

ISSN 2616-7654 (Print)  
ISSN 2617-8427 (Online)

**УКРАЇНСЬКИЙ ЖУРНАЛ  
З БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА  
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ НАУК**

**2019 Випуск 4**

---

**UKRAINIAN JOURNAL ON LIBRARY  
AND INFORMATION SCIENCE**

## Редакційна колегія

### Головний редактор

*Тетяна Гранчак*, доктор наук із соціальних комунікацій, старший науковий співробітник, професор кафедри інформаційних технологій Київського національного університету культури і мистецтв, Київ, Україна  
вул. Чигоріна, 14, каб. 75  
тел.: +38(050)4141914  
e-mail: granchakt@ukr.net

### Редакційна колегія

*Валентина Бездрабко*, доктор історичних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

*Андрій Білощцький*, доктор технічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

*Майя Войцеховська*, доктор наук в галузі бібліології та інформології, професор, Університет Гданська, Гданськ, Польща

*Генрік Голлендер*, доктор гуманітарних наук, Університет Лазарського, Варшава, Польща

*Олександр Груша*, кандидат історичних наук, доцент, Центральна наукова бібліотека імені Якуба Коласа, Мінськ, Білорусь

*Ірина Давидова*, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Харківська державна академія культури, Харків, Україна

*Євгенія Кулик*, кандидат наук із соціальних комунікацій, Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна

*Ірене Лопатовська*, доктор філософії в галузі інформаційних наук, доцент, Інститут Пратта, Нью-Йорк, США

*Валентина Медведєва*, кандидат педагогічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

*Роман Мотульський*, доктор педагогічних наук, професор, Національна бібліотека Білорусі, Мінськ, Білорусь

*Тетяна Новальська*, доктор історичних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

*Галина Салата*, доктор історичних наук, доцент, Київський університет культури, Київ, Україна

*Микола Сенченко*, доктор технічних наук, професор, Книжкова палата України імені Івана Федорова, Київ, Україна

*Олег Сербін*, доктор наук із соціальних комунікацій, старший науковий співробітник, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

*Алла Соляник*, доктор педагогічних наук, професор, Харківська державна академія культури, Харків, Україна

*Марія Хейг*, доктор філософії в галузі інформаційної науки і технології, доцент, Університет Вісконсін-Мілуокі, Мілуокі, США

*Тетяна Ярошенко*, кандидат історичних наук, доцент, Національний університет «Кієво-Могилянська академія», Київ, Україна

*Микола Яцевич*, кандидат педагогічних наук, доцент, Білоруський державний університет культури і мистецтв, Мінськ, Білорусь

## Editorial board

### Editor-in-chief

*Tetiana Hrančak*, Dr. Hab. in Social Communications, Senior Researcher, Professor of the Department of Information Technologies of Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine  
Chyhorina str., 14, cab. 75  
tel.: +38(050)4141914  
e-mail: granchakt@ukr.net

### Editorial board

*Valentyna Bezdrabko*, Dr. Hab. in Historical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

*Andrii Biloshchyt'skyi*, Dr. Hab. in Technical Sciences, Professor, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, Ukraine

*Maja Wojciechowska*, Dr. Hab. in Bibliology and Information Science, Professor, University of Gdansk, Gdansk, Poland

*Henryk Hollender*, Ph.D. in Humanities, University of Lazarsky, Warsaw, Poland

*Oleksandr Hrusha*, Ph.D. in Historical Sciences, Associate Professor, Central Scientific Library named after Yakub Kolas, Minsk, Belarus

*Iryna Davydova*, Dr. Hab. in Social Communications, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

*Yevheniia Kulyk*, Ph.D. in Social Communications, Scientific-Technical Library named after H. I. Denisenko of the National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kiev Polytechnic Institute», Kyiv, Ukraine

*Irene Lopatovska*, Ph.D. in Information Sciences, Associate Professor, Pratt Institute, New York, USA

*Valentyna Medvedieva*, Ph.D. in Pedagogical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

*Roman Motul'skyi*, Dr. Hab. in Pedagogical Sciences, Professor, National Library of Belarus, Minsk, Belarus

