

Теоретико-методологічні аспекти дослідження бібліотеки в системі масової комунікації

*Анжела Печена, аспірантка ХДАК,
директор наукової бібліотеки
Глухівського національного
педагогічного університету ім. О.Довженка*

Розглядаються теоретичні та методологічні особливості дослідження діяльності бібліотеки в системі масової комунікації.

Ключові слова: бібліотека, масова комунікація, масова робота бібліотеки, бібліотечні форми роботи

Соціокомунікаційні відносини у інформаційному суспільстві визначаються рівнем і ступенем розвитку як системи соціальних комунікацій в цілому, так і окремих її видів та елементів. В сучасних умовах особливого розвитку набуває масова комунікація — «відносно новий соціальний інститут, функція якого полягає у виробництві і розповсюдженні знань в якнайширшому розумінні слова» [20].

Як вид соціальної комунікації (Ф.Шарков) та інституалізоване виробництво і масове розповсюдження символічних матеріалів через накопичення і передачу інформації (Д.Томпсон), масова комунікація досліджується в контексті комунікології через призму багатьох наук: філософії, соціології, лінгвістики, психології, кібернетики, політології, етнології, педагогіки, журналістики, культурології [22; 9].

В числі публікацій, присвячених дослідженню феномена масової комунікації, важливе місце займають праці вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: В. Березин, М. Василик, Б. Грушин, В.Демченко, В. Здоровега, Л. Землянова, О. Зернецька, В.Іванов, С.Квіт, В. Конецька, А.Москаленко, М.Назаров, Т.Науменко, В. Різун, Б. Потятинник, В. Терин, Б. Фірсов, А.Черних, Ф. Шарков та інші.

До цього масиву долучаються і науки бібліотекознавчого циклу, які досліджують бібліотеку як соціально-комунікаційну систему, що у взаємодії з іншими інституціями організовує накопичення і передачу соціально важливої інформації у часі і просторі, та послугами якої одночасно може користуватися необмежена кількість людей.

Аналізуючи науково-практичний доробок дослідження бібліотеки в системі соціальної комунікації, можна дійти висновку, що наразі відбувається пошук спільних для бібліотеки та інших соціально-комунікаційних інституцій науково-теоретичних і організаційно-практичних умов, принципів, засобів, факторів, методів соціальної взаємодії; рівнів і форм функціонування різних видів соціальної комунікації: наукової, інформаційної, міжкультурної, документної, електронної, архівної, музейної, маркетингової тощо. Це засвідчують дослідження таких вчених, як Л. Бейліс, К. Генієва, І. Давидова, В. Ільганаєва, О. Лаврик, О. Мурашко, А. Соколова, А. Соляник, М. Слободяник, А. Чачко, О. Черних, Г. Шемаєва та інші, чії праці присвячені різноаспектним питанням функціонування бібліотеки в системі соціальних комунікацій.

Проте серед означеного кола публікацій до цього часу відсутні праці, де системно і послідовно розглядаються питання діяльності бібліотеки в системі масових комунікацій. Оскільки більшість сучасних бібліотекознавців вважає, що інформатизація суспільства і широке впровадження новітніх соціально-комунікаційних технологій в практику роботи бібліотек спричиняє трансформацію традиційних і виникнення нових функцій, видів і каналів бібліотечної комунікації, зокрема, масової, а також сприяє інтеграції бібліотеки з іншими структурами та інституціями (архівами, музеями, ЗМК, видавництвами, інформаційними установами), які входять до системи соціальних комунікацій і взаємодіють як формоутворюючі елементи соціокомунікаційного середовища [6;3], для нашого дослідження важливо встановити наявність теоретичних і методологічних ознак, за якими відбувається сучасний процес інтеграції бібліотеки і масової комунікації як взаємодіючих і взаємодоповнюючих комунікаційних систем, а також

визначити роль і місце бібліотеки в організації масово-комунікаційних процесів.

Метою статті є аналіз теоретико-методологічної бази дослідження особливостей діяльності сучасної бібліотеки в контексті розвитку системи масових комунікацій.

В результаті дослідження означеної проблеми нами передбачається вирішення таких завдань:

- вивчення стану розробленості проблеми даного дослідження шляхом аналізу науково-практичного доробку;
- визначення методологічного інструментарію дослідження бібліотеки в системі масових комунікацій;
- виявлення специфіки, розкриття ролі і місця масової роботи як виду діяльності бібліотеки в організації масово-комунікаційних процесів у суспільстві.

