

Галина Булахова,
мол. наук. співроб. СІАЗ НБУВ

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

У статті розглянуто проблеми вивчення іміджу бібліотеки. Акцентується увага на формуванні та розвитку іміджу сучасних бібліотек у контексті розвитку інформаційних ресурсів.

Ключові слова: позитивний образ (імідж), іміджева політика, імідж веб-сайту.

Із середини 90-х років ХХ ст. у бібліотечній сфері спостерігається значний інтерес до проблем формування іміджу бібліотеки. Одним з найважливіших показників формування бібліотечного іміджу в умовах інформаційного суспільства є ступінь відповідності її місії, мети та завдань потребам соціуму.

Сьогодні бібліотеки створюють свій індивідуальний образ, в основі якого лежать такі цінності як інформація, культура, мистецтво, освіта тощо. Основою діяльності сучасного бібліотечного закладу та пріоритетним напрямом є, по-перше, створення позитивного іміджу, формування надійної репутації серед широкої громадськості, по-друге, знищення стереотипів зневажливого ставлення до бібліотечної професії як рутинної та неперспективної. Імідж – це загальне уявлення про бібліотеку і залежить він від щоденної праці та формується впродовж багатьох років.

Проблемі іміджу бібліотек достатньо уваги приділено як українськими, так і російськими науковцями. Тему іміджу бібліотеки в різних її аспектах розробляли, наприклад, С. Барабаш, О. Кашкарьова, Т. Костирко, В. Пашкова, В. Ярошук, Л. Влащенко, Т. Грищенко, І. Карпова, Л. Онишук. У 90-х роках проблема висвітлювалася російськими вченими, зокрема, у монографіях А. Ю. Панасюка, Г. Г. Почепцова, І. А. Федорова, В. М. Шепеляв, О. Борисова, М. Матвєєва, Е. Яструбова, В. Стельмаха. Досвід іміджевої діяльності, починаючи від досліджень іміджу в контексті загальних проблем бібліотечної справи і закінчуючи вивченням образів бібліотек і бібліотекарів у художній літера-

турі, вивчали і закордонні фахівці Е. Еббот, С. Берк, Дж. Е. Хенніган, Е. О'Брайен, І. Ван Рінен, К. Вайс, Р. Девіс, Г. Прінс, П. Шуман та ін.

У контексті попередніх досліджень імідж бібліотеки можна визначити як сформований у масовій свідомості емоційно забарвлений образ, який визначається ставленням суспільства до бібліотеки, її послуг, ресурсів, товарів. Образ бібліотеки постійно змінюється. Якість цих змін залежить від діяльності колективу, керівництва бібліотеки, які повинні цілеспрямовано, систематично формувати імідж на основі наявних ресурсів [1].

Поняття «імідж» походить від латинського *imago* (зображення, відображення, видимість), пов'язаного з латинським словом *imitare*, що означає «імітувати». На сьогодні, згідно зі словником Вебстера, імідж – це штучна імітація чи подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта чи особи. І. В. Альошина, автор статті «Корпоративний імідж: стратегічний аспект» зазначає, що імідж – це образ організації в поданні груп громадськості.

Імідж бібліотек з огляду на багаторівневий та багатоаспектний характер їх участі в соціальних комунікаціях формується по-різному, оскільки бажана поведінка різних груп щодо бібліотеки може відрізнятися. Інакше кажучи, одна і та ж бібліотека може по-різному сприйматися користувачами, органами державної влади, місцевою та бібліотечною громадськістю. Так, для широкої громадськості може бути кращою гуманістична позиція бібліотек [2], а для органів влади – виконання ними ідеологічної функції. Таким чином, імідж бібліотеки, образно кажучи, «її обличчя» відбивається в дзеркалі суспільної думки і професійного бібліотечного середовища.

Таким чином, імідж бібліотеки можна розглядати як поширений і відносно стійкий образ, що сформувався у свідомості різних груп населення під впливом її безпосередньої діяльності, заходів, що вживаються нею для збільшення своєї популярності, і ряду факторів. Носій іміджу називається його суб'єктом, прототипом, прообразом, споживач іміджу – об'єктом, іміджевою аудиторією.

