



УДК 004.77:316.772.5:023.4

Вороніна Р.В.

Харківський національний медичний університет

Наукова бібліотека

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ТА ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА БІБЛІОТЕКАРЯ: ЗАГАЛЬНІ ПИТАННЯ ВЗАЄМОДІЇ

Зазначено роль соціальних медіа в професійній діяльності сучасної бібліотечної спільноти та реалізацію комунікативного процесу з їх залученням. Розглянуто місце комунікативної культури в системі професійних компетенцій сучасного бібліотекаря. Надано приклади практичного досвіду використання соціальних медіа Науковою бібліотекою ХНМУ.

Ключові слова: соціальні медіа, комунікативна культура, професійна компетентність бібліотекаря, представництво бібліотеки в соціальних медіа.

Указана роль социальных медиа в профессиональной деятельности современного библиотечного сообщества и реализация коммуникативного процесса с их привлечением. Рассмотрено место коммуникативной культуры в системе профессиональных компетенций современного библиотекаря. Даны примеры практического опыта использования социальных медиа Научной библиотекой ХНМУ.

Ключевые слова: социальные медиа, коммуникативная культура, профессиональная компетентность библиотекаря, представительство библиотеки в социальных медиа.

The role of social media in the professional activities of the modern library community and the implementation of the communicative process with involvement of social media are being explored in this article. The place of communicative culture in the system of professional competencies of a modern librarian is considered. Examples of practical experience of using social media by the Scientific Library of Kharkiv National Medical University are given.

Keywords: social media, communicative culture, professional competence of librarian, representation of library in social media.

Соціальне життя особистості на будь-якому етапі супроводжується процесом передачі інформації за допомогою вербальних та невербальних систем спілкування. Цей процес є безперервним, динамічним та диференційованим, при якому постійно змінюються форми і засоби донесення інформаційного посилання до реципієнта та спосіб можливого отримання відповіді як результату здійснення процесу комунікації загалом.

З появою мережі Інтернет та її активним використанням як у професійній діяльності, так і у побуті, процес обміну інформацією докорінно змінився, перейшовши на віртуальний рівень та сформувавши свої особливості реалізації, коли процес спілкування здійснюється не *de visu*, а за допомогою посередників, якими все частіше виступають саме технічні засоби, мережа та веб-ресурси.

Інтенсифікація використання ІТ-технологій в останні десятиліття сприяла формуванню інноваційних прийомів у процесі отримання і передачі необхідних даних та ґрунтовно вплинула на процес комунікації в цілому – кібернізація спілкування та перехід до віртуальної площини. Поширення цієї тенденції стало можливим за рахунок розгалуженої системи соціальних медіа. Дослідники теорії і практики соціальних комунікації дають велику кількість визначення терміну «соціальні медіа», ставлячи на перший план виконання функцій певної сфери діяльності, але узагальнення досліджень таке: **соціальні медіа** – це інтерактивний спосіб доставки інформації, який одночасно є засобом комунікації та майданчиком для спілкування і обміну контентом, де комунікативним джерелом виступає мережа Інтернет, а їх основними характеристиками є універсальність, інтерактивність, доступність, мобільність та комунікативність [3, с. 109-110]. Якщо казати про форму існування соціальних медіа, то найчастіше до них відносять соціальні мережі, блоги, підкасти, веб-сайти, інтернет-форуми, електронні та онлайн продукти.

Існуючі форми соціальних медіа використовують усі можливості для їх трансформації у соціальне явище, що діє незалежно від географічних та демографічних кордонів, формуючи віртуальну спільноту з різноматичним колом інтересів. Таким чином, соціальні медіа можуть претендувати на визнання їх в якості повноцінного соціального інституту, що характеризується інтерактивним і доступним механізмом комунікації, безпосередньою участю користувачів у створенні медійного контенту, максимальним зворотним зв'язком між користувачами та їх персоналізація.

