

Припустити, що ці люди (професійні політики, більшість з яких має економічну освіту) не знають аксіом політекономії, надто складно. Однак їхні заклики, по суті, є закликами до створення хаосу в Україні. Всі ці люди — сіяльники хаосу. Вони самі та їх дії або огидно неграмотні, або огидно непорядні. В усіх випадках вони огидні.

"Бінарна експансія" — це інструмент створення хаосу, а теорія "керованого хаосу" — інструмент управління хаосом. Ці взаємодоповнювальні засоби є основними складниками сучасної стратегії глобальної олігархії. Яка ж мета цієї стратегії? Попри маскуванню й спотворення, її легко визначити, якщо виявити результати успішного застосування стратегії.

У будь-якому разі результат один — повне відчуження права власності на основні ресурси у народу як суверенного носія влади. Цей результат і є простою та єдиною метою найхитромудріших стратегій. І в Африці, і в Прибалтиці, і в Україні спостерігаємо одне і те саме явище — громадяни втрачають право власності на основні ресурси своєї країни і це право переходить до транснаціональних фінансово-промислових олігархій. Черга за землею!

Щоб громадяни не оговталися й не чинили опір такому примітивному грабунку, в їх національну та політичну свідомість активно насаджують різноманітні комплекси та ідеї протистояння за національною, плеємною, класовою, сексуальною чи будь-якою іншою ознакою, і що вони безглуздіші та підступніші, то краще. Політичні партії пристрасно з'ясовують стосунки одна з одною та з найближчими сусідами. Їх соціальна активність повністю завантажена і не заважає процесу відчуження власності. Це відбувається однаково і в Африці, і в Прибалтиці, і в нашій країні.

Коли процес "відбирання і відведення" власності стає безповоротним, а громадяни розуміють що їх безсоромно обдурили, вони просто масово тікають зі своєї країни. І з Африки, і з Прибалтики, і з України.

Стратегічний цикл відчуження національної власності на цьому завершується.

Список використаної літератури

1. Сенченко Н. Судьба Украины в мире управляемого хаоса / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2018. — 208 с.
2. Бжезинский З. Выбор: мировое господство или глобальное лидерство / Збигнев Бжезинский. — Москва : Междунар. отношения, 2010. — 262 с.
3. Mann S. R. Chaos theory and strategic thought / Steven R. Mann // Parameters. — 1992. — Vol. 22. — P. 54—68.
4. Мозкові центри країн світу / О. М. Сенченко, В. Г. Гасинщиков, М. І. Сенченко. — Київ : Персонал, 2016. — 278 с.
5. Сенченко О. Інформаційно-мережеві війни: теорія, моделі, алгоритми / О. М. Сенченко. — Київ : КІТ, 2017. — 348 с.
6. Сенченко О. Інформаційно-мережеві війни: феномен "керованого хаосу" / Оксана Сенченко // Вісник Книжкової палати. — 2017. — № 4. — С. 31—36.
7. Сенченко М. Креативна революція / М. І. Сенченко. — Київ : Лира-К, 2018. — 240 с.

В работе рассмотрены алгоритмы бинарной экспансии, которые используют западные спецслужбы для консервации "управляемого хаоса" в стране — жертве агрессии, и аксиомы ликвидации коррупции.

The algorithms of binary expansion, which use the western special services for preservation of the "guided chaos" in a country — victim of aggression, and axioms of liquidation of corruption, are in-process considered.

Надійшла до редакції 15 червня 2018 року

УДК 070:316.77



Олена Порупліт,

докторант Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

Контрверсійна природа та соціальний вимір медіапростору

Наукову рецепцію поняття "медіапростір" подано у ракурсі соціально-комунікаційного підходу. Виокремлено технологічні, територіальні, соціологічні, інформаційно-комунікаційні виміри медіапростору. З'ясовано передумови виникнення й наслідки вкорінення атрибутів соціального виміру (гетерогенність, відкритість, підконтрольність, фрагментованість) у подальший розвиток медіапростору.

Ключові слова: медіапростір, соціально-комунікаційний підхід, гетерогенність, підконтрольність, фрагментованість.

