

УДК 024

## МОДЕЛЮВАННЯ БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРВІСУ

Жукова В.П.

Харківська державна академія культури

Досліджено теоретичні питання бібліотечного сервісу. Побудовано модель бібліотечно-інформаційного сервісу. Виокремлено її базові елементи. Це – бібліотечно-інформаційний фахівець, користувач бібліотеки (споживач інформації), маркетингова діяльність, інноваційні технології, інформаційний продукт, інформаційна послуга.

**Ключові слова:** бібліотека, бібліотечно-інформаційна послуга, бібліотечно-інформаційний продукт, бібліотечно-інформаційний сервіс, бібліотечний маркетинг.

**Постановка проблеми.** Розвиток інформаційного суспільства вплинув на якісні зміни в життєдіяльності людини, збільшуючи її інформаційні потреби. Бібліотеки в цих умовах не зупиняють свого розвитку, а поступово впроваджують у свою діяльність інноваційні технології, освоюють медіа-простір, розвивають бібліотечно-інформаційне виробництво для створення асортименту продуктів і послуг, які відповідають потребам часу та свою чергу складають бібліотечно-інформаційний сервіс.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** за темою. Питання бібліотечно-інформаційного сервісу вивчають І. Богданова, Н. Богданова, Н. Кунанець, А. Ржеуський, І. Терещенко; досліджують інформаційний сервіс як комплекс інформаційних продуктів та послуг Н. Автономова, С. Дригайло, Н. Кунанець, Л. Новакова, В. Пасічник, А. Ржеуський; з позиції маркетингової діяльності О. Башун, Н. Кунанець, А. Ржеуський, І. Терещенко.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Найчастіше в сучасних розвідках приділяється увага асортименту інформаційних продуктів та послуг, або розвитку ринку інформаційних продуктів та послуг. Не дослідженим зостається питання моделювання бібліотечно-інформаційного сервісу. Необхідно підкреслити, оскільки в англійській культурі поняття «сервіс» і «послуга» ототожнюють, що економічна модель бібліотечної послуги (як товару) була надана О. Башун.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є побудова моделі бібліотечно-інформаційного сервісу на базі вивчення попередніх досліджень фахівців галузі.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасна система бібліотечно-інформаційного сервісу є комплексом продуктів і послуг створених на основі вивчення інформаційних потреб користувачів (біогенних, духовних, професійних) і розрахованих як на індивідуального, так і на масового споживача.

Вперше поняття «інформаційний сервіс» запровадив Д. Блюменау. Він вважав, що продукти інформаційного сервісу є складовою частиною інтелектуальної діяльності і активізують її на основі розумового процесу. Тобто головне місце у процесі створення інформаційного продукту та організації сервісу відіграє людський чинник. По-перше, це фахівець який постійно зайнятий у бібліотечно-інформаційному виробництві та від його освіти, знань, професійного розвитку,

досвіду та компетенцій залежить якість інформаційних продуктів та послуг. По-друге, це сам користувач, який замовляє інформаційний продукт та послугу та бере участь в їхньому оцінюванні. С. Дригайло підтверджує, що «специфіка бібліотечно-інформаційного продукту (послуги) полягає в тому, що його виробництво здійснюється на базі трансформації виробничих ресурсів у продукцію особливого роду – інтелектуальну» [4, с. 2]. «Сучасний бібліотечно-інформаційний сервіс ставить на перше місце користувача, як центральну фігуру, навколо якої концентрується вся увага. Це – вияв і максимально повне та швидке задоволення його потреб і активізація ролі бібліотечного або і інформаційного працівника як посередника між користувачем і інформацією...» [4, с. 9].

На сучасному етапі розвитку вже сформувався «новий» користувач бібліотеки: комп'ютернограмотний, оснащений мобільними телекомунікаційними приладами, який користується бібліотекою віддалено, зберігаючи свій час. Потреби сучасних користувачів трансформуються – головними вимогами стають мобільність, мультимедійність, онлайн-доступ, оперативність. Рівень технологічного розвитку бібліотек, що постійно зростає сьогодні дає можливість повніше задовольняти ці вимоги [6].

