

Олег Кривецький,

голов. ред.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Київ, Україна

БІБЛІОТЕКАР ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРАЦІВНИК У КОМУНІКАЦІЙНОМУ ВЕБ-СЕРЕДОВИЩІ

Проаналізовано вплив веб-середовища на професійні комунікаційні компетенції бібліотекаря-журналіста, висвітлено особливості сприйняття читачами мережевого тексту, акцентовано увагу на необхідності навчання бібліотекарів основам журналістики та безперервного підвищення рівня медіаграмотності.

Наведено традиційні жанри комунікаційної журналістики. Розглянуто бібліотечну журналістику як принципово новий напрям діяльності бібліотек. Визначено проблеми бібліотечних журналістів у комунікаційному веб-середовищі.

Ключові слова: бібліотечна журналістика, інтернет-журналістика, медіа-грамотність, підвищення кваліфікації.

Сучасна бібліотека, трансформуючись в інформаційно-культурний центр, приділяє велику увагу організації не лише реального бібліотечного простору, але й простору віртуального. Впровадження інтернет-технологій значно розширює можливості наукових бібліотек, збільшує їх конкурентоспроможність завдяки створенню нових інформаційних продуктів, рекламі віртуальних послуг та, як наслідок, збільшенню кількості користувачів бібліотеки. Завданням сучасної бібліотеки є розбудова потужної системи комунікаційних каналів для реалізації маркетингової стратегії.

У контексті поглиблення процесу інформатизації в Україні зростає дослідницький інтерес науковців до інформаційно-аналітичної діяльності бібліотечних структур, освоєння мережі як сукупності інформаційно-комунікаційних каналів. Різним аспектам впровадження інформаційних комунікацій у бібліотеках присвячено наукові праці В. Горового, Т. Гранчак, І. Давидової, Н. Захарової, В. Льганасової. Комунікаційну складову інтернет-маркетингу та питання створення інформаційного представництва бібліотеки як реалізації стратегії впровадження маркетингових комунікацій

досліджували науковці О. Гончарук, С. Назар'єва, Ю. Потехіна, С. Ростовцев та ін.

Бібліотекарі активно впроваджують інноваційні технології масових комунікацій, які розкривають можливості сучасної бібліотеки та її потенціал, формують її образ, використовуючи різні канали інформаційного представництва бібліотеки. Перевагами технологій інтернет-маркетингу для бібліотек є їх безкоштовність, інтерактивність, можливість персоніфікованої комунікації з користувачем та виокремлення цільової аудиторії на окремих каналах. Як один з провідних виробників інформаційних послуг, що потребують дієвих і ефективних способів популяризації, бібліотека активно розширює зв'язки з громадськістю, розвиває соціальне партнерство, впроваджує рекламу, паблік рилейшнз. Опанування інтернет-технологіями та сервісами значно розширює можливості бібліотек, дозволяючи просувати інформаційні продукти і послуги віддаленим користувачам. Більшість вітчизняних бібліотек позначили свою присутність у мережі Інтернет створенням власних веб-сайтів, які зазвичай виконують лише інформаційно-презентаційні функції і недостатньою мірою реалізують можливості інтернет-комунікації для просування інформаційних продуктів і послуг до цільової аудиторії.

Одна з причин неефективності інформаційної діяльності сучасних бібліотек – несистемність застосування усього комплексу можливостей мережних комунікаційних засобів і каналів. Окрім цього, бібліотечний професіонал сьогодні недостатньо володіє теоретичними знаннями і практичними навичками підготовки інформації у різних жанрах комунікаційної журналістики.

Традиційно жанри поділяються на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні:

- інформаційні жанри: звіт, анонс, прес-реліз, інформаційні листи, інтерв'ю тощо;
- аналітичні жанри: коментар, рецензія, стаття, огляд;
- художньо-публіцистичні жанри: есе, етюд, памфлет тощо.

