

**ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК ЗАКЛАДІВ  
ВИЩОЇ ОСВІТИ (на прикладі Наукової бібліотеки Національного  
фармацевтичного університету)**



**Інна Лазоренко**

Національний фармацевтичний університет  
Наукова бібліотека

*У статті визначено ключові елементи іміджу бібліотек закладів вищої освіти, які є запорукою якісного обслуговування користувачів та задоволення їх інформаційних потреб у сучасних умовах.*

*Ключові слова: бібліотеки закладів вищої освіти, імідж бібліотеки, імідж бібліотекаря, реклама бібліотеки, інформаційні ресурси, інформаційні послуги, маркетингова політика.*

Бібліотека є одним із основних структурних підрозділів вищого навчального закладу (Закон України про вищу освіту, стаття 33, пункт 3), тому створення її позитивного іміджу впливатиме на загальну репутацію вищих закладів освіти.

Питання щодо створення іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекарів, інноваційну діяльність бібліотек вищих закладів освіти, рекламування їх ресурсів та послуг у своїх працях розглядають Ж. Самохіна [8], Л. Лисенко [7], І. Науменко [7], О. Шестопалова [9], Ю. Лазоренко [6] та ін.

Мета даної статті представити бібліотеку як сучасний інформаційний центр з великим потенціалом, створений для задоволення інформаційних потреб користувачів, а також спроба подолання сталого стереотипу, що бібліотеки це лише місце де зберігаються масиви книг, а бібліотекарі – люди, які читають багато книжок, видають і приймають книги від читачів, за допомогою формування основних компонентів іміджу бібліотеки як ефективного інструменту комунікації та залучення читачів.

Сучасне становище бібліотек в інформаційному середовищі примушує їх активізувати свої зусилля для того, щоб довести свою значимість, необхідність, постійно підвищувати свій статус. Престиж та імідж бібліотеки, насамперед, залежить від рівня та комфортності бібліотечно-інформаційного обслуговування. Ефективність іміджевої бібліотечної політики залежить від діяльності колективу,

---

керівництва бібліотеки, які повинні систематично формувати імідж на основі наявних ресурсів [8].

Серед основних елементів, які впливають на формування позитивного іміджу бібліотеки, ми виділили наступні:

### **1. Приміщення бібліотеки**

Бібліотека може бути як окремою будівлею, так і займати окремі приміщення й бути частиною корпусу ЗВО. Коли всі відділи, читальні зали та абонементи зібрані в одному місці, це звичайно зручно і читачів легко зкоординувати, якщо таких можливостей немає, то можна використовувати різноманітні банери, стенди та оголошення. А перше, що бачить користувач коли потребує до бібліотеки – дизайн та інтер'єр, тому читальні зали повинні бути просторими, сучасними, комфортними та забезпеченні всім необхідним для навчання студентів.

Сучасна бібліотека потребує не лише забезпечення бібліотечного фонду новими науковими та навчальними виданнями, покращення можливостей доступу до електронних ресурсів і отримання найбільш нової та повної інформації. Тому в Науковій бібліотеці НФаУ велику увагу приділяють розвитку і удосконаленню інфраструктури бібліотеки, покращенню її матеріально-технічної бази, підвищенню комфортності обслуговування всіх категорій користувачі, і на сьогоднішній день її структура налічує 6 абонементів та 8 читальних залів [4].

Уся діяльність бібліотеки підпорядкована одній меті – створенню ефективного дієвого позитивного іміджу. Імідж бібліотекаря слід розглядати в контексті іміджу бібліотеки, оскільки він є елементом системи «бібліотека» поряд з іншими її елементами: бібліотечним фондом, матеріально-технічною базою, контингентом користувачів і т. д. [9].

Користувач приходить до бібліотеки, щоб задовольнити свої інформаційні потреби, а хто їм в цьому може допомогти – це спеціалісти, які працюють у бібліотеці.

### **2. Працівники бібліотек**

Бібліотечний працівник є посередником між користувачем та інформацією, а бібліотека – комунікаційним каналом, який забезпечує рух документної інформації у часі і просторі. Бібліотекарі, це фахівці, які зобов'язані знати та володіти усім комплексом питань у галузі інформації, пропонувати нові види інформаційних послуг, володіти навичками ділового спілкування, підвищувати свою професійну майстерність, дотримуватись професійної етики бібліотечного співтовариства, міжнародних стандартів і суспільних норм. Цьому сприяють проведення для працівників бібліотек семінарів, тренінгів, покликаних підвищити їх культуру спілкування та ділову етику, формувати нові знання та навички [2]. У Харкові при зональному методичному об'єднанні бібліотек ВНЗ III-IV рівнів акредитації існує конкурс «Бібліотекар року», що є хорошим

---

мотиватором бібліотечних працівників, адже переможці нагороджуються дипломами. При підготовці матеріалів для конкурсу співробітники поширюють свої знання з бібліотечної справи, налагоджують взаємовідносини на новому, якісному професійному рівні з колегами.

