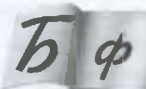


**Олена
Попович,**

завідувач відділу
інформаційних
технологій та електронних ресурсів
Чернігівської обласної
універсальної наукової
бібліотеки
ім. В. Г. Короленка

Інтернет-технології в бібліотеках



Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка у веб-просторі

У статті висвітлено досвід Чернігівської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка з організації доступу до інформації віддалених користувачів шляхом просування власних бібліотечно-інформаційних ресурсів, послуг і продуктів у веб-просторі. Розглянута рекламна діяльність бібліотеки як інструмент залучення потенційних користувачів, зацікавлених у її інформаційних продуктах.

У зв'язку з розширенням інформаційного простору зростає значення бібліотек як науково-інформаційних центрів забезпечення суспільного розвитку якісною, необхідною для суспільства інформацією. Сучасна бібліотека виступає як постачальник послуг з головною функцією – забезпечення можливості вільного і необмеженого доступу до різних джерел інформації: як традиційних друкованих ресурсів, так і електронних. На сьогодні все більше користувачів надають перевагу електронному документу над традиційним, а розвиток інтернету надає нові можливості для забезпечення інформаційними ресурсами бібліотек віддалених користувачів.

Одним з основних напрямів роботи Чернігівської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка є налагодження чіткого процесу комплексного дистанційного бібліотечно-інформаційного обслуговування та віртуальна комунікаційна взаємодія зі своїми віртуальними (віддаленими) користувачами, а також управління їхніми інформаційними пріоритетами. Організуючи доступ до накопичених інформаційних ресурсів, забезпечуючи навігацію в них, бібліотека тією чи іншою мірою формує та задовольняє інформаційні, наукові, освітні, культурні та інші потреби своїх користувачів.

Сьогодні бібліотека, продовжуючи надавати послуги фізичним користувачам усередині бібліоте-

ки, виходить за рамки читальних залів і приміщень, просуваючи власні бібліотечно-інформаційні ресурси, послуги й продукти у веб-просторі, де також взаємодіють як фактичні, так і потенційні користувачі.

Таким чином відбувається максимальне поєднання, з одного боку, бібліотечних зусиль, з іншого, – знань, компетенцій і можливостей користувачів (як фізичних, так і віртуальних) і, як результат – взаємна рівноправна співпраця обох сторін.

Якщо потреби фізичних (реальних) користувачів повністю вирішуються у стінах бібліотеки – це забезпечення доступу до електронного каталогу, електронної бібліотеки, локальних і мережових ресурсів, цифрових колекцій та інше, то потреби віртуальних (віддалених) користувачів задовольняються через офіційний веб-сайт, який є представництвом бібліотеки у мережі Інтернет.

На сайті Чернігівської обласної універсальної наукової бібліотеки (ОУНБ) ім. В. Г. Короленка знаходиться інформація про ресурси й послуги бібліотеки. Користувач має можливість скористатися електронним каталогом, який містить бібліографічні записи не тільки книг, але й статей, а також повнотекстові документи. Завдяки сайту відбувається організація доступу до електронної бібліотеки повнотекстових цифрових копій друкованих рідкісних, цінних і краєзнавчих видань; місцевих періодичних видань; видань Чернігівської ОУНБ

ім. В. Г. Короленка; авторських творів і документальних матеріалів про видатних особистостей; матеріалів за темами та подіями, які пов'язані з Чернігівщиною; електронні документи друкованих видань та електронні версії ще не опублікованих матеріалів місцевих авторів. Бібліотечні фахівці знайдуть на сайті методичні та вебліографічні матеріали. Для користувачів бібліотека пропонує віртуальні сервіси: онлайн запис до бібліотеки, електронна доставка документів, віртуальна довідка, міжбібліотечний абонемент, електронні послуги. На сайті можна переглянути віртуальні виставки, відеоролики мистецьких виставок, що відбувалися у бібліотеці, здійснити віртуальну екскурсію бібліотекою тощо.

Отже, сайт формує позитивний імідж бібліотеки, привертає увагу до наявної інтелектуальної продукції або послуг, забезпечує залучення нових, зацікавлених користувачів.

Реклама, як складова маркетингової комунікаційної системи, є обов'язковим елементом інформаційно-комунікаційної діяльності сучасної бібліотеки. Вона може цілеспрямовано впливати на користувача, як інструмент створення мотивації до користування бібліотечною продукцією та послугами завдяки постійному інформуванню користувачів про наявність електронних інформаційних ресурсів у бібліотеці.

