

УДК 027.7:024:377/378
МЕТОДИ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНОГО
ОБСЛУГОВУВАННЯ ЧИТАЧІВ У БІБЛІОТЕЦІ ВСП АГРОТЕХНІЧНИЙ
КОЛЕДЖ УМАНСЬКОГО НУС

Жулінська Г.Г., бібліотекар I категорії

Відокремлений структурний підрозділ Агротехнічний коледж Уманського НУС

Бібліотечне обслуговування – один з головних напрямків діяльності бібліотеки, що допомагає задовільнити духовні, культурні, освітні та інформаційні потреби людини

Індивідуальне бібліотечно-бібліографічне обслуговування читачів – процес, який забезпечує пряме і опосередковане спілкування бібліотекаря з одним або декількома читачами одночасно, враховуючи особистісні особливості кожного. Вважається, що основним методом індивідуальної роботи є бесіда з читачем.

Особистість бібліотекаря – головне в індивідуальному бібліотечному обслуговуванні. Можна скільки завгодно говорити про те, як правильно будувати систему бібліотечного обслуговування, можна добре знати його принципи, форми й методи, але нічого не вийде, якщо бібліотекар, який щодня стикається із читачем, не любить людей.

Г.П.Фонотов у книзі «Такий він, бібліотекар» (М., 1997) сказав: «...На спілкування із читачами потрібно ставити найбільш кваліфікованих, ерудованих співробітників, досвідчених, що розуміються й на книжковому світі, й на людських душах, справжніх інтелектуалів». І далі: «Він, читач, судить про усіх нас, бібліотекарів, по тих конкретних особах, з якими зустрічається на «видачі».

Бібліотечним співтовариством розроблена «Етика бібліотекаря», що містить правила поведінки співробітника бібліотеки, що працює із читачем.

Етика вивчає систему норм моральної поведінки людей, їхніх обов'язків стосовно суспільства й один одного. Поведінка людини в суспільстві регулюється моральними нормами. Професійна мораль бібліотекаря ґрунтується на безпосередньому спілкуванні з людьми, на постійній увазі до їхніх інтересів, прагненні найбільш повно задовольнити читацькі запити. Від моральних установок бібліотекаря залежить не тільки успішна робота самої бібліотеки, але й розвиток наукового, культурного, духовного потенціалу суспільства.

Професійна етика бібліотекаря – це сукупність специфічних вимог і норм моральності при виконанні ним професійних обов'язків по обслуговуванню споживачів інформації. Вона формує у працівника поняття професійного обов'язку й честі, прищеплює навички культури спілкування й високого професіоналізму.

Етика бібліотекаря включає: етику спілкування в бібліотеці, риторику бібліотекаря, етику слухача, бібліотечний етикет.

Норми бібліотечної етики: вільний доступ до інформації, неприпустимість цензури в бібліотеці, конфіденційність читання, пріоритетне обслуговування.

Культура спілкування бібліотекаря із читачем є складовою частиною створення комфортної обстановки в бібліотеці. При цьому цінується добре ставлення до читача, що означає людяність і привітність персоналу, занепокоєння комфортністю користування бібліотекою, довіра до користувача. Як ми вже відзначали, бібліотекарі повинні пам'ятати, що закони поведінки, властиві користувачам, властиві і їм самим. Бібліотекарі зобов'язані пам'ятати не тільки про людські слабості користувачів, але, в першу чергу, – про свої. Тільки тоді людський фактор може стати гарним помічником при пошуку й наданні інформації.

Треба завжди пам'ятати, що невиховані, недобррозичливі люди завдають шкоди здоров'ю оточуючих, загрожують благополуччю людини, отруюють її життя, ображають людську гідність, знижують самооцінку, підривають упевненість у собі й у людях, сприяють психологічному надламу особистості. Таким чином невиховані люди завжди створюють для людини дискомфорт. Тому бібліотекар повинен постійно дивитися на свою установу «очима читача», сприяти попередженню й вирішенню конфліктів. Девізами повинні бути такі слова:

«Не нашкодь!», «Давайте говорити одне одному компліменти». Бібліотекареві допомагають стримуватися дотримання професійної етики, правил пристойності, почуття власної гідності, самонавіювання, уміння контролювати свою поведінку, володіти собою в будь-яких, часом непростих, ситуаціях.

Прагнути до встановлення взаємин згуртованості, взаємодопомоги, взаємоповаги, доброзичливості, правдивості між колегами, не проявляти дріб'язковості, не ранити одне одного недобрими словами.

Під час спілкування із читачами проявляти щирість, скромність. Мова повинна бути помірної гучності, плавною по інтонації, м'якою, чіткою, наповненою вишуканими словами. При розмові в першу чергу вживайте слова «Ви», «будь ласка», «прошу Вас», «вибачте», «дякую». Зовсім неприпустимо приказне «відійдіть», «принесіть», «підійдіть». У відповідь на подяку читача бібліотекар зобов'язаний проявляти скромність, сказати щось начебто «не варто», «не турбуйтеся», не можна залишати вдячні слова без відповіді. Якщо немає можливості повністю задовольнити вимоги читача, потрібно вибачитися. При великому напливі читачів або великої зайнятості працівника, при неможливості виконати кілька операцій або запитів необхідно час від часу заспокоювати читача, що чекає, словами «Почекайте, будь ласка, ще трошки», «Зараз принесуть», «От-от буде», «Я зараз Вам зроблю», «Вибачте, що Вам довелося довго чекати». У жодному разі не можна говорити тільки «Чекайте!», «Не шуміть!» тощо. При відході читача з бібліотеки треба прощатися: «Усього Вам найкращого», «До побачення!», «Приходьте до нас».