Бібліотека, як одна з провідних установ роботи з інформаційними масивами, долучається до цього процесу, корегуючи свою практичну діяльність відповідно до сучасних тенденцій комунікативного месенджування. В рамках такого перетворення незмінним залишається тільки теза про професійні вміння та навички фахівця цієї області. Наразі, коли провідні спеціалісти соціокультурного напрямку зазначають важливість не теоретичних знань та деяких вмінь, а наявність вже сформованого рівня готовності до практичної діяльності, слід говорити саме про професійну компетентність. Вона розглядається як систематизована та інтегрована єдність, синтез інтелектуально-особистісних характеристик, які дозволяють бібліотекарю реалізувати весь його творчий потенціал, оперативно реагувати і пристосовуватись до змін у професійній діяльності та суспільстві в цілому.

Професійна або функціональна компетентність бібліотекаря передбачає багатоаспектну діяльність, яка прописана у функціональних обов'язках кожного співробітника з додачею креативного підходу. Якщо казати про змістовне наповнення професійної компетентності бібліотекаря, науковці виділяють такі напрями як інтелектуальна, ситуативна, часова та соціальна компетентності. Особливу увагу слід зосередити саме на соціальній, адже вона характеризується наявністю комунікативних здібностей для підтримки діалогу

та вирішення конфліктних ситуацій у спектрі використання елементів ділового спілкування між колегами, користувачами чи представниками керівництва.

Крім цього, соціальна компетентність включає вміння оперативно та доцільно надавати інформацію користувачеві, чітко формулювати завдання для підрозділів установи, висловлювати критику тактовно і аргументовано. Виходячи з вищенаведеного, можна стверджувати, що соціальна компетентність за своїм наповненням може бути синонімічною з комунікативною компетентністю, тобто, володіння висококультурними та диференційованими знаннями і вміннями застосування усного мовлення.

Для будь-якою сфери практичної діяльності важливим є не тільки наявність у фахівця переліку певних засвоєних компетентностей, а високий рівень вже сформованої комунікативної культури, оскільки фахівці систематично знаходяться у контакті типу «людина-людина». Слід звернути увагу, що поняття «культура» є ширшим, тобто компетентність як вузько направлені знання і вміння у певній сфері, входить до складу культури, в нашому випадку – до складу комунікативної культури, хоча поза увагою не залишаються професійна складова, бо вони доповнюють один одного.

Наразі в наукових дослідженнях є кілька спроб окреслити компоненти комунікативної культури, що визначають її направленість; традиційно до цього переліку включають когнітивний, операційний та практично-дійовий компоненти. Зазначається, що для реалізації усіх потреб процесу спілкування, необхідні такі структурні компоненти комунікативної культури: особистісно-рефлексивний, когнітивно-гносеологічний, операційно-діяльнісний та професійно орієнтований [2, с. 53]. Саме вони допомагають фахівцю сфери обслуговування здійснювати саморегуляцію із застосовування емпатії, досягати взаєморозуміння між мовцями, застосовувати арсенал усіх наявних засобів для

ефективного комунікаційного процесу, підвищувати показник ефективності комунікаційних дій у професійній діяльності.

Отже, можна резюмувати, що **професійна комунікативна культура бібліотекаря** – це синтез застосування мовленнєвого та творчого потенціалу особистості для вирішення стандартних чи ситуативних завдань з використанням основ бібліотечно-інформаційної сфери на професійній площині.

Зважаючи на окреслення професійного поля та тенденції залучення інтерактивних способів обміну і доставки інформації, зміна формату професійної комунікативної культури бібліотекаря стає актуальною, особливо в поєднанні із розгалуженою системою соціальних медіа. Найпоширенішим прикладом використання соціальних медіа майже кожною сучасною установою є веб-сайт. Саме ця форма стає «обличчям» установи чи підрозділу, де структуровано подано основну інформацію про неї (історія, адреса, контакти, структура та ін.); перелік послуг, що надаються; додаткова інформація, що є суміжною з сферою практичної діяльності установи тощо.

