

## ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ В БІБЛІОТЕЦІ МФ НАУКМА: ЗАСТОСУВАННЯ INTRANET В ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ БІБЛІОТЕКИ

*Навчальна бібліотека — найстаріший тип бібліотечного закладу. Протягом усіх років навчання вона є головним помічником студентів у підготовці до семінарів, написанні курсових та дипломних робіт. Викладачі, наукові працівники, аспіранти прямують до бібліотеки за науковою літературою, консультаціями, новітніми публікаціями.*

До недавнього часу позиція бібліотеки як соціального інституту здавалась непохитною. Бібліотека була єдиним закладом, який професійно займався збиранням, систематизацією, зберіганням і доведенням інформації до користувача. Така історично створена монополія гарантувала бібліотеці усталене місце в традиційній системі інформаційних комунікацій: ні в якому іншому місці потенційний читач не міг отримати доступ до професійно оброблених і ретельно збережених інформаційних масивів. Система електронних інформаційних комунікацій, яка формується на очах нинішнього покоління, кардинально змінює ситуацію у сфері збирання, зберігання та обробки даних. Стрімко зростаючі технології глобальних комп'ютерних мереж створюють в інформаційній галузі нову систему відношень, що відображує реалії технічного рівня сучасності. Інтенсивність змін значною мірою зумовлюється тим величезним значенням інформації, якого вона набуває в постіндустріальному суспільстві, де стає головним товаром, ресурсом і інструментом одночасно.

Ідеалом сучасної бібліотеки Л. Б. Хавкіна вважала активність, організацію широкого користування книгами. Ще 1918 року вона писала: «Якщо за давніших часів метою бібліотеки було накопичення книжкових багатств, то нині її завдання — використання накопиченого матеріалу. За давніших часів бібліотека лише більшменш задовольняла попит на книгу. Тепер бібліотеки самі намагаються різноманітними засобами створити і посилити цей попит. Бібліотека не залишається застиглою і непорушною. Вона не чекає, поки читач прийде до неї, а сама іде йому назустріч».

Реформа вищої освіти, економічна ситуація в державі значно вплинули на вироблену роками систему обслуговування. Комп'ютерні технології, Інтернет відкрили нову сторінку в розвитку бібліотеки, її працівники не мають права відста-

вати від рівня знань користувачів в освоєнні нових інформаційних технологій. Останнім часом від читачів надходять усе складніші запити, які досить важко задовольнити звичайним чином. У зв'язку з розвитком інформаційних технологій бібліотека як активний посередник між користувачем і джерелом інформації повинна постійно бути готовою до змін, передбачати потреби читачів, використовувати кожну зручну нагоду для введення новацій, підвищувати класифікацію персоналу, співпрацювати з іншими бібліотеками і організаціями, конвертувати всю унікальну інформацію не тільки в традиційну, а й в електронну версію, дотримуватись розробки відкритих систем. Інтернет-технології призвели до ліквідації монополії бібліотек на володіння даними в систематизованому вигляді. Різке підвищення ролі і вартості інформації спричинило появу великої кількості значних корпорацій і дрібних фірм, що виконують по суті традиційні бібліотечні функції. Це документи в електронному вигляді. Складається ситуація, коли для доступу до документів не обов'язково фізично звертатись до бібліотеки. При цьому бібліотеки, забезпечуючи безкоштовне, але в той же час менш якісне обслуговування, будуть витіснятися з серйозного інформаційного ринку. На сьогоднішньому етапі бібліотеки і фірми абсолютно не заважають одне одному. Більше того, наявність цифрових масивів знімає значну долю читачького навантаження з реальних книжкових видань. Але з поступом технічного прогресу, маючи доступ до мережі, кількість користувачів електронних фірм зростатиме. Отже, послуги реальних бібліотек у системі електронних комунікацій мають бути конкурентоздатними в порівнянні з тими послугами, які надають віртуальні інформаційні служби.

