

лиотеками Харьковщины. Подан обзор рекомендацій по деловій електронній переписці.

Ключевые слова: нетикет, етикет, правила поведіння, положення поведіння, Інтернет, сеть, медиа, бібліотеки Харьковщини, деловая електронна переписка, електронні письма.

THE NETETIQUETTE – THE TREND OF THE MODERN LIBRARIAN-CITIZEN OF THE INTERNET

A. Tishchenko

Kharkiv State Scientific Library of V.G. Korolenko

Annotation. The article contained in the rules, regulations, taboo and moveton of the netetiquette. Here described peculiarities netetiquette of libraries in the Kharkiv region. The recommendations for business e-mail are summarized.

Keywords: netetiquette, etiquette, rules of conduct, behavioral regulations, Internet, network, media, Kharkiv region libraries, business e-mails, e-mails.

УДК: 021.4:004.738.5

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ БІБЛІОТЕЧНОГО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

V.I. Хитик

*ВДНЗ України «Буковинський державний медичний університет»
Бібліотека*

Анотація. Розглядається потенціал соціальних медіа як ефективного засобу бібліотечного інтернет-маркетингу, спрямованого на організацію якісного обслуговування користувачів бібліотеки.

Ключові слова: бібліотечний інтернет-маркетинг, бібліотеки у соціальних медіа, обслуговування користувачів бібліотеки.

Динамічність розвитку й постійне вдосконалення інформаційних технологій, створення нових інтернет-ресурсів відкривають додаткові можливості для бібліотек щодо підвищення якості бібліотечного обслуговування посередництвом використання цих ресурсів.

Визначення цінності певного інтернет-ресурсу для підвищення рівня бібліотечного обслуговування можливе лише за умови розуміння завдань бібліотеки як сервісного закладу. Обов'язковий бібліотечний сервісний мінімум встановлений Законом України «Про бібліотеки і бібліотечну справу».

Так, основним завданням бібліотеки є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів.

Право користувача на бібліотечне обслуговування включає:

- користування інформацією про склад бібліотечних фондів через довідково-пошуковий апарат;
- отримання консультаційної допомоги в пошуку та виборі джерел інформації;
- одержання у тимчасове користування документів із фондів бібліотеки й документів або їх копій по міжбібліотечному абонементу;
- отримання інформації з інших бібліотек через канали зв'язку тощо.

Виходячи з цього законодавчо встановленого мінімуму, можна визначити два обов'язкові напрямки роботи бібліотеки з користувачами: надання у користування документів та інформування.

Організація ефективної роботи бібліотеки у цих напрямках можлива лише при забезпеченні певних умов: комплектування бібліотечних фондів актуальними для користувача документами; повне відображення інформації про склад бібліотечних фондів у довідково-пошуковому апараті; якісне й оперативне інформування користувача про бібліотечні фонди, довідково-пошуковий апарат, інші бібліотечні ресурси; надання у користування документів за першим зверненням користувача.

Забезпечити умови, які дозволять здійснювати якісне бібліотечне обслуговування користувачів, можна виключно при застосуванні бібліотекою ефективних маркетингових засобів, які нададуть можливість:

- досліджувати, аналізувати, оцінювати потреби існуючих й потенційних користувачів щодо потрібних їм документів та формувати політику комплектування бібліотечного фонду відповідно до їхніх запитів й очікувань;
- дізнаватися про зручність користування довідково-пошуковим апаратом й іншими бібліотечними ресурсами, вживати заходів щодо їх удосконалення згідно з побажаннями користувачів;
- вивчати думку користувачів щодо доцільності введення нових форм бібліотечного обслуговування й ефективності існуючих, отримувати від них конкретні пропозиції;

- дізнаватися про повноту, оперативність і якість обслуговування користувачів співробітниками бібліотеки, вживати заходи щодо усунення недоліків;
- популяризувати бібліотеку, доводити до відома користувачів нову корисну інформацію;
- мати зворотній зв'язок з користувачами і постійно взаємодіяти з ними.

Безперечно, у даний час найефективнішим видом маркетингу є інтернет-маркетинг, який характеризується такими винятковими можливостями: одночасне охоплення численної інтернет-аудиторії без обмеження за статусом, професійною приналежністю, віковою категорією тощо; можлива дистанційна взаємодія з існуючими та потенційними користувачами; відсутність прив'язки взаємодії бібліотеки з користувачем щодо конкретного часу (за деякими винятками), що є зручним для двох сторін.

Тому, якщо говорити про бібліотечний маркетинг, разом з традиційними формами обов'язково необхідно використовувати інтернет-ресурси.

Однією з форм масової комунікації в інтернеті є соціальні медіа. Винятковою рисою соціальних медіа є те, що вони дають можливість для необмеженої часом, відкритої комунікації бібліотеки і користувача у рамках платформ, які об'єднують людей за спільними інтересами, що сприяє формуванню цільової аудиторії, на яку безпосередньо спрямовується робота бібліотеки.

Користувач, залучений у соціальних медіа до безпосередньої взаємодії з бібліотекою, відчуває свою значимість. Між сторонами створюється ефект партнерства, що сприяє тіснішій співпраці.

Разом з наявністю цільової аудиторії, відкритий доступ до соціальних медіа дозволяє бібліотеці комунікувати з іншими категоріями осіб, що також може бути корисним у деяких аспектах.

Беззаперечною перевагою соціальних медіа є можливість розміщення там різного виду інформації: текстових, фото-, відео-, аудіоматеріалів.

Соціальні медіа дозволяють відповідальному співробітнику бібліотеки й користувачу вести пряму переписку (відкриту і приховану), додавати коментарі, висловлювати власну думку, ділитися враженнями. В соціальних медіа бібліотека може здійснювати масові опитування користувачів. Функціонал соціальних медіа дає можливість бібліотеці в інтернеті досліджувати, аналізувати, оцінювати потреби користувачів; вивчати їх думку щодо бібліотечно-го обслуговування, отримувати від них конкретні пропозиції, по-

пуляризувати бібліотеку, доводити до відома користувачів нову корисну інформацію, мати зворотній зв'язок з користувачами й постійно взаємодіяти із ними.

Отже, соціальні медіа мають достатній потенціал для забезпечення ефективного бібліотечного інтернет-маркетингу, здатного забезпечити організацію якісного бібліотечного обслуговування користувачів.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ БИБЛИОТЕЧНОГО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

В.И. Хитик

Буковинский государственный медицинский университет

Библиотека

Аннотация. Рассматривается потенциал социальных медиа как эффективного средства библиотечного интернет-маркетинга, направленного на организацию качественного обслуживания пользователей библиотеки.

Ключевые слова: библиотечный интернет-маркетинг, библиотеки в социальных медиа, обслуживание пользователей библиотеки.

SOCIAL MEDIA AS INSTRUMENT OF LIBRARY INTERNET-MARKETING

V. Khytyk

Bukovinian State Medical University

Library

Annotation. The potential of social media as effective means of library internet-marketing aimed at the organization of library users' attendance of high quality has been studied.

Keywords: library internet-marketing, libraries in social media, library users' attendance.

УДК 027.7:61:378.4(477-21)ХНМУ:316.472.4:004.77

БИБЛИОТЕКА В INSTAGRAM: ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

О. Шакирова

Харьковский национальный медицинский университет

II медицинский факультет, 4 курс

Аннотация. Раскрывается взгляд студенчества на современную библиотеку, основываясь на личный опыт. Приведен пример