

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. – 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.
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. – 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.*

Дослідження та вивчення інформаційних потреб є інструментом для визначення форм і механізмів надання інформаційних послуг з урахуванням вимог до їхньої якості, виправлення можливих недоліків, які виникають у процесі надання інформаційної послуги чи продукту, а також є індикатором для визначення їхньої якості та сприяють виявленню реальних і потенційних споживачів інформаційних послуг. Тобто вивчення інформаційних потреб треба вважати основою розробки маркетингової стратегії та тактики сегментації інформаційного ринку з вивчення споживацької поведінки та попиту.

Визначення специфіки та змісту краєзнавчих інформаційних потреб у загальній структурі інформаційних потреб користувачів має провідне значення для якісного створення краєзнавчих документальних ресурсів та максимального задоволення потреб краєзнавців. Сучасні краєзнавчі документальні ресурси спрямовані на задоволення запитів користувачів, але не завжди формуються з урахуванням їхніх потреб. Вивчення інформаційних краєзнавчих потреб – одне з базових завдань, яке намагаються розв'язати науковці.

Для узагальнення потреб краєзнавців було проведено соціологічне дослідження краєзнавчих інформаційних потреб, що пройшло в чотири етапи. На першому етапі вивчена проблема, методика дослідження, розроблені питання анкети. На другому – зібрані та опрацьовані отримані результати анкетування. На третьому – проаналізовані та інтерпретовані відомості. На четвертому – отримані результати узагальнені та апробовані на наукових форумах.

Для вивчення специфіки, змісту і структури краєзнавчих інформаційних потреб (КІП) користувачів проведено анкетування в науковій бібліотеці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Центрі дослідження історії Поділля Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка та Держархіві Хмельницької обл. Для цього було розроблено анкету, яка складалася з 12 питань.

Достовірність результатів забезпечувалася розподілом опитуваних користувачів за їхньою належністю до певної сфери діяльності, рівня освіти, соціального статусу, віку. При цьому кількість анкет, розданих у підрозділах, відповідала інтенсивності відвідувань установ користувачами.

Метою анкетування було виявлення думок користувачів щодо якості документального забезпечення краєзнавчих досліджень, налагодження інтеграційних зв'язків між інформаційними установами регіону та вивчення перспектив упровадження комп'ютерних та інтернеттехнологій у процеси формування і використання документів в архівних установах.

В анкетуванні взяли участь користувачі всіх підрозділів установ, у яких було проведено анкетування. Основний склад респондентів становлять: студенти – 74 (34 %); працівники сфери освіти – 49 (22,5%); наукові працівники – 45 (20,6%); працівники сфери культури – 14 (6,4%); державні службовці, пенсіонери, медичні працівники та працівники сфери промислового виробництва – по 6 (2,7%); працівники сільського господарства – 1 (0,5%) та священнослужителі – 1 (0,5%). Хоча в анкеті ми не зазначили статусу священнослужителя та пенсіонера, їх внесли та додали самі респонденти в графі «інше».

Більшість респондентів (74 (34%)) – студенти ВНЗ. 39 (17,9%) респондентів мають вищу освіту, 36 (16,5%) – науковий ступінь кандидата наук, 23 (10,5%) – магістри, 22 (10,1%) респонденти навчаються в аспірантурі, 11 (5,1%) мають освітній рівень бакалавра, 9 (4,1%) респондентів – учений ступінь доктора наук, 4 (1,8%) респонденти мають середню загальну освіту.

Аналіз отриманих результатів свідчить про те, що більшість респондентів – 129 (59,2%) – є фахівцями з вищою освітою, які вже працюють за фахом або займаються науковою діяльністю (рис. 1).