Для виконання означених завдань нам важливо насамперед з'ясувати, що являє собою масова комунікація як соціальне явище і як комунікативний процес з точки зору соціальної комунікації. Деякі дослідники слушно зауважують, що вивчення масової комунікації має свою історію і проблематику, яка розширювалась із виникненням і впровадженням нових способів передачі інформації: спочатку книг, газет і журналів, згодом радіо, ефірного та кабельного ТБ, супутникове мовлення, Інтернет [1].

Основоположником дослідження масової комунікації, що розпочалось у 20-х роках **XX століття**, став М.Вебер, німецький соціолог, який обґрунтував необхідність спрямування друкованих видань на різні соціальні структури та їх орієнтацію на формування людини.

Український вчений В. Різун виділяє три періоди розвитку масової комунікації: доіндустріальний, індустріальний та новітній —інформаційний), і чотири обов'язкових етапи:

- доіндустріальний період: 1) дописемний етап, в якому переважало спілкування на міжособистісному та груповому рівні, хоча й мало масові

прояви у вигляді різноманітних зібрань: натовпів, видовищних аудиторій, перед якими виступали мовці; 2) писемний етап, коли почало зароджуватись публічне спілкування — «утворення публік, різновидів спільнот, розсіяних у просторі, але об'єднаних інтелектуально на основі писаних текстів». Поява писемності спричинила епохальне, на думку автора, явище — виникнення свідомого авторства, що трактується ним як перехід до особової літературної творчості, а відтак — до професійної комунікації.

-індустріальний період: 3) друкований етап, для якого характерний остаточний відрив тексту від автора. Мається на увазі, що текст, створений автором, підлягав обробці та удосконаленню іншою людиною, професіоналом;

4) аудіовізуальний етап, в якому величезну роль відіграла поява радіо, телебачення та інших аудіовізуальних форм масової комунікації.

Новітній етап, якому автор дає назву «електронномедійний», характеризується посиленням інтенсивності та урізноманітненням масово-комунікаційних процесів та появою віртуальної масової комунікації [15].

Звернувшись до історії становлення бібліотечного соціального інституту, не можна обійти увагою той факт, що вже на ранніх стадіях свого існування бібліотека забезпечувала концентрацію духовної пам'яті людства, виражену в документних зібраннях, та створювала можливості для її суспільного використання. В історії розвитку системи масових комунікацій, особливо до появи преси, важко визначити інституцію, яка б могла організувати доступ до інформації у найбільш масовий, демократичний і доступний спосіб, ніж бібліотека. Відтак, співвідносячи розвиток бібліотечного соціального інституту з основними етапами формування сфери масових комунікацій, можна дійти висновку, що бібліотека в процесі свого становлення виступала в якості організатора масової комунікації.

Сучасному стану досліджень масової комунікації властива неоднорідність і неоднозначність. На цьому робить акцент вітчизняний дослідник В.

Демченко, який констатує, що в Україні склалась національна школа вивчення масової комунікації, проте виникають деякі принципові розбіжності «у підходах українських науковців до тлумачення поняття та функціональних особливостей масової комунікації» [2]. Подібної думки дотримується й російська дослідниця Т.Науменко, котра вважає, що теорія масової комунікації останнім часом розвивалась досить активно «вширину», а не в «глибину», її дослідження мали описовий, а не пояснювальний характер, внаслідок чого виявилась досить слабкою розробленість власне теоретичних проблем. Автор стверджує, що має місце недостатньо чітке виділення самого предмета дослідження – журналістика, масова комунікація, ЗМІ, ЗМК, – ці, далеко не співпадаючі об'єкти досліджень, постійно синонімізуються в процесі їх категоріального осмислення [11]. До думки Т. Науменко долучаються деякі українські вчені, вважають, що наразі не існує як єдиного визначення поняття «масова комунікація», так і спільних методологічних підходів у «розумінні та інтерпретації ключових понять: “інформація”, “комунікація”, “комунікаційне середовище” [2].

Терміном «масова комунікація», як зазначає В.Іванов, на сьогодні позначають мінімум три явища: 1) процес передачі та поширення інформації на масову аудиторію, 2) власне інформацію, 3) засоби масової комунікації [5].

