

Управління культури
Черкаської обласної державної адміністрації
КЗ "Обласна універсальна наукова бібліотека
імені Тараса Шевченка"
Черкаської обласної ради

В полі зору – користувач: інноваційні форми співпраці

Методичні поради



Черкаси – 2012

В полі зору – користувач: інноваційні форми співпраці

Методичні поради

Черкаси – 2012

В полі зору – користувач: методичні поради / КЗ "ОУНБ імені Тараса Шевченка"; уклад. Т.В. Горда. – Черкаси, 2012. - 16 с.

Підготувала
Редактор
Відповідальний за випуск
Комп'ютерний набір

Т.В.Горда
Г.С.Круглякова
К.С.Бугаєнко
Г.П.Степаненко

У сучасний період інтенсифікації соціальних процесів бібліотеки, як соціальні інституції, набувають більш значимої ролі показника рівня освіченості населення, цивілізованості влади, яка, через відношення до бібліотеки, наглядно демонструє піклування про культуру своєї країни, адже культура та знання є безпосереднім фактором розвитку і удосконалення суспільства.

Бібліотека сьогодні – це культурне середовище для спілкування бібліотекаря, користувача та книги.

В той же час, зниження інтересу до книги, перетворення читання на швидкісний процес поглинання інформації, вияв серйозної конкуренції від впровадження комп'ютеризації зумовлює публічні бібліотеки завойовувати інформаційний простір.

Результати останніх соціологічних досліджень вказують на той факт, що традиційні форми співпраці з громадою вже не займають ключових позицій. Життя диктує нові умови, і бібліотека, як складова соціокультурної інфраструктури, змушена реагувати на ці зміни.

Особливістю публічної бібліотеки сьогодення є утвердження її статусу як соціально-орієнтованого закладу. Головним у цьому питанні є співпраця з керівниками державних, громадських структур, представниками бізнесових кіл. Актуальним має стати питання щодо надання допомоги малому та середньому бізнесу.

Налагодження тісних зв'язків з соціальними службами створює реальну можливість надання інформації про працевлаштування як у конкретному регіоні, так і в Україні, сприяє, особливо молоді, у розвитку ділових і творчих здібностей, надає інформаційну допомогу безробітним у відкритті власної справи, а також сприяє вихованню вічних моральних цінностей, активної життєвої позиції. Соціально-орієнтована роль бібліотек передбачає проведення заходів з метою психологічної підтримки людей похилого віку, одиноких пристарілих, людей з обмеженими фізичними можливостями. Мета їх довести літнім людям, що пенсія та вік ще не привід для смутку, а час для самовдосконалення,

передачі життєвого досвіду та вміння молодим, заняття корисними справами, оволодіння сучасними інформаційними технологіями – користування Інтернетом, спілкування за допомогою програми Skype.

Практично у бібліотеках створюються нові популярні проблемно-орієнтовані бази даних на паперових та електронних носіях : "Влада інформує", "Новини для бізнесу", "Справи місцевого співтовариства", "Позиція громади", "Консультант з питань права", "Обери справу до душі", "Майбутньому пенсіонеру", "Пропонуємо власну справу", "На вас тут чекають", "Запрошуємо на гостини", "Поради доброму господарю", "Прийти на допомогу вчасно", "Ти не один" та багато інших.

На процес обслуговування користувачів в сучасних умовах, безумовно, впливає значна кількість об'єктивних факторів. Та одним, чи не найважливішим серед них є відсутність різного роду реклами про можливості та послуги бібліотечного закладу.

Саме реклама має сприяти застосуванню у популяризаторській діяльності бібліотек різних **піар-технологій**, в тому числі проведення рекламних кампаній щодо бібліотеки, читання, конкурентних книг, презентаційних акцій.

Сфера застосування цих технологій може виходити далеко за межі бібліотеки, так як саме призначення реклами розраховане на співпрацю з дійсними та потенційними користувачами.

Насамперед – це розширення партнерських зв'язків із закладами освітньої інфраструктури, місцевими засобами масової інформації, громадськими об'єднаннями, товариствами.

На Черкащині діють понад 325 зареєстрованих громадських організацій, товариств, спілок, об'єднань. Вони мають різну спрямованість: політичну, національно-культурологічну, екологічну, представляють жіночий та молодіжний рух, інші.