Сайт Науковою бібліотеки (НБ) Харківського національного медичного університету (ХНМУ) є прикладом систематичного і структурованого наповнення інформації, що допомагає у розвитку освітнього, наукового і соціокультурного процесу – надання оперативної інформації про нові надходження, наповнення електронного каталогу і університетського репозитарія, інформування про попередні і майбутні заходи в стінах бібліотеки, вітання з приводу професійних досягнень та інше. Головний чинником, що робить веб-сайт найпоширенішою формою соціальних медіа, є його мультифункціональність, багатозадачність та гнучкий механізм його змінення, тобто модератори сайту самостійно обирають та змінюють за вимогою інтерфейс, формат змістовного наповнення та кількість розділів і рубрик, які

можливо легко скорегувати, не порушивши цілісність і функціональність сайту як єдиної системи. Веб-сайт характеризується як багатозадачний інструмент, тому на його основі можна проводити різноманітні онлайн-форуми та обговорення.

Так, в НБ ХНМУ було проведено 2 науково-практичні інтернет-конференції «Бібліотеки і суспільство: рух у просторі та часі» (2015-2016 рр.) на платформі офіційного веб-сайту з розміщенням повнотекстової версії матеріалів та коментуванням публікацій учасниками конференції. Коментарі не публікувались миттєво, а проходили перевірку модераторами для уникнення спаму, запитань не з теми статті та коректності у висловлюваннях; такий процес необхідний для здійснення конструктивного професійного діалогу, що сприяє підвищенню рівня комунікативної культури в інтерактивному режимі.

Прикладом використання бібліотеками спеціальних систем коментування в рамках інтернет-конференцій є веб-сервіс Disqus («Вимірювання в бібліотеках: оцінка ефективності та якості роботи» НБ ХНУРЕ, 2017 р.). Зручність сервісу у тому, що він синхронізується з обраної учасником обговорення соціальною мережею, що пришвидшує процес комунікації.

Також, веб-сайт будь-якої бібліотеки надає можливість розміщувати власні електронні ресурси, створивши для них окремий розділ та активно рекламуючи їх для збільшення користувацької аудиторії. Одним із таких прикладів є структурування веб-сайту НБ ХНМУ для виокремлення корпоративного видання «Бібліотерапевт». В середині номери розподілені за роком випуску цього спеціалізованого періодичного видання. При здійсненні кліку на іконку відбувається миттєве посилання на повнотекстові версії у Репозитарія ХНМУ. Запропонований спосіб репрезентації сприяє налагодженню активного і плідного комунікативного зв'язку в професійному і творчому руслі з

представниками бібліотечної спільноти, співробітниками ХНМУ і студентством на шпальтах видання.

На сьогодні соціальні мережі стали невід'ємним елементом спілкування у суспільстві, не відділяючи особистісно-індивідуальні та професійні потреби людини. Соціальні мережі є засобом спілкування між комунікантом і споживачем інформації, вони можуть виступати одночасно майданчиком для обговорення проблемних питань як великою соціальною групою, так і сервісом для листування окремих індивідів [1, с. 36]. Це зручно для використання такими установою як бібліотека для інформування великих груп. Соціальна мережа Facebook надає можливість оперативно розміщувати найсвіжішу інформацію: новинки у фонді бібліотеки, оголошення про заплановані заходи, зміни графіку роботи, професійні досягнення, звіти, корисні посилання тощо. Якщо казати про використання цієї форми соціальних медіа в комунікативному процесі, то вона дозволяє здійснювати процес спілкування більш демократично, без офіційно-ділового відтінку викладу думки, але у професійному полі. Ще одна з переваг - особистісно-рефлексивний та професійно орієнтований зміст меседжу, що є ключовим для реалізації на практиці комунікативної культури особистості.

