

КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКІ ПРОЄКТИ – КОМПЛЕКСНА СИСТЕМА ПОСЛУГ НОВОГО РІВНЯ ДЛЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ КОРИСТУВАЧІВ

Бездольна Любов Іванівна, провідна бібліотекарка НБ ХНТУСГ

У виступі висвітлюється досвід Наукової бібліотеки ХНТУСГ про нові вебпослуги для задоволення потреб клієнтів у рамках культурно-просвітницького проєкту «Календарний кошик» і краєзнавчого «Мій рідний край – моєї долі славний оберіг».

Ключові слова: культурно-просвітницька діяльність, інноваційні проєкти, вебпослуги, потреби

Сьогодні потребує від бібліотек закладів вищої освіти створення сучасного образу бібліотеки: доступної, необхідної, комфортної, тобто формування її позитивного іміджу. Звичайно, кожному бібліотекарю хочеться представляти бібліотеку, яку люблять, обирають, рекомендують, кожна бібліотека закладу вищої освіти жадає таких змін і мріє про таке майбутнє. І у зв'язку з цим на думку приходять слова Антуана Екзюпері, «що стосується майбутнього, то нашим завданням є не передбачення його, а здійснення». Слід використовувати ці слова від керівництва до дії. Бібліотекарі повинні працювати на перспективу, не говорити про майбутнє, а наближати його своїми зусиллями, свідомо і професійно сприймати зміни і пропонувати такі послуги, що викличуть здивування, будуть не очікувано новими, корисними і приємними для власних клієнтів – дійсних і потенційних.

Шановні, колеги, дехто з Вас, почувши термін «клієнт» схвально сприйняв для себе цей фаховий термін, або категорично відторгає, а можливо дехто вирішить, що я помилилася, здивується до чого тут «клієнт», коли бібліотека не має жодного відношення ані до банківської справи, ані до бізнесу, ані до торгівлі, оскільки, бібліотекарі працюють зовсім в іншій галузі. Але, погодьтеся, що традиційне поняття «читач» збіднює характеристики того, хто звертається до бібліотеки за послугами, і тим самим задає неповноту обслуговування. У сучасному бібліотекознавстві тривають активні дискусії, як саме називати осіб, які користуються ресурсами та послугами бібліотек: «читачі» (readers), «користувачі» (users), «споживачі» (consumers), «клієнти» (customers або clients) чи якось інакше і наразі віддають перевагу терміну «клієнт». Так, можна погодитися, що кожен із названих вище термінів може та повинен застосовуватись відповідно до ситуації. Але хочеться нагадати, що ще в рекомендаціях 2011 року IFLA (Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій та установ) щодо організації послуг публічних бібліотек, вводить поняття «клієнта» (customer) для позначення не лише дійсних користувачів бібліотеки, а й потенційних. За визначенням у цьому документі, клієнт – «фізична особа з вираженими бажаннями та потребами», яка робить свій вибір – приймати чи ні

послуги бібліотеки. Сьогодні також на конференціях ІФЛА зовсім по-іншому ставиться питання про читача бібліотеки – там вже не почути слова "читач", так само, як і "користувач". Все активніше використовується термін "клієнт».

Термін «клієнт бібліотеки» є концептом сучасної бібліотечної діяльності, який найточніше відображає суть сучасної модернізації бібліотек – різноманіття затребуваних якісних інформаційно-бібліотечних послуг для максимально комфортного і зручного режиму використання. Його можна вважати словом-універсумом. Універсум (лат.) – філософське поняття, що позначає «світ як ціле», або «все існуюче», тобто, узагальнювальним терміном для позначення об'єкта бібліотечного обслуговування і навіть основою, фундаментом самостійної концепції бібліотечної діяльності. Тому «клієнтом» можна назвати і тих, хто читає у бібліотеці книги, і тих, хто на сайті бібліотеки переглядає інформацію, прослуховує аудіоподкасти, переглядає віртуальні ресурси, користується послугами, як традиційними так і вебпослугами тощо. Відповідно до всього вище сказаного, для позначення сукупного поняття дійсних і потенційних користувачів бібліотеки буду використовувати термін «клієнт».

Наразі поговоримо про наш досвід, як ми перетворюємо Наукову бібліотеку на територію змін та дій, які створюють її позитивний імідж серед університетської спільноти та професійного бібліотечного середовища.