Образ, створений бібліотекою, з одного боку, сприяє просуванню інформаційних ресурсів і послуг, з іншого – стимулює її подальший розвиток. Більше того, специфіка іміджу бібліотек полягає в тому, що він існує незалежно від зусиль самої бібліотеки, він існує, навіть якщо і не розробляється спеціально, питання лише – який і, отже, потребує постійної оцінки і корекції. При визначенні іміджу бібліотеки найбільш важливими є використання функціонального підходу, згідно з яким виділяється імідж зовнішньобібліотечний і внутрішньобібліотечний.

Зовнішній імідж складається з суспільної думки про бібліотеку. Формується рекламною кампанією, якістю інформаційного обслуговування користувачів, зв'язками із засобами масової інформації і суспільно затребуваний.

Внутрішній імідж – це атмосфера усередині бібліотечного колективу. Він дає змогу створити сприятливі умови для досягнення єдиної мети в спільній діяльності, зближує співробітників, дає можливість індивідуального розкриття кожного. Важливість емоційного фактору, позитивного середовища роботи колективу не можна недооцінювати; важливе також усвідомлення виконуваної роботи, відчуття затребуваної суспільством і т. д. Ці фактори є основою формування позитивного іміджу бібліотеки [3].

Виходячи з пріоритетності зазначених підходів, у бібліотекознавстві наразі склалися три основні концепції іміджу бібліотек:

1. «Організаційно-управлінська» (спрямована на вдосконалення обслуговування читачів і розвиток PR).
2. «Психологічна» (приділяє увагу внутрішньому світу бібліотекаря, його самооцінці, задоволенню, одержуваному від роботи тощо).
3. «Ірраціональна» (яка визначає, що імідж бібліотек визначається переважно незалежними від їх діяльності факторами) [4].

У будь-якому випадку, слід враховувати, що імідж має завжди дві сторони: одна визначає ставлення до нього оточуючих, для яких він призначений, а інша – імідж в уявленні самого його носія, тобто бібліотеки. Професійний підхід до формування образу бібліотеки має будуватись на всебічному вивченні користувача або аудиторії, на яких він розрахований.

При цьому, визначаючи основні складові формування іміджу бібліотек, необхідно відзначити основні його складові:

- авторитетність і компетентність керівників;
- професіоналізм персоналу;
- культура спілкування в бібліотеці;
- дизайн бібліотеки (зовнішній і внутрішній);
- культура робочих місць співробітників;
- комфортність умов для користувачів;
- специфіка інформаційних ресурсів;
- використання новітніх технологій;
- реклама бібліотеки;
- документація (її відповідність нормам сучасного діловодства);
- наявність власного фірмового стилю;
- наявність традицій, ритуалів;
- участь у міжбібліотечних корпораціях.

Сучасна трансформація бібліотек в культурно-інформаційні центри актуалізує активізацію впровадження в практику роботи різних засобів формування позитивного бібліотечного іміджу. Серед них варто виділити, по-перше, розробку бренду – позитивного образу бібліотеки (інформаційні стенди, бейджі, створення фірмового стилю тощо). По-друге, проведення рекламних кампаній та реклама окремих видів послуг або напрямів роботи, через, зокрема, засоби масової інформації. По-третє, «паблік рілейшнз» бібліотеки (зв'язки з громадськістю, лобювання тощо) [5].

Одним з важливих складових успішного образу традиційно є оформлення бібліотеки – її вивіски, оголошення тощо. Сюди ж відносяться і виставки, які здатні привернути увагу користувачів до колекцій і матеріалів та активізувати використання бібліотечного фонду.

Не менш важливим для підтримання іміджу є і фірмовий стиль, який складається з декількох компонентів, серед яких основне місце належить фірмовому знаку або емблемі бібліотеки, логотипу, слогану, що прикрашатиме друковану продукцію, яка створена у бібліотеці. Фірмовий знак бібліотеки (логотип) є сенс розміщувати на візитівках, конвертах, буклетах, читацьких квитках тощо.

На сьогодні основною корпоративною візитною карткою бібліотеки є, без сумніву, її веб-сайт – з розвитком електронних інформаційних технологій кількість користувачів, а відтак іміджева аудиторія зростає експоненційно, збільшуючись на 30–40 % на рік [6].