Для досягнення цієї мети дуже важливим аспектом діяльності бібліотеки є зв'язки з громадськістю. Західні спеціалісти визначають це як Public Relations (PR). Жодна організація не може

обходитись без зв'язків з громадськістю. Суть їх полягає в тому, щоб розвивати такі відносини, які могли б посилювати позитивне та виправляти негативне уявлення, яке виникає в процесі встановлення відносин. Офіційне визначення такого поняття, як паблік рилейшнз було дано радою Інституту паблік рилейшнз: «Практика паблік рилейшнз — це ретельно зважені і плановані зусилля, спрямовані на встановлення і підтримання взаєморозуміння між організацією та її користувачем». Тобто значну роль тут відіграють такі поняття, як «спілкування», «співпраця», «взаєморозуміння». Наводячи перелік того, що можна досягти за допомогою паблік рилейшнз, треба пам'ятати і про те, що їм не під силу. Якими б активними не були зв'язки, навряд чи хтось захоче мати неякісні чи недоречні послуги.

То які ж цілі використання паблік рилейшнз у бібліотеці? Адже 10 років тому цього поняття зовсім не було в професійному лексиконі бібліотекарів. Частіше вживалося звичне для всіх «пропаганда», «залучення читача» тощо. Таким чином, бібліотечний паблік рилейшнз має давні традиції. Просто сьогодні принципово змінюється його зміст, ускладнюються функції і оновлюється методика цієї діяльності. Вузівська бібліотека на сучасному етапі має розвивати традиційні і виконувати нові функції за допомогою трохи незвичайних прийомів: формувати естетичне, комфортно організоване середовище, спілкуватися зі студентами у довірливо-приятному тоні. Як уже зазначалось, паблік рилейшнз не треба вважати чимось принципово новим у вітчизняній практиці, а тим більше — калькуванням закордонного досвіду. Старше покоління пам'ятає, як нестандартно, легко і весело вміли, наприклад, розповісти про книги, оформити виставки й інтер'єри бібліотекарі 10 і 20 років тому. Тож мається на увазі не відверте запозичення ідей, а в першу чергу знайомство з досвідом закордонних спеціалістів, колег-бібліотекарів.

Чого ж хочуть досягти бібліотекарі, використовуючи форми та методи паблік рилейшнз. У різних бібліотек різні пріоритети, які відображають ті потреби, що виникають у місцевих умовах. Спрямованість паблік рилейшнз у бібліотеці залежить від багатьох факторів. Наприклад, одним треба акцентувати увагу на обслуговуванні, інші мають намір розвивати контакти з відділами та кафедрами. Кожна бібліотека сама визначає ту галузь, в якій вона буде працювати і, звичайно, у всіх вони різні. Дуже цікавим і цілеспрямованим є такий метод, як бібліотекознавчі дослідження, що в сучасних умовах можуть стати початком вдосконалення та переформування бібліотечної практики.

