

## Шляхи підвищення іміджу університетської бібліотеки в сучасних умовах (з досвіду НБ ХНУ)

Процеси, які сьогодні відбуваються в бібліотечному середовищі, повинні бути адаптовані до інтересів читацької аудиторії. Перед усіма типами бібліотек, в тому числі і перед бібліотеками ВНЗ, стоїть завдання створення образу бібліотеки: доступної, необхідної, комфортної, тобто формування її позитивного іміджу. Саме це є першим і дуже важливим питанням для майбутніх успіхів бібліотеки. При цьому потрібно мати на увазі, що формування іміджу, підвищення престижу бібліотеки — процес безперервний, а суспільна думка в загальному стабільна. Тому бібліотекам необхідно удосконалювати свій образ, гарантуючи своїм теперішнім і майбутнім користувачам належну якість послуг та продукції, професіоналізм персоналу.

Імідж наукової бібліотеки Хмельницького національного університету відображається в дзеркалі суспільної думки навчального закладу та професійного бібліотечного середовища. Образ, який створила бібліотека, з однієї сторони допомагає просуванню інформаційних ресурсів та послуг, а з іншої — стимулює її подальший розвиток.

Створення позитивного іміджу бібліотеки здійснюється за такими напрямками:

- зовнішній (університет, професійне середовище країни та регіону);
- внутрішній (бібліотечний колектив)

Формування суспільної думки в університеті.

У основних груп користувачів (викладачів, студентів) є свій образ бібліотеки, котрий можна визначити як суму емоцій, вражень, відчуттів, здогадок, висновків, так чи інакше пов'язаних з бібліотекою. Образ університетської бібліотеки багато в чому залежить від:

- культури обслуговування, рівня кваліфікації співробітників,
- організації вільного доступу до джерел інформації,
- надання повної інформації про ресурси та послуги бібліотеки.

Позитивний вплив на формування іміджу бібліотеки мають різні форми подачі інформації різним групам користувачів. Для професорсько-викладацького складу підтримка позитивного іміджу супроводжується повнотою наданих інформаційних послуг. Ріст та стійкість значимості іміджу бібліотеки для цієї категорії читачів залежить від якості послуг, які пропонує бібліотека, і від того, наскільки вони відповідають вимогам користувачів. Читачі-студенти більш емоційні, і іміджевий образ бібліотеки для них багато в чому пов'язаний з культурою обслуговування, тобто з особистим спілкуванням. Студенти очікують від бібліотекарів більше уваги, ввічливості, здібності спокійно, терпеливо і детально відповідати на поставлені питання. Одним із дієвих способів з'ясувати, що представляє собою бібліотека, який її образ, є анкетування. Працівниками бібліотеки ХНУ проведено анкетне опитування користувачів “Якість бібліотечного обслуговування очима читачів”. Це дослідження показало важливість не тільки надання якісної інформації (поповнення книжкового фонду новими виданнями, електронні БД, автоматизоване обслуговування та наявність АРМ в бібліотеці), але й рівня професіоналізму, компетентності, культури обслуговування, тобто здійснення особистого контакту: бібліотекар — читач. Отже, потрібно враховувати, що кожний бібліотекар є представником PR, який перебуває у постійному контакті з читачами. Працівники повинні мати тверде усвідомлення причетності до реалізації завдань бібліотеки, адже саме вони поширюють всебічну інформацію про її діяльність, ресурси, сервісні послуги і т.д. Все це сприяє становленню та закріпленню позитивного іміджу книгозбірні.

