

### Використана література

1. Київський національний університет культури і мистецтв / М.М. Поплавський та ін. – К. : КНУКіМ, 2013. – 384 с.
2. Новальська Т. Кафедра бібліотекознавства Київського національного університету культури і мистецтв імені Шевченка (1968-2003) / Т. Новальська, І. Тимошенко // Бібл. планета. – 2013. – С. 21-24.
3. Новальська Т. Вчений, організатор, педагог (про О. Сокальського) / Т. Ковальська // Бібл. планета. – 2009. – №4. – С. 30-32.
4. Пашкова В. Ювілей науковця та викладача / В. Пашкова, В. Скнар // Вісник Книжкової палати. – 2004. – №6. – С.42.
5. Розвиток бібліотечної науки, освіти, професії в умовах інформатизації суспільства : збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : КНУКіМ. – 2007. – 68 с.
6. Чачко А.С. Віктор Михайлович Пілецький – бібліотекознавець, педагог, людина / А.С. Чачко // Вісник Книжкової палати. – 1998. – №4. – С. 29-31.

УДК 025.5:658.8

## ІНТЕРНЕТМАРКЕТИНГ У БІБЛІОТЕКАХ: ІЗ ДОСВІДУ РОБОТИ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ БІБЛІОТЕКИ ЛЬВІВСЬКОЇ ПОЛІТЕХНІКИ

*А.В. Ржеуський,  
Н.Е. Кунанець*

*Запропоновано комплексний інноваційний підхід до позиціонування Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка» у віртуальному просторі. Охарактеризовано напрями промоції інформаційного сервісу, що базується на сучасних технологіях.*

**Ключові слова:** *інтернетмаркетинг, бібліотека, реклама, веб-сайт, імідж, віртуальна виставка, дистанційне обслуговування.*

## INTERNETMARKETING IN LIBRARIES: FROM EXPERIENCE OF LVIV POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY SCIENTIFIC LIBRARY

*A.V. Rzhenskyy  
N.E. Kunanets*

*The complex innovative approach to positioning Polytechnic National University Scientific Library in cyberspace is suggested. Directions of advancement of informative service based on modern technologies are described.*

**Keywords:** *Internet-marketing, library, advertisement, web site, image, virtual exhibition, remote service.*

У сучасному інформаційному суспільстві ви-  
моги до інформації та способів її отримання істот-  
но змінюються. Всесвітня комп'ютерна мережа  
надає можливість доступу до інформації в реаль-  
ному масштабі часу незалежно від координат міс-  
ця її зберігання та опрацювання. У користувачів  
з'являється можливість вибору між зверненням  
у традиційну бібліотеку та використанням вірту-  
альних інформаційних ресурсів мереж. Такі тех-  
нологічні реалії нового інформаційного середовища

невідворотно призводять до зміни змісту та реор-  
ганізації бібліотечної роботи. Бібліотека, продов-  
жуючи виконувати посередницькі комунікаційні  
функції між інформаційним контентом та спо-  
живачем, вимушена пристосовуватися до нових  
умов і реорганізовувати форми надання послуг.  
Філософія бібліотечної роботи поступово зміню-  
ється, переходячи від засад традиційного акуму-  
лювання документів до надання користувачеві  
повнотекстового доступу у віддаленому режимі.

Це спричиняє потребу переосмислення суті бібліотечної діяльності та створення інноваційних методологічних засад роботи сучасної книгозбірні. Вона пов'язана з формуванням нових напрямів роботи та з реанімацією старих традиційних форм бібліотечного обслуговування.

Проблематикою традиційного маркетингу займалися російські бібліотекознавці: И.М. Сулова, В.К. Ключев, О. Борисова. Варто відзначити доробок вітчизняних учених: Г. Міщенко, О. Башун, С. Барабаш. Проте, ці дослідження зосереджуються на традиційних методах, без залучення інформаційних технологій, що сьогодні використовуються у бібліотеках.

Метою нашої публікації є подання досвіду проєкції традиційних технологій обслуговування та популяризації наукового капіталу Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка» на простір віртуального середовища.

