

20.04.2016

19 квітня розпочала роботу Четверта Всеукраїнська школа бібліотечного журналіста

19 квітня на базі Харківської державної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка розпочала роботу Четверта Всеукраїнська школа бібліотечного журналіста. Цього дня, вже традиційно, майстер-клас: «Корпоративні медіа як інструмент комунікаційно-іміджевої політики бібліотеки» для слухачів школи у режимі скап-зв'язку провела керівник прес-служби НБУВ Л. Поперечна ([Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського](#)).

Нагадаємо, що Школа бібліотечного журналіста – це навчально-інноваційний проект, реалізований з 2013 р. Харківською державною науковою бібліотекою ім. В. Г. Короленка за грантової підтримки програми «Бібліоміст» IREX/Україна. Мета Школи – сприяння професійному розвитку бібліотекарів, формування позитивного іміджу бібліотек як безкоштовних загальнодоступних центрів доступу громадян до інформації через взаємодію зі ЗМІ, а також сприяння реалізації слухачами власних бібліотечних медіапроектів.

Традиційною складовою навчання бібліотекарів-журналістів є тренінги, робота у творчих групах, майстер-класи.

Прес-служба НБУВ вже другий рік поспіль активно долучається до роботи Школи, презентуючи її учасникам свій досвід та напрацювання. Так, під час Третьої Всеукраїнської школи бібліотечного журналіста (14 квітня 2015) [схвальні відгуки слухачів](#) отримав віртуальний майстер-клас – «Основні принципи керівництва офіційною сторінкою бібліотеки в соціальній мережі» (н. с. Л. Поперечна).

До [програми Другої регіональної школи бібліотечного журналіста \(17–20 листопада 2015 р.\)](#) увійшли два виступи наших фахівців – «Організаційно-правові засади діяльності прес-служби бібліотеки» (м. н. с. В. Здановська) та «Корпоративні медіа як інструмент комунікаційно-іміджевої політики бібліотеки» (н. с. Л. Поперечна).

На прохання організаторів слухачам [Четвертої Всеукраїнської школи бібліотечного журналіста](#) було також запропоновано ознайомлення з корпоративними медіа як ефективним інструментом комунікаційно-іміджевої політики бібліотеки.

Під час майстер-класу, окреслюючи базові засади корпоративних медіапроектів, Л. Поперечна ознайомила слухачів Школи з поглядами вітчизняних дослідників на роль корпоративних медіа в налагодженні

ефективних іміджевих комунікацій; охарактеризувала особливості зовнішньокорпоративних і внутрішньокорпоративних медіа, прокоментувала вимоги щодо вироблення їх стратегії; проаналізувала різновиди корпоративних медійних проектів, які сьогодні активно реалізують більшість вітчизняних і зарубіжних бібліотек, а також поділилась досвідом управління представництвом Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського у мережі Фейсбук.

Особливе зацікавлення слухачів викликав презентований Л. Поперечною – як провісник вітчизняної корпоративної бібліотечної преси і яскравий взірець видання для персоналу – «Бібліотечний журнал: Орган співробітників Всенародної Бібліотеки України» (нині – НБУВ), що видавався Бібліотекою на пожертви її працівників у 1925–1925 рр.