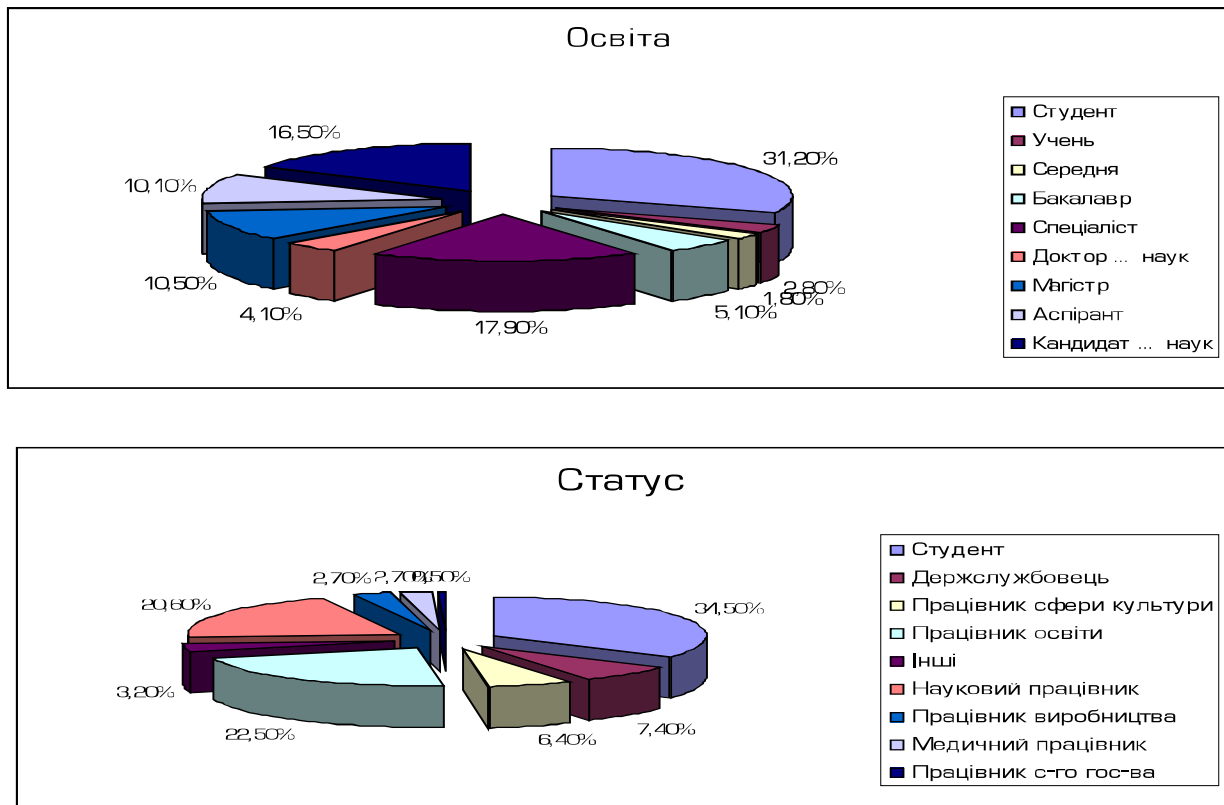


Рисунок 1. Відомості про респондентів

Проведене дослідження виявило, що інтерес до краєзнавчих документів не постійний: 92 респонденти (42,3%) звертаються за краєзнавчою інформацією час від часу, 62 (28,4%) – систематично звертаються до архіву за документами краєзнавчої тематики, 52 (28,3%) – дуже рідко використовують

краєзнавчі документи та 12 (5,5%) – не звертаються за документами даної тематики взагалі. Отже, 206 респондентів (94,5%) відчують потребу в краєзнавчих документах, хоча і з різною періодичністю звернень до них (рис. 2).



Рисунок 2. Періодичність звернення користувачів до інформаційних установ за документами з краєзнавчої тематики

Домінантними потребами звернень респондентів до краєзнавчих документів є навчальна діяльність – 63 (25,2%), науково-дослідницька діяльність – 60 (24,0%), зацікавленість у пізнанні краю – 56 (22,4%), професійна діяльність, пов'язана з дослідженням краєзнавчих документів – 42 (16,8%), для самоосвіти – 22 (8,8%).