*Tetiana Novalska*, Dr. Hab. in Historical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

*Halyna Salata*, Dr. Hab. in Historical Sciences, Associate Professor, Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine

*Mykola Senchenko*, Dr. Hab. in Technical Sciences, Professor, Ivan Fedorov Book Chamber of Ukraine, Kyiv, Ukraine

*Oleh Serbin*, Dr. Hab. in Social Communications, Senior Researcher, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, Ukraine

*Alla Solianyk*, Dr. Hab. in Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

*Maria Haigh*, Ph.D. in Information Science and Technology, Associate Professor, University of Wisconsin-Milwaukee, Milwaukee, USA

*Tetiana Yaroshenko*, Ph.D. in Historical Sciences, Assistant Professor, National University of Kyiv-Mohyla Academy, Kyiv, Ukraine

*Mykola Yatsyevych*, Ph.D. in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Belarusian State University of Culture and Arts, Minsk, Belarus

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ і НАУКИ УКРАЇНИ  
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ і МИСТЕЦТВ

---

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
MINISTRY OF CULTURE OF UKRAINE  
KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CULTURE AND ARTS

# **Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук**

Науковий журнал

## **Ukrainian Journal on Library and Information Science**

Scientific Journal

Засновано у 2018 р.  
Founded in 2018

**Випуск 4  
ISSUE 4**

КИЇВ  
ВИДАВНИЧИЙ ЦЕНТР КНУКіМ  
KYIV  
KNUKIM PUBLISHING  
2019

*Затверджено до друку та опублікування в мережі інтернет вченою радою  
Київського національного університету культури і мистецтв  
(протокол № 5 від 15.11.2019)*

Відповідальний редактор  
*Т. Гранчак*, доктор наук із соціальних комунікацій

Літературний редактор  
*К. Спрогіс*

Редактор-перекладач  
англійського тексту  
*В. Діброва*

**УДК 02(477)(06)**

**Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук** / ред-кол.: Т. Гранчак (головний редактор), В. Бездрабко, А. Білощицький [та ін.] ; відп. ред. Т. Гранчак ; М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2019. – Вип. 4. – 96 с.

У випуску представлено публікації, в яких висвітлюються дискусійні теоретичні аспекти розвитку документознавства, актуальні питання практики бібліотечної справи в Україні і за кордоном, тенденції розвитку мобільних технологій як підґрунтя урізноманітнення бібліотечно-інформаційного сервісу.

Авторами в аспекті сучасної документології піднімаються питання ведення наукової дискусії навколо теорії усного документа, обґрунтовуються актуальні підходи до відображення в інформаційно-пошукових системах освітянських бібліотек документів персонального характеру з урахуванням інформаційних запитів користувачів, розкриваються напрями інтернет-маркетингу в діяльності бібліотек України, висвітлюється специфіка організації та функціонування освітянських бібліотек Китаю, простежуються технологічні та соціокомунікативні чинники розширення бібліотечно-інформаційного сервісу на основі впровадження мобільних технологій.

Видання орієнтоване на широке коло працівників бібліотечно-інформаційної сфери, науковців, викладачів вищих навчальних закладів, докторантів, аспірантів, магістрантів, усіх, хто досліджує теоретико-прикладні аспекти у сфері соціальних комунікацій та інформаційно-комунікаційних технологій.

Адреса редакційної колегії: КНУКіМ, м. Київ, вул. Чигоріна, 14, каб. 75  
тел.: +38(067)1855242, e-mail: [ibas.knukim@gmail.com](mailto:ibas.knukim@gmail.com)

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:  
КВ No 23138-12978 Р від 08.02.2018

**ISSN 2616-7654 (Print)**  
**ISSN 2617-8427 (Online)**

© Київський національний університет  
культури і мистецтв, 2019  
© Автори статей, 2019

*Approved for publication and publication on the Internet by  
the Academic Council of Kyiv National University of Culture and Arts  
(protocol No. 5 from 15.11.2019)*

**Responsible editor**

*T. Hranchak, Dr. Hab. in Social Communications*

**Literary editor**

*K. Sprogis*

**English text editor**

*V. Dibrova*

**UDC 02(477)(06)**

**Ukrainian Journal on Library and Information Science** / edit.: T. Hranchak (Ed.-in-chief), V. Bezdrabko, A. Biloshchytskyi [and other] ; Resp. ed. T. Hranchak ; Ministry of Education and Science of Ukraine, Ministry of Culture of Ukraine, Kyiv National University of Culture and Arts. – Kyiv : Publishing Center KNUCaA, 2019. – Issue 4. – 96 p.