Соціологи розглядають масову комунікацію в контексті понять «соціальний обмін», «соціальне спілкування», «соціальна взаємодія» і визначають її як «фундаментальний стан сучасного суспільства, в якому складна структура соціального і культурного простору з його численними секторами, що пов'язані між собою функціонально і за детерміністичними зразками, втілена у символічних формах і образах, які здатна сприймати і розуміти корпоративна, масова й індивідуальна свідомість» [16,с. 214]

За Ф. Шарковим, масова комунікація може бути представлена як процес непрямой взаємодії у великих спільнотах, де не ідентифікуються окремі особистості та групи; як взаємодія великої кількості неідентифікованих сторін, в процесі якої відбувається інтенсивний обмін великою кількістю інформації; а

також спрямування будь-якої інформації в аудиторію, кожен із знеособлених компонентів якої має теоретично рівну можливість отримання даної інформації Головною умовою, на думку автора, залишається безадресність інформації, яка направляється [23, с.8].

Л. Землянова під масовою комунікацією розуміє процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних засобів-мас-медіа. Автор виділяє п'ять основних особливостей даного процесу: 1) масовість аудиторії; 2) її гетерогенність; 3) використання високошвидкісних і репродукційних засобів зв'язку та інформації; 4) швидке розповсюдження повідомлень; відносно невелика споживча вартість інформації [4,с. 118-119].

Деякі автори основні характеристики масової комунікації виділяють наступним чином:

- 1) відправником повідомлень є частина організованої групи (представник інституції), чия основна функція тут є відмінною від власне комунікації;
- 2) приймає повідомлення індивід, що може розглядатись відправником як частина групи, з притаманними їй характеристиками;
- 3) каналом повідомлення є технологічно складна система розповсюдження інформації з обов'язковою наявністю соціального компоненту, що залежить від правових норм, звичок і сподівань аудиторії;
- 4) повідомлення в масовій комунікації- результат масового виробництва складної структури. До названих особливостей масової комунікації авторами долучаються також: публічний характер і відкритість, обмеженість і підконтрольний доступ до засобів передачі, опосередкованість контактів комунікаторів, велика кількість реципієнтів, інституціональна регламентованість відносин між сторонами [20;10].

Серед обов'язкових умов, необхідних для функціонування масової комунікації, виділяють наступні:

- Масова аудиторія, яка володіє певною загальною ціннісною орієнтацією;
- Соціальна значимість інформації, що сприяє виникненню, поширенню і підтримці функціонування масової комунікації;

-Відповідні засоби, що підтримують процес функціонування масової комунікації;

-Багатоканальність здійснюваних комунікацій і варіативність комунікативних засобів [24, с. 29].

Наявність означених умов характерна для середовища, в якому функціонує бібліотека. Вона має свою аудиторію, яку становлять представники всіх соціальних груп і категорій суспільства, незалежно від вікових, національних і соціальних ознак, релігійних і політичних поглядів. Основу діяльності будь-якої бібліотеки становить її документний фонд, представлений друкованими, електронними, мультимедійними, віртуальними ресурсами, інформаційна значимість яких відповідає потребам суспільства. Засобами підтримки комунікаційного середовища бібліотеки є відповідні технології і процеси, кадровий ресурс. Забезпечення варіативності каналів передачі інформації засобів уможлиблюється завдяки комунікативній природі бібліотеки як відкритої системи, що розвивається і формується відповідно до інтересів і прагнень суспільства [21]. Суттєвою особливістю бібліотеки є те, що для реалізації своєї соціокомунікаційної місії вона обирає найбільш прийнятні, оптимальні і ефективні види діяльності, які одночасно можуть виступати в ролі комунікаційних каналів. Одним з таких каналів яких може бути масова робота – вид професійної бібліотечної діяльності, який на даному етапі проходить процес трансформації і виходить за межі усталених комунікаційних форм, що традиційно використовувались бібліотекою для реалізації інформаційних та культурно-просвітницьких функцій.