Із поширенням «гуглізації» та появою нових поколінь користувачів, важливим інструментом та невід'ємною частиною діяльності сучасних книгозбірень стає Інтернет-маркетинг [1]. Використання в бібліотеках різних методів дослідження читацької аудиторії, в т. ч. опитування фокус-групи, аналіз інформаційних запитів користувачів та затребуваності послуг, сприяє врахуванню та передбаченню інформаційних потреб і розробленню комплексу заходів щодо впровадження відповідних сервісів [2, 1].

Слід підкреслити, що застосування маркетингу в бібліотеках вищих навчальних закладів покликане:

- сприяти інтенсифікації використання інформаційних ресурсів;
- каталізувати попит через переконання в необхідності бібліотечних послуг;
- забезпечувати оптимальне використання інформації;
- підвищувати імідж, статус бібліотек і бібліотечних фахівців;
- вирішувати проблеми зростаючих витрат на придбання документів;
- упроваджувати передові інформаційні технології в систему бібліотечного обслуговування;
- убезпечувати бібліотеку від девальвації;
- формувати імідж бібліотечного інституту.

Цей комплекс процесів у цілому при правильному його використанні підтверджує правдивість вислову, що інформація – це влада [3, 2].

Сьогодні бібліотечний маркетинг розглядається як уміння визначати цільові групи, приваблювати і збільшувати кількість користувачів за допомогою формування в них упевненості, що кожен із них є найвищою цінністю для бібліотеки [4].

Саме таку мету покликана виконувати реклама

як складова маркетингових комунікацій. Рекламна діяльність – інтеграційний напрям діяльності книгозбірень. Основне призначення бібліотечної реклами – інформування читачів про напрями роботи, привернення уваги до бібліотечно-бібліографічних ресурсів та послуг, формування статусу бібліотеки в соціокомунікаційному середовищі. Піаракції повинні створювати імідж установи та її співробітників, віддзеркалювати не тільки інформаційні ресурси, але й можливості щодо доступу до них.

Отже, основні цілі використання реклами у науковій бібліотеці університету:

- привертати увагу потенційного користувача;
- детально знайомити з перевагами послуг, які пропонує бібліотека;
- створювати сприятливий імідж і високу репутацію бібліотеки серед студентів, викладачів, ділових партнерів та ін.;
- формувати інформаційні потреби користувачів;
- формувати контингент читачів;
- стимулювати попит на послуги;
- нагадувати користувачам про бібліотеку, її діяльність та послуги [5, 361].

Для забезпечення сприятливого іміджу бібліотеки необхідно постійно популяризувати серед своїх користувачів послуги та нові сервіси. Вагоме значення у цьому випадку має вибір правильних каналів подання інформації. Бібліотека насичує Інтернет різноманітними інформаційними ресурсами, надає on-line доступ до електронних каталогів та картотек, формує електронні мережеві ресурси релевантні інформаційним потребам користувачів і, головне – робить загальнодоступним повний текст однієї з головних світових цінностей – книги. Сучасні бібліотеки в глобальній мережі не тільки відчують себе повноправними партнерами, але й збагачують її змістовну суть. Завдяки напрацюванням бібліотечних працівників, користувачі Інтернету отримали безпосередній доступ до першоджерел і з розвитком індустрії електронних бібліотек ці можливості будуть розширюватися [6, 53].

Оскільки набуває поширення віртуальне середовище і традиційний користувач бібліотеки перетворюється на «віртуального», найвпливовішим і найефективнішим засобом промоції бібліотеки є веб-сайт.

Веб-сайти набули стрімкого розповсюдження в Інтернеті як засіб удосконалення процесу подання інформації в мережі.

Бібліотеки використовують веб-сайти для досягнення комплексної мети. Найпоширенішим застосуванням цього інструменту є подання інформації про бібліотечні новини. Цей інформаційний масив потребує постійного оновлення [7].

Веб-сайт науково-технічної бібліотеки Національного університету є тим поліфункціональним середовищем, яке здійснює дистанційне інформаційне забезпечення користувачів книгозбірні; оперативно подає відомості про зміни в діяльності бібліотеки, фонді, інформаційних ресурсах чи у комплексі послуг; забезпечує інформаційний супровід навчального процесу та дослідницької роботи науковців університету.

