

СЕКЦІЯ 4 СТРАТЕГІЯ І ПРІОРИТЕТИ БІБЛІОТЕЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Амаріцей Катерина Михайлівна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

БІБЛІОТЕКА ЯК ЧАСТИНА КУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА

Культурне середовище є досить широким поняттям, яке характеризує всю сукупність властивих певному суспільству культурних цінностей, звичаїв і звичок. Бібліотека відіграє важливу роль у цьому аспекті, а саме у формуванні національних та громадських цінностей у користувачів бібліотеки, оскільки слугує центром виховання громадянськості. Зараз вона є не тільки носієм інформації, а й місцем, що зберігає безліч пам'яток нашої культури.

Бібліотека за часи свого існування стала соціокультурним інститутом. Як невід'ємна й органічна частина культури, як найбільша цінність загальнолюдської культури, бібліотека є одним із найважливіших факторів культурного розвитку, поширення, відновлення і збільшення культурного надбання країн і народів, забезпечення наступності світового культурного надбання.

Загальними функціями соціокультурної діяльності бібліотек є:

- інформаційно-просвітницька;
- пізнавальна;
- культурно-виховна;
- комунікативно-організаційна;
- практично-дієва;
- розважальна;
- естетична;
- творча;
- релаксаційна.

Крім уже зазначених, бібліотека реалізує також низку інших, не менш важливих функцій: меморіальну, інформаційну, освітню, рекреаційну, соціальну, комунікативну, загальнокультурну.

Культурна функція сучасної бібліотеки посилюється завдяки прагненню кожної людини і кожного співтовариства до самоідентифікації і просування власної культури. Реалізуючи соціальну функцію, бібліотека забезпечує включення конкретної людини в культуру, сприяє її соціокультурній ідентифікації, допомагає особистості розкрити свій креативний потенціал.

Соціокультурна діяльність бібліотек має на меті організацію раціонального і змістовного дозвілля користувачів, задоволення і розвиток їхніх культурних потреб, створення умов для самореалізації і самоосвіти кожного індивідуума, розкриття його здібностей, самовдосконалення і аматорської творчості в межах вільного часу [1].

Також на сучасному етапі ця діяльність вирізняється різноманітністю застосування форм та засобів. На практиці соціокультурну діяльність здебільшого розуміють як форми індивідуальної та масової роботи з користувачами, зокрема виставкову діяльність, організацію тематичних вечорів, зустрічі з діячами культури.

Характерним для соціокультурної діяльності є застосування розмаїття форм; у рамках уже зазначених форм це диспути, читацькі конференції, презентації книг за участю їх авторів, усні журнали, вечори запитань і відповідей, години цікавих повідомлень, поетичні колажі, бібліоінформини, екологічні ігри, виставкові проекти, спільна діяльність бібліотек із музеями, архівами, видавництвами, краєзнавча діяльність, вебінари, літературні бібліоквести, буккросинги, флешмоби тощо [1]. Таких форм існує безліч, до того ж, із часом вони видозмінюються, щоб не втрачати зацікавлення відвідувача бібліотеки.

Варто зазначити, що рівень культури та освіти кожного громадянина є одним із ключових показників успішного національного розвитку, конкурентоспроможності держави на світовому ринку. Читання завжди було і залишається тим засобом, за допомогою якого цей рівень встановлюється, оскільки воно як головне джерело знань відкриває шлях до отримання інформації [3].

Втрата виняткової ролі читання в житті суспільства – основна тенденція останніх років. Основною метою підтримки читання є поширення серед громадськості позитивної думки про читання. Програми з популяризації книги та читання реалізуються із залученням у бібліотеки всіх категорій населення, але особлива увага приділяється популяризації читання підлітків та молоді. Необхідним складником сучасної просвітницької діяльності бібліотек зараз повинна стати мотивація дітей та молоді до читання корисної літератури, участі в різних конкурсах, творчої самореалізації [2].

Для просування читання серед громадськості бібліотекам радять використовувати такі методи:

1. Буктрейлер – короткий відеоролик, який стисло й наочно розповідає про зміст книги для її анонсування чи реклами. Цей метод є досить дієвим через те, що орієнтований на сприйняття віртуальної, а не вербальної, інформації;

2. Віртуальна виставка – виставка, місцем проведення якої є кіберпростір;

3. Різноманітні книжкові фестивалі із залученням місцевих друкарень та авторів.

4. У літній час досить вдалим рішенням є створення пересувного читального залу просто неба. Багато людей хочуть проводити час на свіжому повітрі, отже, прочитання книг у такому залі будуть приваблювати користувачів бібліотеки.

Важливо у культурологічній роботі постійно оновлювати бібліотечний фонд. Досить часто молодь сьогодні не замовляє книги через те, що бібліотечний фонд має застарілу літературу.

Загалом бібліотекарі можуть використовувати різноманітні методи для просування читання, головне – щоб ці методи були актуальні, викликали зацікавленість серед читачів певної бібліотеки.

Отже, бібліотека як центр виховання громадянськості і залучення до культури допомагає особистості взаємодіяти із суспільством. Як соціокультурний інститут вона слугує збереженню і впорядкуванню культурної спадщини суспільства.

Список використаних джерел

1. Матвійчук О. Є. Бібліотека як соціокультурний інститут: освітньо-виховна місія. URL: <file:///C:/Users/g.lukash/OneDrive%20%20%D0%94%D0%BE%D0%BD%D0%9D%D0%A3/%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D1%96%D0%BB/9982.pdf> (дата звернення: 10.04.2022).

2. Просування читання та залучення читачів: сучасні підходи і можливості. URL: <https://lib.kherson.ua/prosuvannya-chitannya-ta-zaluchennya-chitachiv-suchasni-pidhodi-i-mozhливosti.htm> (дата звернення: 12.04.2022).

3. Трансформаційні процеси у суспільній та соціокультурній сферах України: монографія / О. М. Анісімова, Л. А. Ковальська, Г. П. Лукаш, О. В. Прігунов, О. С. Щербіна, Т. М. Яворська; відпов. за вип. Т. М. Яворська. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2021. 185 с.



Зарубайко Марія Григорівна

(наук. керівник - д-р іст. наук, професор Біловус Л. І.)

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль

БІБЛІОТЕЧНА РЕКЛАМА ЯК КОМПОНЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СОЦІАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН

У житті сучасної людини реклама займає значне місце. Вона допомагає орієнтуватися в пошуках роботи, організації відпочинку, фактично стала частиною повсякденного та соціального життя. Півтора-два десятиліття тому термін «бібліотечна реклама» був відсутній у професійній лексичі.