Тобто і бібліотекар і користувач є елементами моделі бібліотечно-інформаційного сервісу.

Іншим важливим елементом сучасної моделі бібліотечно-інформаційного сервісу є маркетингова діяльність. На основі маркетингової діяльності розвивається інформаційний ринок товарів, послуг і відповідних трудових ресурсів шляхом оцінки потреб споживачів інформації, а також запроваджуються заходи для задоволення цих потреб, координуються можливості виробництва та розподіл інформаційних продуктів і послуг, визначають кроки просування продуктів та послуг на інформаційному ринку кінцевому споживачеві.

О. Башун вважає, що маркетингова діяльність вимагає від персоналу бібліотеки ретельного аналізу наявних послуг і постійного їх удосконалення шляхом: поширення асортименту шляхом створення нових бібліотечних продуктів та послуг; відмови від застарілих та не актуальних послуг; модифікації тих, що вже існують та постійної диверсифікації видів діяльності пов'язаних бібліотечно-інформаційним сервісом з метою покращення якісних характеристик та пристосування послуг до нових ринків [2].

Застосування маркетингу в бібліотеках, доходить висновку Н. Кунанець та А. Ржеуський, покликане: сприяти інтенсифікації використання інформаційних ресурсів; каталізувати попит на продукти через переконання в необхідності бібліотечних послуг; забезпечувати оптимальне використання інформації; підвищувати статус бібліотек і бібліотечних фахівців; вирішувати проблеми витрат, що зростають на придбання документів; упроваджувати передові інформаційні технології в систему бібліотечно-інформаційного сервісу; забезпечувати стабільність бібліотечної діяльності; формувати імідж бібліотечного інституту [6].

Маркетинг як система активно використовується в більшості бібліотек зарубіжних країн, кожна бібліотека, виходячи з загальнотеоретичних основ маркетингу, коригує його відповідно до своїх умов та окреслює самостійно коло тих послуг, які надає, виходячи з різних обставин. Більшість комп'ютерних та сервісних послуг в Німеччині надаються за плату; в Болгарії, окрім комп'ютерних, платними є разові відвідування бібліотеки; особливо вражає рівень сервісності, відкритості фондів та комп'ютеризації бібліотек США, де платними є перегляд або прокат відеофільмів, копіювання матеріалів тощо [2].

В сучасних умовах доступ до інформаційних ресурсів забезпечується шляхом використання сучасних інноваційних технологій, що підвищує якість, оперативність та повноту надання інформації користувачу бібліотеки. Сучасні комп'ютерні технології змінюють і традиційні бібліотечні сервіси, які сьогодні надаються користувачам через цифрові мережі. З розвитком мережі Інтернет бібліотеки активно залучають до своїх Інтернет-сервісів віддалених користувачів. Це електронні каталоги, електронна доставка документів, віртуальна довідка, віртуальний читальний зал, віртуальний центр правової інформації, електронна бібліотека тощо [3].

Поява швидкісних безпроводних каналів зв'язку та розширення зон охоплення робить можливим практично постійне перебування в мережі, а потоки особистої інформації завдяки смартфонам миттєво потрапляють в обіг. Внутрішній світ людини дедалі більше стає невіддільною частиною публічного простору, а цей простір, у свою чергу, проникає в індивідуальне буття людини. Такі тенденції характерні і для України. Дедалі більше українців стають власниками електронних пристроїв мобільного зв'язку. Дослідження, про ведене Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення агентства мобільного маркетингу LEAD9, показало, що 41% людей у віці 18–50 користуються сенсорними смартфонами. А серед молодих людей у віці 18–30 ця цифра становить уже 59%. До того ж більшість користувачів смартфонів, а саме 70%, уже встановлюють і користуються мобільними додатками.

Вітчизняні бібліотеки працюють та експериментують з новими технологіями, запозичуючи досвід у зарубіжних і провідних українських бібліотек. Унікальний додаток, що не має аналогів ні в Україні, ні в СНД, створили в Дніпропетровській центральній бібліотеці. DniproLibrary розрахований, насамперед, на тих людей, які не звикли ходити в бібліотеки, але не можуть уяви-

ти собі життя без сучасних мобільних пристроїв – це молодь і бізнес-еліта міста. Однак, ним може користуватися будь-хто, у кого є смартфон або планшет. Завантажити додаток можна безкоштовно, а навчитися користуватися ним можна за лічені хвилини [7]. Тому технології є ще одним елементом моделі сучасного бібліотечно-інформаційного сервісу.

