

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій та менеджменту
Кафедра документальних комунікацій і бібліотечної справи

**ІНФОРМАЦІЙНА ТА
БІБЛІОТЕЧНО-БІБЛІОГРАФІЧНА
ДІЯЛЬНІСТЬ:
теорія, історія, практика**

Збірник наукових праць

Рівне – 2016

УДК 002+011+02

ББК 73+78

I — 74

Інформаційна та бібліотечно-бібліографічна діяльність: теорія, історія, практика : зб. наук. пр. / Рівнен. держ. гуманіт. ун-т. — Рівне : РДГУ, 2016. — 130 с.

До збірника увійшли наукові статті, підготовлені викладачами і студентами кафедри документальних комунікацій і бібліотечної справи РДГУ, а також деякі тези доповідей щорічної Звітної наукової конференції викладачів, аспірантів, студентів і співробітників РДГУ 16 березня 2015 р.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Відповідальний редактор

СІЛКОВА Галина Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент, зав. кафедри документальних комунікацій і бібліотечної справи РДГУ

Члени редколегії:

ШВЕЦОВА Галина Миколаївна — доктор історичних наук, професор;

МІЛЯСЕВИЧ Ірина Володимирівна — кандидат педагогічних наук, професор;

КОСТЕНКО Марина Степанівна — викладач.

ЗМІСТ

Розділ 1

Актуальні проблеми книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства

Швецова-Водка Галина

БІБЛІОЛОГІЯ — КОМПЛЕКСНА НАУКА,
ПРИСВЯЧЕНА КНИЖКОВІЙ КУЛЬТУРІ 4

Бережняк Олена

ХУДОЖНЯ ЛІТЕРАТУРА ЯК
ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КНИЖКОВОЇ КУЛЬТУРИ 8

Остапчук Юлія

ЕЛЕКТРОННА КОМУНІКАЦІЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ
СУСПІЛЬСТВІ 11

Жук Вікторія

ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ
«БІБЛІОТЕЧНО-БІБЛІОГРАФІЧНА ПРОФЕСІОЛОГІЯ»
У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ 14

Пасічник Людмила

БІОБІБЛІОГРАФІЧНІ СЛОВНИКИ ТА
ДОВІДНИКИ ЛІТЕРАТОРІВ ЯК ОДИН З ВИДІВ
ЗАГАЛЬНОЛІТЕРАТУРНИХ НАУКОВО-ДОПОМІЖНИХ
БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСІБНИКІВ 16

Татарин Сергій

“ШЕВЧЕНКІВСЬКА ЕНЦИКЛОПЕДІЯ” — НОВІТНЄ
ДОВІДКОВЕ ВИДАННЯ З ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ
ТА ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА 21

Бандилко Лілія

МЕДИЧНІ БІБЛІОТЕКИ РІВНЕНЩИНИ ЯК ЦЕНТРИ
БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СПЕЦІАЛІСТІВ ГАЛУЗІ 24

Ражик Лідія, Трачук Людмила БІБЛІОТЕЧНА РЕКЛАМА (З ДОСВІДУ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ УНІВЕРСАЛЬНОЇ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ)	29
Диха Світлана РОЗВИТОК НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАУКОВІЙ БІБЛІОТЕЦІ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ	33
Кирієнко Людмила ВИКОРИСТАННЯ ДИТЯЧИМИ БІБЛІОТЕКАМИ ЧЕРНІГІВЩИНИ КОМП'ЮТЕРНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КРАЄЗНАВЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ	36
Терлецька Наталія ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ ДЛЯ МОЛОДІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	41
Боровська Олена ОРГАНІЗАЦІЯ МАСОВОЇ РОБОТИ НОВОГРАД-ВОЛИНСЬКОЇ РАЙОННОЇ БІБЛІОТЕКИ ДЛЯ ДОРОСЛИХ ІМ. ЛЕСІ УКРАЇНКИ	44
Мельник Валентина МАСОВЕ БІБЛІОГРАФІЧНЕ ІНФОРМУВАННЯ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСНІЙ БІБЛІОТЕЦІ ДЛЯ ЮНАЦТВА: ПОЄДНАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ТА НОВАТОРСЬКИХ ФОРМ	46
Хімейчук Віра ЕЛЕКТРОННА БІБЛІОГРАФІЧНА ПРОДУКЦІЯ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ УНІВЕРСАЛЬНОЇ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ	50
Савчук Ірина ДРУКОВАНА БІБЛІОГРАФІЧНА ПРОДУКЦІЯ КАЛУСЬКОЇ ЦРБ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	54