Прагнучи успіху в організації ефективної роботи, Наукова бібліотека спрямовує свою діяльність на клієнта та на задоволення його потреб. Умовно, сконструювавши трикутник: клієнти – потреби – послуги, можна сміливо розпочинати діяти у вибраному напрямі бібліотечної діяльності. Наразі ми зупинимо свою увагу на культурно-просвітницькій діяльності – важливому напрямі роботи бібліотек закладів вищої освіти України, тому що її функція посилюється. Оскільки в даний час, з одного боку, відбувається зубожіння інтелектуального і морального потенціалу суспільства, з іншого – активний розвиток комп'ютеризації, що дозволяє оптимально задовольнити ділові, прагматичні потреби особистості.

Для бібліотек закладів вищої освіти характерно те, що кожного нового навчального року відбувається зміна студентських поколінь, вливається нове сучасне покоління (креативне, інноваційне і на даному етапі історії – мало читаюче, яке не завжди користується бібліотекою), щорічно оновлюється контингент викладачів, співробітників.

Дійсний клієнт в Науковій бібліотеці: постійно оновлений. Клієнт для нас – найбільший потенціал змін, частинка інноваційного процесу, тому ми ретельно вивчаємо свою цільову аудиторію, її потреби (що цікавить студента технічного закладу вищої освіти, культурно-просвітницька робота очима клієнтів, масові заходи в оцінці їх учасників, тощо). Потреби клієнтів умовно поділяємо на інформаційні, освітні, самоосвітні, культурні, дозвіллієві. Головними вимогами потреб дійсних клієнтів виділяємо – мобільність, мультимедійність, онлайн доступ, оперативність. При цьому слід зазначити, що зростаючий рівень технологічного розвитку дає можливість Науковій бібліотеці дедалі повніше задовольняти ці вимоги.

Клієнти не прискорюють інновації, але інновації є частинкою їхнього життя і одним із способів задоволення потреб. Шукаючи шляхи переорієнтації в культурно-просвітницькій діяльності – унікальному майданчику для генерування ідей, висловлення креативних думок бібліотечних фахівців, Наукова бібліотека створила інноваційні проекти: культурно-просвітницький – «Календарний кошик» (<https://cutt.ly/tefPzbb>) та краєзнавчий – «Мій рідний край – моєї долі славний оберіг» (<https://cutt.ly/oeghSyE>).

Оскільки проект (від лат. слова «Projectus») буквально перекладається як «кинутий вперед», то таким чином, відразу стає зрозумілим, що проектна діяльність Наукової бібліотеки характеризується можливістю рухатися вперед.

Одним із інструментів, що дозволяє ефективно обслуговувати дійсних та потенційних клієнтів бібліотеки, є сайт Наукової бібліотеки, де і представлені інноваційні форми, а саме, проектні.

Інноваційний культурно-просвітницький проект «Календарний кошик» (<https://cutt.ly/tefPzbb>) – є довгостроковим. Вперше був представлений на сайті Наукової бібліотеки у січні 2017 року. Ідея проекту полягає в інформуванні дійсних і потенційних клієнтів, у формі онлайн календаря, про основні знаменні та пам'ятні дати, події, святана кожен день та обізнаності про створені до цих подій власних бібліотечних продуктів. Вдало обрана форма подача інформації зручна тим, що онлайн календар не обмежений об'ємом та часом, орієнтований на мережеве поширення.

Дуже вдало сказано «Краєзнавство – це конспект епохи». Бібліотечні фахівці вирішили створити власний конспект практичного досвіду краєзнавчої роботи. Перезавантаження роботи клубів: краєзнавчо-патріотичного «Патріот» та літературно-дозвіллевого «Слово», дало поштовх Науковій бібліотеці до започаткування краєзнавчого проекту «Мій рідний край – моєї долі славний оберіг» (<https://cutt.ly/oeghSyE>), який відкрив нові горизонти з активізації поширення створених власних колекцій мультимедійних бесід, лекцій краєзнавчої тематики, а також інформації про минуле і сьогодення краю та літературу про нього.