Тут необхідно зазначити, що на даний момент в наукових колах ще остаточно не вирішене питання щодо класифікації засобів масової комунікації та їх співвідношення з поняттям «канали масової комунікації». В літературі ці терміни здебільшого виступають як синоніми. Узагальнений зміст поняття «канали комунікації» означає спосіб передачі повідомлення (за безпосереднього контакту комунікаторів або за допомогою технічних засобів); маршрут, реальна або уявна лінія зв'язку, за якою повідомлення передається від

комуніканта комунікату. Виділяють також соціальні (що виникають в процесі взаємодії між людьми) та технічні (телефон, телеграф, друковані та електронні) канали. Канали комунікації також визначаються як сформоване середовище передачі інформації від комунікатора до реципієнта, прикладом таких каналів можуть бути різні форми реклами, а також мітинги, зустрічі, інші організовані заходи, під час яких відбувається передача повідомлень від організаторів до учасників. В.Ільганаєва розглядає канал комунікації як засіб (шлях) передачі повідомлення від джерела до отримувача [7,с. 149].

При визначенні засобів масової комунікації, як зауважує О.Шермет, деякі автори обмежуються традиційно прийнятими: преса, радіо, телебачення. Інші дослідники називають театр, кінематограф, книгу, шоу-бізнес і т.д. Сам автор вважає, що «до числа основних засобів масової комунікації відносяться: преса, радіо, телебачення, Інтернет» [24, с. 31]. В. Лизанчук вважає, що засоби масової інформації — це «складна, цілеспрямована, динамічна система, що охоплює періодичні друковані видання, радіомовлення, телебачення, кіно, інформаційні агентства, інші форми періодичного поширення соціальної інформації" [8,с.8.]. О. Юдіна до сучасних засобів масової комунікації відносить «пресу (газети, журнали), книги, радіо, телебачення, інформаційні агентства, кінематограф, звукозаписи і відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити і панелі і т.п.» [25, с.5].

Як бачимо, з розвитком масової комунікації до її видів і засобів долучаються новітні, а традиційні набувають інноваційних форм. Для нашого дослідження важливим є той факт, що об'єднуючим елементом між бібліотекою і засобами масової комунікації виступає книга (газета, журнал) як документ, як носій інформації, як основний традиційний інформаційний ресурс суспільства: «з точки зору комунікативістики книга виявилась надійним засобом комунікації- сховищем інформації і засобом її трансляції, збільшуючи можливості комунікаційних контактів як між сучасниками, так і між поколіннями та представниками різних культур» [12]. Сучасна бібліотека, трансформуючись у інформаційно-культурний центр, поряд із традиційними

формами масової роботи активно впроваджує в свою практику технології масової комунікації, які сприяють формуванню нового образу бібліотеки, розкривають її інформаційно-культурний потенціал, а також співпрацює із засобами масової комунікації, використовуючи їх можливості для проведення рекламних та іміджевих кампаній з метою популяризації повного спектру бібліотечних послуг.

В.В. Різун звертає увагу на те, що зміст самого поняття «масові комунікації» не формується лише простим додаванням слів «маси» і «комунікація», та віддає перевагу терміну «масове спілкування». Він вважає масову комунікацію більшою мірою професійною діяльністю, «пов'язаною з технологізованими процесами збору, аналізу, вираження й поширення інформації» [13]. Вважаємо за необхідне далі процитувати автора: «Масова комунікація – це середовище. Вона є поведінковим, або діяльним, середовищем для таких професіоналів, як агітатори, пропагандисти, піарники, рекламисти, проповідники, журналісти, середовищем, що має свої закони, правила, принципи. Виконуючи свою роботу, пов'язану з володінням словом, пензлем, жестом, рухом, голосом тощо, професійні виконавці включаються у комунікативні відносини з іншими людьми» [14].

У бібліотечному діяльній середовищі комунікація існує як поліфункціональний процес та універсальний фактор [19], де одна з ключових ролей належить бібліотекареві - як професіоналу, так і особистості. Незважаючи на деякі песимістичні прогнози щодо безперспективності бібліотечної професії в умовах розвитку інформаційного суспільства, час і практика довели, що бібліотекарі цілком здатні не лише органічно влитись у соціокомунікаційні процеси, а й виконувати місію організаторів і виконавців масово-комунікаційних зв'язків. Бібліотекарям сьогодні доводиться працювати з різними, в тому числі соціально-проблемними категоріями населення, і засобами своєї діяльності створювати соціально та інформаційно привабливе середовище для забезпечення різноманітних (когнітивних, інформаційних, культурно-освітніх, творчих, дозвіллевих та ін.) потреб різних користувачів.