Постановка проблеми. Останні десятиліття надшвидкісних технологічних змін спровокували появу розбіжних уявлень про відстані, тривалості, швидкості та мобільності в кількох контекстах, викликали відмінності у визначенні та узгодженні змінних понять і

досвіду часу та простору, зробивши часові й просторові проблеми у соціальних комунікаціях важливішими й проблематичнішими, ніж раніше. Обрана соціально-комунікаційна перспектива дає можливість розглядати феномен медіапростору в нових інформа-

ційно-комунікаційних умовах розвитку суспільства системно: не як простір єдиного сталого, незмінного сенсу, а як певний резервуар безлічі змістів і значень; як поле взаємодії просторових конфігурацій і дистанцій; як наслідок динамічних і перманентних трансформацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наукова рецепція поняття "медіапростір" відштовхується від трактування категорії "простір" як фундаментального поняття, пов'язаного зі способом існування "світу" як загальної форми буття всіх матеріальних систем і процесів, проте сам "світ" "може мати різні (макро-, мікро-) масштаби, починаючи від Всесвіту й закінчуючи обмеженням певної предметної області, що дає змогу виокремити спеціалізовані види простору": фізичний, соціальний, політичний, інформаційний, економічний, медійний, культурний, психологічний, художній тощо [1, с. 236]. Аналіз визначення поняття "медіапростір" у межах різних наукових підходів санкціонував розмежування як найпоширеніших соціологічного (як сукупність засобів соціальної комунікації, що здійснюють вплив на громадську свідомість) (П. Адамс, І. Дзялошинський, Ш. Мойнуддін, В. Музикант, П. Музикант, Є. Нім, П. Тцацу, Й. Фалькхеймер, О. Чернавський, О. Юдіна, А. Янссон); психологічного (як сукупність засобів психологічного впливу на особистість) (Д. Глухарьов, І. Дзялошинський, С. Маккуайр); журналістського (як сукупність засобів масової інформації та масової комунікації) (Є. Войтик, К. Горська, Г. Почепцов); філософсько-культурологічного (як цілісна соціально-комунікативна, інформаційна система, що забезпечує різні форми соціальної комунікації) (Н. Голованова, С. Грицай, С. Довгаль, В. Ільганаєва) підходів [2; 3; 7].

Мета статті — з'ясувати провідні виміри медіапростору в інформаційному суспільстві; виокремити базові властивості соціального виміру сучасного медіапростору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стоячи на позиціях соціально-комунікаційного підходу як "спеціально організованої методології дослідження, в основі якої лежить виявлення соціальних параметрів функціонування об'єкта в умовах соціальних комунікацій" [5, с. 17], пропонуємо категорію "медіапростір" інтерпретувати у єдності чотирьох взаємопов'язаних і взаємообумовлених вимірів: територіального, технологічного, інформаційно-комунікаційного, соціологічного.

1. *Територіальний вимір.* З одного боку, медіапростір постає як світ безкрайніх можливостей і перспектив, позбавлений традиційних обмежень фізичного простору і параметрів географічної віддаленості, з іншого — демонструє ознаки конкретної території, з чітко визначеним реєстром наявних інформаційних ресурсів і джерел, системою засобів і способів пошуку, збирання, опрацювання, поширення та зберігання інформації, що підпорядковується й встановлюється залежно від нормативно-правової бази, чинної на цій території.

2. У межах *технологічного виміру* медіапростір розглядається як матеріальні терени масмедійних

мереж і потоків, сукупність "старих", "нових" і конвергентних форм медіа. Медіапростір у ракурсі технологічному має доволі умовні межі, що продукуються "учасниками медіапроцесів, відношення між якими й визначають метрику медіапростору" [4, с. 39].

3. *Інформаційно-комунікаційний вимір* дає можливість констатувати, з одного боку, активну експлуатацію технічних можливостей поширення інформації, з іншого — породження й становлення соціального порядку, спровокованого новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями. Медіапростір сьогодення постулює існування інформації як джерела влади, експонує динамічний, рухливий характер інформаційних запитів та уподобань аудиторії, заохочує перетворення акторів на активних учасників дискусій і обговорень із подальшою можливістю результативного впливу на соціальні інститути, є системою суб'єкт-суб'єктної смислової взаємодії між індивідами, що перебувають у різних просторово-часових вимірах, активно ініціюють, генерують і реагують на послання-повідомлення тощо.