Серед них найбільш відомі ті, з якими бібліотечні заклади можуть налагодити тісні стосунки :

Обласна спілка жінок Черкащини;

Обласне об'єднання багатодітних сімей;
Обласний комітет солдатських матерів;
Асоціація жінок-депутатів Черкаської обл.;
Обласна організація охорони пам'яток історії і культури;
Обласна організація "Зелений світ";
Регіональна громадська організація "Пізнаймо світ";
Об'єднання громадян "Асоціація підтримки української популярної літератури";
Регіональна асоціація творчої молоді "Модус";
Обласний комітет молодіжних організацій;
Обласна організація фізкультурно-спортивної спрямованості "Славутич - Освіта";
Обласне об'єднання ділових людей "Господар";
Регіональне громадське культурологічне об'єднання "Шевченків край";
Обласна організація "Наше право";
Обласна громадська організація людей з обмеженими можливостями "День" та багато інших.

В районах, містах, селах функціонують структурні підрозділи багатьох цих та інших обласних громадських організацій, створені свої місцеві.

Першочерговим завданням має бути об'єднання дієвих зусиль, розвиток партнерських зв'язків бібліотек, громадських та інших некомерційних організацій. Активна співпраця з тими, чий голос має вагу серед громади та суспільства – вагомий ресурс бібліотечних закладів.

Бібліотеки – невід'ємна складова громади певного регіону, вони беруть участь у справах місцевого співтовариства з врахуванням життєвих потреб та позицій кожного її мешканця.

Серед основних методів використання соціального ресурсу та співпраці :

- оперативне вивчення потреб та інтересів (постійний моніторинг ситуації);

- демонстрація досягнутих успіхів містом, районом, селом;

- популяризація авторитету людей, які беруть участь у вирішенні місцевих проблем, домагаються їх вирішення;
- підвищення рівня соціальної поінформованості населення;
- сприяння розвитку освіти, культури, неформальних громадських організацій;
- забезпечення та поглиблення "спільності переживань", підвищення культури спілкування.

В результаті цього бібліотека надає допомогу користувачам у соціальному просвітництві, громадському захисті, сприяє встановленню додаткових контактів, пошуку нового кола однодумців, сприяє розвитку та популяризації місцевих послуг та тих, які реалізуються на українському ринку. Вона формує навколо себе соціально-культурний простір та будує взаємини з користувачами на основі аналізу та передбачення їхніх потреб.

Позитивний імідж бібліотечного закладу може бути забезпечений шляхом створення ряду рекламних заходів, зокрема :

- розробки фірмового стилю бібліотеки: логотипи, візитна картка, бейджі, рекламна друкована продукція (календарі, плакати, буклети, листівки, інше);
- раціональне та емоційне використання дизайну : наочне оформлення, заповнення простору, освітлення, кольорова гама, звуковий режим, тощо;
- повідомлення про бібліотеку : преса, радіо, телебачення, Інтернет, звіти перед громадою, рекламні акції;
- показові масові заходи : презентації бібліотеки, книги, Дні відкритих дверей, творчі зустрічі, робота в колективах.

На сьогодні інноваційними перевагами бібліотек є вільний безбар'єрний доступ до бібліотечних ресурсів та **зонування**. Саме цей принцип ліг в основу реорганізації системи обслуговування багатьох бібліотек зарубіжжя та України. Чекати ідеальних умов – означає втратити користувачів, залишити їх у бібліотеці 60-70 років минулого сторіччя. Тож, зміна внутрішнього простору, структурні перетворення, підвищення якості сервісних бібліотечних послуг – ос-

новні важелі для модифікації бібліотечного закладу, створення привабливого та комфортного інтер'єру, які не потребують значних фінансових затрат. Основне завдання – наблизити фонд до користувача та створити умови, при яких він відчуває себе вільним у виборі книги. Для користувача пропонується усе нове, рейтингове, решта – на другий план, в підсобні приміщення.