Крім того, бібліотекарі успішно справляються з покладеною на них роллю «консультанта, аналітика, технолога, порадника, викладача», співпрацюють не лише з постійним контингентом користувачів, а й з незнайомими людьми, в тому числі віддаленими у просторі, а також із так званими «нечитачами», які для забезпечення своїх інформаційно- комунікаційних, культурно-дозвіллевих потреб віддають перевагу не книзі, а електронним засобам масової інформації: телебаченню, Інтернет тощо [18]. До того ж бібліотеки з метою досягнення своїх функціональних цілей активно співпрацюють з владними, комерційними і громадськими структурами, рекламують свої ресурси і послуги, підтримують і розвивають зв'язки з громадськістю, тому для бібліотечних фахівців неабияке значення має професійне володіння сучасними масово-комунікаційними технологіями.

В.Іванов, аналізуючи масову комунікацію з позицій її основних складових елементів, функцій, особливостей діяльності окремих засобів мас-медіа, та піддаючи в даному аспекті всебічному розгляду визначення масової комунікації, подані в різний час різними авторами, під цим терміном розуміє процес поширення соціальної інформації, за його ж уточненням, інформації «позагенетичної, семантичної, яка фіксується в знаках, за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, відео, кіно тощо) на велику і розташовану в різних місцях аудиторію» [5]. Свої висновки автор приводить у відповідність із загальною формулою, висунутою американським політологом Г. Ласуеллом у 30-х роках ХХ століття: «ХТО- повідомляє ЩО- за яким КАНАЛОМ - КОМУ - з яким ЕФЕКТОМ». Прийнято вважати, що саме ця класична модель комунікації, незважаючи на неоднозначне ставлення до неї з боку багатьох теоретиків, в подальшому стала основою схеми опису процесу масової комунікації, оскільки надала можливість досліджувати її різні види і прояви: політичні і маркетингові комунікації, ідеологічну пропаганду, рекламу, PR-кампанії, зв'язки з громадськістю [23]. Ця модель, названа згодом «лінійною», базується на низці послідовних питань, які, на наш погляд, необхідно проаналізувати з точки зору діяльності бібліотеки:

1. «ХТО»? Комуникант – інстанція, певний суб'єкт, який організовує і контролює процес масової комунікації. В ролі комуниканта може виступати конкретна особистість або соціальна інституція, джерело інформації, автор інформаційного джерела і т.д. В нашому дослідженні роль комуниканта відіграє бібліотека - соціальна інституція, яка збирає, зберігає і ретранслює у часі і просторі створену людством інформацію, представлену у вигляді різноманітних документів.

2. «ЩО»? Цією ланкою комунікаційного процесу є повідомлення - інформація, яка може мати різноманітні форми: текстову, усну, друковану, аудіовізуальну, образотворчу та ін. Бібліотечним повідомленням може бути будь-яка інформація, зафіксована у книгах, періодичних, фото- та аудіовізуальних, а останнім часом в електронних, мультимедійних документах, документних масивах та інших джерелах інформації, в тому числі створених самою бібліотекою в усній, письмовій, текстовій, друкованій, образотворчій та іншій формі (бібліотечних каталогах, базах даних, оглядах, виступах, сценаріях, слайд-презентаціях, відеофільмах,).

3. «ЗА ЯКИМ КАНАЛОМ»? В якості комунікативного каналу можуть бути представлені соціальні і технічні засоби передачі повідомлення: радіо, телебачення, мас-медіа, друкований документ, організована зустріч (бібліотечний масовий захід, прес-конференція), рекламна акція, зв'язки з громадськістю, бібліотечний веб-сайт та ін. Варто зазначити, що бібліотека може як сама виступати в ролі комунікативного каналу, організовуючи процес передачі інформації в процесі індивідуального та масового бібліотечно-бібліографічного обслуговування (проведення масових заходів; надання інформації про документи, бібліотечні послуги за допомогою рекламних вивісок, оголошень, презентаційних роликів, банерів, буклетів, інформаційних листків, плакатів тощо), так і використовувати для інформування своїх користувачів сучасні засоби масової комунікації: радіо, телебачення, пресу, Інтернет тощо.

4. «КОМУ»? Комуникат –це масова аудиторія, що приймає повідомлення, інформацію з метою зміни своїх думок, оцінок, поведінки.

Потенційним комунікатором бібліотеки, її масовою аудиторією, на яку спрямована вся діяльність бібліотечного соціального інституту, є соціум. Послугами бібліотеки, незалежно від її типу, виду і відомчого підпорядкування - спеціальної, універсальної, масової (публічної) - одночасно може користуватись значна (в ідеалі необмежена) кількість людей (соціальних груп) з різною метою – науковою, навчальною, пізнавальною, розвиваючою, рекреаційною, дозвіллевою тощо.