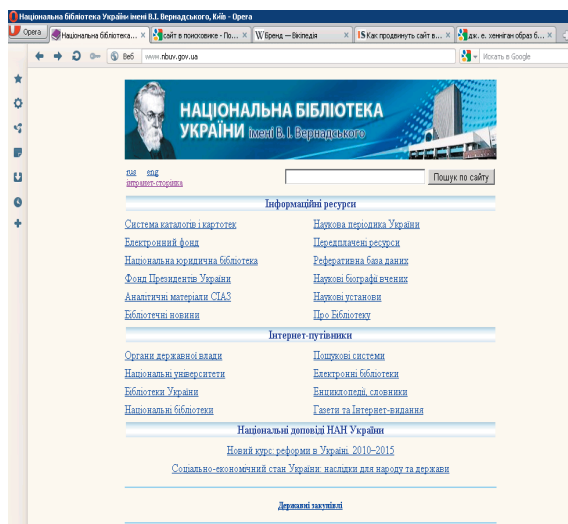
Загалом кількість бібліотечних користувачів збільшується до 14 млн, і умови їхньої роботи з даними, представленими на веб-сайтах бібліотек, значним чином і формують імідж закладів загалом. Саме сайт бібліотеки є важливим інструментом інформування користувачів про досягнуте, структуру бібліотеки, її ресурси, послуги, які вона надає; навігації в актуальній інформації про заходи, які вже відбулися в бібліотеці або мають відбутися найближчим часом і тощо.

Тому особлива увага повинна бути приділена змістовному наповненню сайту – актуальність, вичерпність та доступність інформації, представленої на ньому, є обов'язковою умовою успішності та ефективності ресурсу. Лише зацікавленість користувача дає змогу просувати матеріали, що характеризують роботу бібліотеки, підкреслюють значущість і, певним чином, унікальність її діяльності.

Не менш важлива структура самого веб-сайту – зрозуміла та логічна, щоб користувач чітко уявляв, як отримати ту чи іншу інформацію зі сторінки. Нарешті, потрібне постійне оновлення представленої на сайті інформації. Нарешті, сайт – це обличчя бібліотеки, в усякому разі,

в інформаційному просторі. Тому смак і унікальний стиль – це ті вершини, до яких необхідно прагнути. В ідеалі сайт повинен бути пізнавальний, навіть якщо на екрані не видно логотип та іншу атрибутику. Власна манера викладу новин, вигідний стиль подачі матеріалу впливають на виділення сайту з ряду подібних.

Розглянемо, наприклад, сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (<http://www.nbuv.gov.ua>).



Головна сторінка веб-сайту Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського відповідає вимозі інформативності та ефективності навігаторської функції: дає можливість своїм користувачам отримати доступ до таких інформаційних ресурсів бібліотеки, як система каталогів і картотек, наукова періодика України, електронний фонд, передплачені ресурси, Національна юридична бібліотека, реферативна база даних, Фонд президентів України, наукові біографії вчених, аналітичні матеріали СІАЗ, наукові установи, бібліотечні новини. Також сайт бібліотеки надає доступ до науково-інформаційних ресурсів Інтернету: пошукових систем, бібліотек України, національних бібліотек, електронних бібліотек, органів державної влади, національних університетів, енциклопедій, словників, газет та інтернет-видань.

Отже, сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського надає доступ до матеріалів з найбільш актуальних суспільних проблем,

ознайомлює користувача з історичним та культурним розвитком держави.

Слід також відзначити зручність пошукової системи веб «РБІС», яка надає розширені можливості навігації по сайту та доступ до рубрик «Запитай бібліотекаря», «Юридичні інформаційні ресурси», «Електронні ресурси», «Інформаційно-бібліографічний сервіс».

Сайт НБУВ передбачає й інтерактивні методи – залучення читачів до співпраці, наприклад, у рубриці «Аналітичні матеріали СІАЗ» дає можливість обговорення в режимі онлайн представлених на сайті матеріалів з актуальних тем на платформі LiveJournal. Також, використовуючи інтерактивні технології, максимально враховуючи суспільні та індивідуальні потреби й запити, на сайті відкрито форум з обговорення проблем інформаційного суверенітету та інших суспільно значущих тематик, що спричинило жваві коментарі та численні відгуки з цієї проблеми.