Саме тому у бібліотеці необхідне постійне підвищення кваліфікації працівників. Наявність висококваліфікованих спеціалістів є одним із найважливіших факторів розвитку

бібліотеки. У НБ ХНУ склалась своя система підвищення кваліфікації. Щосереді проводяться тренінги, консультації, майстер-класи, тематичні огляди; працівники, які були у відрядженнях, виступають перед колективом із звітом, який дає змогу познайомитись з тими інноваціями, котрі запроваджені в інших бібліотеках, перейняти цікавий досвід. Про рівень кваліфікації та культуру обслуговування, якість роботи можна зробити висновок, прочитавши відгуки про НБ ХНУ на плакаті, який до Всеукраїнського дня бібліотек заповнювали читачі нашої книгозбірні. Ще одним доказом якісної роботи є публікації викладачів, студентів про бібліотеку і її працівників в газеті ХНУ “Університет” та місцевих періодичних виданнях. У 2006 році колектив бібліотеки відзначено Дипломом та обласною премією імені Мелетія Смотрицького в галузі бібліотечної роботи за вагомих внесок у розвиток бібліотечної справи, популяризацію української мови та літератури, видання змістовних інформаційно-бібліографічних видань. Гарне враження справляють відгуки поважних гостей книгозбірні, відвідувачів, представників інших бібліотек, записані у Книзі відгуків НБ ХНУ.

Сьогодні бібліотечна реклама виступає як дієвий компонент іміджевої політики. Реклама не тільки несе у собі інформацію, але й має психологічний вплив на читацьку аудиторію. Фахівці впевнені в можливостях реклами у підвищенні рівня і якості обслуговування, а отже і в створенні позитивного образу бібліотеки.

Таким чином, формуючи іміджеву політику бібліотеки, необхідно враховувати основні її складові і турбуватися не тільки про накопичення ресурсного потенціалу, надаючи оперативну і якісну інформацію, але й замислюватися над створенням образу бібліотекаря — головного посередника між джерелами інформації і споживачами.

Як неодноразово зазначалось у фахових виданнях, імідж бібліотеки ВНЗ залежить від іміджу університету, де книгозбірня є його важливою складовою та невід’ємною частиною. Ректор нашого університету завжди ставить завдання перед колективом: бути хоч не багатом, та попереду інших.

Формування іміджу бібліотеки в професійному бібліотечному середовищі.

В останні роки активізувалось співробітництво в професійному середовищі. НБ ХНУ плідно розвиває відносини з іншими бібліотеками. Працівники книгозбірні беруть активну участь у семінарах, конференціях, у роботі круглих столів регіонального та всеукраїнського рівнів. У минулому році працівники бібліотеки ХНУ побували у НБ Східно-українського національного університету, бібліотеці Одеського НУ, НБ Львівського НУ ім. І. Франка, НБ Кам'янець-Подільського національного університету, директор бібліотеки була учасником п'ятнадцятої Міжнародної Конференції “Крим 2008” “Бібліотеки та інформаційні ресурси в сучасному світі науки, культури, освіти та бізнесу”.

У рамках корпоративної діяльності бібліотека співпрацює з Хмельницькою обласною бібліотекою для юнацтва, бібліотекою Національного університету кораблебудування (м.Миколаїв), бібліотекою Харківського національного університету радіоелектроніки та бібліотекою Тернопільського національного педагогічного університету.

Велике значення для реклами та формування позитивного іміджу книгозбірні відіграє веб-сайт бібліотеки, який за час існування оновлювався чотири рази. Саме він є важливим інструментом інформування користувачів про досягнуте, структуру бібліотеки, її ресурси, послуги, які вона надає, допомагає знайти інформацію про заходи, котрі уже відбулися в бібліотеці або мають відбутися найближчим часом. Користувач має можливість скористатися послугами МБА та ЕДД, базами даних бібліотеки, відвідати віртуальні виставки та віртуальну довідку. Отже, веб-сайт бібліотеки дає можливість користувачам отримати першу уяву про стиль роботи та імідж бібліотеки. Звичайно, сайти надають корисну інформацію і користувачам-колегам. На сайті бібліотеки у розділі “Наукова робота” розміщені “Наукові публікації працівників бібліотеки за 2000- 2008 роки”, “Бібліографія праць вчених”, теми конференцій бібліотеки за останні роки з програмами їх проведення, матеріали 15-ї Міжнародної Конференції “Крим 2008” та регламентуючі документи; корисну інформацію колеги-бібліотекарі можуть отримати, відвідавши розділи “Методичне об’єднання”, “Обмінний фонд”.