5. З яким «ЕФЕКТОМ»? Ефективність комунікації визначається кінцевим результатом, в якості якого виступають зміни, що відбуваються у свідомості аудиторії за дотримання умов: правильного вибору комуніканта, який задовольняє аудиторію; створення повідомлення, яке відповідно сприймається аудиторією; вибору оптимального для аудиторії каналу передачі інформації. В якості змін, що відбуваються в суспільній свідомості користувачів бібліотеки, може бути формування на індивідуальному рівні системи загальнолюдських цінностей: громадянських, інтелектуальних, когнітивних, моральних, духовних та ін. На нашу думку, сьогодні немає потреби доводити, що бібліотека давно визнана в суспільстві джерелом знань, інформаційним і соціалізуючим центром, одним із найдоступніших осередків громадського спілкування, надійним і стабільним комунікаційним каналом трансляції загальнолюдських і національних цінностей у часі і просторі. Як зазначає І.П.Тікунова, нинішня «бібліотека перетворюється на одну з найбільш продуктивних і масових систем управління знаннями. Систематизуючи знання, виділяючи фрагментарний і глобальний його рівні, бібліотека, забезпечує об'єктивність і глибину пізнання навколишнього світу, стає ... важливим каналом інформації про світові процеси у сфері науки і культури, усуваючи розрив між інформаційно багатими та інформаційно бідними. ...Бібліотека впроваджує елементи моделі гібридної бібліотеки, що дозволяє забезпечити доступ до соціально значущої інформації і знань будь-якому мешканцеві...»[17].

На підставі проаналізованого матеріалу можна зробити висновок, що:

- завдяки виконанню функцій накопичення, переробки і використання потрібної суспільству інформації з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних засобів бібліотека виступає одним із організаторів, а масова робота – одним із каналів масової комунікації.
- Застосування бібліотекою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, інтеграція процесів функціонально-комунікаційної взаємодії бібліотеки з владними та соціальними структурами, інформаційними, науковими, просвітницькими, культурними установами, засобами масової комунікації дозволяє вдосконалювати масову роботу бібліотеки як стабільний комунікаційний канал і дають можливість позиціонувати бібліотеку в системі масових комунікацій як професійного комуніканта.

Масова робота сьогодні виходить за внутрішні рамки, носить міжсистемний комунікаційний характер, здійснюється із використанням технологій масово-комунікаційної, соціокультурної, соціально-педагогічної, просвітницької, інформаційно-освітньої сфери, що суттєво впливає на особливості функціонування бібліотеки як організатора трансляції у часі і просторі соціально значимої інформації. В умовах сучасних комунікаційних реалій для дослідження особливостей діяльності бібліотеки в умовах розвитку системи масових комунікацій доцільно застосувати комплекс методологічних підходів, першочерговим з яких, на нашу думку, має стати соціокомунікаційний підхід, який дає можливість досліджувати: цілісну природу масової комунікації в процесі суспільної взаємодії її суб'єктів; зміст і завдання внутрішніх і зовнішніх комунікаційних процесів і каналів бібліотеки в контексті її взаємодії з іншими суб'єктами масової комунікації.

Діяльність бібліотеки обумовлюється її статусом соціального інституту, на який покладаються певні суспільні функції і завдання, притаманні також іншим інституціям, що взаємодіють у сфері масових комунікацій. Визначити роль і місце бібліотеки в системі масових комунікацій, встановити логічні зв'язки між ними, розкрити суть масової роботи бібліотеки як одного з каналів масової комунікації дозволить системний підхід. Структурно- функціональний

підхід уможливить аналіз змісту, форм і методів організації масової роботи бібліотек України в сучасних умовах. Застосування порівняльно-історичного підходу уможливить дослідити особливості становлення масової роботи як виду діяльності вітчизняних бібліотек у контексті соціально-політичної трансформації суспільства, а також визначити історичні фактори впливу на впровадження форм масової роботи у практику роботи бібліотек. Для аналізу формування терміносистеми поняття «масова робота» в контексті його історичного розвитку та співвідношення з дефініціями «пропаганда книги», «популяризація літератури», «бібліотечний масовий захід», «культурно-просвітницька робота», «масове обслуговування», «культурно-рекреаційна діяльність», «культурно-дозвіллева діяльність», «виховна робота бібліотеки», «соціокультурна діяльність» доцільно застосувати термінологічний підхід.

