

Communication. – 2016. – June. – P. 1–7. – Access Mode: <http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8788/1/Schmidt.pdf>. (дата звернення: 15.04.2019).

3. Колесникова Т. О. Університетська бібліотека: створюємо простір успіху [Електронний ресурс] / Т. О. Колесникова // Бібліотека університету на новому етапі розвитку соціальних комунікацій : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 1–2 груд. 2016 р.). – Дніпро : ДНУЗТ, 2016. – Електрон. дан. – Режим доступу: <http://bit.ly/2ypFbnd> (дата звернення: 05.04.2019). – Загол. з екрана.

4. Назар'єва С. В. Бібліотека як видавець наукових видань / С. В. Назар'єва // Бібліотечний форум: історія, теорія і практика. – 2017. – № 1. – С. 6–10. – Електрон. аналог. друк. вид. – Режим доступу: <http://bit.ly/2foc38i> (дата звернення: 05.04.2019). – Загол. з екрана.).

5. Назаровець С. Вплив відкритого доступу на цитованість робіт молодих українських науковців / С. Назаровець // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 2. – С. 24–28.

УДК 027.7:61:004.77(477.53)

Бак Оксана Василівна

Українська медична стоматологічна академія

Комунікативні on-line сервіси бібліотеки УМСА

У статті розглянуто роль on-line сервісів як каналів комунікації бібліотек. Висвітлені основні платформи для спілкування у віртуальному просторі з читачами, переваги, критерії вибору ресурсу, ефективність для утримання своїх позицій в комунікаційному просторі. Показані основні тенденції при роботі через соціальні мережі та інші канали.

Ключові слова: бібліотека УМСА, соціальні мережі, smm, маркетинг, комунікація, нетикет.

Бібліотеки осучаснюються настільки швидко, що людина, яка кілька років не відвідувала книгозбірню має в своїй уяві ще усталений шаблон: книга, тиша, напівпусті зали. Завітавши до бібліотеки УМСА можна пересвідчитися, що читальні зали переповнені (фото 1, 2, 3), відбувається постійний рух у віртуальному просторі (фото 4). У час, коли веб-користувачі приділяють кілька секунд інформації в Інтернеті, наші працівники успішно змагаються за їхню увагу. Нові, невластиві раніше функції, digital-маркетинг, PR, smm – це все про бібліотеку[2,3]. З-поміж комунікативних сервісів, якими користується бібліотека УМСА натеper можна виокремити: Facebook, Instagram, Youtube, on-line-консультант на сайті, Email.



Усі оприлюднені дописи				
Охоплення: Органічне / Сплачене				
Оприлюднено	Допис	Тип	Націлення	Охопле
22.04.2019 09:36	Бібліотека одержала 12 назв	📄	🌐	188
19.04.2019 09:49	Щоб брати землю, природу,	📄	🌐	139
19.04.2019 14:23	І знову поповнення	📄	🌐	393
19.04.2019 09:32	Нещодавно на полиці читальної	📄	🌐	174
17.04.2019 15:10	До бібліотеки #УМСА надійшов 6-	📄	🌐	136
17.04.2019 09:40	І знову велика партія нових книг!	📄	🌐	2,4K
16.04.2019 10:46	Дякуємо першому проректору проф.	📄	🌐	188
16.04.2019 09:39	16 квітня – Весільний день	📄	🌐	160
15.04.2019 10:29	Бібліотека #УМСА отримала 2	📄	🌐	1,2K
12.04.2019 11:34	Сьогодні на методичному	📄	🌐	227
10.04.2019 10:11	Рубрика "Вічитаю рекоменду	📄	🌐	142
09.04.2019 13:56	Читальна зала бібліотеки #УМСА	📄	🌐	417

Рис. 1, 2, 3, 4.

Деякі бібліотеки також використовують для комунікації Twitter та Telegram.

Для чого потрібні комунікативні сервіси? Завдяки ним всі напрацювання бібліотеки читачі можуть бачити в кілька кліків. Повсякденна робота, електронні ресурси, каталог, репозитарій та багато іншого розміщено на офіційному веб-ресурсі www.biblumsa.blogspot.com (фото 5). Завдяки цьому ресурсу можна комунікувати з відвідувачами: є можливість коментувати публікації. На ньому розміщений також on-line-консультант, де кожен, хто завітав на сторінку, може поставити запитання і оперативно отримати відповідь (фото 6). Але основними «майданчиками» для спілкування з користувачами є Facebook, Instagram, Email.



Рис. 5, 6.