Крім названих потреб, респонденти в графі «інша потреба» зазначили можливе звернення до краєзнавчих документів для встановлення генеалогії або приватизації землі (4 (2,8%)). Проведене анкетування виявило, що деякі користувачі одночасно мають кілька мотивів звернення до краєзнавчих ресурсів (рис. 3).

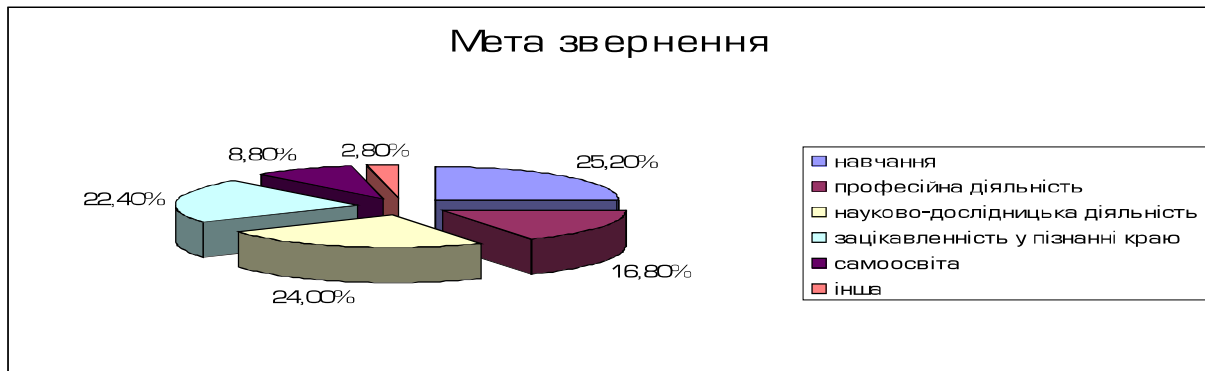


Рисунок 3. Мета звернення до краєзнавчих документів

Узагальнення результатів відповідей респондентів дозволило виявити, що для задоволення потреби у краєзнавчих документах найбільше користувачів звертаються до бібліотечних установ – 129 (25,9%). За допомогою інтернету здійснюють пошук необхідної краєзнавчої інформації 113 (22,7%) користувачів.

Щоб задовольнити краєзнавчий запит, до архівних установ звертаються – 73 (14,6%), до до-

машніх бібліотек та колекцій – 52 (10,4%), до книгарень – 48 (9,6%) респондентів. 43 (8,6%) – знаходять необхідні документи в музеях. До краєзнавчих центрів, об'єднань звертаються – 34 (6,8%), до центрів НТІ – 4 (0,8%), до інших установ – 3 (0,6%). Отже, всі представлені в анкеті інформаційні установи спроможні задовольняти потреби користувачів у документах краєзнавчої тематики, але з різною ефективністю (рис. 4).