Для дослідження масової роботи бібліотеки як засобу передачі духовних і культурних надбань суспільства, формування його культурно-ціннісних орієнтирів доцільно застосувати соціокультурний підхід.

Визначення методологічного інструментарію створює можливості для більш ґрунтовного дослідження специфіки масової роботи як виду діяльності бібліотеки в умовах розвитку системи масових комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции / Г.П. Бакулев.—М.: Аспект-Пресс, 2005.—176 с.
2. Демченко В.Д. Новітні парадигми вивчення теорії масових комунікацій в Україні (до проблеми концептуальної еволюції) / В.Д. Демченко// Держава та регіони: науково-виробничий журнал. –2010. –№2.- С 26-31. – (Соціальні комунікації).
3. Дурєєва Т. Застосування інформаційних технологій у бібліотечній сфері / Т. Дурєєва // Вісник кн.палати. – №1.– 2009. – С.23-25.

4. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: толковый словарь терминов и концепций /Л.М.Землянова. —М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.—301 с.
5. Иванов В.Ф. Масова комунікація як соціальне явище [Електронний ресурс] /В.Ф.Іванов. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act>. – Назва з екрана.
6. Ільганаєва В.О. Інституалізація соціально-комунікаційної сфери суспільства / В.О.Ільганаєва // Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації. – 2008. –№ 1-2. – С. 148-153.
7. Ильганаева, В.А. Социальне коммунікації (теорія, методологія, діяльність): Словарь-справочник / В.А. Ильганаева. – Х.: КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
8. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування: Підручник /Лизанчук В.В. — Львів: ПАІС, 2000. — 365 с.
9. Лукашевич М.П., Туленков М.В. Соціологія. Загальний курс. – К.: Каравела, 2004.– 456 с.
10. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований /М.М.Назаров. – М.: Едиториал УРСС, 2002.- 240 с.
- 11.Т.В.Науменко. Концептуальный анализ теории массовой коммуникации [Электронный ресурс] . – Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/771>). – Заглавие с экрана.
- 12.Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
13. Різун В.В. Загальна характеристика масово-інформаційної діяльності / В.В. Різун. –К. : Вид-во КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. –Лекція 1. – 134 с.
14. Різун В.В. Розвиток науки про масову комунікацію в інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка / В.В.Різун // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: наукове

- вид. –К.: Вид.-поліграф.центр «Київський університет», 2008. –Вип.16. – С. 4-9. –(Серія «Журналістика).
- 15.Різун Теорія масових комунікацій К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008.-260 с.
- 16.Соціологія: навч.посіб./ за ред. С.О.Макєєва. – 4-те вид., перероб. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. –566 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
- 17.Тикунова И.П. Концептуальная модель современной библиотеки: социально-философский анализ [Электронный ресурс] /И.П.Тикунова . – Режим доступа: http://tikunova-i.narod.ru/ni/koncept_avt.htm. –Заглавие с экрана.
- 18.Чачко А. Библиотекари в інформаційному суспільстві: не проблема, а реальність / А.Чачко // Вісник Кн. палати . – 2001. –№ 10. – С. 23-25.
- 19.Чачко А. Комунікативістика в системі гуманістичного розвитку сучасної бібліотеки / А.Чачко // Вісник Кн.палати . – 2004. –№ 1. – С. 30-32.
- 20.Черных А. Мир современных медиа /А.Черных.—М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007.—312 с. — (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского).
- 21.Черных О.В. Библиотека как открытая система в контексте межкультурной коммуникации [Электронный ресурс] / О.В.Черных . – Режим доступа: http://libconfs.narod.ru/2004/s1/s1_p31.htm . –Заглавие с экрана.
22. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник /Ф.И.Шарков. –М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010 . – 592 с.
- 24.Шарков Ф.И. Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебное пособие /Ф.И.Шарков. —М.: Издательство «Альфа-пресс», 2008.—256 с.
25. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дис...канд. социол. наук /А.И.Шеремет; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. — Екатеринбург, 2003.—164 с.
- 26.Юдина Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система: монографія /Е.Н.Юдина. –М.: Прометей, 2005.-160 с.