Використовуючи творчий підхід можна втілити ідею зонування. Такими можуть стати зони : **ділового читання, періодики, відпочинку, здоров'я, краєзнавства, народознавства**, інші. У цих зонах практикується нетрадиційне розміщення стелажів з фондом (напівколом, ялинкою, трикутником і т. ін.), книжково-ілюстративних виставок відповідно до тематики, засідання творчих об'єднань, клубів за інтересами, виставок робіт художників, майстрів декоративно-прикладного мистецтва, мультимедійне обладнання, інше. Створивши хоча б одну з таких зон бібліотека набуває оновленого привабливого вигляду.

Особливе значення для користувачів та потенційних відвідувачів бібліотеки має вдало облаштована інформаційна зона, яка обов'язкова для кожного бібліотечного закладу. Важливе значення має розміщення її в приміщенні бібліотеки на видному місці. Відвідувачів має приваблювати, в першу чергу, не умови приміщення, розміщення бібліотечного фонду, інтер'єр бібліотеки, а якраз саме масив інформації.

- Він може включати примірний перелік таких матеріалів :
- розкриття структури бібліотеки, режим роботи відділів;
 - правила користування бібліотекою;
 - витяги з положень (про надання платних послуг, інші);
 - реклама обов'язкових та додаткових послуг, фонду;
 - адресну інформацію для людей похилого віку, осіб з обмеженими можливостями, безробітних, домогосподарок;
 - інформацію про роботу органів місцевої влади;
 - режим роботи культурно-просвітницьких та спортивних закладів;
 - оголошення про заходи, події.

Подання інформації може бути різноманітним за оформленням, включати інші матеріали, які вважаються необхідними для розміщення у зоні інформації. Основне – привернути увагу відвідувачів.

Якраз саме для привернення уваги з метою рекламування, бібліотеками використовуються **айс-стопери** - предмети, які привертають увагу відвідувачів. Цей вид реклами започатковано у торгівлі для популяризації товарів (макети великих за розміром іграшок, пляшок, цукерок, графіки на підлозі, інше).

Кожен міг спостерігати "живих айс-стоперів" – які виконують роль певних персонажів і разом з тим, демонструють написи реклами тієї чи іншої продукції, виробів, послуг, інше.

Цей вид реклами з успіхом використовується і в бібліотечному середовищі. Серед них - різноманітні дороговкази, путівники, інформаційні повідомлення, просторові інсталяції у вигляді макетів предметів, рослин, тварин, вироби декоративно-ужиткового мистецтва, побуту і таке інше. Бібліотеки мають значні можливості для оформлення такої реклами: вільні місця в приміщеннях, на сходах, віконних вітринах, зовні біля приміщення бібліотеки, на парканах, а фантазія бібліотечних працівників невичерпна - лише без вагань потрібно розпочати нову справу, і отримати реальну користь з метою популяризації книги, бібліотеки, читання.

Нестандартний підхід до використання айс-стоперів практикують у Запорізькій ОУНБ. Тут було оформлено книжкову виставку присвячену братам нашим меншим. Біля виставки – скринька для пожертв на притулок для тварин-безхатченків, а поруч працівники розмістили бібліотечного кота Рижика, який вальяжно розлігся на стільці. Відвідувачі з цікавістю підходили до виставки, фотографувалися, звертали увагу на представлені на ній видання, а скринька повнилася коштами.

Стрімкий розвиток інформаційного середовища створює сприятливі можливості для впровадження нових організаційно-технологічних підходів в бібліотечній практиці.

Набуває широкої популярності одна з нових форм роботи, яка використовується як спосіб привернення уваги до проблем бібліотеки та як засіб впливу на владу – **флеш-моб**. В дослівному перекладі цей термін означає – "миттєвий натовп, юрба" (флеш - спалах, мить, "мобіри" – група людей). Це явище з'явилося на Заході у 2002 р. Існує ряд його різновидів :

- смартмоб – розумний натовп;
- фанмоб – веселий натовп;
- мобхаус – моделювання соціально-культурного простору – казки, весілля, тощо;
- мобігри – ігри на зразок "хто кого передивиться";
- мобфести – всесвітні щорічні флешмоби-фестивалі у великих містах світу.