2012 р. відбулася реорганізація концепції сайту, який функціонує у корпоративному стилі з веб-сайтом Національного університету “Львівська політехніка”. Змінилося програмне забезпечення. Веб-сайт перейшов на нову платформу – Drupal 7. Набув нового вигляду інтерфейс. Упродовж 2012 р. веб-сайт бібліотеки набув особливої популярності, що відзначилося найбільшою кількістю звернень – 112 116, тоді як 2011 р. – 23 657. Змінилась і деталізація структури сайту. Пріоритетне значення надається розділам про електронні ресурси:

- електронний науковий архів;
- електронний каталог;
- література для інформаційного забезпечення навчальних дисциплін;
- локальні електронні ресурси;
- онлайнний доступ до баз даних;
- журнали відкритого доступу.

Важливу роль відіграє стрічка новин, яка розкриває найактуальніші повідомлення про події, впровадження нових сервісів та послуг.

Слід зазначити, що НТБ Львівської політехніки започаткувала та продовжує випускати власний електронний бюлетень – «Бібліофокус». Це корпоративний періодичний орган, що акумулює повідомлення, новини про життя університетської книгозбірні та інновації в її роботі. Видання розміщено на головній сторінці сайту як самостійну складову. На сьогоднішній день вийшло 5 випусків. Початково планувалося, що видання буде спрямоване на читацьку аудиторію, яку становитимуть лише працівники НТБ. Проте, як засвідчила статистика звернень, з його змістом ознайомлюються колеги з інших бібліотек. «Бібліофокус» набуває рис бібліотечної вебжурналістики.

Трансформація діяльності бібліотек змінила підходи до традиційних форм бібліотечної діяльності. Переживає епоху модернізації й адаптації до дистанційного обслуговування користувачів виставкова робота. Цей напрям роботи перемістився у віртуальне середовище, яке забезпечує ефективніше представлення візуальної інформації.

Створення виставок у віртуальному просторі дозволяє ширше використовувати додаткові види інформації: бібліографічну, фактографічну, ін-

формаційну, мультимедійну. Віртуальна виставка презентує зовнішній вигляд документа, бібліографічний опис і анотацію, а також додаткові дані – оцифровані уривки з книги, рецензії, відгуки, ілюстрації.

Віртуальні виставки призначені виконувати цілий спектр завдань:

- популяризувати книжковий фонд;
- зацікавити певною тематикою;
- презентувати певні книги;
- надавати можливість звернутися до інших ресурсів за темою, розміщених у мережі Інтернет;
- подати у різних форматах додаткову інформацію про документ;
- здійснювати інформаційне забезпечення напрямів дослідження університетських науковців.

Створенню віртуальної (онлайнової, електронної) виставки активно сприяє застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [8]. Її безумовною перевагою є те, що це – необмежений у часі та обсязі захід, який реалізується за рахунок інтернеттехнологій, у межах яких бібліотека має можливість розмістити текстову інформацію, графічне, аудіо- або відеозображення експонатів, що розкривають зміст виставки [9, 24].

З огляду на те, що більшість користувачів інтернету шукають інформацію за допомогою пошукових систем (Yandex, Google та ін.), які не індексують документи баз даних, значна частина інформації з бібліотечних сайтів, представлена в електронних каталогах та інших базах даних, втрачається для інтернеткористувачів. Віртуальні виставки складаються з окремих html-файлів, тому проіндексовані пошуковими системами і доступні всім Інтернет-користувачам. Отже, віртуальне виставкове експонування документів дозволяє розкрити фонди бібліотеки ширшому колу користувачів [10, 38].

Упродовж останніх років працівники НТБ Львівської політехніки періодично створюють віртуальні виставки та розміщують на сайті бібліотеки. Проте традиційна виставка не втратила своєї актуальності. На сьогоднішній день на сайті вже розміщено 17 віртуальних виставок.