4. *Соціальний вимір* передбачає трактування медіапростору як особливого соціального феномену, соціальної структури, що утворена системою взаємозв'язків виробників і споживачів масової інформації та є сукупністю певних структур (індивідів, їх груп і організацій), з'єднаних відносинами пошуку, збирання, виробництва, розповсюдження та споживання інформації [4, с. 39]. Буття сучасної людини відбувається в атмосфері ставлення до медіапростору не лише як до засобу трансляції та обміну інформацією, більшою мірою медіапростір є механізмом формування особливої реальності, спроможної конструювати картину світу за межами чуттєвого, тілесного досвіду індивіда [8]. Медіапростір як соціальну конструкцію, що організовується через соціальні чи матеріальні відношення, створюється чи соціально проєктується засобами масової інформації, розглядає і Ш. Мойнуддін [12].

Беручи до уваги напрацювання дослідників щодо соціального виміру медіапростору, вбачаємо доречним зацентувати увагу на атрибутах гетерогенності, доступності, підконтрольності, фрагментованості медіапростору.

1. *Гетерогенність.* Досліджуючи медіапростір у ракурсі соціального феномену, науковці пропонують виокремлювати різновиди просторів відповідно до запропонованих критеріїв — "системи соціальних координат" [8]. Найцитованішою є класифікація способів аналізу (запропонована Н. Коулдрі та А. Маккартні), якими медіапростір "був або може бути проаналізований" [11, с. 5]. Сьогодні, наголошують науковці, коли електронні ЗМІ все активніше насичують наші повсякденні простори зображеннями інших міст чи відтворенням просторів іншого (реального або вигаданого) гатунку, стає все важче "розповідати" історію соціального простору, не згадуючи про ЗМІ, і навпаки [11, с. 1]. Відповідно, медіапростір дослідники експлікують як "діалектичну концепцію, до складу якої входять як типи просторів, створених

за допомогою медіа, так і вплив наявних просторових заходів на медіаформи у процесі їх матеріалізації у повсякденному житті" [11, с. 1—2]. Стоячи на позиціях географії та медіааналізу, науковці виокремлюються п'ять рівнів дослідження медіапростору: 1) вивчення медіапрезентацій соціального простору; 2) вивчення того, як мультимедійні зображення, тексти та дані перебудовують соціальний простір; 3) вивчення конкретних просторів, в яких відбувається медіапроцес — простір споживання та простір виробництва; 4) вивчення масштабних ефектів або масштабів високого ступеня заплутаності, які є результатом функціонування медіа у просторі; 5) вивчення того, як заплутування масштабу, спричинене медіа, усвідомлюється в певних місцях [11, с. 5—8]. Продовжуючи традиції західних дослідників, Є. Нім вирізняє три виміри медіапростору: медійований простір (співвідноситься з контентом), медіатизований простір (співвідноситься з середовищем поширення й споживання), простір медіа (співвідноситься з каналами виробництва й трансляції повідомлень), і акцентує, з одного боку, на втраті медіа власної автономності й "розпорошенні" в соціальній реальності, з іншого — як медіа наповнюють соціальну реальність цифровими образами і нарративами [7]. Отже, гетерогенність медіапростору значною мірою обумовлена кількома тенденціями: зниження ролі соціальних пріоритетів і цінностей, збільшення вагомості індивідуальних вартостей, продукування "уявлень" про соціальну реальність технічними засобами комунікації (і, як наслідок, певна непередбачуваність соціальних процесів), кількісний зріст комунікаційних потоків, які, зі свого боку, ілюструють певний вектор соціальної, політичної, культурної, економічної, релігійної тощо диференціації.

2. *Відкритість, доступність.* Поширення цифрових мереж і впровадження програм для створення і функціонування соціальних мереж у ХХ столітті змінили фіксований доступ до соціальних мереж на мобільні форми загальнодоступності. Мобільність, швидкість і майже повсюдність інформаційних технологій робить доступ до медіапростору відкритим і масовим. Проте стрімкий розвиток цифрових технологій розташував сучасний медіапростір на роздоріжжі: з одного боку, телекомунікаційні та інформаційні технології надали нову свободу, з іншого — сприяли посиленню й удосконаленню форм контролю простору. Здобута протягом функціонування різних поколінь медіа (від телеграфу до супутникового телебачення й Інтернету) здатність "переборювати простір і стискати час" [6, с. 15] зумовлює принципово нове існування сучасника в медіапросторі цифрової доби, фундаментально трансформує параметри відчуттів і уявлень людини, змушуючи її ставити під сумнів "межі тілесної оболонки і авторитет втілених образів" [6, с. 21]. Саме здатність технологій витіснити тіло як мірило людського досвіду, породжує явище, означене С. Маккуайром як "криза меж, систем координат і трансформацій" [6, с. 21]. Відкритість і доступність медіапростору спричинила одну з найбільших проб-