У Росії такі акції проводяться під назвою "**лібмоби**". Одна із Всеросійських акцій-опитувань проходила під назвою "Як пройти в бібліотеку?". На вулиці мобіри ставили запитання перехожим "як пройти до бібліотеки?". Всім, хто не мав відповіді вручалися візитки бібліотеки, путівники, рекламні буклети. Тим, хто давав правильну вичерпну відповідь дарували подарунки – кольорові кульки, солодоці, інше. В результаті проведеного заходу частина громадян, які отримали візитівку, завітали до бібліотеки.

Сприяють популяризації літератури, читанню, зверненню до бібліотек такі інноваційні форми як **буккросинги, квести, опен-ейри**.

Буккросинг – хобі, суспільний рух, що працює по принципу соціальної сітки, має дещо споріднене з флешмобом. Дослівно – це "процес визволення книг". Література розміщується в людних місцях – парках, кафе, транспорті, на зупинках, під'їздах будинків... Будь-який бажаючий може прочитати її, після чого залишити книгу там же для надання такої можливості іншому. Значної популярності набрав цей рух в Італії, Франції. В сусідній Росії його запроваджено у 2004 році, але свідомість громадян ще недостатньо підготовлена до участі в такому заході. Лише кожна шоста - сьома книги із десяти поверталися, решта зникали.

В ряді областей України, а саме в Рівненській, Тернопільській, Дніпропетровській, Житомирській запроваджено один із різновидів буккросингу - оформлення "полиці вільного книгообміну". У Рівненській області така форма започаткована у 10 районних та сільських бібліотеках. Відвідувачі (буккросери) можуть брати книги для читання зі спеціальної полиці, приносити книги зі своєї домашньої бібліотеки, здійснювати обмін літературою без участі бібліотечного працівника та процесу оформлення запису до бібліотеки. Любителі читання обов'язково зацікавляться бібліотечним фондом, а справа бібліотечного працівника - привабити до нього відвідувачів. Така форма виправдовує себе тим, що більшість користувачів буккросингу стають потенційними користувачами бібліотечного закладу.

Набувають популярності в бібліотечному середовищі різноманітні **квести** – це акції, конкурси з елементами гри, до яких ставляться завдання, визначаються цілі, розподіляються ролі, використовуються спеціальні ресурси відповідно до різновиду квесту. Участь у них можуть брати за попередньою заявкою як індивідуальні особи, так і команди. Це можуть бути літературні, веб-, фото- та інші квести. Зацікавити користувачів можна нетрадиційним **фотоквестом** – конкурсом для любителів та професіоналів у мистецтві фотосвітлин. Серед бібліотечних закладів все частіше практикують проведення таких заходів, адже тут переслідується досягнення визначеної мети : конкурс проводиться в рамках певної акції. Це можуть бути заходи по збереженню довкілля, ювілейні заходи в місті, районі, селі, різноманітні свята за назвами: "Парк – окраса нашого міста", "Збережемо природу для нащадків", , "Моєму місту – день народження" та інші. Безпосередньо пов'язані з бібліотечною діяльністю бібліотечні фотоквести - "Людина і книга: радість читання", "Я читаю, ти читаєш, ми читаємо", "Найбільш читаюча сім'я", "Зупинись мить", інші. В результаті його проведення в бібліотеці організовується виставка кращих робіт конкурсантів, демонструються слайд-шоу, проводяться презентації, відзначення та нагородження кращих робіт учасників акції. Такі акції викли-

кають значну активність громадян, особливо серед молоді, юнацтва. До участі в заходах можна залучити місцеву владу, громадські організації, спонсорів.

Опен-ейри (відкрите повітря) – заходи, що проводяться на відкритому повітрі – на площах, в парках, скверах, інших місцях. В більшості, це заходи, до яких можна віднести дискотеки, концертні програми, які мають популярність серед молоді. Проведення таких заходів стало популярним і серед бібліотек як зарубіжжя, так і України. Вони мають зворотній зв'язок, привертають увагу громадськості, популяризуючи бібліотеку, сприяють зростанню її іміджу. Такі заходи з'явилися і серед бібліотек нашої області. Черкаська центральна міська бібліотека ім. Лесі Українки брала участь у проведенні вечора художнього читання творів Тараса Шевченка, що відбувся у міському парку відпочинку ім. 50-річчя Жовтня, а також працівники цієї ж бібліотеки проводили обслуговування користувачів у, так званих, "Бібліотеках під парасолькою" в зонах масового відпочинку містян. Бібліотечні працівники Смілянської ЦМБ ім.Олени Журливої репрезентували креативну акцію на свіжому повітрі – читальна зала просто неба під назвою "Бібліотечна ятка". Золотоніською центральною районною бібліотекою проведено свято до Всеукраїнського дня бібліотек безпосередньо на її території біля приміщення. Про бібліотеки почули, про них дізналися мешканці громади – і це головне.