Все вище зазначене є лівовою часткою іміджу бібліотеки. Імідж бібліотеки, як і людини або організації, установи, підприємства, формується постійно протягом усього періоду її діяльності, розвитку.

Імідж бібліотеки – це її образ в очах читачів, людей, громадськості, включає як форму, так і зміст діяльності бібліотеки як соціальної системи суспільства. Імідж або постійно вдосконалюється, зростає, або, навпаки, погіршується, падає. Цьому сприяють колектив бібліотеки, її керівники, які постійно повинні тримати його в полі зору, повсякденно, цілеспрямовано, систематично багато працювати для того, щоб його підтримувати й збільшувати.

Та все-таки імідж коледжанської бібліотеки перебуває в прямій залежності від іміджу коледжу як його важлива й невід'ємна складова частина. Адміністрація коледжу повинна ставити завдання перед колективом: бути хоч ненабагато, але попереду інших. Таке ж завдання має ставити бібліотека й втілювати його в життя

Велике значення у формуванні іміджу бібліотеки мають приміщення, їх змістовне й наочне оформлення, заповнення.

Ідеальний імідж – той, якого бібліотека прагне. У дзеркальному іміджі – відбивається думка співробітників про привабливість бібліотеки для читачів, її репутації, про увагу до неї адміністрації.

Імідж – це загальне уявлення про бібліотеку, що залежить від щоденної роботи й виробляється протягом довгих років. Він передбачає розробку власного стилю, створення позитивного образу, що буде відрізняти бібліотеку від інших.

У бібліотечній системі України функціонує понад 45 тис. бібліотек, які дбайливо зберігають скарби духовного життя народів усього світу, відкривають мільйонам користувачів вічні цінності, забезпечують документно-інформаційну базу наукових досліджень для армії науковців та студентства, є важливим підґрунтям для підготовки високоосвіченого загалу фахівців всіх рівнів нашої держави.

Запорукою успішної роботи бібліотек є їх працівники - скромні, віддані своїй професії люди з маленькою платнею, але благородною місією. Держава повинна належно оцінити їх нелегку працю, підняти престиж професії, надати їм статус науково-інформаційних працівників, забезпечити належною оплатою праці, подбати про соціальний захист..

П'ять законів бібліотечної справи, сформульовані у 20-х рр. ХХ ст. Індійсь ким бібліотекарем та філософом С.Р. Ранганатаном, є переконливим доказом того, що маркетинг ще на початку розуміли як інтегральну частину бібліотечної роботи. Динаміка бібліотечних та інформаційних послуг, включаючи і віртуальні бібліотеки, у П'яти законах Ранганатана

виражена надзвичайно точно, навіть за умов, що слова «книга» та «читач» не обов'язково розуміти буквально. що взаємодія та діалог бібліотекаря з клієнтом - це ключ до успішного обслуговування і, як результат - ефективного функціонування кожної бібліотеки. Кожен такий випадок створює імідж бібліотеки. Саме бібліотекарі визначають те, яким буде результат маркетингових зусиль. Якщо імідж, який у людей склався після досвіду користування бібліотечними послугами, поганий, маркетингові зусилля можуть працювати проти себе і ще більше погіршувати імідж. Зміст маркетингового послання має відповідати дійсності, тій якості обслуговування, що отримують клієнти від бібліотечних працівників. Поліпшення іміджу починається з поліпшення рівня надання послуг.

Список використаних джерел

1. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України // Голос України. - 2000. - 5 травня. – С.8-9.
2. Про Концепцію Національної програми інформатизації: Закон України // відом. Верховної Ради України. - 1998. - №27-28. – С.494-509.
3. Національна доктрина освіти: Затв. Указом Президента України 17.04.2002 р. // Болонський процес: нормативно-правові документи. - К.: - Видав-во Європ. Університету, 2004. – С.102.
4. Прокошева Т. Політика Міністерства культури і мистецтв в галузі створення та інтеграції інформаційних ресурсів українських бібліотек: За матеріалами доп. на Всеукр. наук. - практ. конф. // Бібл. Планета. - 2000. – С.2.
5. Соціальні функції бібліотек у сучасних умовах: (Метод. рекомендації) / М-во культури України, Нац. парламент. б-ка України; Матеріал підгот. І.А.Полякова. - К., 1995. – С.15.

Анотація

Освіта і бібліотека – ці два поняття невід'ємні одне від одного. Адже бібліотека коледжу зорієнтована на задоволення потреб користувачів - викладачів, науковців, студентів і ріст професійної компетенції педагогічних кадрів – теж у великій мірі залежить від бібліотекарів, від їхнього вміння спрямувати педагогів на вибір потрібної інформації. Бібліотека коледжу є осередком інтелектуальної культури та центром якісного і оперативного інформування педагогічного та студентського колективу. У нинішніх важких умовах вона не змінила своїх принципів.