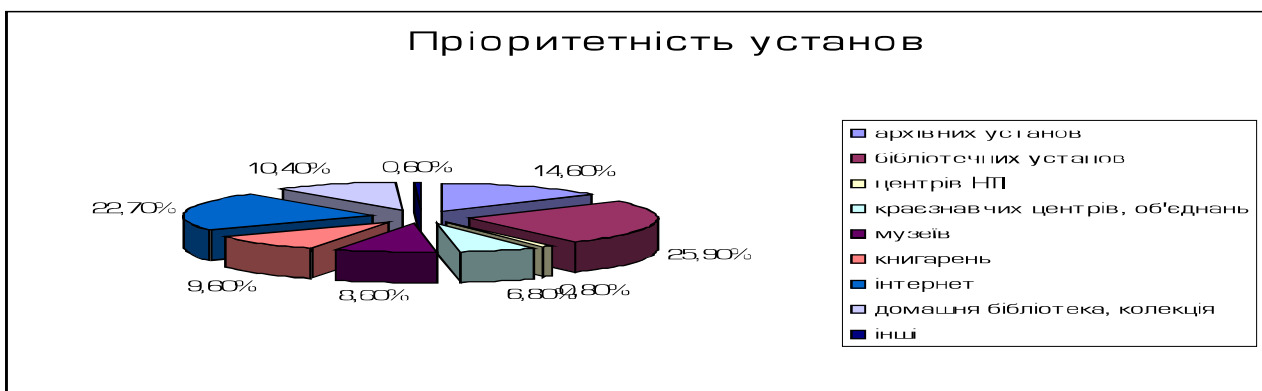


Рисунок 4. Пріоритетність установ у забезпеченні інформаційних потреб

Результати анкетування дозволили виявити рівень знань респондентів про край. Свій рівень знань як «поверхневий» оцінили 77 (35,3%). 74 (34%) – зазначили, що мають більш теоретичні знання про рідний регіон. Практичними дослідженнями краю займаються 55 (25,2%), 10 (4,6%) респондентів не змогли визначити свій

рівень знань. Але одним із головних результатів є те, що лише 2 (0,9%) респонденти оцінили свої знання про край як «нульовий рівень». Це підтверджує той факт, що більшість респондентів безпосередньо використовували чи продовжують користуватися краєзнавчими документами для вивчення регіону (рис. 5).

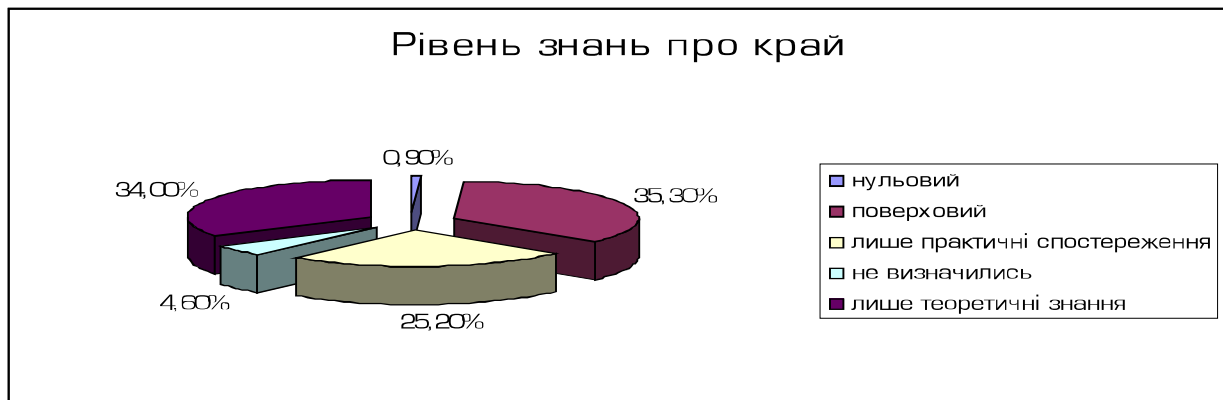


Рисунок 5. Показник рівня знань про край

Проведене анкетування дозволило встановити структуру краєзнавчих інформаційних потреб за цільовим призначенням та характером інформації. Респонденти надають перевагу таким типам опублікованих документів: науковим та науково-популярним – 107 (28,7%), навчальним виданням – 81 (21,7%), довідковим виданням – 71 (19,1%), офіційним виданням – 53 (14,2%), громадсько-політичним виданням – 27 (7,2%), рекламним виданням – 20 (5,4%), виробничим та виробничо-практичним – 11 (2,9%). Лише 3 (0,8%) респонденти зазначили, що їх не цікавлять документи з краєзнавства.

Перевага наукових та науково-популярних видань, на нашу думку, зумовлена тим, що респондентами були здебільшого користувачі архіву, а також викладачі та студенти університету, тобто користувачі, які мають сформований «смак» і потребують достовірної наукової інформації для заняття дослідницькою та навчальною діяльністю. Водночас помітною є пріоритетність «серйозних» документів краєзнавчого змісту: довідкових, офіційних, громадсько-політичних видань (рис. 6).