Незважаючи на жанрові переваги автора, професіоналові необхідно освоїти особливості кожного жанру. Журналіст може висвітлити одну й ту ж саму подію, суворо дотримуючись фактів; може провести аналіз ситуації; може передати враження від події. Головне при цьому – захопити читача і створити ефект особистої присутності. Бібліотека як ЗМІ використовує усі три різновиди жанрів. Створюються анонси заходів, прес-релізи новин, надаються коментарі, проводиться оцінка подій, друкуються статті, в яких аналізується робота. У бібліотечних

блогах публікуються огляди, рецензії, есе тощо. Розвиток бібліотечної журналістики як принципово нового напрямку діяльності бібліотек набуває останнім часом все більшого значення. Використовуючи усі доступні форми навчання і самоосвіти, бібліотекарі постійно науково розвиваються, освоюють нові веб-технології та сервіси, вдосконалюють свої професійні комунікативні навички. І хоча наразі у вищих навчальних закладах України бібліотекарів-фахівців з просування організації в соцмедіа поки що не готують, проте вже кілька років успішно працює Перша всеукраїнська школа бібліотечного журналіста на базі Харківської державної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка, організована за ініціативою Міністерства культури України, Харківського відділення УБА і програми «Бібліоміст». Формування розгалуженої структури інформаційного представництва сучасної бібліотеки ВНЗ ставить співробітників бібліотеки перед необхідністю вивчення специфіки мережевих каналів поширення інформації й освоєння компетенцій професії журналіста.

Треба зазначити, що журналістика останніми роками перестала бути чисто гуманітарною дисципліною. Запорукою успішності й ефективності роботи у сфері мережевих ЗМІ стала не лише журналістська майстерність, але і володіння комп'ютерною технікою, мережевими технологіями, тому істотно змінилися й вимоги до журналістів. Сучасний універсальний журналіст повинен уміти користуватися текстовими редакторами для набору і редагування тексту, програмами обробки мультимедійної інформації, а також знати програмне забезпечення для виходу в Інтернет, володіти сучасною технікою – сканером, веб-камерою, принтером, ноутбуком тощо. Крім того, він має знати механізм роботи пошукових систем для знаходження потрібної інформації, уміти перевіряти її на достовірність, а також бути комунікативно компетентним, знати культуру та лексику мережі, психологічні тонкощі веб-спілкування, особливості роботи веб-редакції й менеджменту ЗМІ. І якщо використання інформаційних технологій при пошуку та підборі матеріалу в Інтернеті вже давно і досить тісно переплітається з пошуковою роботою бібліотекарів, то освоєння мережі як сукупності інформаційно-комунікаційних каналів, інструменту для публікації матеріалів – це те нове, що привнесло життя до професійної діяльності бібліотекаря.

Успішному бібліотечному журналістові сьогодні вкрай потрібні такі якості, як:

- прагнення до самоосвіти, пізнання нового;
- бажання освоювати нові інформаційно-комунікаційні технології та використовувати їх у роботі;

- володіння іноземною мовою для повноцінного використання ресурсів Інтернету та включення у світовий інформаційний простір;
- здатність аналізувати і структурувати величезні масиви інформації;
- мати критичне мислення та володіти навичками перевірки інформації на достовірність.

Усі наведені вище критерії можна повною мірою застосувати до сучасного бібліотекаря, здатного, як журналіст, працювати з інформацією, аналізувати її, ранжувати та готувати інформаційні матеріали не лише суто про бібліотеку, але й про культуру в цілому, про освіту, соціальні проблеми, використовуючи приховану рекламу бібліотеки та її послуг. При цьому сучасний бібліотекар має вправно використовувати художні образотворчі мовні комунікативні засоби, володіти навичками підготовки матеріалів у різних жанрах, умінням писати цікаво і захоплююче. Бібліотечний журналіст має постійно освоювати нові інформаційні ресурси, створювати «майданчики» бібліотеки на різних інформаційно-комунікаційних каналах, активно взаємодіяти зі ЗМІ, використовувати інтернет-журналістику. Фахівець у цій галузі повинен постійно підвищувати свою кваліфікацію, вивчаючи, у першу чергу, еволюцію комунікації, зміну характеру читання, структуру мережевого тексту.