Працівники бібліотеки беруть активну участь в суспільному житті університету. Книгозбірня своєю діяльністю долучається до проведення усіх заходів, науково-практичних конференцій, зустрічей, які проводить навчальний заклад. Співробітники НБ підбирають літературу, експонують виставки, що також сприяє підвищенню значимості бібліотеки в очах викладачів, співробітників, студентів та гостей університету. В результаті своєї діяльності бібліотека ХНУ здобула авторитет не лише як структурний підрозділ навчального закладу, але і як творча лабораторія.

З року в рік робота бібліотеки висвітлюється в засобах масової інформації. Статті працівників друкуються у фахових періодичних виданнях: “Бібліотечна планета”, “Бібліотечний форум України”, “Бібліотечний вісник”, у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій та у місцевих періодичних виданнях. Інформація про цікаві новини, події звучить на радіо: університетському, бібліотечному та міському.

Бібліотечна установа не досягне створення бажаного іміджу надійної, солідної, ділової і професійної установи, якщо не буде піклуватися про створення фірмового стилю. До цієї проблеми бібліотеки підійшли не так давно і лише почали створювати власний фірмовий стиль. Найголовніше і найважче завдання, у вирішенні якого не обійтись без професіоналів, - це створення фірмового знаку. Важливо також замовити комп'ютерні макети візиток, бланків, конвертів, папок і липких аплікацій. Відтоді фірмовий стиль буде супроводжувати всю друковану і сувенірну продукцію, яка виходитиме з бібліотеки. Добре, якщо фірмовий знак поширюється і на традиційну бібліотечну техніку: читацький квиток, читацький формуляр, роздільник фонду у відкритому доступі, закладку книги. Маючи свою емблему, НБ ХНУ подбала і про створення Гімну бібліотеки; слова, які написав колектив книгозбірні, покладені на музику. Велике значення для підвищення іміджу книгозбірні в очах користувачів, особливо у студентів-першокурсників, є демонстрація під час “Декади першокурсника” п'ятнадцятихвилинного фільму про наукову бібліотеку Хмельницького національного університету. Позитивним у даному питанні є те, що бібліотеку ХНУ занесено у міський телефоний довідник, а також в Енциклопедію сучасної України.

Особливе місце у формуванні позитивного іміджу бібліотеки займає культурно-просвітницька діяльність. В основному, вона реалізується через проведення масових заходів. Наприклад, у 2008 році було підготовлено та проведено 40 масових заходів. Тематичні виставки, відкриті перегляди, бібліографічні огляди — це візитна картка нашої бібліотеки. Саме переглянувши виставку, як традиційну так і віртуальну, читач отримує уявлення про фонд бібліотеки, стиль роботи, творчі здібності працівників. Масові заходи, проведені працівниками бібліотеки, сприяють тому, що до книгозбірні користувачі звертаються не лише як до джерела інформації, а й як до осередка культурного збагачення, центра неформального спілкування, місця відпочинку, проведення дозвілля. У бібліотеці, в літературній вітальні, успішно діє Клуб цікавих зустрічей. У інтер'єр літературної вітальні бібліотеки органічно вписуються експозиції картин місцевих художників. Виставки робіт в науковій бібліотеці досить престижні. Відкриття кожної експозиції супроводжується презентацією із висвітленням у ЗМІ, бібліотека в таких випадках виступає в ролі мецената, надаючи можливість талановитим художникам продемонструвати свою творчість. На даний момент експонується виставка подарованих картин Едварда Міляра — живописця, графіка, мистецтвознавця, члена спілки художників України, почесного професора, академіка МАФОБ. Як сказано в одному із фахових видань: “Ніхто не може проводити масовий захід заради самого заходу. Це надзвичайно дороге задоволення. Будь-який масовий захід, на кого б він не був розрахований, повинен принести бібліотеці дивіденди у вигляді піднесення престижу у місцевому суспільстві, створення необхідного іміджу”.