The issue presents publications that discuss the theoretical aspects of documents science development, current issues of library practice in Ukraine and abroad, trends in the development of mobile technologies as a basis for the diversity of library and information services.

The authors in the aspect of modern documentology bring the issues of scientific discussion culture around the theory of oral document up, substantiate current approaches to display in the information-search systems of educational libraries of documents of a personal nature, taking into account with users' information requests, reveal the directions of Internet marketing in the activity of libraries of Ukraine, specifics of the organization and functioning of educational libraries of China, trace technological and social and communicative factors of expansion of library and information services through the introduction of mobile technologies.

The publication is aimed at a wide range of library and information workers, scientists, university lecturers, postgraduates, postgraduates, undergraduates, all who study theoretical and applied aspects in the field of social communications and information and communication technologies.

Address of editorial board: KNUCaA, Kyiv, Chyhorina str., 14, cab. 75  
tel.: +38(067)1855242, e-mail: [ibas.knukim@gmail.com](mailto:ibas.knukim@gmail.com)

Certificate of state registration of printed mass media:  
KB No 23138-12978 P from 08.02.2018

**ISSN 2616-7654 (Print)**

**ISSN 2617-8427 (Online)**

© Kyiv National University  
of Culture and Arts, 2019  
© Authors of articles, 2019

## ЗМІСТ

## CONTENTS

### ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ НАУК

TRENDS IN DEVELOPMENT OF LIBRARIANSHIP AND INFORMATION SCIENCES

*У ФОРМАТІ ДИСКУСІЇ*

*IN DISCUSSION FORMAT*

*Юрій Столяров*  
ДОКУМЕНТОЛОГИЧЕСКИЙ  
НИГИЛИЗМ  
Е. А. ПЛЕШКЕВИЧА

10

*Yuriy Stolyarov*  
E. A. PLESHKEVICH'  
DOCUMENTOLOGY  
Nihilism

### БІБЛІОТЕЧНА ПРАКТИКА: ІНФОРМАЦІЙНІ І СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ

LIBRARY PRACTICE: INFORMATIONAL AND SOCIO-CULTURAL ASPECTS

*Наталія Грудініна,  
Інна Лобановська*  
ДОКУМЕНТИ ПЕРСОНАЛЬНОГО  
ХАРАКТЕРУ В ІНФОРМАЦІЙНО-  
ПОШУКОВИХ СИСТЕМАХ  
ОСВІТЯНСЬКИХ БІБЛІОТЕК:  
ВІДОБРАЖЕННЯ ЗАСОБАМИ УДК

22

*Natalia Hrudinina,  
Inna Lobanovska*  
DOCUMENTS OF PERSONAL  
NATURE IN INFORMATION  
RETRIEVAL SYSTEMS  
OF EDUCATION LIBRARIES:  
PRESENTATION BY MEANS OF UDC

*Тетяна Гранчак,  
Таїсія Скітер*  
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ  
У ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ

36

*Tetiana Hranchak,  
Taisiia Skiter*  
INTERNET MARKETING IN ACTIVITIES  
OF LIBRARIES OF UKRAINE

*Янь Пен*  
СИСТЕМА АКАДЕМІЧНИХ  
БІБЛІОТЕК КИТАЮ: ОРГАНІЗАЦІЯ  
ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ

56

*Yan Peng*  
THE SYSTEM OF ACADEMIC  
LIBRARIES OF CHINA:  
ORGANIZATION AND FUNCTIONING

### БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНА ОСВІТА

LIBRARY AND INFORMATION EDUCATION

*Тетяна Новальська*  
СТРУКТУРНА ТА КОГНІТИВНА  
ТРАНСФОРМАЦІЯ  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ  
ОБСЛУГОВУВАННЯ»