Шеремета Тетяна ПОШУКОВІ МОЖЛИВОСТІ БІБЛЮГРАФІЧНИХ КАРТОТЕК КАЛУСЬКОЇ ЦРБ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	57
--	----

Розділ 2

Документні ресурси та інформаційні технології

Сілкова Галина МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДОКУМЕНТІВ ЯК ЧИННИК ЇХ ВИДОВОЇ КЛАСИФІКАЦІЇ	63
--	----

Луцишина Тетяна СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ БІБЛЮТЕК	66
--	----

Костенко Марина ВТОРИННОДОКУМЕНТНА ЛАНКА ВІТЧИЗНЯНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ З ПИТАНЬ ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРИ	69
---	----

Бабенко Жанна ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ПРОЦЕСИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	73
--	----

Сльоза Галина, Бабенко Жанна ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ В ІНФОРМАЦІЙНИХ УСТАНОВАХ	77
---	----

Хомич Наталія ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОНТЕНТУ ВЕБ-САЙТІВ ПРОВІДНИХ УСТАНОВ БІБЛЮТЕЧНОЇ СФЕРИ	80
--	----

Бучковська Олена РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	88
--	----

Крет Роман РОЛЬ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ У СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЦІ	92
Крет Ольга СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА	95
Сульжук Ольга ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СЛУЖБИ РІВНЕНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	98
Черніговець Тетяна ФОРМИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ІНСТИТУТУ МИСТЕЦТВ РІВНЕНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ РЕГІОНУ	101
 <i>Розділ 3</i> <i>Історія книги, бібліотечної справи та бібліографії</i>	
Шатрова Марина ІСТОРІОГРАФІЧНИЙ ЗРІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ РУКОПИСНОЇ КНИГИ В УКРАЇНІ	105
Мілясевич Ірина НАУКОВО-ДОВІДКОВИЙ ТА БІБЛІОГРАФІЧНИЙ АПАРАТ ЖУРНАЛУ «ВОЛЫНСКИЕ ЕПАРХИАЛЬНЫЕ ВЕДОМОСТИ» — ЗРАЗОК БІБЛІОГРАФІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ХІХ — ПОЧ. ХХ СТ.	113
Волкова Віталіна З ІСТОРІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧИТАЛЬНОГО ЗАЛУ ХЕРСОНСЬКОЇ ОУНБ ІМ. О. ГОНЧАРА	119
<i>Список авторів</i>	124

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Процес становлення в Україні демократичної політичної системи є динамічним і водночас складним. Необхідною умовою існування й розвитку демократії є закріплення на всіх рівнях суспільної свідомості та практики демократичних політичних цінностей. Особлива роль у процесі демократизації суспільства покладена саме на політичного лідера. Із принципом лідерства, стилем, особою лідера тісно пов'язаний і його образ, або як зараз прийнято називати імідж політичного лідера. Спостерігаючи за політичним лідером, у суспільстві поступово формується уявлення про притаманний йому стиль владної діяльності.

У політичному житті громадяни мають справу не з реальним політиком чи політичним лідером, а з певною «віртуальною реальністю» — зовнішньою стороною вияву його особистості, тобто з його публічним образом. Адже оцінки даного політика — це стереотипні реакції не на нього, а насамперед на екранний образ, який відповідає або не відповідає очікуванням і ціннісним пріоритетам реципієнтів.

У найбільш спрощеному вигляді сутність іміджу політичного лідера можна уявити через відповідь на запитання: «Яка людина цей політик?» Імідж або образ — це цілісне уявлення про лідера, яке існує у масовій свідомості. Таке уявлення може складатися як спонтанно, під дією різних чинників, так і цілеспрямовано, шляхом контролю над змістом розповсюджуваної інформації та комунікаційними потоками.