Щодня багато людей надсилають електронні листи. Це і запити УДК, і запитання, і офіційні листи з інших бібліотек та міністерств; привітання, запрошення до участі в проектах, статті до репозитарію, запити до бібліографів тощо. Запит через електронну пошту традиційно вважається офіційнішим, ніж запит тієї ж послуги через соціальні мережі. Бібліотека УМСА має кілька електронних адрес на різних доменах. Так, адреса biblioteka@umsa.edu.ua є корпоративною, тільки завдяки їй можна, наприклад, зареєструватися на певних «онлайн-майданчиках». Є декілька Email на домені Google, вони надійні та універсальні. Кожна пошта використовується щоденно.

В останні роки активність бібліотеки УМСА у соціальних мережах зросла, і відповідно, зросла кількість комунікацій на власних публіках[4]. Facebook традиційно залишається комунікативним сервісом № 1 для бібліотеки ЗВО (фото 7). Зараз це платформа, де присутні користувачі різного віку, статі, освіти тощо. В УМСА можна зустріти і 17-річного студента із Нігерії, і 100-річного професора (так, саме цього року ми святкуємо 100-річчя нашого професора Максима Дудченка, і в нього теж є профіль в FB!), тому Facebook ідеально підходить для розповсюдження новин, комунікації з читачами, моніторингу вподобань, переймання досвіду колег тощо. Спостереження в повсякденному житті показують, наскільки потужною є система соціальних мереж та її вплив на населення в усіх країнах, тому використовуємо цей засіб комунікації на повну![5]

Робота з молоддю (переважно нашими користувачами є студенти 17-22 років) спонукала бібліотекарів бути присутніми в Instagram, оскільки саме ця вікова категорія на ньому є переважною більшістю. В Інстаграмі свої «закони», зокрема акцент на візуалізації, коротких текстах. Модераторам є що показати!(фото8). Адже кожен процес роботи фотографується, створюються колажі, цікаві композиції, тим самим молода аудиторія заохочується до реагування. Студенти запитують у direct все, що їх цікавить, також

коментують, ставлять вподобання. Бібліотека адмініструє не тільки свою власну сторінку в Instagram, а ще й академічну (фото 9). А це значно більше постів, коментарів, запитань[6].

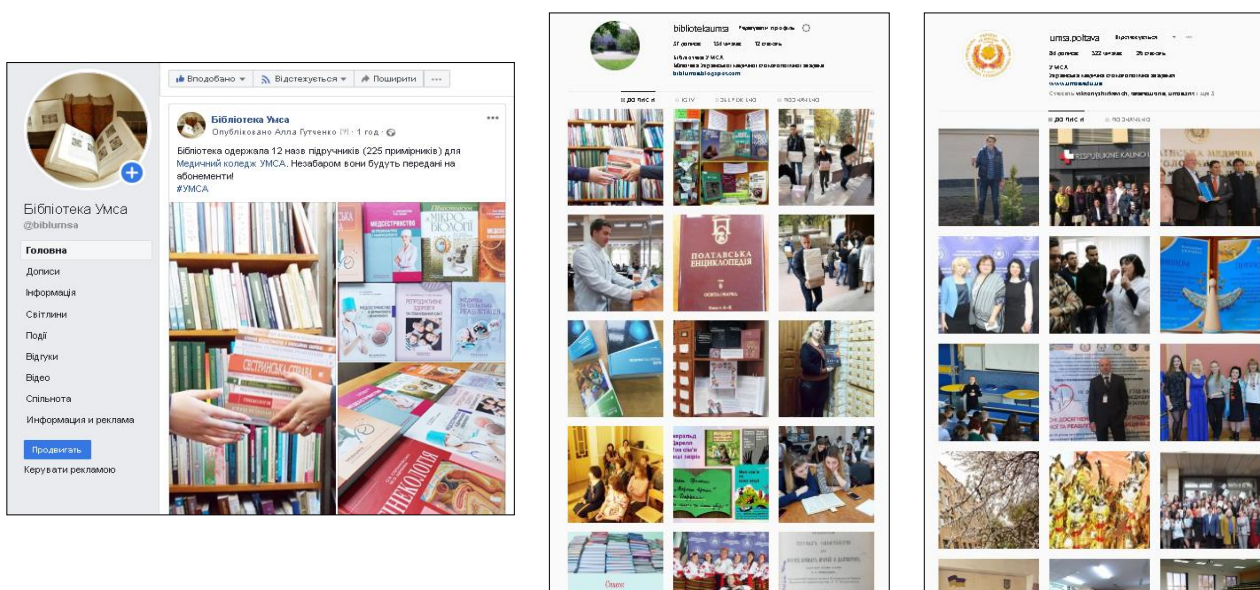


Рис. 7, 8, 9.