68

*Tetiana Novalska*  
STRUCTURAL AND COGNITIVE  
TRANSFORMATION  
OF THE EDUCATION DISCIPLINE  
"LIBRARY AND INFORMATION  
SERVICE"

**ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ПРАКТИКА І ПЕРСПЕКТИВИ**  
**INFORMATION TECHNOLOGIES: PRACTICE AND PERSPECTIVES**

*Вікторія Бондаренко*  
**ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ТА  
СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ  
АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ  
ТА РОЗВИТКУ МОБІЛЬНИХ  
СЕРВІСІВ В УКРАЇНІ**

**78**

*Victoria Bondarenko*  
**TECHNOLOGICAL AND  
SOCIO-COMMUNICATION  
ASPECTS OF ESTABLISHMENT  
AND DEVELOPMENT OF MOBILE  
SERVICES IN UKRAINE**







**ТЕНДЕНЦІЇ  
РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА  
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ НАУК**

**TRENDS IN DEVELOPMENT  
OF LIBRARIANSHIP AND  
INFORMATION SCIENCES**

УДК 002.1+002.5

DOI: 10.31866/2616-7654.4.2019.187812

**ДОКУМЕНТОЛОГИЧЕСКИЙ  
НИГИЛИЗМ  
Е. А. ПЛЕШКЕВИЧА**

*Юрий Столяров,  
главный научный сотрудник  
ФГБУН «Научный и издательский центр “Наука”»  
РАН, д-р пед. наук, профессор (Москва, Россия)  
e-mail: yn100@narod.ru*

Представленная статья посвящена рассмотрению двух вопросов: культуре ведения научной дискуссии и аргументам за и против теории об устном документе в современном документоведении.

На основе анализа основных тезисов, изложенных в статье «О “левом” и “правом” уклонах в российском документоведении» (2019), раскрываются и подвергаются критике основные теоретические тезисы Е. А. Плешкевича. Выражается несогласие с фактом существования каких бы то ни было уклонов в документологии. Отмечается, что расширительное понимание документа, как и документософская его трактовка свидетельствуют лишь о наличии разных взглядов на тот или иной научный вопрос. Отстаивается тезис относительно права учёного на собственное видение предмета документологии и отсутствие у него права считать уклонистами несогласных с собой.

Приписывание уклонов предполагает, что следует прямым неуклонным курсом только сам критик, самовольно взявший на себя право рассматривать остальных как уклонистов с правильного пути. Показано, что фактически критика Е. А. Плешкевича безосновательна и к тому же противоречива в своей сути.

Приводятся дополнительные аргументы в пользу понятия «устный документ», всеобщего свойства конвенциональности документа, необходимости разрабатывать всеобщую теорию документа. Освещаются современные научные взгляды на вопрос устного документирования. Подчеркивается правовая состоятельность статуса устного документа, известная со времён римского частного права, разделявшего вербальные и литеральные (письменные) договоры. Констатируется юридическая сила устных сделок и договоров.

Обосновывается позиция, согласно которой предмет документологии выводится за рамки области библиотекovedения и библиографии, а самое широкое понимание документа может быть распространено на весь мир.

**Ключевые слова:** документология, всеобщая теория документа, документософия, устный документ, свойство конвенциональности документа.

Принимать ту или иную точку зрения или критиковать её – полное право каждого исследователя. Но простого неприятия мало, критика тогда достигает желаемой цели, когда ей противопоставляется иная, более аргументированная точка зрения. Рассмотрим с этой позиции взгляды Е. А. Плешкевича, выраженные в его статье «О “левом” и “правом” уклонах в российском документоведении» (Плешкевич, 2019).