Першу свою бібліотекознавчу розвідку в бібліотеці МФ НаУКМА ми здійснили в 2001 р., тобто на п'ятому році існування вузу і відповідно бібліотеки. Як можуть дізнатися бібліотекарі, що найбільше потрібно їхнім читачам? Треба запитати самих читачів. А посередником між студентами і бібліотекарями була скриня під назвою «Банк ідей». Оскільки студенти — народ дуже тямущий, то вони не змусили нас довго чекати, й ідеї посипались одразу. Деякі побажання студентів ми передбачили, але все ж таки розмаїття ідей вражало. В дослідженні взяло участь 17 % студентів від загальної їх кількості. Серед ідей, що виявилися найбільш бажаними, була така, як видача книг із читального залу на ніч — 50%. Друге місце (по 10%) посіло декілька пропозицій: збільшити кількість розважальних журналів, збільшити кількість місць у читальному залі, винести подяку бібліотекарям за гарну працю, повністю забезпечити студентів підручниками (з розрахунку 1/1). На третє місце (по 5 %) вийшли такі пропозиції, як: наявність бейджів у бібліотекарів, на що ми відреагували одразу, декілька пропозицій було побутового характеру, і дуже приємно було, коли запропонували підвищити заробітну платню бібліотекарям. Але ми були трохи здивовані, що таке важливе питання, як створення електронного каталогу заторкнуло тільки 4 % респондентів. Було також немало одиничних ідей-побажань. Але якщо побажання було важливим, ми намагались його виконати терміново. Наприклад, першокурсникам був вкрай необхідний підручник, якого немає в нашій бібліотеці — його отримали по МБА і ним можна було користуватись протягом потрібного часу. А від старшокурсників ми отримали прохання попрацювати посередником між студентами та викладачами. Пропозиція була такою: видавати викладачам книги на термін, передбачений правилами користування бібліотекою. Напевно, така проблема існує в кожній вузівській бібліотеці. І тільки таким чином наші студенти знайшли можливість сказати своїм викладачам про їх порушення. Результати цього дослідження було надруковано в академічній газеті, а також розміщено на бібліотечній сторінці в місцевій мережі. На всі питання, що турбують наших читачів, ми намагались відповісти якомога докладніше. Це була перша спроба встановити контакт між бібліотекою та її постійним читачем. І ця спроба не тільки вдалася, а й усім сподобалась і мала певні позитивні наслідки.

Після декількох вдалих виступів у вузівській газеті, ми вирішили, що статті про бібліотеку повинні виходити регулярно. Адже друковане слово відіграє велику роль у діяльності будь-якої організації. Тільки цей метод потребує дуже

уважного підходу. Як відомо, найбільшого ефекту буде досягнуто тільки в тому випадку, якщо стаття адресована конкретній аудиторії. Статті для потенційних читачів і активних користувачів мають бути написані зрозуміло і доступно. Отже, наступна стаття була написана в жартиливому, досить легкому тоні, тому що присвячено їй було проблемі, яка існує завжди — замовленню книг за зовнішніми ознаками: кольором, картинками на обкладинці, приблизною назвою тощо. Мабуть, причина цього явища полягає не тільки в тому, що студенти, намагаючись заощадити час, не звертаються до каталогу, деякі з них просто не вміють ним користуватись. Тому ми не стали обмежуватись тільки низкою бібліотечних уроків. Заздалегідь бібліотекарі відділу обслуговування зібрали найцікавіші вирази студентів щодо замовлення книг. Наприклад: сіро-буро-пошкрябана історія, маркетинг зі злим автором, матпрограмування з головою і т. д. Усі ці «перлини» ми також надрукували в університетській газеті. Це виявилось не тільки дуже розважально та смішно. Студенти потім приходили до бібліотеки і зізнавались, що хоча це і смішно, але не зовсім відповідає рівню студентів НаУКМА, і погоджувались, що таким чином утруднюють роботу бібліотекарів. Після виходу цієї статті студенти почали активно користуватися каталогом. Бібліотекарі ж, зі свого боку, завжди приходять на допомогу тим, хто не вміє користуватись каталогом. Особливо це стосується першокурсників, а іноді навіть і співробітників університету. Що стосується бібліотекарів, то їх просто треба зорієнтувати на те, щоб вони приділяли максимальну увагу користувачам бібліотеки, а не перетворювались на таких собі «регулювальників», які тільки спрямовують до каталогу або потрібної полиці. Читач не повинен в жодному разі відчувати зневажливе ставлення до себе. Адже бібліотека — це знайоме місце для бібліотекаря, але не для студента-першокурсника. Тому треба вчитись розуміти своїх відвідувачів, щоб краще вирішувати їхні проблеми. Адже з точки зору паблік рилейшнз — найкращою рекламою є рекомендація задоволеного клієнта. Один із наших студентів сказав: «Наші бібліотекарі — найбібліотечніші бібліотекарі в світі» — це було найвищою оцінкою.