Загальний обсяг інформації продовжує зростати, її настільки багато, що звичайній людині важко знайти відповідь на запитання, навіть якщо вона є в Мережі. Тому прогнозування, що бібліотекар із часом стане не потрібним, адже все можна буде знайти в Інтернеті, не виправдалися. Так, у Всемережжі можна знайти майже все, але неможливо опрацювати кількість знайденого матеріалу. Доводиться звертатися до спеціалістів і комунікувати через онлайн-сервіси.

При отриманні запитань важливо відповідати якнайшвидше. Навіть якщо потрібної інформації зараз немає, важливо відгукнутися до читача, показати, що його месидж був прочитаний, вказати коли приблизно буде готова відповідь. Це формує позитивний образ фахівця.

Коли йдеться про комунікативні сервіси, природно виникає питання нетикету. Після появи Інтернету з'явилися певні закони, правила спілкування в Мережі, які надалі отримали назву нетикет («Мережа» (англ. net) і «тикет» (фр. etiquette)). Оскільки Мережа – це суспільне місце, то в ній не можна робити ті речі, які не заохочуються в будь-якому цивілізованому суспільстві [1].

Правила нетикету:

1. Пам'ятайте, що Ви спілкуєтеся з людиною.
2. Дотримуйтеся тих самих правил поведінки, що і в реальному житті.
3. Зберігайте особистість.
4. Допмагайте іншим там, де Ви спроможні це зробити.
5. Не втручайтесь у конфлікти і не допускайте їх.
6. Пам'ятайте про безпеку.
7. Поважайте право на приватне листування.
8. Пам'ятайте про авторське право.
9. Не зловживайте своїми можливостями.
10. Вчіться пробачати помилки іншим.

Загальні правила, крім очевидних, це наприклад, не надсилати поштовчо 30 файлів, щоб отримувач не витрачав час на завантаження кожного окремо. Зауважимо про ВЕЛИКІ ЛІТЕРИ та кнопку CAPS LOCK. Великі літери, велика кількість знаків питання, оклику

ідентифікуються, як крик. Використання клавіші CAPS LOCK рівнозначне гучному крикові в розмові. Часто в чатах і на форумах люди, що пишуть тільки великими буквами, отримують відповідь «НЕ КРИЧИ НА МЕНЕ!». У 2001 році в Швеції розпочалась справжня суспільна кампанія проти цієї клавіші. Метою акції було змусити виробників комп'ютерів прибрати її з клавіатури. Є навіть День клавіші CapsLock (28 червня). День, коли можна писати одними великими літерами і тобі за це нічого не буде! Також при веб-спілкуванні часто використовуються смайли. День смайлика – 19 вересня. А все тому, що візуалізація натепер вирішує все. На кожную емоцію вже є свій смайлик. Існує й емодзі – поєднання графіки і смайлів, завдяки яким можна взагалі не писати літер, використовувати лише картинки для розповіді.

Як бачимо, правила існують, але не завжди виконуються і у Всемережжі багато такого, від чого хочеться вберегти не тільки дітей, а й самих себе. Тому, не розраховуючи на людську свідомість, компанії мають модераторів, які слідкують за «порядком» на своєму сайті. Розглянемо, наприклад, Facebook. Фейсбук має в системі низку правил, за порушенням яких слідує покарання у вигляді бану. Тривалість бану залежить від дії користувача. Зараз у ФБ близько 3 мільярдів користувачів. Це трохи менше половини світу. Звісно, потрібні правила, які регулюють взаємостосунки між цими людьми [5].

З самого початку одним із головних принципів Facebook була нетерпимість до насилля, порнографії, расизму, тероризму тощо. Увесь перелік обмежень можна знайти в Інтернеті, він постійно змінюється. Всі виражені рішення щодо прийнятності того чи іншого контенту приймають модератори. Не всі ресурси так слідкують за контентом.

У результаті досліджень, опитувань і спостережень з'ясувалося, що багато людей найчастіше користуються месенджерами, щоб щось передати, ніж телефонують. Особливо це стосується молоді.

Із рекомендацій:

- якщо вам потрібно зателефонувати – напишіть попередження в месенджер;
- якщо співрозмовник не відповідає, то через годину можна зателефонувати. Звісно це не стосується дуже термінових випадків;
- якщо дзвінок по роботі, то спочатку напишіть email. Якщо відповіді немає протягом доби – сміливо телефонуйте.