Будь-яка запозичена ідея із застосуванням творчої інтерпретації може мати вагомий результати. Такою можна вважати інноваційну форму - "**Жива бібліотека**", яка працює так само як і звичайна : читачі заповнюють формуляр, мають змогу вибрати собі книгу в базі даних, "читати" її протягом відведеного часу (10-30 хв). Різниця лише в тому, що книги "живої бібліотеки" це живі люди зі своїми унікальними "сюжетами", повними пригод, цікавих історій, мрій. Причому, кожна книга представляє собою певну групу або окрему особу щодо яких існують неоднозначні погляди у суспільстві. Зокрема, стереотипи щодо наркоманів, засу-

джених, вегетаріанців, ВІЛ-інфікованих, сексуальних меншин, субкультур, інших. Опанувавши методику роботи "Живої бібліотеки" можна залучити до неї мешканців своєї громади, головне відшукати цікавих людей і залучити їх до участі в заходах. Така форма роботи започаткована у Херсонській, Чернігівській, Вінницькій ОУНБ.

Значному зближенню місцевого співтовариства з бібліотекою можуть посприяти **бібліотечні конкурси-марафони** різної тривалості – протягом тижня, декади, місяця. Заходи в рамках марафону тривають щоденно в дні роботи бібліотек. Вони можуть відзначатися різноманітністю форм – від міні конкурсно-діалогових форм до об'ємних літературно-тематичних заходів, вечорів, свят. Їх тематика теж різноманітна, але в її основі – актуальність питання чи проблеми як то місцевої, чи державної ваги. Серед таких теми : збереження довкілля, робота з соціально-незахищеними верствами населення, популяризація здорового способу життя, літературно-мистецьких надбань, традицій, звичаїв краю або ж популяризація творчості молодих, юних талантів як от: "Вони – майбутнє України", "Сузір'я молодих талантів", "Таланти – окраса нашого краю". Під час цих заходів можна представити місцевих аматорів – поетів, художників, музикантів, співаків, майстрів декоративно-прикладного мистецтва, інших, присвячуючи їм та їхнім родинам, династіям один із щоденних заходів. Проведенню марафону має передувати внутрішня та зовнішня реклама з використанням ЗМІ. Характерною особливістю проведення таких заходів, що кардинально відрізняє їх від тижнів популяризації літератури є підготовча робота, в якій бібліотечний працівник є лише організатором, а самі учасники - виконавцями. Кінцевою метою є відзначення та нагородження кращих учасників конкурсу-марафону. Зібрані матеріали використовуються бібліотекою в подальшій роботі, а це можуть бути слайдшоу, фотогалереї, художні вироби і інше.

Ціль інновацій у співпраці з користувачами, співгромадянами – передбачення їх очікувань у культурно-інформаційній сфері, а не лише задоволення запитів, тобто

робота у випереджаючому режимі – "відкритість майбутньому".

Навчити фахівців досконало володіти ситуацією, аналізувати, узагальнювати, робити висновки та приймати рішення – ось основне завдання бібліотечних методичних центрів.

З цією метою можна використати матеріали розгорнутого анкетування, проведеного серед бібліотечного колективу, а саме тих, хто безпосередньо працює з мешканцями регіону, здійснює обслуговування користувачів.

Таке примірне вивчення може мати назву : **"Бібліотека, громада, користувач : спілкування, взаємодія, співпраця"**.

1. Які категорії користувачів є найбільш численними у бібліотеці? Чи враховується ця обставина при плануванні роботи?

2. Чи стала ваша бібліотека громадським осередком? Для кого саме? Якого інформаційного забезпечення потребують ці користувачі? Чи задовольняє їх бібліотека?

3. Інформаційна зона бібліотеки, її наповненість. Чи відповідає вона потребам відвідувачів?