Виставки мають персональне та тематичне спрямування. Специфікою віртуальних персональних виставок, що організовуються на сайті НТБ, є їхня прив’язка до знаменних дат учених, професорів, які тривалий час працювали в Національному університеті «Львівська політехніка». На сьогоднішній день кількісно вирізняються віртуальні експозиції, присвячені таким постатям:

Бруно Абданк Абакановичу – видатному винахіднику, вченому в галузі математики й електротехніки. Експозиція була підготовлена до 160-річчя від дня народження вченого;

Домініку Зброжеку – професору в галузі геодезії, очільнику бібліотеки Технічної академії 1873-1877 рр.;

Вайгелю Касперу – видатному польському вченому-геодезисту, фотограметристу (експозиція присвячена 130-річчю від дня народження);

Марії Склодовській-Кюрі – представлено експозицію з документів почесного доктора технічних наук Львівської політехніки, пов'язаних з її дослідженнями в галузі фізики, що здобули світову славу;

Роману Олександровичу Залозецькому – видатному вченому в галузі хімії (виставка представлена до 150-річчя від дня народження);

Владиславу Войцеху Зайончковському – видатному вченому і математику. Виставку підготовлено з нагоди 175-річчя від дня народження;

Івану Левинському – професору Львівської політехніки, будівничому вітчизняної архітектурної науки;

Івану Феценко-Чопівському – професору, член-кореспонденту Польської академії наук, найвидатнішому металознавцю європейського континенту, визначному політичному діячу;

Адаму Станіславовичу Курилло – видатному вченому Львівської політехніки, доктору технічних наук, професору кафедри будівельної механіки, металевих і залізобетонних конструкцій; експозиція представлена до 120-річчя від дня народження діяча;

Івану Пулюю – видатному українському вченому в галузі молекулярної фізики, електротехніки, основоположнику науки про промені, які згодом були названі рентгенівськими;

Володимирі Степановичу Перхачу – видатному вченому Львівської політехніки, професору, доктору технічних наук, лауреату Державної премії України в царині науки й техніки; виставка представлена до 80-річчя від дня народження;

Михайлу Степановичу Комарову – видатному вченому в галузі машинобудування. На виставці представлений бібліографічний список праць діяча.

До 70-річного ювілею директора бібліотеки Олександра Володимировича Шишки, на сайті було розміщено віртуальну виставку, яка висвітлює біографію та здобутки, розкриває доробок Олександра Володимировича в царині краєзнавства рідного міста. Зокрема йому належать понад 80 публікацій у пресі та наукових виданнях

України. Ювіляр є автором розділу «Некрополі Львова» в туристичному путівнику «Львів», двотомного посібника з львовознавства «Наше місто – Львів», а також 3-х монографій та посібника з дисципліни «Львовознавство» для учнів загальноосвітніх середніх шкіл, співавтор 3-томної «Історії Львова» та «Енциклопедії Львова». Один із засновників та перший редактор часопису «Галицька брама».

Найближчим часом планується подати на веб-сайт віртуальну виставку, присвячену 160-річчю від дня народження Максиміліана Тулл'є – видатного вченого Політехніки, професора статистики будівництва і теорії мостів.

Серед тематичних віртуальних виставок вирізняється «Україна: Етнографія та етнологія», яка репрезентує деякі праці з питань етнографії, що зберігаються у фонді НТБ.

Виставка «Видання з історії українського декоративно-ужиткового мистецтва у фондах основного книгосховища бібліотеки» розкриває один із важливих напрямів розвитку мистецької культури України. В експозицію увійшли 4 випуски із серії видань «Wzory przemysłu domowego» («Орнаменти домашнього промислу»), що збереглися на сьогоднішній день.

Експозиція «Вибрані матеріали з криптографії» містить реєстр підручників та монографій з криптографії. Також наведено матеріали відкритих архівів України та топ-10 найцитованих вільнодоступних робіт.

Виставка «Іван Мазепа. На теренах вічності» розкриває діяльність однієї з визначних постатей української історії. Представлено біографічний нарис та образ гетьмана у кращих зразках української літератури.

Таким чином, веб-сайт науково-технічної бібліотеки національного університету «Львівська політехніка» є мультифункціональним засобом у сфері інтернетмаркетингу і посідає пріоритетне місце у промоції бібліотеки як соціального інституту. Саме веб-сайт дозволяє реалізовувати низку інноваційних проектів та запроваджувати нові послуги у бібліотеці.