Образ лідера несе велике символічне навантаження. Важливими функціями іміджу лідера є функції національної інтеграції та національної ідентифікації.

Імідж політичного лідера є надзвичайно складним феноменом, який створюється на ґрунті надто специфічного сплетіння інформаційних, емоційно-комунікативних та діяльнісних чинників.

Імідж як уявлення про політика формується завдяки різним чинникам. Створення іміджу політичного лідера — це процес, який включає кілька кроків. Таку послідовність можна назвати технологією.

Можна виокремити такі етапи формування іміджу політика:

1. Вивчення ідеологічних і соціопсихологічних уявлень громадян про імідж «ідеального» політичного діяча, інституту і т. ін., який сформувався на даному етапі в суспільній свідомості.
2. Дослідження характеристик іміджу реального кандидата, сформованого (якщо він уже сформований) громадськістю на основі спонтанних, нережисованих виступів кандидата по телебаченню, радіо, у традиційній пресі до початку політичної кампанії.
3. Створення «упаковки», проектування іміджу кандидата, політичної партії, який можуть «купити» виборці внаслідок проведення рекламної кампанії.
4. Адаптація кандидата до обраного образу.
5. Розроблення форм, методів і засобів використання ЗМІ та результатів опитувань у поширенні політичної реклами, базуючись на обраному іміджі.
6. Апробація сформованого образу на публіці.
7. Реалізація створеного іміджу через ЗМІ, тобто його «продаж».
8. Аналіз ефективності рекламної кампанії та коригування раніше запланованих дій.

В особі лідера населення повинно побачити ті характеристики, які воно ж саме вважає визначальними. Саме вони дозволяють лідеру, виконуючи свої функції, запевняти населення в правильності обраного рішення. Значимість саме цього аспекту пов'язана іще з тим, що в сучасному світі різко зросла залежність лідера від населення. І не тільки у виборчий період. Він не може проводити своєї політики, не спираючись на підтримку народних мас.

Лідер повинен слугувати джерелом різного виду інформації. Він повинен нарощувати довкола себе різноманітні контексти, якими можуть виступати сім'я, хобі, минуле, ті чи інші пристрасті.

Серед основних форм досягнення політиком не тільки своєї впізнаваності серед електорату, а й формування позитивного іміджу найефективнішими вважаються такі:

- розповіді про епізоди з біографії, що характеризують харизматичні якості кандидата;
- презентація кандидата, наприклад, як доброго сім'янина, чуйної людини, керівника, надійного товариша тощо (при цьому доречно використати фотографії, відеоматеріали);
- виклад яскравих фактів з життя кандидата, що змусили його захопитися громадською та політичною роботою;
- демонстрація матеріалів про зустрічі кандидата з відомими людьми, видатними діячами держави, науки, культури тощо.

Процес формування іміджу політичного лідера є складним, багатогранним та важливим явищем для його перемоги у виборах. Імідж має бути конкретним і реальним, виборці повинні легко ідентифікувати його з особистістю політика, він має ґрунтуватися на реальних фактах і подіях, спиратися на те, що є популярним у суспільстві, відображати його пріоритети й очікування, а «команда» лідера має сприяти його поширенню.

Сучасна практика формування політичного іміджу лідера або партії володіє широким арсеналом дійових засобів від використання політичної реклами до системи паблік релейшнз. Використовуються вже апробовані методи «розкрути кандидата», його «упакування» і «продажу», «зниження іміджу конкурента», «війни компроматів» тощо. У сучасній політичній боротьбі нерідко застосовуються і «брудні» технології, вивчення яких допоможе протистояти їх впливові на громадську думку.

Однак, останнім часом у громадській думці зростає інтерес до політичних лідерів, що могли б викликати щирі симпатії у більшості населення і значною мірою відповідати іміджеві «улюбленець народу». Сучасний «ідеальний лідер» повинен синтетично поєднувати в собі якості типажів з високим професіоналізмом, моральністю і патріотичною відповідальністю перед своїм народом, здатністю об'єднати зусилля мільйонів для кардинального поліпшення як внутрішнього, так зовнішнього становища країни.