

Список використаних джерел:

1. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року «Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України» від 23 березня 2016 р. № 219-р // URI: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/219-2016-p#n8> (1.V.2016).
2. Салата Г. В. Аспектуалізація діяльності публічних бібліотек України у проблемному полі державної інформаційної політики / Галина Володимирівна Салата // Наукові записки: [збірник наукових статей] / Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. – Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. – Випуск СХХ(120). – 288 с. – С. 253–267.
3. Салата Г. В. Учреждения консолидированной информации, или информационно-библиотечные центры Украины, в условиях евроинтеграции: к постановке проблемы [Текст] / Г. В. Салата, Т. В. Данилова // Молодий вчений. – 2016. – № 8. – С. 253–256.
4. Danylova T. Reorganization Asymmetry of Universal Information Centers in Ukraine: An Attempt at Civilization Communication Analysis / Tatyana Danylova, Galyna Salata // Research Revolution. International Journal of Social Science & Management. – Volume IV, Issue 10. – 31. – July 2016. 14/2, Rajbada Chowk, Indore – 452007 Madhya Pradesh, India – Page 75. P. 1–4.
5. URI: <http://kiev.segodnya.ua/kpower/biblioteki-kieva-poluchat-knih-na-2-mln-365-tyc-hrn.html> (8.X.2016).
6. URI: <http://ua.112.ua/suspilstvo/ukraina-povynna-vvesty-5g-do-2020-roku-ettinher-327520.html> (26. VI. 2016)
7. URI:<http://www.president.gov.ua/news/marina-poroshenko-prezentovala-prikladnu-model-biblioteki-no-38349> (30. IX. 2016).
8. URI:http://kievlast.com.ua/news/kievskie_vlasti_obeshhajut_popolnit_bibliotechnie_fond_i_literaturoj_na_15 mln_griven44160.html (8.X.2016).
9. URI:http://kievlast.com.ua/news/vlasti_kieva_otkazalis_finansirovat_biblioteku_dlja_slep_ih43942.html (8.X.2016).

Санакуєв М.Г.*кандидат філософських наук,**старший викладач,**Інститут журналістики**Київського університету імені Бориса Грінченка***ІМІДЖ ЯК МИСТЕЦТВО УПРАВЛІННЯ ВРАЖЕННЯМИ**

«Управління враженнями» – механізм, що найкраще був описаний відомим американським соціологом Е. Гофманом. Скільки на світі людей – стільки й іміджів. Знаючи те як будуть сприйматися та інтерпретуватися тією чи іншою групою людей, будь-які факти, відомості, що стосуються особистості (організації) – є основоположним психологічним підґрунтям для управління іміджем особистості (організації). Е. Гофман зосереджує дослідницьку увагу на тому, що він називає «мистецтво управління враженнями» («the art of impression management»). Таким чином, імідж – це враження що справляється на оточуючих, яке фіксується в свідомості у вигляді більш-менш розгорнутих емоційно забарвлених думок або суджень про об'єкт [1, с. 279].

В психології під іміджем розуміють характер стереотипу, що склався в масовій свідомості і має емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь. В усіх випадках імідж відображає соціальні очікування певної групи [3, с. 156].

Термін «імідж» (англ. image – образ, престиж, репутація) – візуальна привабливість особи, само презентація, конструювання людиною свого образу для інших. Імідж складається із зовнішнього образу (одягу, речей, міміки, поз, жестів) та внутрішнього образу, який неможливо побачити, але який відчувається і сильно впливає на сприйняття людини оточуючими (вміння правильно будувати діалог, різні позитивні сторони особистості, вміння розуміти інших з пів слова, вміння справляти враження на інших і таке подібне) [2].

Проводячи аналогію між реальним життям і театральною виставою в концепції «соціальної драматургії» існує необхідність аналізу та корекції власної поведінки. Така необхідність зумовлена кінцевою метою створення найбільш сприятливого враження та отримання найбільшої користі від взаємодії з партнером. В більш ширшому масштабі така взаємодія зумовлена соціальною необхідністю індивіда, що не залежить від конкретного намір, індивід зацікавлений у тому щоб контролювати поведінку інших людей. Ця мета може бути досягнута шляхом впливу на певну ситуацію та піднесення самого себе таким чином, щоб оточуючі діяли відповідно до власних планів індивіда.