Чому ж з'явилися такі правила і взагалі постало питання «Писати чи телефонувати»? У сучасному світі з високим темпом життя, коли всі зайняті, писати є тактовнішим – ми не знаємо де застане наш дзвінок людину: за кермом, на операції, на засіданні, на уроці тощо. Адресат відповідь тоді, коли знайде для цього зручний час. Бувають ситуації, коли краще зробити мікс: написати й уточнити години для серйозної телефонної розмови.

Наразі дзвінок є лише однією з функцій смартфона, і далеко не основною. На роботі теж рекомендують писати. Адже сказане ніде не фіксується, можна неправильно зрозуміти співрозмовника, до того ж телефонна розмова заважає колегам, які знаходяться поруч. Якщо хтось щось пообіцяв у телефонній розмові, цього ніколи не можна буде довести. При написанні можна підібрати лаконічніші фрази, без зайвих слів, краще сформулювати свою думку. Тому використання чату замість телефону вже стало не тільки нормою, але і вимогою сучасного життя.

Після того, як бібліотеки почали комунікувати за допомогою онлайн-сервісів з читачами, бібліотекарям довелося стати smm-никами, маркетологами, блогерами, веб-дизайнерами, фотографами, журналістами та щодня створювати такий контент і рівень спілкування, щоб залишатися конкурентоспроможними у Мережі.

Список літератури

1. Абетка з нетикету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://netiketka.4uth.gov.ua/home/rules-of-netiquette>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

2. Безноса С. П. Інформаційний потенціал бібліотеки як інструмент іміджевого позиціонування «УМСА» [Електронний ресурс] / С. П. Безноса // Бібліотеки і суспільство: рух у часі та просторі : III наук.-практ. інтернет-конференція, Харків, НБ ХНМУ, 22–29 жовтня 2018 р. – Харків, 2018. – С. 1–5. – Режим доступу:

<http://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/20495/1/%D0%91%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%B0.pdf>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 24.04.2019. – Мова укр.

3. Боровик О. Б. Маркетингові комунікації в практичній діяльності бібліотеки ВДНЗУ «УМСА» [Електронний ресурс] / О. Б. Боровик // Вісник Одеського національного університету. Серія: Бібліотекознавство, бібліографознавство, книгознавство. – 2017. – Т. 22, вип. 2 (18). – С. 242–249. – Режим доступу: <http://elib.umsa.edu.ua/bitstream/umsa/6064/1/Marketing%20communication.pdf>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

4. Соціальні медіа [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

5. Facebook [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

6. Instagram [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

УДК 004.77:027.7

Лазоренко Інна Миколаївна
Національний фармацевтичний університет

Онлайн послуги бібліотек вищих медичних закладів України: сучасні підходи та перспективи

Стаття присвячена аналізу використання онлайн послуг в бібліотечному обслуговуванні за допомогою сучасних інформаційно-комунікативних технологій через мережу Інтернет. Проаналізовано використання онлайн-послуг та сервісів провідних медичних/фармацевтичних закладів вищої освіти України.

Ключові слова: бібліотеки ЗВО, онлайн послуги, бібліотечна послуга, бібліотечні сервіси, бібліотечне віртуальне середовище.

Сучасна економічна ситуація та широке впровадження інформаційно-комунікаційних технологій трансформують усі галузі діяльності, зокрема спостерігається зміна основних засад системи вищої освіти. Сучасні фахівці інтегрують у міжнародний ринок праці, однією з ключових умов якого є навчання протягом усієї трудової діяльності. Саме тому вітчизняним закладам вищої освіти необхідно побудувати свою роботу та навчальні програми з урахуванням цього феномену.

Одним із головних завдань бібліотеки як підрозділу університету є інформаційний супровід, а також сприяння формуванню у здобувачів вищої освіти таких рис як пізнавальна активність, креативність, аналітичне мислення та самостійність. Нині самостійна робота студента є важливою частиною освітнього процесу, що закріплено на законодавчому рівні (Наказ Міністерства освіти України) [9]. Варто відзначити, що щороку частина самостійної роботи від загального обсягу навчального плану зростає (від 1/3 до 2/3). В європейських країнах це співвідношення є набагато більшим.

Наукова бібліотека є одним із основних структурних підрозділів ЗВО та виконує роль інформаційного центру (Закон України «Про Вищу освіту» ст. 33 п. 3) [8]. Головним завданням якої є забезпечення освітньої діяльності, саме тому задля оперативного та якісного обслуговування користувачів у своїй роботі бібліотеки широко використовують інформаційні технології, запроваджуючи онлайн послуги, які функціонують через офіційні сайти бібліотек.

Метою статті є дослідження стану та використання онлайн послуг представлених на офіційних сайтах бібліотек медичних/фармацевтичних закладів вищої освіти України.