Рисунок 6. Пріоритетність видавничої продукції

Результати анкетування щодо визначення пріоритетності складових архівних фондів для задоволення краєзнавчого запиту розподілилися так: фонди місцевих установ, підприємств та організацій усіх форм власності – 66 (23,1%), фонди органів державної влади і управління – 53 (18,6%), архівні колекції – 52 (18,2%), фонди органів місцевого самоврядування – 39 (13,6%), фонди особового походження – 29 (10,1%), фонди про-

відних органів та установ української еміграції – 6 (2,1%). 37 респондентів (12,9%) не звертаються до архівних фондів за краєзнавчими джерелами, та 4 (1,4%) зазначили, що користуються фондами інших установ і організацій. При узагальненні відповідей простежується тенденція звернення та використання користувачами кількох архівних фондів для задоволення інформаційних потреб у краєзнавчих документах (рис. 7).

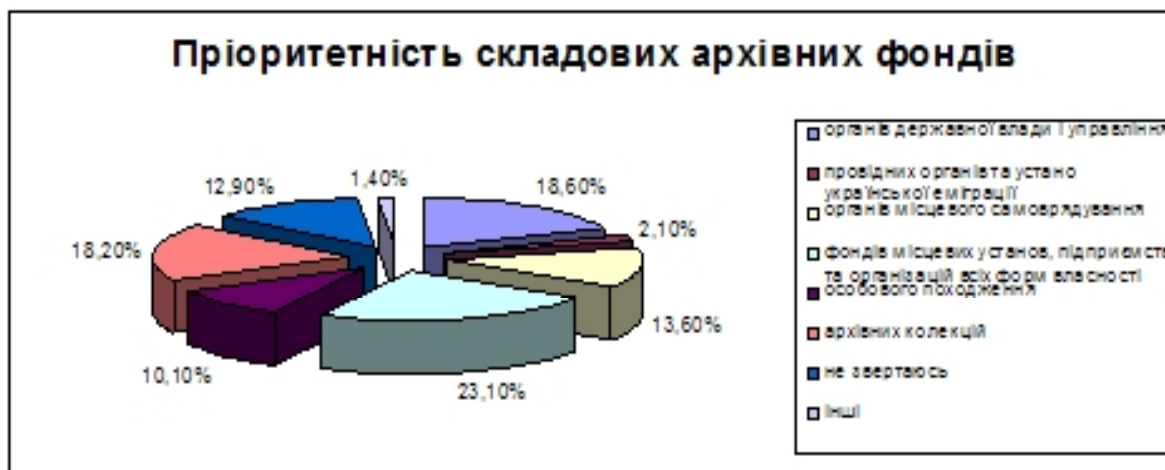


Рисунок 7. Пріоритетність використання архівних фондів

На запитання «Які саме краєзнавчі теми цікавлять Вас?» відповіді розподілилися так: історія краю – 119 (25,3%); мистецтво, архітектура, культура та традиції краю – 88 (18,7%); наука та освіта краю – 70 (14,9%); громадсько-політичне життя краю – 43 (9,1%); соціально-економічне становище краю – 35 (7,5%); географічне положення та природні ресурси краю – 33 (7,1%); державна влада та місцеве самоврядування – 26 (5,5%); ад-

міністративний устрій краю – 22 (4,7%); сільське та лісове господарство краю – 15 (3,2%); виробництво та технічне забезпечення краю – 14 (2,9%). П'ять (1,1%) респондентів вказали, що з-поміж інших, не зазначених у анкеті тем, їх цікавлять історія релігії в регіоні та розвиток медицини краю. Відповіді свідчать, що користувачів цікавлять одночасно кілька тем (рис. 8).