Начнём со слова «уклоны», ставящего критикуемых в заведомо проигрышную позицию: неважно, какой из уклонов хуже, важно, что все критикуемые отклоняются от истинного, прямого пути, по которому следует автор, осуждающий эти

отклонения. Но если уж следовать автору изречения, который дважды сказал, что «оба уклона хуже», то полезно иметь в виду, что в более раннем из них – в Политическом отчёте ЦК XIV съезду РКП(б) (1925), – он заявил, что «нельзя так ставить вопрос», «глупо ставить вопрос о том, какой из них опаснее». Умно, по этой логике, иное: приклеил человеку ярлык уклониста, – и вот он уже враг. С известными вытекающими отсюда последствиями. Приписывание уклонов предполагает, что следует прямым неуклонным курсом только сам критик, самовольно взявший на себя право рассматривать остальных как уклонистов с правильного пути.

*Е. А. Плешкевич против международного стандарта*

Остановлюсь сначала на критике того, что Е. А. Плешкевич именуется левым уклоном (кавычки он в тексте статьи снял). Критик возражает против опирающейся на международный стандарт расширительной трактовки документа как любого материального объекта, свидетельствующего о чём-либо существенном для данной семантической системы. Из этой трактовки следует, в частности, что если информацию можно получить непосредственно от человека, то человек и будет материальным носителем информации, имеющей статус устного документа (Столяров, 2018). Эту идею выдвинул ещё Н.А. Рубакин, её разделяют другие авторы (Полтавская, 2013, с. 18; Buckland, 2017, p. 17). В. П. Козлов видит «смысл выделить особый подкласс документов “устного документирования”, создающегося в стихийной и в определённой степени организованной формах» (Козлов, 2011, с. 91). Е. А. Плешкевичу концепция устного документа представляется не состоятельной.

В международной дефиниции определяющим для придания объекту статуса документа является его принципиальная возможность служить единицей интересующего исследователя семантического процесса. Такая возможность является предметом обсуждения и консенсуса между участниками этого процесса. Е. А. Плешкевич подвергает сомнению и этот момент – и тоже в принципе имеет на это право.

Об остальных ключевых положениях расширительной трактовки документа он умалчивает: то ли с ними соглашается, то ли пока накапливает контраргументы. Ну что ж, рассмотрим имеющиеся контраргументы против понятия «устный документ». О контраргументах против свойства конвенциональности вынужденно, нарушая ход собственного изложения, придётся писать позднее – далее станет понятно почему.

Устный документ плох для Е. А. Плешкевича тем, что в случае правовых коллизий он лишает возможности сослаться на письменно зафиксированные взятые сторонами на себя обязательства. Такой принципиальный недостаток у устного документа, как это ни прискорбно, действительно имеется. Но примеров, когда точно так же, как и взятые устно, нарушаются письменные договоры, хоть пруд пруди. Претензии в этом случае надо, однако, предъявлять к субъектам договорённости, а не к устной или письменной форме её фиксирования.

Правовая состоятельность статуса устного документа хорошо известна со времён римского частного права, разделявшего договоры *вербальные* и *литеральные* (письменные). *Вербальными* назывались договоры, устанавливаемые устным произнесением определённых слов, формул или фраз, – т. е. как раз рассматриваемый в данном случае их вид. К ним относились, например, обещание приданого,

клятва вольноотпущенника (в верности патрону, т. е. бывшему господину). В императорской России словом купца первой гильдии заменялся письменный договор на любую сумму, и в случае невозможности выполнить данное купцом слово он был готов пожертвовать скорее своей свободой, а то и жизнью, нежели честью. Примером устной сделки служат также так называемые джентльменские соглашения любого уровня, вплоть до международных. Согласно статье 159 Гражданского кодекса Российской Федерации, устно могут совершаться все сделки исполняемые при самом их совершении, за исключением тех, для которых установлена нотариальная форма, а также сделок, несоблюдение простой письменной формы которых влечёт их недействительность.

Более того: правовой характер имеет не просто устная, но даже *молчаливая сделка!* Статья 158 Гражданского кодекса России признаёт таковой, «когда из поведения лица явствует его воля совершить сделку. Молчание признаётся выражением воли совершить сделку в случаях, предусмотренных законом, или соглашением сторон». Статья 206 украинского Гражданского кодекса по сравнению с Гражданским кодексом России расширяет устные возможности: «Сделки во исполнение договора, заключённого в письменной форме, могут по договорённости сторон совершаться устно, если это не противоречит договору или закону».