НБ ХНМУ також має офіційну сторінку у соціальній мережі Facebook, яка оперативно і систематично оновлюється новинами про всі події в стінах бібліотеки та інформацією про заходи і події, в яких приймали участь її співробітники. Інформаційні пости супроводжуються візуальним матеріалом – фото, відео, відскановані друковані елементи, скріншоти веб-сторінок. Такий принцип застосовується для візуалізації думки інформаційного посту і одночасно виконуються головні функції соціальної мережі в якості ЗМІ – надання інформації, дозування інформаційних пакетів для адекватного розуміння повідомлення реципієнтом, знайомство з культурним друкованим надбанням. Принцип персоналізації даних у соціальній мережі Facebook

дозволяє відтворювати ситуативність професійної дискусії за допомогою використання коментування постів. Це реалізується за допомогою симбіозу елементів етики професійного спілкування, нетикету та когнітивно-гносеологічного аспекту комунікативної культури особистості, а діалог йде з представниками окремо взятої сфери професійної діяльності.

Мультимедійна презентація матеріалу в сучасному інформаційному суспільстві стає необхідним елементом для підвищення інтересу до послуг бібліотеки та висвітлення останніх подій в стінах установи. Тому бібліотеками все частіше створюються аудіовізуальні продукти для популяризації власних інформаційних продуктів та створення позитивного образу у користувачів. Платформа відеохостингу YouTube надає можливість створювати та розміщувати такі матеріали на особистому каналі, що є для бібліотек ще одним інструментом для розповсюдження інформації, сприяння соціокультурного розвитку суспільства та проведення PR-кампаній.

В рамках анонсування виходу нового номеру корпоративного видання «Бібліотерапевт» редакційною колегією НБ ХНМУ прийнято рішення створювати відеоподкасти про тематичний зміст випуску, розміщуючи на каналі бібліотеки у YouTube та використовуючи в якості візуального додатку до заміток, які сигналізують про черговий номер періодичного видання. Така концепція сприяє використанню невербальних елементів комунікації, що розширює коло можливих реципієнтів та збільшує кількість каналів передачі, доставки і отримання інформації.

Отже, НБ ХНМУ має віртуальне представництво у формі офіційного веб-сайту, а також акаунти у двох найбільш поширених соціальних медіа світу за кількістю користувачів – соціальній мережі Facebook і каналі на відеохостингу YouTube, що викликають підвищений інтерес у користувачів та виконують одну

із головних своїх функцій – виступають в якості каналу та інструменту комунікативного процесу.

Перспективними соціальними медіа для використання бібліотеками ВНЗ найближчим часом є соціальні мережі Instagram та Pinterest, які мають суттєві переваги: численна молодіжна аудиторія, візуалізація інформаційних повідомлень і використання принципу кліповості мислення сучасної молоді, створення специфічного інформаційного повідомлення з конкретною метою, можливість наповнення мультимедійними елементами, тематичний розподіл матеріалу, інтегрована система посилань на інші профілі установи у соціальних мережах.

Таким чином, сучасні соціальні медіа сприяють динамічному розвитку комунікації в суспільстві, розширюють коло комунікантів і реципієнтів за допомогою безмежності мережі Інтернет, формують професійний імідж бібліотеки у поєднанні з етикою ділового спілкування, а також допомагають виконувати бібліотекарям професійні обов'язки та здійснювати конструктивні обговорення в онлайн-режимі.

Література

1. Битков Л. А. Социальные сети [Электронный ресурс] : между массовой коммуникацией и межличностным общением / Л. А. Битков // Вестник ЧГУ. – 2012. – Вып. 70, № 28 (282). – С. 36–38. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-mezhdu-massovoy-kommunikatsiey-i-mezhlichnostnym-obscheniem>.
2. Руденко Л. Структурні компоненти комунікативної культури фахівця сфери обслуговування / Л. Руденко // Педагогічні науки. – 2012. – № 3 (56). – С. 49–55.

3. Шестеркина Л. П. Основные характеристики социальных медиа [Электронный ресурс] / Л. П. Шестеркина, И. Д. Борченко // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. – 2014. – № 2 (55). – С. 107–111. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-novyh-sotsialnyh-media>.