Іще одна дуже серйозна проблема, яку бібліотекарі вирішували за допомогою друкованого слова, — це виривання сторінок із підручників. Адресована стаття була виключно першокурсникам, тому що початок навчального року завжди супроводжується такими неприємними фактами. Цього року першими порушили правила ті, хто через 5 років отримують дипломи

юристів. Потім до них приєднались економісти, а за ними і філологи. Так, за два місяці було зіпсовано 10 книжок. У бібліотеці МФ НаУКМА існує правило: п'ятеро останніх читачів, які читали цю книгу, мають її поновити. Адже ми не можемо виявити винного, тому і встановили таке правило. Таїм чином ми поновили чимало книг. Після звернення через газету до першокурсників виривання сторінок припинилось. З моменту виходу статті в газеті — жодної зіпсованої книги. Отже, як виявилось, бібліотечні публікації можуть не тільки фіксувати досягнення бібліотеки, а також інформувати, а іноді навіть і переконувати, вирішуючи при цьому дуже важливі питання і серйозні завдання.

Не залишилась поза увагою і така давня форма роботи, як день інформування. Проводяться дні інформування у нас цілеспрямовано — по факультетах. Фонд бібліотеки за 2001 рік збільшився на 12 %. Саме з новонаходженнями ми і знайомимо студентів та викладачів на днях інформування.

Ми завжди намагаємось показати своїм читачам, що вони бажані відвідувачі бібліотеки. Наприклад, у нас уже встановилось правило, яке стало доброю традицією в бібліотеці. Кожного Нового року, при перереєстрації читачів, першим десяти відвідувачам вручаються подарунки — календарі, блокноти, канцелярські товари.

Цікавий підхід бібліотекарі МФ НаУКМА знайшли також і до боржників. Адже іноді, навіть після декількох нагадувань про повернення книги, читач не поспішає її повертати. Тому кожного року в Усеукраїнський день бібліотекаря ми проводимо акцію під назвою: «Книга повертається в свій рідний дім». Напередодні на всіх дошках оголошень вивішуються оголошення про те, що на честь свого професійного свята бібліотека проводить акцію щодо повернення заборгованих книг. А за сміливість і чесність бібліотека відзначить всіх, хто повернув книги, поновленням в читацьких правах. Коли ця акція проводилась вперше, то були дуже великі сумніви, що це спрацює. Але, як виявилось, сумніви були марні. Іноді книжки приносили боржники, інколи — їхні друзі, а інколи навіть прибиральниці. А минулого року до бібліотеки повернулась книга, яка зникла ще 1996 року. Отже, з усіх методів роботи з боржниками цей виявився найдієвішим.

Однак на сучасному етапі вже неможливо обмежувати читача бібліотеки лише традиційними виданнями на паперових носіях. Бурхливий розвиток комп'ютерних технологій змінює не лише форми та види інформаційної продукції, а й змінює уявлення користувачів про призначення та функції бібліотеки. Найбільш суттєві зміни в бібліотеці МФ НаУКМА пов'язані

з виникненням електронних видань, використанням компакт-дисків та телекомунікаційних можливостей глобальної інформаційної мережі Internet. Започаткована колекція компакт-дисків, баз даних на CD-ROM, підключення бібліотеки до загальноуніверситетської мережі.

До всіх цих нововведень ми додали ще кілька власних. По-перше — в загальноуніверситетській мережі з'явилася бібліотечна сторінка. З самого початку було заплановано, що вона має допомагати студентам і викладачам у навчальному процесі. Завітавши до нашої сторінки, читач може отримати загальні відомості про бібліотеку, ознайомитись з правилами користування каталогами, з'ясувати, до кого із бібліотекарів звертатись по потрібну інформацію. Там же розміщені електронні журнали, відомості про періодичні видання, що надходять до бібліотеки. Бюлетені нових надходжень завжди до послуг читачів у друкованому варіанті. На бібліотечній сторінці вони розташовані поквартально, за всі роки. Сьогодні ми вже навіть можемо здійснювати розсилку бюлетенів в електронному вигляді по внутрішній мережі. Спочатку ми домовились з методистами кафедр та завідуючими кабінетами, що ця інформація буде надходити саме на їх електронні адреси, а вони, в свою чергу, будуть інформувати викладачів про новинки з бібліотеки. Розсилка бюлетенів здійснюється вибірково — за галузями знань. Таким чином, викладачі мають можливість заощаджувати не тільки свій час, а й наш: завітавши до бібліотеки, вони вже знають розділ, прізвище автора і назву книжки. На прохання деяких викладачів, бюлетені відсилаються їм особисто. Отже, цей метод задовольнив усіх. Але, як стверджує відомий афоризм: «Немає меж досконалості». Адже назва книги не завжди розкриває її зміст. Тому і виникла ідея створення віртуальної виставки.