Так что документ в устной форме существования (к тому же имеющий правовую силу!) известен на протяжении тысячелетий, и только документологи пока что опасаются признать его равноправным с другими формами. Как бы то ни было, довод (единственный) Е. А. Плешкевича против признания за устным сообщением статуса возможного документа отводим.

Устный документ, как я уже имел возможность отмечать, во многих отношениях письменному документу уступает. Но он имеет перед ним и преимущество, которое замечал ещё Сократ: «...дурная особенность письменности, поистине сходной с живописью: её порождения стоят, как живые, а спроси их – они величаво и гордо молчат. То же самое и с сочинениями: думаешь, будто они говорят как разумные существа, но если кто спросит о чём-нибудь из того, что они говорят, желая это усвоить, они всегда отвечают одно и то же. ... Если им [написанным текстом] пренебрегают или несправедливо его ругают, он нуждается в помощи своего отца, сам же не способен ни защититься, ни помочь себе» (Платон, 1879, с. 275). Потому Сократ и не оставил после себя записанного текста, и, если бы не Платон, человечество осталось бы без знания и о существовании, и о мудрости Сократа. Впоследствии Иисус Христос тоже, как известно, принципиально отказывал письменности в праве на существование (писать надо «...не чернилами, но Духом Бога живого, не на скрижалях каменных, но на плотных скрижалях сердца» (2 Кор. 3:3)) и тоже остался известен только благодаря записям евангелистов, сделанных ими по памяти через несколько десятилетий по смерти основателя новой религии.

*Е. А. Плешкевич против документософского подхода*

Правым уклоном Е. А. Плешкевич считает наделение документа «некой мифической субъектностью, позволяющей определять ход развития цивилизации». Идеолог этой концепции В. П. Козлов предложил рассматривать документ как «особое явление в человеческой жизнедеятельности, требующее такого же изучения, как политика, экономика и культура», а также как «прямое и опосредованное цивилизационное проявление, как элемент внутри общественного взаимо-

действия, взаимодействия человека и общества, человека и государства» (Козлов, 2009, с. 4, 7). Документ, в соответствии с его представлениями, проживает шесть жизней, которые «можно объяснить категориями философского знания, культурологии, психологии, прагматическими соображениями», и всё же таких объяснений будет мало, поскольку «документ в зависимости от настройки взгляда на него изменчив, как хамелеон, и неопределён в своих состояниях, как ртуть» (Козлов, 2011, с. 108). Именно эта сложность, делающая документ ни много ни мало «доминирующим фактором человеческой жизнедеятельности» (Там же, с. 109), Е. А. Плешкевича и пугает; ему понятен документ как феномен простой, механистически примитивный.

Идеи В. П. Козлова получили развитие в докторской диссертации Г. А. Двоеносовой (Двоеносова, 2017), где документ рассмотрен как продукт глобального исторического развития общества, как универсальный социальный инструмент, действующий в масштабе социосферы (Двоеносова, 2017, с. 77). За это со стороны Е. А. Плешкевича и Г. А. Двоеносова подвергается остракизму.

К каждому из названных авторов вопросы действительно имеются, но иные по сравнению с выдвинутыми Е. А. Плешкевичем; в данном случае опустим их. Заметим лишь, что то, за что он их критикует, как раз представляет собой ценную попытку документософского (термин А. В. Соколова (Соколов, 2016а, 2016б) осмысления основного предмета нашего внимания. Впрочем, частные претензии Е. А. Плешкевича к Г. А. Двоеносовой основания под собой имеют. Но в чём суть несогласия с В. П. Козловым, понять невозможно.

Отвергая то, что он посчитал уклонами (на самом деле – разными отношениями к одному и тому же явлению), автор введения этого термина внятно осветил своё представление о неуклонном пути к намеченной цели. А какое определение документа считает истинным Е. А. Плешкевич? Пользуясь его же стилистикой, скажем: ответа нет.

