblioteki> [in Russian].

18. Poperechna, L. A. (2016). Korporatyvni mediaproekty suchasnykh bibliotek u naukovomu dyskursi imidzhevnykh komunikatsii [Corporation mediaprojects of modern libraries in scientific discourse of image communications]. *Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia: formuvannia natsionalnoho informatsiinoho prostoru. Materialy mizhnarodnoi naukovoii konferentsii*. [in Ukrainian].

19. Savelieva, K. V. (2004). *Zviazky z hromadskistiu v systemi marketynhovoho upravlinnia pidpriemstvamy* [Public relations in the system of marketing management of enterprises]. (Dysertatsiia kandydata ekonomichnykh nauk). Natsionalnyi yurydychnyi universytet imeni Yaroslava Mudroho, Kharkiv. [in Ukrainian].

20. Iastrebova, E. M. (2002). PR-menedzhery dlia biblioteki – upravlentcy sovremennoi formatsii [Public relations offices for libraries – modern stock rulers]. *Bibliotekovedenie*. 4. 30-34. [in Russian].

Valentyna Zdanovska,

Junior Research Associate, Vernadsky National Library of Ukraine

Press Office Vernadsky National Library of Ukraine –

Tool Constructive Interaction Between the Library and the Media

The article presents the process of institutionalization of the press office in the economic sphere, business, public administration authorities, institutions of culture and education. Details the features of operation of the press office of domestic and foreign libraries. For example, the main activities of press office of the Vernadsky National Library of Ukraine attempted to determine the degree of influence of the press office, as a key element of the PR system, the formation of background information around the library, including a positive public opinion, loyalty and media in the library.

Keywords: press office, communication, image, public relations, medallas, information, information space, mass media.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2017 р.

УДК 316.77:004.77:021.7

Лідія Поперечна,

наук. співробітник Інституту бібліотекознавства,
керівник прес-служби Національної бібліотеки України
імені В. І. Вернадського

ПРЕДСТАВНИЦТВО В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ЯК КОРПОРАТИВНИЙ МЕДІА ПРОЕКТ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ, ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ЇЇ ІМІДЖЕВИХ КОМУНІКАЦІЙ

У статті, що носить прикладний характер, на основі огляду наукових досліджень та практичного досвіду у сфері використання соціальних медіа в системі іміджевих комунікацій сучасних бібліотек розглянуто підходи до конструювання мережевої комунікаційної діяльності як складника іміджевої стратегії, алгоритмізації комунікаційних процесів та управлінських дій щодо підтримки й розвитку корпоративного медіапроєкту – офіційного представництва бібліотеки у соціальних медіа.

Ключові слова: соціальні медіа, віртуальне представництво бібліотеки, корпоративний медіапроєкт, іміджеві комунікації.

Суспільне призначення сучасних бібліотек полягає в забезпеченні багатовимірних соціальних комунікацій, важливим компонентом яких є іміджеві комунікації. Останні формують систему соціальних уявлень персоналу бібліотеки, реальних і потенційних користувачів, партнерів та інвесторів, представників місцевої громади, державних структур та органів місцевого самоврядування. Осмислення усіма учасниками іміджевих комунікацій бібліотеки як соціального суб'єкта, що діє в системі навколишніх соціальних зв'язків і ситуацій, призводить до побудови її цілісного образу і, в кінцевому підсумку, стійкої репутації [3].

Ефективність іміджевих комунікацій, їх позитивне змістовне і смислове наповнення залежить передусім від чітко вираженої комунікаційної стратегії, зрілості управлінських рішень у сфері її реалізації, обґрунтованого вибору, цілеспрямованого й активного використання засобів та інструментів комунікаційної взаємодії.

В епоху глобалізації, потужного розвитку соціальних мереж традиційне комунікативне середовище швидко змінюється. Сучасні цифрові канали комунікації, нові медіа-носії, що пропонують інтерактивний формат