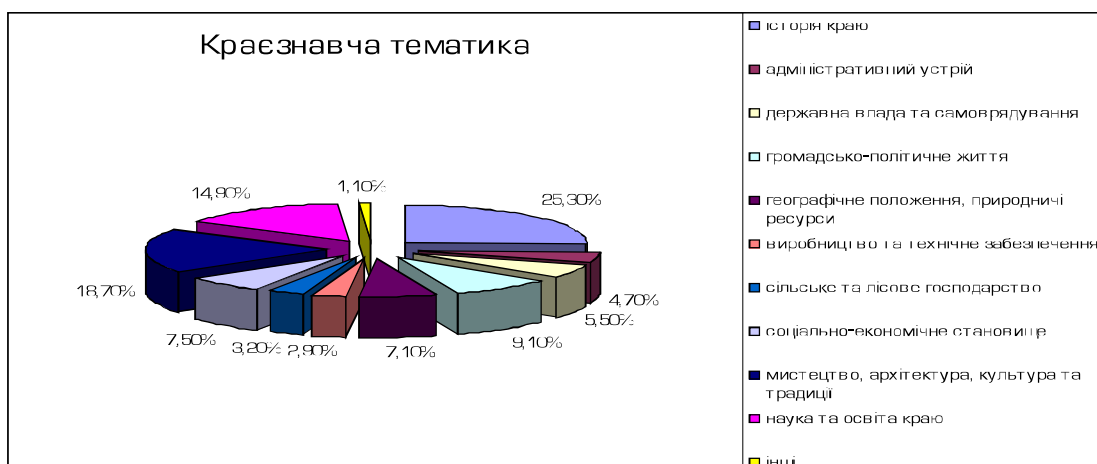


Рисунок 8. Потреби користувачів у краєзнавчій тематиці

Респонденти звертаються у пошуках краєзнавчої інформації до таких джерел: до періодичних видань та Інтернет-ресурсів однакова кількість користувачів – 98 (19,6%); архівних документів – 72 (14,2%); неперіодичних видань – 69 (13,9%); кінофотофонодокументів – 49 (9,9%); документів на сучасних носіях інформації – 41 (8,2%).

139 (27,8%) користувачів краєзнавчих документів останнім часом виявляють підвищений інтерес до документів на новітніх носіях інформації: компактдисків, аудіо- і відеодокументів, зокрема інтернет-ресурсів. Проте активність використання користувачами цих видів документів суперечить рівню укомплектованості цими документами фондів інформаційних установ, доступності та насиченості краєзнавчою інформацією в електронному сегменті. Користувачі, які мають реальний доступ до інтернету і вміють ним користуватися, надають

перевагу самостійному пошуку краєзнавчої інформації та рідко звертаються до друкованих документів краєзнавчого змісту.

З інших видів краєзнавчої інформації респонденти вказали на: дисертації та автореферати дисертацій – 33 (6,6%); картографічні видання – 16 (3,2%); образотворчі видання – 13 (2,6%); депоновані рукописи – 7 (1,4%). 78 (15,7%) користувачів мають потребу у збільшенні краєзнавчих документів з нетекстовою формою передачі інформації (кінофотофонодокументів, образотворчих і картографічних видань). Про високу краєзнавчу інформаційну культуру користувачів свідчить те, що лише 3 (0,6%) респонденти не користуються краєзнавчими джерелами інформації. Лише 1 (0,2%) зазначив, що використовує інші джерела, але не вказав, які саме (рис. 9).