4. Чи змінилось ставлення користувачів до вашої бібліотеки протягом останніх 5-ти років? Чи покращилося?

5. Напрямки роботи, які можна вважати пріоритетними сьогодні. Як їх реалізувати?

6. Які додаткові можливості ви можете передбачити для покращення свого іміджу?

7. Робота бібліотеки на допомогу незахищеним верствам населення. Чи все було реалізовано для задоволення їхніх потреб?

8. Роль бібліотеки у системі засобів місцевої інформації. Рівень соціальної поінформованості вашого населення.

9. Найбільш доречні зауваження, пропозиції, побажання від користувачів. Які з них ви можете реалізувати найближчим часом?

Висновки, що впливають з таких вивчень, дають можливість виробити спрямовані програмні дії, що будуть

сприяти поліпшенню співпраці з громадою та створять можливість для ефективного використання фінансових, кадрових та матеріальних ресурсів.

Бібліотечні працівники завдяки власному ентузіазму, креативному підходу, наполегливості, інноваційним послугам формують навколо себе соціально-культурний простір, а місцева влада вбачає у них корисних партнерів у вирішенні багатьох соціальних питань.

У додатках надаються веб-адреси сайтів бібліотек та список рекомендованих джерел, де можна ознайомитися з інноваціями в бібліотечній сфері.

Список корисних веб-сайтів

- * Кабинет бибблиотековедения – www.library.ry/1kb/.phpindex
- * Програма "Бібліоміст" – www.bibliomist.org
- * Розділ "Бібліотечному фахівцю" на сайті Національної парламентської бібліотеки України – <http://profy.nplu.org>
- * Українська Бібліотечна Асоціація – <http://www.ula.org.ua>
- * Сайти обласних універсальних наукових бібліотек України (за назвами бібліотек).

Рекомендована література

Амеліна, Є. Інноваційні послуги сучасних українських бібліотек / Є.Амеліна, В.Пілярчук // Бібл. планета. - 2012. - №1. – С. 14 – 19.

Беляева, Н. Традиции и инновации в выставочной работе / Н.Беляева и др.// Бібл.форум України. – 2011. - №4. – С. 20 – 22.

Богза, Н. Модельні бібліотеки Миколаївщини: еволюція позитивних змін / Надія Богза // Бібл.форум України. – 2011. - №4. – С. 28 – 30.

Вилегжаніна, Т. Інновації – визначальний фактор розвитку бібліотек України / Т. Вилегжаніна // Бібл. планета. – 2009. - №3. – С. 6 – 9.

Вилегжаніна, Т. Криза читання як сучасна проблема світового рівня / Т.Вилегжаніна // Бібл. планета – 2011.- № 4. - С. 4 – 6.

Жаркова, Л.С. Методика организации работы библиотеки в сфере социально-культурной деятельности : практическое пособие / Л.С.Жаркова. – М.: Литера, 2009. – 111 с.

Матлина, С.Г. Публичная библиотека. Пути инновационного развития: Избранное / С. Г. Матлина. – С-Пб.: Профессия, 2009. - 568 с.

Московець, Л. Відроджуємо смак до читання / Л.Московець // Бібліотечна планета. – 2012. - №1. – С.11 – 12 .

Семилет, М. Читатель изменился, а мы? / М. Семилет, Г.Гречко // Бібл. форум України. – 2011. – № 2. - С. 17 – 20.

Соцков, О. Новый взгляд на новую библиотеку / О.Соцков // Бібл. вісн. України. – 2011. – № 2. – С. 21 – 23.

Сучасний читач і бібліотека : збірник матеріалів круглого столу, 15 – 18 верес. 2008 р., м.Сімферополь. – К.: ДЗ "Нац. парлам. б-ка України", 2008. – 109 с.

Чуприна, Н. Т. Универсальная библиотека: инновационная деятельность в профессиональной практике / Н. Т. Чуприна. – М.: Либерия, 2004. – 117 с. – (Серия "Библиотекарь и время. XXI век". – Вып.13.

Видавець: КЗ "ОУНБ імені Тараса Шевченка"
18000 м. Черкаси вул. Байди-Вишневецького,8
Електронна адреса : ounb@library.ck.ua
Науково-методичний відділ : metod@library.ck.ua