лем, якою за визначенням В. Маскай, є конфіденційність. Дослідник зауважує про чотири моменти, які мають бути враховані під час вирішення kwestії конфіденційності: контроль (контролювати, хто може бачити або чути вас у будь-який час), знання (знати, коли хтось справді бачить або чує вас), намір (відати, в чому полягає намір підключення), вторгнення (унікати зв'язків, які заважають вашій роботі) [10, с. 77]. Оскільки проблема конфіденційності безпосередньо стосується соціального контексту, в який "вбудовано" медіапростір, неможливо створити "ідеальну технологію", що була б доречною і виправданою в кожному конкретному випадку.

3. *Підконтрольність.* Глобальна інтернетизація й омереження майже всіх сфер життя сучасної людини, на думку С. Маккуайра, стало причиною парадоксального поєднання дисперсії й концентрації, що на рівні медіапростору знаходить відображення у "скасуванні" відстані, з одного боку, і зародженні нових форм відокремлення та ізоляваності, з іншого: "Поява комп'ютерних мереж сприяла створенню середовища, яке налаштоване на користувача, безпосередньо реагує на його потреби, вона ж породила й витончені форми централізованого контролю над... простором і соціальною взаємодією" [6, с. 83]. Медіапростір, маючи можливості дифузії й розсіювання простору фізичного, є середовищем продукування форм контролю за діями та контактами людей, впровадження системи накопичення відомостей про них в електронних базах даних. "Безневинні гаджети", обладнані персональними відомостями SIM-картки, завжди транслюють інформацію про місце перебування людини, вимагаючи від неї дотримуватися лозунгу: "Аби бути постійно в зоні доступу, потрібно бути завжди поміченим".

4. *Фрагментованість.* Соціальний вимір медіапростору передбачає відповідну структурування останнього. Зокрема, як складне відкрите соціальне утворення сучасний медіапростір є поєднанням кількох компонентів: аудиторія медіа, виробники контенту, канали трансляції, контент і безпосередньо медіа. Провідним компонентом "наповнення" медіапростору є подія, яка за визначенням П. Тцацу, в умовах глобалізованого суспільства набуває статусу "медіаподії": "Медіаподії" змінюють те, як ми уявляємо й організуємо час і простір, в яких живемо. Такі події стали сьогодні... важливими параметрами комунікації і суспільного життя" [13, с. 16]. Сукупність подій, репрезентована в медіапросторі, перетворюється з хаотичних, безсистемних, плутаних обрисів реальності у доволі струнку й виважену систему. "Осмислення" медіапростором подій відбувається через акцентування уваги на більш значущих деталях, аспектах, як наслідок, аудиторія отримує фрагментований профіль реальності, сформований відповідно до уподобань персоналізованої та демасифікованої (а не масової) аудиторії. Сучасний медіапростір допускає існування одночасно безлічі міні-медіапросторів, які, з одного боку, побутують як незалежні й самодостатні системи, з іншого —

об'єднуються та організуються навколо певної медіаподії. У першому випадку, наприклад, маємо справу з медіапросторами, створеними конкретним медіа, групами за інтересами у Facebook, Instagram, Twitter, у другому — онлайн-форуми, обговорення, дискусії в соціальних мережах, так би мовити, глобалізовані простори дискурсу в глобальному мережевому суспільстві. Міркуючи над умовами перетворення фактів і подій реального світу в медіаподії, науковці виокремлюють набір критеріїв, відповідність яким максимізує шанси "звичайної події" перетворитися на "медіаподію". Максвелл Т. Бойкофф, наголошуючи на прагненні новітніх ЗМІ до незалежності, правдивості й точності у формуванні медіаконтенту як "платформи для відкритої і прозорої дискусії між різноманітними секторами суспільства" [9, с. 2], формулює "паспорт" медіаподії: "Новизна події має відповідати таким критеріям, як впізнаваність, негативність, значущість, несподіваність, персоналізація, конфліктність тощо... Додамо й журналістську норму рівноваги, тобто загальної практики надання сторонам спору максимально рівновеликої уважності" [9, с. 2—3]. На доведення фрагментованості сучасного медіапростору (окрім продемонстрованого структурного аспекту, а саме медіапростір як сукупність медіаподій, а не точне, ідентичне копіювання реальності) наведемо і той факт, що продукований прямими телевізійними трансляціями, мережевими медіа, соціальними мережами, медіапростір упорядковує реальність, в якій поняття "дистанція", "локальність", "відстань", "далекість", "внутрішній", "зовнішній" набувають принципово нових значень. Зокрема, незалежно від фізичної відстані, люди можуть стати учасниками певних заходів, змінити власний часовий ритм життя відповідно до графіка медіаподії, висвітлюваної в медіапросторі (наприклад, на час організації прямих трансляцій з Олімпійських ігор, прямої трансляції з місця катастрофи тощо). З іншого боку, медіапростір сприяє усвідомленню віддаленості "місця" від "простору", причому що потужніше відбувається процес технологічної делокалізації, то природнішим стає бажання бути вдома, повернутися додому, до того ж і медійні технології активно підживлюють бажання сучасників почуватися "як дома", перетворюють "дім" на медійний контент, проникаючи у простір дому, роблячи домашнє життя предметом пильної уваги та зацікавленості [6, с. 162].