Сьогодні обсяг інформації, що надходить, настільки великий, що при її сприйнятті вона втрачає значну частину своєї цінності. У зв'язку з надвиробництвом інформації характер читання зазнає кардинальних змін. Так, читання веб-тексту суттєво відрізняється від читання паперової книги і відноситься вже до нового типу сприйняття інформації. Сучасний читач засвоює інформацію за трьома моделями, які найчастіше використовують у бібліотечній веб-журналістиці: перша – «твітерна» (100–200 знаків), за якою працюють мікроблоги, новинні стрічки, gss-підписки, коли досить побіжно проглянути стрічку, аби отримати величезний обсяг інформації. Але оскільки її обсяг часто-густо перевищує 200 знаків, то, як правило, частина змісту читачем ігнорується. Друга – «блогова» (2000–2500 знаків), що змушує читача витратити на ознайомлення декілька хвилин. Третя модель – «класична» (>5000 знаків). Вона передбачає наявність настільки великого тексту, що для його прочитання необхідно спеціально виділяти певний час. За таким типом читають об'ємні аналітичні статті, книги.

Треба зазначити, що мережа – це інтерактивне середовище, і у «просунутого» користувача формується стиль навігації за різними блоками інформації, який американці називають surf (серфінг), тобто пересування хвилями швидко, за своєрідною траєкторією. Читачі, по суті, сканують текст: прочитують розрізнені шматки даних, намагаються оцінити

потенційну значущість контенту, з легкістю переключаються на гіперпосилання і супутні матеріали. Система гіперпосилань є невід'ємною частиною семантичної структури мережевого новинного тексту. По-перше, посилання акцентують увагу читача на окремих компонентах змісту, по-друге, слугують початком навігаційного шляху до інших текстів, що доповнюють картину, а по-третє, є засобом впливу на читача. Використовуючи посилання, журналісти збагачують текст, надають йому інтерактивності, об'ємності й авторитетності. Крім того, текст посилань пошукові системи ранжують вище за звичайний текст, тому бібліотечному журналістові варто використовувати лінки, що «говорять», які, крім усього іншого, виконують також і функцію ключових слів.

Саме особливості сприйняття тексту з екрана, що відрізняється від читання традиційної преси, породили появу своєрідного стилю для інтернет-видань, який характеризують як усічений. Заплутана структура і складні слова дуже важкі для читання матеріалу з екрана монітора, тому зростає інформаційне навантаження на заголовки, перший та останній абзаци, а також на перші речення кожного абзацу. До того ж варто дотримуватися принципу: один абзац – одна закінчена думка. Відносна автономність змісту кожного абзацу, часта відсутність типових засобів зв'язку між ними є відмінними особливостями змістової структури мережевого новинного тексту й ефективним способом деталізації описуваної події. Структура новини має будуватися за принципом піраміди. Треба викладати факти в порядку зменшення їх важливості: спочатку стисло найважливіша інформація, потім деталізація певних моментів та нюансів. Причому структура пропозицій має бути гранично простою.

На жаль, часто-густо новини бібліотек побудовано за одноманітним шаблоном «такого-то числа в такий-то час там-то відбулося таке-то», за цього основний текст повідомлення, як правило, приховано за словом «далі», а стрічка новин стає відверто нудною. Мабуть, тільки в разі розповіді про акції, конференції, різноманітні заходи, що тривають по декілька днів, доречно розпочинати новину з дати. Аби правильно розпочати написання матеріалу з метою зацікавлення читача інформацією, встановлення з ним мовного комунікативного веб-зв'язку, треба спочатку виділити головне питання, від якого залежить основний акцент у ліді (перший абзац) і статті загалом. При цьому заголовок має складатися зі стислих словосполучень, з використанням дієслів, і розкривати тему, а лід повинен містити важливу інформацію та ключові слова. Цей заголовочний комплекс статті є своєрідним анонсом, мета якого – стисло подати інформацію, що передається текстом, повернути

увагу читача, налагодити з ним комунікативний зв'язок у веб-середовищі та спонукати його до переходу на наступний рівень сайту, де саме розташовано текст повідомлення. Це важливо тому, що в більшості веб-видань використовується багаторівнева система організації інформації, коли основний зміст мережевого новинного тексту розподіляється на декілька веб-сторінок. До речі, відмінність виконуваних функцій анонса і самого повідомлення допускає використання різної стилістики. Офіційні сайти, звичайно, дотримуються стилістики, характерної для традиційної преси, проте і їм, можливо, варто було б відмовитися від «мови партійних з'їздів» і виробити деяку невимушеність інтонації, що не зовсім доречно на папері, але виглядає природною на екрані комп'ютера.