Більшість вчених аналізуючи класифікацію бібліотечних послуг визначають їхній стандартний перелік. За Ю. Столяровим це: надання абоненту в користування бібліотечних фондів, довідково-пошукового апарату, бібліотечних приміщень, устаткування і меблів; допомога абоненту в пошуку необхідних відомостей про документи, пошук і доставка необхідних документів, інформування абонентів про пертинентні (що відповідають його потребам) документи і їхня рекомендація; забезпечення спілкування абонентів у галузі джерел документів, що їх цікавлять між собою зі спеціалістами, виховання бібліотечно-бібліографічної грамотності, культури читання [4].

Схожий список інформаційних продуктів і послуг наданий М. Дворкіною. Це послуги: з видачі (абонування), первинних документів, документно-аналітичних перекладацьких, копіювальні, палітурні послуги, інформування про нові надходження, навчально-консультативні. Відповідно до предмета вимог, називають також послуги розповсюдження знань, розкриття й актуалізації документів, організації спілкування, створення бібліотечного комфорту [4].

Класифікація І. Джерелієвської та І. Кафафова є переліком сутнісних послуг, або основних бібліотечних. Перелік основних послуг подано І. Федяніним, але до кінця це питання не розроблено. Його заслугою є те, що поряд з основними (фундаментальними) послугами, він виокремлює додаткові та платні. Але як підкреслює О. Башун, що чіткої градації між безплатними і платними послугами на сьогодні не існує. «За роки дослідження, як серед платних, так і безплатних послуг провівся процес відмови від послуг, які не мають попиту, і введення нових. Трансформація бібліотеки як культурно-інформаційного центру вимагала необхідності задоволення потреб, що зростають, це можливе тільки при платному обслуговуванні. Таким чином здійснювався розвиток додаткових та прибібліотечних послуг, щоб забезпечити сервісність установи» [2].

С. Дригайло розподіляє інформаційні продукти та послуги за способом виробництва інформації і далі за характером: документальні (документи), бібліографічні, фактографічні, аналітичні, консультативні; за цільовим призначенням і сферою застосування: для сфери бізнесу, для сфери професійної діяльності, для сфери управління, для сфери масового споживання; за видом інформаційного виробництва: науково-інформаційної діяльності, патентно-ліцензійної діяльності, перекладацької діяльності, бібліотечно-бібліографічного обслуговування, видавничої і копіювально-розмножувальної діяльності, рекламної діяльності; за широтою поширення: індивідуального призначення, групового призначення; масового призначення. Також він класифікує сучасні продукти і послуги бібліотек. Це: інформаційні продукти і послуги, що надаються під час документного обслуговування – адресні

довідки: надання на тимчасове користування документів із фонду бібліотеки, надання у постійне користування документів із повнотекстових баз даних бібліотеки, електронна доставка документів, міжбібліотечний абонемент; під час бібліографічного обслуговування – усні довідки: на уточнення бібліографічного запису, тематичні, бібліографічні посібники (показчики, списки літератури, бази даних: тематичні і проблемно тематичні, нових надходжень, бібліографічні, праць, організацій, краєзнавчі, бібліографічні і реферативні огляди, списки літератури, що цитувались вибірково розповсюдженням інформації; під час фактографічного обслуговування – фактографічні довідки, фактографічні бази даних, довідники, досьє (адресно-фірмові, біографічні, цінові, бізнес-довідки, прескльіппінг (дайджести), рухомий рядок, персональні газети); комплексні інформаційні заходи – виставки, презентації, ярмарки, бізнес-семінари, конференції, круглі столи, дні інформації [4].