Впровадження методів інтерактивної роботи сприяє формуванню іміджу відкритості, сучасності, соціальної активності бібліотеки.

Науковий аналіз сайтів провідних бібліотек світу дає змогу дослідникам виокремити спільні риси в їх розвитку, наданні послуг та структури. Так, усі досліджувані веб-портали надають доступ до електронних каталогів, фондів, реферативних баз даних, колекцій, виставок, фото- та аудіоресурсів; дають змогу ознайомитися з історією бібліотеки та рядком новин, скористатися пошуковою системою, яка у всіх порталів є досить зручною та багаторівневою, скористатися послугою зворотного зв'язку. Відповіддю на вимоги сьогодення стали чати, форуми чи формування груп у соціальних мережах.

Отже, орієнтуючись на досвід світових бібліотек, у перспективі доцільним видається вдосконалення інтерфейсу НБУВ, а саме: збільшення графічної інформації, що супроводжує рубрики та підрубрики сайту.

Із метою охоплення більш широкої аудиторії варто впровадити на сайті тематичні розділи, як-от: для дітей, родини (наприклад, журнали, література з педагогіки, виховання, психології, медицини), для бібліотечних працівників (наприклад, щорічні конференційні матеріали). За прикладом Бібліотеки Конгресу США затребуваною стала б рубрика для науковців, дослідників, викладачів, студентів [7].

Таким чином, нагальним завданням сучасної бібліотеки повинна стати робота з моделювання образу сайту як важливої складової загальнобібліотечного іміджу. Визначаючи напрями цієї роботи, варто відзначити важливість таких компонентів:

- сучасно та стильно продумана інформація про бібліотеку, її традиції задоволення запитів користувачів;
- організація підготовки ефективних, високоякісних інформаційно-

аналітичних продуктів, удосконалення послуг, у тому числі дистантних;

- організована на сучасному рівні рекламна діяльність про можливість інформаційного обслуговування в бібліотеках;
- просування сайтів – йдеться про використання засобів і методів, спрямованих на виведення сайту у верхні позиції пошукових систем (в ідеалі – у ОП-10), за релевантними ключовими словами і словосполученнями. На сьогодні в Україні найбільш популярними пошуковими системами вважаються Google і Яндекс, тому основні сили інтернет-маркетологів і SEO-оптимізаторів спрямовані саме на них;
- художнє естетичне оформлення інформаційних продуктів і самого сайту.

Формування іміджу бібліотек надзвичайно важливе в умовах сучасного інформаційного суспільства, враховуючи і той фактор, що на сьогодні саме бібліотеки значним чином представляють державу в цілому, надаючи достовірну інформацію про її історію, культуру та сучасний стан розвитку.

Список використаних джерел

1. Имидж библиотеки как фактор ее развития : обзор деятельности муниципальных библиотек области / сост. Н. В. Аверьянова ; «ТОГУК Тамб. обл. универсал. науч. б-ка им. А. С. Пушкина». – Тамбов, 2010. – 20 с. – Режим доступа: <http://regionlib.ru/blog/2011/01/imidzh-biblioteki-kak-faktoree-razvitiya>. – Загл. с экрана.
2. Кирилюк Ф. М. Політологія: Навчально-методичний комплекс: за ред. Ф. М. Кирилюка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://text-books.net.ua/content/view/6702/44/>. – Назва з екрана.
3. Формування іміджевої політики бібліотеки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unbib.mk.ua/index.php/2>. – Назва з екрана.
4. Костирко Т. Бібліотечна іміджеологія як професійна інновація / [Електронний ресурс] / Т. Костирко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2011_2/st_8.pdf. – Назва з екрана.
5. Кірішева О. Імідж сучасної бібліотеки в інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] / О. Кірішева. – Режим доступу: http://www.library.gov.ua/html/pok_pr/12/47.doc. – Назва з екрана.
6. НБУВ : веб-сайт [Електронний ресурс]. – Електрон. дані та прогр. – К. : НБУВ, 1997. – 2011. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/library/webstat.html>. – Назва з екрана.
7. Бондаренко В. Розвиток веб-сайтів бібліотек як інструменту управління інформаційними потоками / В. Бондаренко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 21. – С. 176