Імідж бібліотеки, як і будь-якої іншої організації, ніколи не залишається постійним впродовж усього періоду діяльності та розвитку. Із зміною соціальних, економічних, технологічних процесів він змінюється. І кожна бібліотека повинна час від часу переглядати свій імідж і корегувати його. На сьогоднішній день найважливішого значення набуває демонстрація інформаційних можливостей ресурсної бази бібліотеки. Вміло і тонко

рекламуючи ретроспективні документи фонду, необхідно показувати читачеві нові можливості отримання інформації - автоматизовані технології. Реклама електронного каталогу, банків даних повнотекстової інформації, можливостей використання INTERNET у бібліотеці, сервісних послуг, сканування, копіювання документів тощо підвищує рейтинг бібліотеки.

Великий резонанс серед викладачів та студентів університету мають акції, проведені бібліотекою. Третій рік продовжується акція "Подаруй бібліотеці книгу!". За цей період книгозбірня отримала понад 3 тисячі видань. Ім'я кожного дарувальника вноситься в спеціальну книгу - вписується в історію бібліотеки. У найближчих планах — списки меценатів розмістити на сайті НБ ХНУ.

Ну і звичайно, для бібліотечної установи є найкращою реклама, яка допоможе сформувати позитивний образ установи - це її приміщення. Наукова бібліотека ХНУ розміщена у окремій 9-ти поверховій будівлі. Сучасні та зручні інтер'єри, затишні та озеленені читальні зали справляють враження ділового і, водночас, культурного центру. Розташована бібліотека у кількох кроках від навчальних корпусів та студентських гуртожитків, поряд із ботанічним садом навчального закладу. Вже після першого відвідування формується враження про неї як про головну лабораторію університету.

Усі вище згадані фактори в цілому направлені на формування іміджу нашої бібліотеки. Вони формують імідж красивої, оригінальної, змістовної, багатой інформаційними ресурсами бібліотеки — Палацу Книги, Палацу Знання; формують імідж однієї із кращих бібліотек вищої школи в Україні. Імідж бібліотеки — це її образ в очах читачів, людей, громадськості. Він відображає не лише обличчя бібліотеки як живого організму, а і її душу, серце, убрання. Тобто, він включає як форму, так і зміст діяльності бібліотеки. На мою думку, імідж бібліотеки багато в чому залежить від її реальних достоїнств. Не потрібно надмірно перейматися іміджем, це ж може призвести до зворотнього ефекту. Потрібно лише гарно працювати, робити бібліотеку затишною, теплою — саме у душевному плані. Більше спілкуватися з читачами, допомагати в усьому, дізнаватися про їх побажання. І рухатись в цьому напрямку.

#### Література:

1. Дригайло В.Г. Имидж библиотеки университета. На примере НТБ НТУУ "КПИ"// Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире: новые технологии и новые формы сотрудничества.- 2000.- Т.1.- С.90-94
2. Езова С.А. Некоторые аспекты психологического общения библиотекаря и читателя в вузовской библиотеке // Науч. и техн. б-ки СССР. - 1986. - N 4. - С. 40-42.
3. Жданов И.В. Имидж - ничто?// Мир библиографии.- 2004.- №4.- С.23-26.- [Опыт ЦРБ (Республика Карелия). Использование E-mail для формирования имиджа библиотеки].
4. Панова Р. Положительный имидж: как его создать // Библиотека. - 1997. - N 2. - С. 11-13
5. Цесарская Г. О фирменном стиле // Библиотекарь. - 1997. - N 1. - С. 32-34