Повсюдне впровадження мережі Інтернет в бібліотеках сприяє розповсюдженню інформаційних продуктів та послуг в цифровому просторі. Серед інформаційних продуктів бібліотек на основі яких розвиваються інформаційні послуги впроваджуються програмні засоби, формуються бази даних, надається доступ в Інтернет і телекомунікаційні сервіси (електронна пошта, відео дзвінки, електронна доставка документів, онлайн-конференції тощо), організується доступ до сайтів на яких розміщується будь-які інформаційні продукти, що представляють інтерес для користувача та багато іншого.

Інформаційний продукт і послуга є невіддільними елементами моделі, оскільки кінцевим результатом організації бібліотечно-інформаційного сервісу є створення інформаційного продукту на основі якого бібліотека надає послугу користувачеві.

**Висновки і пропозиції.** У життєдіяльності соціуму для виконання різноманітних завдань виникають інформаційні потреби особистості, групи осіб або системи, які відображують необхідність отримання інформації. Бібліотека як одна з документно-інформаційних систем суспільства покликана задовольняти дані потреби для цього їх ретельно вивчає і створює комфортні умови для використання інформації у вигляді продуктів і послуг, які в свою чергу складають бібліотечно-інформаційний сервіс.

На сучасному етапі перелік бібліотечно-інформаційних продуктів і послуг не має єдиної визначеності. Це пов'язано із тим, що бібліотеки різних типів та видів вважають за необхідне віддавати пріоритет тому асортименту продуктів і послуг, який найбільше користується попитом в конкретній бібліотеці. І тому, кожна бібліотека має право визначитись в цьому питанні сама, враховуючи досвід фахівців галузі, що вже існує, набуваючи свого та дотримуючись сучасного законодавства.

Модель сучасного бібліотечно-інформаційного сервісу можна уявити у вигляді ланцюга: бібліотечно-інформаційний фахівець – користувач бібліотеки (споживач інформації) – маркетингова діяльність – технології – інформаційний продукт – інформаційна послуга.

## Список літератури:

1. Автономова Н. Інформаційні продукти та послуги як результат виробничої діяльності бібліотек / Н. Автономова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського. – 2009. – Вип. 25. – С. 253–260.
2. Башун О. Прогнозування оптимальної моделі бібліотечних послуг // Маркетинг та фандрейзинг в бібліотеках : дист. курс навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.donetsk.ua/~olena/index1.html>. – Назва з екрана.
3. Богданова И. Онлайн-сервисы современных библиотек / И. Богданова, Н. Богданова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://openbooks.ifmo.ru/ru/file/4085/4085.pdf> – Название с экрана.
4. Дригайло С. Бібліотечно-інформаційні продукти і послуги для користувачів наукових бібліотек / С. Дригайло // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2010. – № 4. – С. 79–86.
5. Ржеуський А. Інтернетмаркетинг у бібліотеках: із досвіду роботи науково-технічної бібліотеки Львівської політехніки / А. Ржеуський, Н. Кунанець // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2013. – № 4. – С. 8–12.
6. Терещенко І. Бібліотека і мобільні технології: тенденції та можливості / І. Терещенко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського – 2015. – Вип. 41. – С. 560–572.
7. Дніпропетровська бібліотека заманює до себе через мобільний додаток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vsiknygy.net.ua/news/35252/>. – Назва з екрана.

**Жукова В.П.**

Харьковская государственная академия культуры

## МОДЕЛИРОВАНИЕ БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОГО СЕРВИСА

### Аннотация

Исследованы теоретические вопросы библиотечного сервиса. Построена модель библиотечно-информационного сервиса. Выделено ее базовые элементы. Это – библиотечно-информационный специалист, пользователь библиотеки (потребитель информации), маркетинговая деятельность, инновационные технологии, информационный продукт, информационная услуга.

**Ключевые слова:** библиотека, библиотечно-информационная услуга, библиотечно-информационный продукт, библиотечно-информационный сервис, библиотечный маркетинг.

**Zhukova V.P.**

Kharkiv State Academy of Culture

## **MODELING OF THE LIBRARY-INFORMATIONAL SERVICE**

### **Summary**

Theoretical questions of library service. The model library and information service. Allocated its basic elements. It's – library media specialist, a library user (information consumer), marketing activities, innovation, information product, information furtherance.

**Keywords:** library, library and information service, library and information product, library and information furtherance, library marketing.