У Чернігівській обласній уні-

версальній науковій бібліотеці ім. В. Г. Короленка рекламування електронних науково-інформаційних ресурсів і послуг здійснюється паралельно у декількох напрямках, що дає можливість якнайповніше охопити користувачську аудиторію:

– на веб-сайті (www.libkor.com.ua);

– 9-ти блогах (Центр правової інформації; Долати перешкоди разом; Світ науки, техніки та економіки; Європейський діалог: інформаційно-освітній проект; Інформаційна панорама; Відділ наукової інформації та бібліографії; Новини бібліотечні; Віддани магії неба; Земля у рівновазі);

– 4-х сторінках у соціальній мережі Фейсбук: «Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка@bibliotekaKorolenkaChernigiv»; «WindowOnAmericaChernihiv@windowonamerica.chernihiv»; «Відділ документів іноземними мовами – Чернігів»; «DeutschMitSpaas@DeutschMitSpaasChernigov»; у групі «Піар-офіс бібліотек Чернігівщини»;

– каналі бібліотеки на сервісі YouTube;

– через зв'язки з громадськістю: організація відносин і комунікації із засобами масової інформації через прес-анонси й прес-релізи (у межах реалізації проекту «Піар-офіс сучасних бібліотек Чернігівщини»);

– через зв'язки з користувачами: інформаційні розсилки користувачам бібліотеки електронною поштою та за допомогою сервісу розсилок SendPulse.

Офіційна сторінка бібліотеки у соціальній мережі Фейсбук була створена у 2012 р. з метою інформування та залучення користувачів до бібліотеки, рекламування як основних, так й інно-

ваційних форм обслуговування користувачів і бібліотечних послуг. Анонси книжкових виставок і презентацій, соціокультурних заходів; бюлетень нових надходжень; новини; фотозвіти заходів, що вже відбулися; календар бібліотечних подій; онлайн-опитування користувачів, які спонукають потенційних користувачів до діалогу, результатом яких є вдосконалення тієї чи іншої послуги, чи просто виявлення інформаційних потреб користувачів або безпосередньо оперативна відповідь на запитання користувача. На сьогодні сторінка має 900 підписників. Окрім офіційної сторінки бібліотеки активно розвиваються та наповнюються, збільшуючи аудиторію прихильників, сторінки «Відділ документів іноземними мовами – Чернігів» (170 підписників); «WindowOnAmericaChernihiv@windowonamerica.chernihiv» («Вікно в Америку Чернігів») (більш ніж 600 підписників); DeutschMitSpaas@DeutschMitSpaasChernigov (біля 400 підписників), а також група «Піар-офіс бібліотек Чернігівщини» (більш ніж 1000 учасників).

Серед електронних ресурсів, що їх створює, акумулює, зберігає, забезпечує доступ і популяризує бібліотека, особливе місце належить візуальному контенту, тобто такому наповненню інформаційного ресурсу, що споживається у візуальній формі. Чернігівська ОУНБ ім. В. Г. Короленка має офіційний канал на сервісі YouTube, який був створений у 2013 р. і містить понад 550 відео, які було переглянуто близько 28 тис. разів.

Адміністраторами сторінок, групи, каналу ведеться щомісячний моніторинг активності аудиторії та ефективності публікацій. Своєчасне оновлення інформації на сторінці та якість контентного напов-

нення сприяє зростанню кількості підписників.

Постійно здійснюється моніторинг публікацій про бібліотеку та бібліотечні заходи у соціальних мас-медіа (на електронних ресурсах та у друкованих виданнях) з метою вивчення громадської думки щодо бібліотеки.

Констатуючи стрімке зростання аудиторії, що користується мобільними пристроями, бібліотека сприяє активізації впровадження в процес бібліотечно-інформаційного обслуговування користувачів мобільних технологій, насамперед, широко використовує у своїй роботі QR-код.

Така розгалужена система рекламування ресурсів дає можливість у відносно короткий проміжок часу здійснити інформування достатньо великої кількості користувачів бібліотеки, а також залучити потенційних користувачів, зацікавлених у її інформаційних продуктах.

Варто зауважити, що успішно-му представленню бібліотеки у веб-просторі сприяє чітка налагоджена взаємодія між різними відділами та фахівцями бібліотеки.

Підсумовуючи, варто зазначити, що обслуговування віддалених користувачів стало невід'ємною складовою комплексу послуг Чернігівської ОУНБ ім. В. Г. Короленка. Книгозбірня в інформаційному просторі позиціює себе як надійне та безпечне джерело інформації. Пропонує новий, більш дружній образ бібліотеки, за яким стоять реальні люди аби заохочувати користувачів до діалогу, щоб вони завжди залишалися друзями бібліотеки.

Список використаної літератури

1. Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору : матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 4 – 6 жовт. 2016 р.) / НАН України [та ін.] ; [редкол.: В. І. Попик та ін. ; відп. за вип. О. М. Василенко]. – Київ : НБУВ, 2016. – 637 с. – Бібліогр. в кінці ст.
2. Бондаренко В. Бібліотечне інтернет-обслуговування: стан та перспективи : [монографія] / Вікторія Бондаренко ; наук. ред. Т. Гранчак ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – 276 с.
3. Булахова Г. Рекламна діяльність бібліотек: термінологічний аспект / Г. Булахова // Наук. праці Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 256–266.
4. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг / Т. Гранчак // Бібліотечний вісник. – 2016. – № 1. – С. 18–29.