Особливо це стосується соцмереж і блогів. Використовуючи розмовний стиль, враховуючи характер і вік аудиторії, буквально в трьох реченнях бібліотекар-журналіст повинен заінтригувати, надати емоційне посилання, закликати до певних дій, і тому бібліотечним журналістам постійно доводиться вчитися писати тексти, що чіпляють читача, оволодівати новими комунікативними засобами спілкування у веб-середовищі.

Крім змістової частини дуже важливою є також оптимізація візуального сприйняття тексту. Для цього структура матеріалу має бути побудована з урахуванням певних правил. Так, текст необхідно розбити на окремі частини з використанням ключових слів і підзаголовків, а інформацію, по можливості, подавати у вигляді маркованих списків. Крім того, необхідно передбачити вільний простір навколо тексту для комфортного його читання, а як фон сторінки треба використати або однотонний колір, або візерунок, що має мінімальну контрастність. Для забезпечення розбірливості матеріалу та привертання уваги читача ключові речення й абзаци треба виділити певним контрастним кольором або зображенням. Таким чином, можна виділити основні правила веб-журналістики, призначені для утримання уваги користувача: використання системи гіперпосилань; обсяг тексту на 50% менший за матеріал у друкованому виданні; багаторівневність організації інформації; максимальне використання різноманітних способів візуалізації сприйняття тексту читачем.

Разом з тим бібліотечна журналістика має і свої проблеми, серед яких найбільшою є невміння стати на клієнтоорієнтовану точку зору: зазвичай бібліотекар-журналіст пише про те, що цікаво йому, тоді як справжній журналіст – про те, що цікаво іншим. Тому, часто-густо, бібліотекареві й буває складно «розговорити» читача, якому просто не цікава пропонувана тема, встановити з ним комунікативний зв'язок у веб-середовищі. До того ж складно відмовитися від «захисної брони» казенної

мови, привчити себе вести з читачем неформальні діалоги, не боячись критики на свою адресу. Ще однією перспективною, але неосвоєною сферою застосування бібліотечної журналістики є бібліотечна адвокація, лобювання інтересів сучасної бібліотеки в суспільстві. І, зрозуміло, що науковим бібліотекам треба регулярно організовувати заняття з підвищення медіа-грамотності та удосконалювати навички роботи в інформаційно-комунікаційному веб-просторі.

Сьогодні великого значення набуває бібліотечна веб-журналістика як новий напрям у бібліотечній практиці. Активно використовуючи новітні інформаційно-комунікаційні канали, технології масової комунікації, бібліотека реалізує свою соціокомунікативну місію. Співробітники бібліотек ефективно використовують можливості засобів масових комунікацій для проведення рекламних та іміджевих кампаній для популяризації повного спектра бібліотечних послуг, доводячи таким чином, що бібліотекарі здатні не лише приєднуватися до комунікаційних процесів, але і організувати їх. Використання бібліотекарями України можливостей інтернет-журналістики (сайтів, блогів, професійних ЗМІ, співтовариств у соціальних мережах тощо) спонукає до зростання професіоналізму бібліотекарів, розвиває їхні аналітичні здібності. Журналістська діяльність бібліотекарів популяризує читання, залучає нових читачів, налагоджує комунікацію з партнерами бібліотеки і, як наслідок, сприяє формуванню позитивного іміджу бібліотек у сучасному інформаційному світі.

Список використаних джерел

1. *Баженова Е. Ю.* Структурная организация сетевого новостного текста / Е. Ю. Баженова // Вестн. Челябин. гос. ун-та. Сер.: Филология. Искусствоведение. – 2013. – Вып. 85, № 35. – С. 11–14.
2. *Волков М. В.* Особенности сетевого мышления. Восприятие текста [Электронный ресурс] / М. В. Волков // Самиздат. – Режим доступа: http://samlib.ru/w/wolkow_m_w/webtext.shtml. – Загл. с экрана.
3. *Машкова С. Г.* Интернет-журналистика: учеб. пособ. / С. Г. Машкова. – Т. : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.
4. *Назар'єва С. В.* Інформаційне представництво бібліотеки [Електронний ресурс] / С. В. Назар'єва // Библио.net: автор. блог. – 2015. – 26.02. – Режим доступа: http://biblioobzor.blogspot.com/2015/02/blog-post_26.html. – Назва з екрана.
5. *Павперов А.* Вне фокуса: как меняется чтение в цифровую эпоху

[Электронный ресурс] / А. Павперов // Афіша Daily. – Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/technology/reading-in-digital-age/>. – Загл. с экрана.