У Науковій бібліотеці НФаУ проводиться конкурс до Всеукраїнського дня бібліотек, під час якого адміністрація бібліотеки нагороджує кращих працівників дипломами, що є хорошим стимулом до більш активної професійної діяльності. Підвищення кваліфікації співробітників є одним із пріоритетних напрямків діяльності бібліотеки, що включає в себе: підвищення професійного рівня співробітників, вивчення новітніх технологій, підвищення загальнокультурного рівня тощо [4].

### **3. Традиційні та електронні інформаційні ресурси**

У сучасному світі глобальної інформатизації визначальним моментом є співіснування друкованих та електронних джерел інформації. Протягом тисячолітньої історії розвитку бібліотек основою їх роботи щодо задоволення інформаційних потреб користувачів був бібліотечний фонд – «зібрання різних документів, підібраних відповідно до профілю бібліотеки, завдань, інтересів і запитів читачів, організовані певним чином, збережені тривалий час для повного, якісного й оперативного використання» [2]. Однак, у світлі інформатизації обмеженість навіть найбагатшого локального бібліотечного фонду стає дедалі очевиднішою, а впровадження сучасних освітніх технологій, що вимагає залучення широкого спектра інформаційних джерел нового типу, додатково стимулює процеси інформатизації бібліотек ЗВО. Поняття «бібліотечний фонд» трансформується в більш конструктивне і відповідне сучасній місії бібліотеки поняття інформаційних ресурсів [1].

Наукова бібліотека НФаУ займає одну з ключових позицій в інформаційному забезпеченні навчального та науково-дослідницького процесів університету і тому велику увагу приділяє створенню та якісному наповненню власних електронних ресурсів. Робота бібліотеки щодо створення електронних ресурсів та автоматизації бібліотечних процесів була направлена на:

- забезпечення безперебійної роботи автоматизованих робочих місць працівників бібліотеки шляхом вивчення та використання функціональних можливостей програмного забезпечення АІБС «ІРБІС»;
- поповнення і забезпечення систематичного ведення електронного каталогу бібліотеки;
- впровадження в роботу бібліотеки нових інформаційних технологій та підвищення їх якості та інформативності;
- забезпечення безперебійного доступу до електронної бібліотеки університету, її систематичне поповнення та популяризація;

---

- поповнення колекцій інституційного репозитарію «Електронний архів НФаУ»: накопичення, збереження та забезпечення надійного доступу до наукових праць науково-педагогічних працівників, співробітників та здобувачів вищої освіти університету;

- забезпечення безперебійної роботи та якісного інформаційного наповнення web-сайту Наукової бібліотеки НФаУ, тощо.

Вирішальним чинником удосконалення інформаційної діяльності в сучасних умовах є представлення бібліотеки в мережі Інтернет, що відкриває новий рівень можливостей у забезпеченні доступу до електронних інформаційних ресурсів. А одним із основних каналів забезпечення цього доступу є web-сайт бібліотеки (<http://lib.nuph.edu.ua>), в який інтегровано АБІС та інші системи, де реалізовано бібліотечні інформаційні ресурси та сервіси бібліотеки: електронний каталог; е-бібліотека, віртуальна довідкова служба (в режимі on-line бібліографи відповідають на тематичні й інші запити студентів і викладачів); електронна доставка документів (ЕДД), яка надає можливість користувачам замовити та отримати електронною поштою цифрові копії наукових статей з журналів, збірників, фрагментів чи розділів видання із фондів бібліотеки, в тому числі електронних; віртуальні тематичні виставки; посилання на електронні періодичні видання; відкриті електронні архіви та бази даних; нормативно-правова база даних (фармацевтичне законодавство). Оскільки сайт призначається переважно для здобувачів вищої освіти та науковців університету, його змістове наповнення відбувається, враховуючи їх інформаційні потреби [4].

#### **Маркетингова політика бібліотеки та зв'язки з громадськістю**

Рекламні заходи бібліотек вищих навчальних закладів, мають певні особливості, саме тому, що вони не самостійні суб'єкти господарювання, а є структурним підрозділом університету. Їхні маркетингові заходи спрямовані на внутрішню цільову аудиторію (викладачів, студентів, співробітників) і позиціонують бібліотеку ЗВО як сучасний високооснащений інформаційний підрозділ, зосереджують увагу цільової аудиторії на окремих інформаційних ресурсах та послугах, а також перевагах, які отримує користувач у результаті їх використання, розкривають багатство фонду бібліотеки [7]. Наукова бібліотека НФаУ взяла курс на вбудоване партнерство: ведеться активна робота з навчання користувачів інформаційній культурі, проведення науково-практичних семінарів, вивчення та впровадження роботи з науковцями щодо створення наукових профілів. Для реклами своїх власних інформаційних ресурсів, послуг та заходів бібліотека використовує: власний офіційний сайт, інформаційні стенди та соціальні мережі Facebook та Instagram.