Висновки. Соціально-комунікаційний ракурс осмислення територіального, технологічного, інформаційно-комунікаційного, соціологічного вимірів буття медіапростору дає змогу експлікувати його як відносно "суверенну" динамічну систему. Проте помилково було б тлумачити медіапростір як "відсторонене, апатичне, відчужене" до навколишніх подій, ситуацій, оточення загалом, середовище: з одного боку, медіапростір експонує соціальні чи матеріальні відношення, створюється чи соціально проектується засобами масової інформації, з іншого — є

підсистемою інформаційно-комунікаційного всесвіту, в межах якого відбуваються процеси глобалізації, омереження, інтернетизації, загальнодоступності, дисперсії та концентрації простору тощо.

Список використаної літератури

1. *Войтик Е. А.* Медиапространство спортивной коммуникации: концептуальный подход в понимании сущности / Е. А. Войтик // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2014. — Сер. 9. — Вып. 1. — С. 235—247. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-sportivnoy-kommunikatsii-kontseptualnyy-podhod-v-ponimanii-suschnosti>. — Загл. с экрана.
2. *Голованова Н. В.* Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства / Н. В. Голованова // Актуальні проблеми державного управління. — 2017. — № 1 (51). — С. 27—35.
3. *Грицай С. В.* Визначення поняття "медіапростір" з позицій міждисциплінарного підходу / С. В. Грицай // Вісник Харківської державної академії культури. — 2012. — Вып. 36. — С. 236—244.
4. *Дзялошинский И. М.* Медиаобразование: работа с текстами или умение ориентироваться в медиапространстве? / И. М. Дзялошинский // Медиаобразование 2013. Сборник трудов Международного форума конференций. — Москва: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. — С. 28—47. — Режим доступа: <https://publications.hse.ru/en/chapters/100111170> (дата звернення: 18.04.2018). — Загл. с экрана.
5. *Корнеев В. М.* Соціально-комунікаційний підхід в українській науці : автореф. дис. ... д-ра наук із соціальних комунікацій / Віталій Михайлович Корнеев ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — Київ, 2016. — 450 с.
6. *Маккуайр С.* Медийный город. Медиа, архитектура и городское пространство / С. Маккуайр. — Москва : Strelka Press, 2014. — 207 с.
7. *Ним Е. Г.* Медиапространство: основные направления исследований / Е. Г. Ним // Бизнес. Общество. Власть. — 2013. — № 14. — С. 31—41. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/mag/27364712/2013--14/83292427.html>. — Загл. с экрана.
8. *Юдина Е. Н.* Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения) : автореф. дис. ... д-ра социологических наук / Юдина Елена Николаевна. — Москва 2008. — 50 с. — Режим доступа: http://dibase.ru/article/01092008_udinaen/1. — Загл. с экрана.
9. *Luedecke G.* Environment and the media / G. Luedecke, T. Maxwell Boykoff // The International Encyclopedia of Geography. Edited by Douglas Richardson, Noel Castree, Michael F. Goodchild, Audrey Kobayashi, Weidong Liu, and Richard A. Marston. — 2017. — Mode of access: http://sciencepolicy.colorado.edu/admin/publication_files/2017.04.pdf (дата звернення: 18.04.2018). — Title from the screen.
10. *Mackay W. E.* Media Spaces: Environments for Informal Multimedia Interaction / W. E. Mackay. — Mode of access: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.151.1670&rep=rep1&type=pdf/>. — Title from the screen.
11. *MediaSpace: place, scale, and culture in a media age* / [edited by] Nick Couldry and Anna McCarthy. — London and New York, Routledge Taylor and Francis Group, 2004. — Mode of access: <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781134436354>. — Title from the screen.
12. *Moinuddin S.* Media Space and Gender Construction: A Comparative Study of State Owned and Private Channels in the Post Liberalisation Period / S. Moinuddin. —

Cambridge Scholars Publishing, 2010. — Mode of access: <http://www.cambridgescholars.com/media-space-and-gender-construction-16>. — Title from the screen.