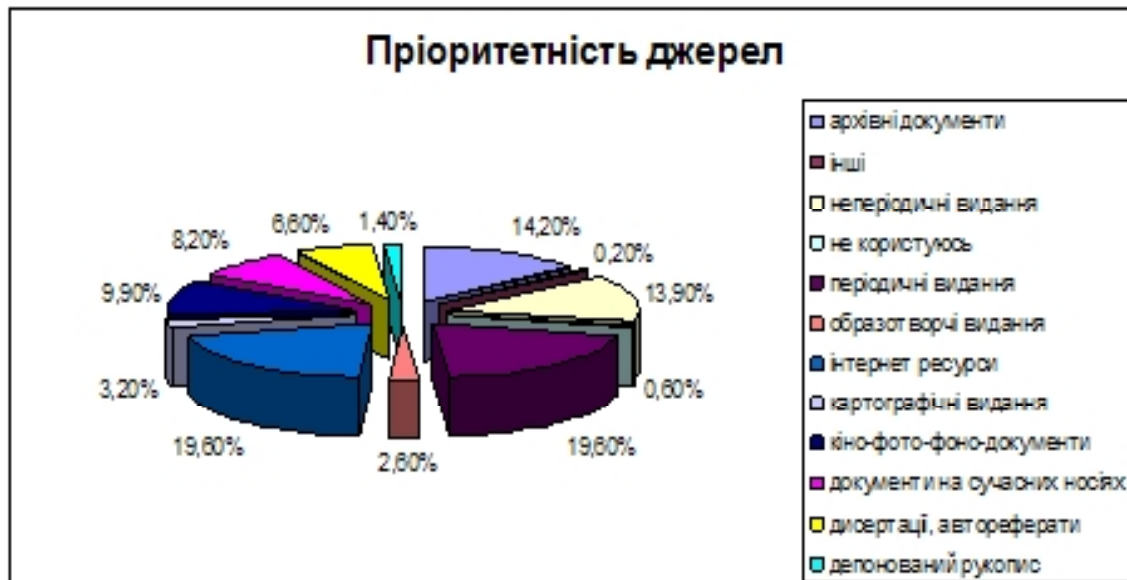


Рисунок 9. Пріоритетність джерел інформації

Отже, можна дійти висновку, що сучасні інформаційні установи мають негайно доукомплектувати фонди документами на сучасних носіях інформації та з нетекстовою формою передачі інформації.

Анкетування дозволило виявити, які з послуг інформаційних установ посідають пріоритетне місце у респондентів: доступ до інтернету цікавить – 78 (25,4%) респондентів, однаково

цікавить як видача документів, так і довідкове обслуговування – 59 (19,2%). Охоче відвідують різноманітні краєзнавчі заходи, що проводяться в установах – 56 (18,2%), користуються поточним інформуванням – 55 (17,9%). Отже, користувачі звертаються до установ переважно для безпосереднього пошуку інформації за допомогою мережі Інтернет (рис. 10).



Рисунок 10. Пріоритетність послуг інформаційних установ

Аналіз відповідей на питання щодо хронологічного періоду досліджень із краєзнавства дало можливість дійти висновку, що респондентів цікавлять документи різних історичних часів, починаючи з найдавніших до наших днів. Але все ж таки більше респондентів звертають увагу на інформацію про документи XV-XIX ст. Тобто у дослідників користуються підвищеним попитом періоди, в які можна знайти підтвердження чи спростування тієї чи іншої теорії у краєзнавчих документальних джерелах.

На прохання надати пропозиції щодо вдосконалення інформаційного та документального забезпечення краєзнавчих досліджень 165 (75,7%) респондентів не зреагували. Але 7 (3,3%) респондентів зазначили, що їх влаштовує і краєзнавчий документальний фонд, і інформаційне забезпечення краєзнавчих потреб в архіві, 46 (21,1%) респондентів відреагували на прохання й висловили пропозиції, які, на їхню думку, полегшать та прискорять пошук релевантної відповіді на їхній запит, а також сприятимуть інноваційним змінам в архіві (рис. 11.).



Рисунок 11. Відгуки на прохання надати пропозиції

З-поміж пропозицій користувачів можна виділити такі:

- оцифрування документів для їхнього подальшого покращеного зберігання та використання за допомогою комп'ютерної техніки;
- створення тематичних путівників за окремими фондами;
- створення каталогів: географічних, систематичних, тематичних (бажано в електронному вигляді);

- проведення уточнення та розширення назв архівних справ;
- створення покажчиків окремих фондів;
- поповнення фондів перекладами документів, що зберігаються, написаних іноземною мовою;
- збільшення фондів образотворчими та картографічними виданнями краю;
- надання більш розгорнутої інформації про фонди та діяльність архіву в мережі Інтернет;

- створення телепрограм та відеоматеріалів, розкриття в них певної теми на основі документальних матеріалів архіву;
- заохочення населення до поповнення архівних фондів документами з приватних колекцій, які представляють цінність для держави;
- спрощення доступу для користування архівними документами;
- покращення ДБА, створення електронної БД краєзнавчого змісту;
- збільшення наявності у фондах краєзнавчої інформації на сучасних носіях інформації;
- комплектування фондів періодичними виданнями краєзнавчого змісту;
- розроблення краєзнавчої рубрики на сайті архіву та збільшення кількості друкованої продукції про діяльність архіву.