Слід відзначити, що характерною рисою рекламної кампанії НТБ Львівської політехніки є відображення та розкриття фонду бібліотеки, репрезентація доробку діячів Львівської політехніки, популяризація інтелектуального капіталу Національного університету «Львівська політехніка» та Науково-технічної бібліотеки як невід'ємної складової.

### Використана література

1. Моїсєєва С. А. Методична скринька / С.А. Моїсєєва. – Режим доступу : [http://www.library.lg.ua/ukr/kollegam\\_metod.php?filename=2011\\_03\\_14\\_10\\_45\\_24.html&name](http://www.library.lg.ua/ukr/kollegam_metod.php?filename=2011_03_14_10_45_24.html&name). – Заголовок з екрана.
2. Sharma Ajay Kumar. Marketing and Promotion of Library Services / Ajay Kumar Sharma, Sapna Bhardwaj // ICAL 2009 – advocacy and marketing. – URL: [http://crl.du.ac.in/ical09/papers/index\\_files/ical-79\\_73\\_172\\_2\\_RV.pdf](http://crl.du.ac.in/ical09/papers/index_files/ical-79_73_172_2_RV.pdf).
3. Madhusudhan M. Marketing of library and information services and products in University Libraries: a case study of Goa University Library / Dr. M. Madhusudhan // Library philosophy and practice. – 2008. – 28 March. – P. 1–6. – URL: <http://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/madhusudhan.pdf>.
- 4 Маркетинг будущего. – Режим доступу: [http://sbiblioteka.blogspot.com/2012/11/blog-post\\_10.html](http://sbiblioteka.blogspot.com/2012/11/blog-post_10.html). – Заголовок з екрана.
5. Козак Н. О. Реклама як елемент бібліотечного маркетингу (з досвіду діяльності роботи наукової бібліотеки Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка) / Н. О. Козак // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. – Кам'янець-Подільський, 2010. – Вип. 2. – С. 361–368.
6. Шрайберг Я. Л. Интернет-ресурсы и услуги для библиотек : учеб.-справоч. пособие : в 2 ч. / Я. Л. Шрайберг, М. В. Гончаров, О. В. Шлыкова ; под ред. Л. А. Казаченковой. – М. : Либерия, 2002. – Ч. 2. – 104 с. – (С компьютером на «ты» ; вып.7).
7. Darlene Fichter Why and How to Use Blogs to Promote Your Library's Services / Darlene Fichter // Marketing Library Services. – 2003. – Vol. 17, №. 6. – URL: <http://www.infotoday.com/MLS/nov03/fichter.shtml>.
8. Книжкова виставка: сучасні тенденції. – Режим доступу: <http://zounb.zp.ua/node/620>. – Заголовок з екрана.
9. Кудря Л. Віртуальна книжкова виставка – нова форма популяризації документів / Л. Кудря // Бібліотечна планета. – 2009. – №1. – С. 37–39.
10. Дупляк Т. Интернет технології у виставковій діяльності / Т. Дупляк, Т. Ткаченко // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3. – С. 23–28.

УДК 908(477.43):303.425

*Л.В. Климчук*

### СТРУКТУРА І ЗМІСТ КРАЄЗНАВЧИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ КОРИСТУВАЧІВ

*У статті представлено узагальнені результати соціологічного дослідження змісту структури та документного забезпечення інформаційних потреб користувачів з краєзнавчої інформації.*

**Ключові слова:** *інформаційні потреби, краєзнавчі запити, краєзнавство, соціологічне дослідження, Державний архів Хмельницької обл., наукова бібліотека Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка.*

*L.V. Klymchuk*

### STRUCTURE AND CONTENT OF INFORMATION LOCAL HISTORY USER NEEDS

*The paper presents the summarized results of a study of the structure and content of the desk providing information needs of users of local lore.*

**Keywords:** *information needs, regional needs, local history, sociological research, Khmelnytsky Oblast State Archive, Library of Kamenetz-Podolsk National University.*