13. Tsatsou P. Reconceptualising "Time" and "Space" in the Era of Electronic Media and Communications / P. Tsatsou // Journal of Media and Communication. — July 2009. — Vol. 1. — P. 11—32. — Mode of access: https://platformjmc.files.wordpress.com/2015/04/platformvol1_tsatsou.pdf (дата звернення: 18.04.2018). — Title from the screen.

Научная рецепция понятия медиaprостранство представлена в ракурсе социальнокоммуникационного подхода. Выделены технологические, территориальные, социологические, информационно-коммуникационные аспекты медиaprостранства. Выяснены

предпосылки возникновения и последствия укоренения атрибутов социального аспекта (гетерогенность, открытость, подконтрольность, фрагментированность) в дальнейшее развитие медиaprостранства.

Scientific concept of the term media space is shown from the perspective of socio-communicative approach. Technological, territorial, sociological, informationally-communicative dimensions of media space are separated. Preconditions of social space attributes' (heterogeneity, openness, accountability, fragmentation) emergence are determined, as well as consequences of their rooting and further development in media space.

Надійшла до редакції 24 квітня 2018 року



БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА

УДК 025:001.8



Тетяна Сафонова,

кандидат наук із соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри інформаційної,
бібліотечної та архівної справи ХДАК

Науково-методична діяльність у бібліотечній сфері: основні напрями та тенденції

Досліджено сучасний етап науково-методичної діяльності в галузі бібліотечної справи. Розкрито основні напрями й тенденції розвитку науково-методичної діяльності в бібліотечно-інформаційній сфері. Визначено чинники, що стримують розвиток методичної діяльності в сучасних умовах.

Ключові слова: бібліотека, науково-методична діяльність, методичний центр, інновації, форми методичної діяльності, напрями методичної діяльності.

Постановка проблеми. В умовах соціокультурних та економічних перетворень, активного впровадження інформаційних технологій бібліотечна сфера також зазнає суттєвих змін. Реформи у бібліотеках стають можливими завдяки науково-методичній діяльності, сутність, зміст і значення якої нині трансформуються відповідно до суспільних потреб.

Аналізуючи сучасний стан організації методичної роботи бібліотек України, констатуємо, що вона є однією з основних ланок науково-методичного вектора діяльності. Однак кількість публікацій із порушеної теми обмежена, бібліотечні фахівці звертаються до неї епізодично. Проблемою також є те, що методичні підрозділи більшості бібліотек не дотримуються єдиного напрямку в роботі. До чинників, що стримують розвиток методичної сфери, належить і брак чітких хронологічних меж для визначення методичної діяльності, немає однозначного розуміння її змісту та регламентувальних стандартів.

Мета статті — розкрити основні напрями та сучасні тенденції розвитку науково-методичної діяльності в бібліотечно-інформаційній сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом значно зросла зацікавленість науково-методичною діяльністю, зокрема до цієї проблематики звертаються науковці Росії та Білорусії [1; 2; 3; 10; 12]. В Україні проблеми науково-методичної роботи також становлять предмет обговорень на регіональних конференціях, круглих столах, семінарах. Серед авторів, які висвітлювали різноманітні аспекти окресленого питання, виокремимо О. Дзуровчик, І. Камлик, О. Капралюк, Є. Малишко, О. Мацей, Т. Новікову, О. Романок та ін. [4; 5; 6; 7; 8; 9; 11; 13].

Попри те, що розкрито окремі аспекти проблеми та набуто певний досвід їх наукового осмислення, бракує праць, в яких науково-методичну діяльність у бібліотеках розглянуто системно. Ґрунтовно не проаналізовано питання розвитку методичної служби, методичного забезпечення та взаємодії бібліотек в умовах реформування, що й становить *актуальність* пропонованої роботи.

Методична робота, по суті, є мистецтвом управління організаційними та технологічними процесами