Отже, користувачами документів з краєзнавства є люди різного соціального статусу, переважно з вищою освітою, в яких сформовані та визначені орієнтири в здійсненні краєзнавчої діяльності. Тобто, в обслуговуванні користувачів з краєзнавчими інформаційними потребами є необхідність проводити диференційований підхід. Дослідження виявило, що потреба в краєзнавчих документах не стихійна, оскільки значна кількість користувачів систематично звертаються з краєзнавчими запитами.

Поряд із краєзнавчими документами на паперових носіях інформації, респонденти виявляють підвищений інтерес до документів з електронними носіями інформації та бажають мати змогу копіювати необхідну інформацію на електронні носії для користування за межами архіву. Але низький показник використання електронних ресурсів свідчить про те, що комп'ютеризація ще не набула широкого розповсюдження в архівах.

Для вдосконалення документальних ресурсів краєзнавчих досліджень необхідно проводити багатоаспектне дослідження з вивчення інформаційних краєзнавчих потреб, оскільки вони постійно розширюються та змінюються. Тому в інформаційних установах систематично мають здійснюватися дослідження краєзнавчих інформаційних потреб для впровадження конструктивних інноваційних змін у діяльність установи.

У різних категорій користувачів інтерес до краю має різну спрямованість, що відрізняється рівнем їхнього зв'язку з краєм. Аналізуючи результати дослідження, інформаційні потреби з

краєзнавства можна умовно диференціювати на потреби стабільні та спонтанні.

Перша група потреб пов'язана з необхідністю вивчення краєзнавчих документів для навчального процесу, для їхнього використання у професійній діяльності та наукових розвідках. Такі краєзнавчі інформаційні потреби архіву і бібліотеки повинні задовольняти не лише документами із «суто» гуманітарних аспектів життєдіяльності краю, а й активніше спрямовувати користувачів на вивчення виробничо-професійної сфери регіону. До цієї групи входять користувачі, які проводять науководослідницьку діяльність, краєзнавці-аматори та користувачі, які займаються самоосвітою. Вони поглиблено вивчають край, його історію, економіку, культуру, релігію, спадщину і традиції. Для цієї групи характерним є поглиблене дослідження як історії, так і сьогодення рідного краю, малої Батьківщини. Їх цікавлять як ретроспективні джерела, так і сучасні інформаційні електронні документи. Вони є активними членами краєзнавчих спілок, об'єднань. Ця група краєзнавчих потреб найчисленніша і найрізноманітніша за структурою і змістом.

До другої групи належать потреби користувачів, пов'язані з місцем тимчасового проживання та працевлаштування або одноразовими короткотривалими запитами. Такі спонтанні потреби треба розглядати як соціокультурні, що пов'язані з необхідністю добре орієнтуватися у «своєму» тимчасовому просторі, для кращого пізнання та пристосування до внутрішнього (історичного, традиційного, економічного, культурного та ін.) середовища регіону, для задоволення тимчасових інформаційних потреб у краєзнавчій інформації, запити користувачів, що повернулися на Батьківщину після тривалої відсутності. Як свідчить статистичне дослідження, зазначена група є найменш чисельною.

В основі диференціації користувачів лежать ознаки їхнього загальноосвітнього рівня, професійних інтересів, психологічних і вікових особливостей. В індивідуальній і масовій роботі з краєзнавчими документами необхідно враховувати інтереси таких груп користувачів: керівників усіх рангів (тематичний діапазон їхніх інформаційних потреб відрізняється широтою, при цьому чим вищий ранг керівника, тим багатоаспектніші його інформаційні потреби); фахівців, зайнятих у різних галузях народного господарства, науки, культури тощо.