Предмет такої драматургії це звичайно методи, за допомогою яких індивід у звичайній ситуації представляє себе і свою діяльність для інших; техніки, за допомогою яких він керує враженнями інших про себе; засоби, що ними він може скористатися під час свого спектаклю перед оточенням. Головний герой також збирає інформацію про своїх партнерів прагне керувати їхніми враженнями про себе. Отже відбувається взаємний обмін інформацією шляхом маніпулювання низкою сигнальних засобів (словесні заяви, зовнішній вигляд, поведінка), які всі учасники взаємодії, звичайно вміють інтерпретувати, а також взаємоспрямоване «вироблення вражень». Так соціальне життя у драматургічному аналізі постає нескінченною інформаційною грою, всі соціальні актори намагаються стати досвідченими гравцями, щоб уміти майстерно подати себе, досягти мети, правильно відіграти справжню сутність і наміри соціального партнера з яким взаємодіють [4].

Для створення бажаного враження на оточення індивід має використовувати набір засобів впливу. Існує два загальноприйняті та взаємозалежні види впливу: сигнальні засоби (словесні символи та їх замітники) та дії індивіда, що становлять мимовільну експресивну поведінку, і ці дії підтверджують словесні заяви або спростовують їх.

Навмисний контроль з боку індивіда відновлює симетрію інформаційно-комунікативного процесу і підштовхує оточення до продовження інформаційної гри, залучення до процесу який ніколи не закінчується. Процес «маскування-розкриття-фальшива відвертість-повторне розкриття» він затягує, тут найкраще місце займає незалежний спостерігач, який може адекватно поглянути на ситуацію зі сторони. Він незалежно може дати оцінку, адже не задіяний в цей процес.

Обґрунтовуючи власну позицію, переконаний, що незалежно від кількості зроблених під час інформаційної взаємодії кроків спостерігач має переваги перед актором, а тому первісна асиметрія комунікативного процесу спостерігається на перших етапах становлення особистості. Перші кроки становлення людини в суспільстві завжди здаються складними. Звертаючись до більш досвідченіших акторів особистість набуває досвіду комунікації, змістовного аналізу власної поведінки та оточуючих.

Підсумовуючи варто зазначити візуальна привабливість особи її престиж, репутація та глобально імідж є досить складним процесом і явищем. Кропітка робота над собою, правильна розстановка акцентів, вміння вибудувувати діалог з оточуючими, гармонійне поєднання дій з власною позицією і є ключовими позиціями мистецтва управління враженнями.

Список використаних джерел:

1. Гофман Ирвинг Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: Изд-во «КАНОН-пресс-Ц», 2000. – 299 с.
2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – К.: Ваклер, Рефл-бук, 2004. – 768 с.
3. Перелигина Е. Б. Психология имиджа. – М.: Аспект Прес, 2002. – 223 с.
4. Сосин В. А., Лунев П. А. Учимся общению: взаимопонимание, взаимодействие, переговоры, тренинг. – М.: Изд-во ИП РАН, 1993. – 156 с.

Яворська Н.В., Титар В.В.

студенти,

Науковий керівник: Федущко С.С.

асистент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ВПЛИВУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРОЦЕС ІНФОРМАТИЗАЦІЇ БІБЛІОТЕК

В XXI столітті є помітним відставання бібліотеки від інших систем наукових комунікацій, які раніше освоїли інформаційні технології. Можливість вільного доступу до інформаційних ресурсів, які знаходяться не лише в Україні, а й в усьому світі, сьогодні визначається як найголовніший критерій діяльності бібліотек.

XXI століття – це століття інформаційного суспільства, де головна увага приділяється знанням та інформації. З початку свого існування бібліотека допомагала і допомагає орієнтуватись у сфері знань. Оскільки бібліотека є центром інформаційного суспільства, яка виконує завдання носія знань та інформації.

Інформатизація – це сукупність та впровадження нових технологій, які підвищують та полегшують працю бібліотекарів та надають якнайшвидший доступ до інформації читачам. Одним із компонентом інформатизації є