Наукова бібліотека під надійною базою набутих фахових знань і вмінь, сформованого інноваційного бачення культурно-просвітницьких проектів поєднала традиційну культуру спілкування з книгою і просування її в молодіжне середовище та нові інформаційні технології. У результаті чого, у рамках культурно-просвітницьких проектів, відбувається:

- новий тип спілкування – вебспілкування;
- трансформація форм і методів – онлайн календар знаменних та пам'ятних дат; перезавантаження роботи клубів «Патріот», «Слово»;
- урізноманітнення продукції бібліотечного виробництва – інтерактивні плакат і мапа, буктрейлер, мандрівка, 3Д-тур, виставка, інформина, огляд, бесіда тощо;
- віртуалізація культурно-просвітницьких заходів – вебсайт Наукової бібліотеки, сторінка Наукової бібліотеки в соціальній мережі «Facebook»; каналі YouTube, сервісі Calameo.

Враховуючи такий підхід виникла можливість максимізувати ефективність бібліотечних послуг проєктів: культурно-просвітницького «Календарний кошик» та краєзнавчого «Мій рідний край – моєї долі славний оберіг».

Шановні колеги, хочу нагадати, що стаття 1 Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» дає визначення бібліотечної послуги: «бібліотечна послуга – результат діяльності бібліотеки із задоволення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів бібліотеки». Таким чином, бібліотечна послуга – це конкретний результат бібліотечного обслуговування (корисний ефект бібліотечної праці), який задовольняє певну потребу клієнта бібліотеки.

Головними об'єктами інноваційних проєктів: культурно-просвітницького «Календарний кошик» та краєзнавчого «Мій рідний край – моєї долі оберіг» є послуги, бібліотечна продукція, бібліотечна технологія.

Послуги, закладені у вище названих проєктах, базуються на власних ресурсах та орієнтуються на потреби дійсних клієнтів, тобто є клієнтоорієнтованими послугами і ресурсами. Пропонуючи клієнту власну продукцію звертаємо увагу на її якість, бо це той критерій, від якого залежить вдала інтеграція Наукової бібліотеки у віртуальний простір та її імідж.

Що потрібно, щоб створити якісний продукт? За висловом Томаса Едісона, якщо ви маєте бажання вигадати гарні ідеї, знайте: кращі з них Ви можете запозичити. Але пам'ятаймо завжди про академічну доброчесність. Будь-яка запозичена ідея, не пропущена через розум і серце, без творчої інтерпретації може призвести до компрометування найгарнішої авторської ідеї. Найцінніше ж те, що створено самостійно і відповідає очікуванням клієнтів.

Власні віртуальні продукти (виставки, буктрейлери, альманахи, відеобесіди, мандрівки, тощо бібліотечні фахівці створюють у різних програмах та сервісах (програмне забезпечення Microsoft Office (PowerPoint, Word), програма для створення та редагування відео: Windows Movie Maker, онлайн сервісам: Tour Builder, StoryMapJS, TourCreator, Canva, Piktochart, Genial.ly, H5P, Calameo).

Хочу зазначити, що бібліотечні продукти створюються як у традиційному так і в нових форматах, наприклад – інтерактивний плакат («Все про туризм» - <https://cutt.ly/PefAQbu>; «Микола Лисенко – сонце української музики» - <https://h5p.org/node/119096> та ін.), інтерактивна Мапа населених пунктів проживання студентів першокурсників ХНТУСГ (<https://cutt.ly/PefAQbu>), віртуальний тур («Незвичайні музеї Харкова» (<https://cutt.ly/defAYW9>), «Мандруй Харківщиною: Валківський район» (<https://cutt.ly/GefAS3N>), «Сім чудес Харкова» (<https://cutt.ly/SefAO4D>).

Інтерактивні плакати, створені Науковою бібліотекою, пропонують колегам на різних курсах, школах підвищення професійної майстерності, як кращі зразки використання інноваційних комп'ютерних технологій у виставковій діяльності. Це говорить про бездоганну якість створених власних продуктів Наукової бібліотеки!