6. Печена А. В. Місце бібліотеки в системі масової комунікації / А. В. Печена // Вісн. Харк. Держ. акад. культури : зб. наук. пр. – Харків, 2014. – Вип. 42. – С. 196–204.

7. Ріжко Р. Л. Формування іміджу сучасної бібліотеки: бібліотечна журналістика [Електронний ресурс] // Бібліотеки ВНЗ України в процесі імплементації Закону «Про вищу освіту» та інформатизації суспільства: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Івано-Франківськ, 16–19 черв. 2015 р.) – Івано-Франківськ : НТБ ІФНТУНГ, 2015. – С. 259–265

8. Таланчук О. Б. Образ бібліотеки в соціальних мережах [Електронний ресурс] / О. Б. Таланчук // Бібліотека в освітньому просторі : інформ. бюл. – 2013. – № 15. – С. 15–22.

References

1. Bazhenova, E. Iu. (2013). Strukturnaia organizatsiia setevogo novostnogo teksta [Structural organization of network news text]. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Filologiya. Iskusstvovedenie – Announcer of the Chelyabinsk State University. ser.: Philology, issue 85, no. 35, pp. 11–14.*

2. Volkov, M. V (2017). Osobennosti setevogo myshlenija. Vospriatie teksta [Features of the network thinking. Perception of text]. *Zhurnal Samizdat – a Magazine is Samizdat.*

3. Mashkova, S. G. (2006). Internet-zhurnalistika: uchebnoe posobie [Internet-journalism: manual]. Tambov [in Russian].

4. Nazarjeva, S. V. (2015). Informacijne predstavnyctvo biblioteky [Informative representative office of library]. *Byblyo. net: avtorskyj blog – Biblio. net: Author's Blog.*

5. Pavperov, A. (2015). Vne fokusa: kak menjaetsja chtenie v cifrovuju jepohu [Out of focus: as reading is changed in a digital epoch] [in Russian].

6. Pechena, A. V. (2014). Misce biblioteky v systemi masovoi komunikacii [Library in the system of mass communication]. *Visnyk Harkivskoi derzhavnoi akademii kultury: zb. nauk. pr. – Announcer of the Kharkiv State Academy of Culture, issue 42, pp. 196–204. Harkiv.*

7. Rizhko, R. L. (2015). Formuvannja imidzhu suchasnoi biblioteky: bibliotekna zhurnalistyka [Forming of image of modern library: library journalism] Libraries of Ukrainian universities in the process of implementation of the Law on Higher Education and informatization of society: *Vseukrainska naukovovo-*

praktychna konferentsiia (16–19 chervnia 2015 roku) – All-Ukrainian Scientific and Practical Conference. Ivano-Frankivsk [in Ukrainian].

8. Talanchuk, O. B. (2013). *Obraz biblioteki v socialnih merezhah* [Library image in social networks]. *Biblioteka v osvritnomu prostori : inform. bjuletен – Library in Educational Space: Informative Bulletin*, issue 15, pp. 15–22.

Стаття надійшла до редакції 01.08. 2019.

Oleg Krivetsky,

Editor-in-Chief,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Kyiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8564-7097>

Librarian as Information Officer in Communicative

Web-Environment

Influence of web-environment on the professional competenses of librarian and journalist is analysed, the features of perception of network text readers are reflected. Attention is accented on The necessity for librarians to study basics of journalism and to increase level of their medialiteracy continuously is stressed. Traditional genres of communication journalism are brought. Library journalism is considered as fundamentally new direction of activity of libraries. The problems of library journalists certain in communication web-environment are defined.

A role and influence of social informative communications in activity of libraries are studied, in particular, modern directions of development and introduction of electronic informative resources in scientific libraries. Basic directions of libraries informatization and application of innovative factors to reformation of libraries activity are considered.

Comparison of features of text perception while reading from a screen and reading paper editions is conducted. The construction of news text is considered. The problems of library journalism are reflected. Priority directions of activity of librarians-journalists are preesented. Basic rules of web-journalism are brought in relation to the capture of new communicative facilities in WEB-environment, intended for maintenance of attention of user.

Keywords: library journalism, internet-journalism, medialiteracy, in-plant training.