В контексті розвитку вбудованого партнерства також важливо вказати на розширення співпраці з іншими структурними підрозділами університету, наприклад Наукова бібліотека НФаУ в межах університету співпрацює з

---

студентським парламентом університету, культурним центром, відділом зв'язків з громадськістю та пресою, музеї історії тощо. Поза межами університету бібліотека співпрацює з такими організаціями як: Харківський літературний музей, Харківський історичний музей ім. М.Ф. Сумцова та Харківський обласний центр профілактики і боротьби зі СНІДом та ін.

Підбиваючи підсумки, хотілося б зазначити, що у Законі України про вищу освіту говориться про те, що 2/3 часу студентам виділяється на самостійну роботу, і хто як не бібліотека їм краще допоможе підготуватися до занять і стати висококваліфікованими спеціалістами. Саме тому сучасна бібліотека ЗВО повинна мати: потужну матеріально-технічну базу; новітню комп'ютерну техніку, яка відповідає запитам часу; висококваліфікованих спеціалістів, які постійно удосконалюють свої професійні якості; власні інформаційні ресурси та послуги, що якісно прорекламовані усіма можливими засобами через офіційні сайти, соціальні мережі, інформаційні стенди. Кожна бібліотека повинна мати власний стиль, що допоможе бути впізнаною для своїх користувачів, для цього потрібно розміщувати логотип бібліотеки в інформаційних повідомленнях, оголошеннях, афішах. Брати активну участь у житті університету, відкривати нові горизонти до співпраці з усіма хто в цьому може бути зацікавлений. Вивчати та досліджувати потреби своїх користувачів проводячи в бібліотеці спостереження, анкетування, інтерв'ювання тощо.

#### Література

1. Бібліотека вищого навчального закладу у формуванні інформаційної культури студента. URL: <http://library.znu.edu.ua/articles/1263.ukr.html> (дата звернення: 30.09.2018).

2. Білоус В. С. Формування та використання електронних ресурсів у бібліотеці Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. URL: <http://journals.dnpg.gov.ua/article/view/75423/74312> (дата звернення: 30.09.2018).

3. Про вищу освіту : Закон України від 25 лип. 2018 р. № 1556-VII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 30.09.2018).

4. Звіт Наукової бібліотеки Національного фармацевтичного університету за 2017 р. URL: [http://lib.nuph.edu.ua/files/exhibitions/zvit\\_2018.pdf](http://lib.nuph.edu.ua/files/exhibitions/zvit_2018.pdf) (дата звернення: 30.09.2018).

5. Імідж сучасної бібліотеки : метод.-практ. рек. / Упр. культури, туризму і курортів Хмельниц. облдержадмін. ; Хмельниц. ОУНБ ім. М. Островського. Хмельницький, 2011. 25 с.

6. Лазоренко Ю. Рекламна діяльність Наукових бібліотек вітчизняних аграрних вишів. *Бібліотечний вісник*. 2014. № 2. С. 24–29.



---

7. Лисенко Л., Науменко І. Окремі напрями діяльності бібліотеки ВНЗ Уроопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». URL: <http://library.lnu.edu.ua/bibl/images/Vudanna WEB pdf/1Visnuk NB/2014 Vupys k VIII /302-306.pdf> (дата звернення: 30.09.2018).

8. Самохіна Ж. В. Створення іміджу сучасної бібліотеки URL: <http://nbuv.gov.ua/sites/default/files/msd/1111sam.pdf> (дата звернення: 30.09.2018).

9. Шестопалова О. В. Імідж сучасного бібліотекаря як базовий елемент бібліотечного маркетингу. *Бібліотеки вищих навчальних закладів: досвід та перспективи* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 11–13 жовт. 2016 р. URL: <http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/for lib/konf-2016-1/dopovidy.pdf#page=90> (дата звернення: 30.09.2018).

**ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ  
ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ (на примере Научной библиотеки  
Национального фармацевтического университета)**

Инна Лазоренко  
Национальный фармацевтический университет  
Научная библиотека

*В статье определены ключевые элементы имиджа библиотек высших учебных заведений, которые являются залогом качественного обслуживания пользователей и удовлетворении их информационных потребностей в современных условиях.*

*Ключевые слова: библиотеки вузов, имидж библиотеки, имидж библиотекаря, реклама библиотеки, информационные ресурсы, информационные услуги, маркетинговая политика.*

**FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF MODERN LIBRARY OF HIGHER  
EDUCATIONAL INSTITUTIONS (on the example of Scientific library of the National  
pharmaceutical university)**

Inna Lazorenko  
National Pharmaceutical University  
Scientific Library

*The article identifies key elements of the image of the libraries of higher educational institutions, which is a guarantee of high-quality service of users and satisfaction of their information needs in modern conditions.*

*Keywords: university libraries, library image, librarian image, library advertising, information resources, information services, marketing policy.*