У рамках проєктів: «Календарний кошик» і «Мій рідний край – моєї долі слашний оберіг», залежно від контенту та проведеного аналізу потреб клієнтів, Наукова бібліотека визначила власний набір послуг, дотримуючись певних критеріїв в організації послуг:

- ✓ якість власної продукції;
- ✓ користь, цінність для клієнтів;
- ✓ комфортність, стабільність, постійність надання послуги;
- ✓ оперативність, вичерпне інформування про послугу;
- ✓ пристосованість, гнучкість до змін у запитах клієнтів;

Перераховані вище критерії дозволили Науковій бібліотеці перейти на якісно новий рівень обслуговування і отримувати клієнтами нових вебпослуг.

Шановні колеги, наразі розглянемо лінійку вебпослугу рамках проєктів: «Календарний кошик» та «Мій край – моєї долі слашний оберіг»—послуг нового рівня для задоволення потреб клієнтів, вагомим важелем яких є те, що для клієнтів створені певні умови до яких вони звикли, працюючи в Інтернеті:

1. Комфортне отримання та оперативний пошук інформації у будь-якій.

2. Систематичне оновлення інформації та надання її в максимально зручному форматі.

3. Максимальне використання офіційних авторитетних джерел, достовірних даних, виправлення існуючих розбіжностей в датах події.

4. Використання активних гіперпосилань, завдяки яким клієнт має можливість:

- ✓ переглядати власні продукти Наукової бібліотеки;
- ✓ доступу до електронного каталогу для знаходження інформації про наявність літератури з конкретної дати, події, теми тощо.

5. Одержання додаткової інформації:

- ✓ тематичний рекомендаційний бібліографічний список;
- ✓ посилання до електронних бібліотек вільного доступу;
- ✓ можливість скористатися сервісною послугою Наукової бібліотеки, замовивши видання по МБА;
- ✓ посилання на тематичні сайти;

Ви, мабуть, здивовані, що ми відсилаємо клієнта не до свого фонду, а до фондів інших установ та пошуку книг в Інтернеті. Однак, відповідно до філософії інтегрованого інформаційного простору, бібліотека не втрачає користувача, а набуває. Отримавши таку додаткову інформацію клієнт повернеться до основної послуги неодноразово.

6. Нагода брати участь у розробці туристичних маршрутів рідним містом та краєм в екологічному, історичному, меморіально-мистецькому спектрі.

7. Можливість змістовного та цікавого дозвілля, переглядаючи віртуальні заходи.

8. Змога переглядати проєкти не тільки зі стаціонарних комп'ютерів, а й на мобільних пристроях.

Соціальні мережі, без яких сучасна людина не уявляє свого життя, стали платформою для організації та обговорення бібліотечних проєктів. Найефективнішою соціальною платформою для Наукової бібліотеки є мережа «Фейсбук». Краєзнавчо-туристичний клуб «Патріот» зібрав своїх прихильників у групі соціальної мережі «Фейсбук» (<https://www.facebook.com/groups/849577452075263/>), де і публікує новини, поширює світлинами та відеоматеріали подорожей, зустрічей, комунікує з клієнтами і запрошує всіх бажаючих приєднатися до проєкту «Мій рідний край – моєї долі слава оберіг». Наукова бібліотека на своїй сторінці у фейсбуці (<https://www.facebook.com/library.khntusg/>) поширює інформацію з культурно-просвітницького проєкту «Календарний кошик».

Вище названі проєкти сьогодні займають достойне місце у житті університетської спільноти, формуванні комфортного культурологічного середовища та духовному збагаченні особистості. Можна зробити висновок, що у рамках культурно-просвітницьких проєктів, надана комплексна система послуг нового рівня для задоволення потреб дійсних та потенційних клієнтів дає перспективу, що і потенційні клієнти стануть дійсними! Тож шукайте креативні ідеї, долучайтеся до проєктної діяльності, бо це один із найважливіших інструментів її інноваційного розвитку, нескінченний простір для творчості. Словами народної мудрості – «Хто шукає, той знаходить!». Бажаю успіхів! Дякую за увагу!

CULTURAL AND EDUCATIONAL PROJECTS ARE A COMPREHENSIVE SYSTEM OF NEW SERVICES TO MEET THE NEEDS OF USERS

Bezdolna L.

The presentation highlights the experience of the Scientific Library of CNTUA on new web services to meet the needs of clients within the framework of the cultural and educational project "Calendar Basket" and the local lore "Mynativeland - mygoodluck."

Keywords: cultural and educational activities, innovative projects, web services, needs