Це був перший подібний захід, але досить вдалилий. Ми зібрали найцікавіші книги з усіх галузей знань — загальною кількістю 40 примірників, відсканували обкладинки книжок, та додали трохи інформації про кожну з них — шифр УДК, автор, назва і коротка анотація. Все це було виставлено на бібліотечну сторінку, а також розповсюджено по місцевій мережі. Що стосується віртуальних виставок, то ми плануємо і надалі працювати в цьому напрямку. Виставки будуть виходити періодично для кожної окремої кафедри. Надалі ми внесли в свій план створити віртуальну виставку, але не книг, а видань на нестандартних носіях, тобто аудіо, відео, CD та DVD-ромів.

І ще одне не нововведення, а, можна сказати, вихід із скрутного становища ми знайшли за допомогою Intranet. Точніше, це вирішення проблеми знайшли самі викладачі. Іноді, під час вивчення певної теми, викладачі приносять до бібліотеки власну книжку. Звичайно, це вихід, але одна книжка може задовольнити потребу двох-трьох студентів. Тоді викладачі вирішили сканувати такі книжки і виставляти на бібліотечну сторінку. Таким чином, на своїй бібліотечній сторінці ми маємо декілька необхідних для студентів книжок в електронному варіанті. Це переважно рідкісні або дуже дорогі видання, які бібліотека з якихось причин не змогла поки що придбати.

Звичайно, наша бібліотека не збирається залишати поза увагою нові прогресивні форми обслуговування читачів. У найближчих планах — переїзд до нового приміщення, розробка проекту автоматизації бібліотеки. Наша мрія — це спеціалізовані читальні зали, обладнані необхідною технікою. Ми будемо робити все можливе для скорішого втілення усіх цих планів у життя. Адже технології, які визначають рівень сучасного цивілізованого людства, розвиваються дуже стрімко. А тих, хто відстав, чекати ніхто не буде.

*Ашервуд Б.* Азбука общения или publik relations библиотеки.— М.: Либерея, 1995,— 174 с.

*Карташов Н. С.* Заметки о маркетинге и маркетинговой среде и организационной деятельности библиотеки // Научные и технические библиотеки.— 2001.— № 9.— С. 4—16.

*Маркова В. Н.* Библиотека ВУЗа и новые технологии // Науч-

ные и технические библиотеки.— 2001.— № 5.— С. 31—36.

4. *Барубина Г. А.* Бібліотека МФ НаУКМА: становлення та перспективи розвитку // МФ НаУКМА: сьогодення і майбуття. Альманах.— 1998.— С. 99—101.

5. *Матлина С. Г.* Привлекательная библиотека, или что может реклама: практ. пособие.— М.: Либерея, 1997.— 96 с.

*N. V. Klimentyuk*

## INNOVATIVE METHODS IN THE LIBRARY OF MB NaUKMA: THE USAGE OF INTRANET IN PUBLIC RELATIONS OF THE LIBRARY

*The creative researches of librarians, their great experience and communicative skills are able to make the library not only the most important educational establishment but also make it a reliable and close library for the readers. The article deals with the forms and methods that allow the library to have more innovative features. It especially concerns the public relations libraries and the informational library cervise.*