Допустим, он прав, и «дефиниция документа – это продукт либо прикладных терминологических исследований, ориентированных на практическую деятельность, либо результат теоретических построений». Вот тут-то и самое бы место авторскому определению документа как продукта и/или как результата.

*Е. А. Плешкевич против единой теории документа*

Однако пишет он о другом: «Претензии на создание некой “единой теории документа” и выработка его универсального определения нам кажутся бесперспективными. Вместе с тем мы не исключаем возможности создания оригинальных общих теорий документа, подобно «общей физике» или «общей биологии», ориентированных на рассмотрение ключевых для разных направлений вопросов. Поэтому в научных словарях и энциклопедиях, в отличие от терминологических стандартов, должно присутствовать несколько ключевых определений документа, совокупность которых даёт всю гамму представлений о нём» (Плешкевич, 2019, с. 39). То есть, говоря проще: универсальные определения бесперспективны, зато общие возможны. Между тем слово «universalis» в переводе с латыни означает «общий, всеобщий, относящийся к целому». Возможность универсального определения он отвергает, зато допускает наличие множества общих. Между тем известно, что слово «общий» означает «относящийся ко всему, всем; распространяющийся на всех, всё; охватывающий всех, всё», «весь, целый, совокупный».

Внутренняя противоречивость логического построения Е. А. Плешкевича налицо. Предложение ввести несколько общих дефиниций документа выглядит особенно странно на фоне его же призыва придерживаться принципа бритвы Оккама, т. е. не умножать сущностей без надобности.

*Е. А. Плешкевич отрицает конвенциональную природу документа*

Не предлагая собственного определения документа, автор переходит к критике постулата о конвенциональности документа как его сущностной характеристики.

Сначала поясню суть вопроса. При всех частных расхождениях в трактовке природы документа к числу отрадных моментов относится совпадение взглядов российских и американских документологов в одном глубинном пункте: представлении о том, что понятие документа не только относительное и условное, но и конвенциональное. Что это означает и почему имеет принципиальное значение? Того обстоятельства, что какой-либо объект или записанная информация могут выступать в качестве кванта некоего семантического процесса, для практического пользования понятием «документ» недостаточно, в ряде случаев требуются дальнейшие соглашения между субъектами, вовлечёнными в этот процесс.

Поясню эту мысль двумя примерами. Документом, согласно ст. 1 украинского Закона «Про інформацію», считается «матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі». С этой точки зрения всё, что когда-либо и где-либо опубликовал, например, Е. А. Плешкевич, в принципе можно считать документами. Однако совершенно очевидно, что абсолютное большинство семантических систем откажутся воспринимать его труды как, например, документы платёжные, проездные, управленческие и т. д. Даже для несомненно профильных систем – например, вузовских библиотек – сначала придётся договариваться: для вузов какого профиля будем считать их пригодными, при каких ограничениях – по финансовым возможностям, актуальности, новизне, научной значимости – станем их приобретать, в какой экземпляжности, сколько лет намерены хранить, кому выдавать и т. д. Без решения всех этих вопросов документисты впадут в ступор и в своей практической деятельности не смогут продвинуться и на шаг.

В таких же многочисленных предварительных оговорках и согласованиях нуждается практически каждая *«інформація, зафіксована на матеріальному носії, основною функцією якого є зберігати та передавати її в часі та просторі»* (Державний стандарт України «ДСТУ 2732-2004 Діловодство й архівна справа»). Необходимость согласованного (конвенционального) подхода к каждому документу каждой документо-коммуникативной системы позволяет иметь дело только с профильными, актуализированными, ценными и т. д. документами. Каждое документское учреждение – а это абсолютно все хозяйствующие субъекты, общественные организации, органы власти и управления – повседневно и нескончаемо только и делает, что на всех уровнях связи согласовывает содержание и форму, порядок прохождения и исполнения документов. Без конвенционального подхода во всём мире мгновенно наступил бы документационный коллапс.

Е. А. Плешкевич же подходит к этому вопросу легковесно. Ему представляется, что «в своём вольном пересказе идей Бакленда Столяров и иже с ним перевели



“конвенциональный” во втором, – так сказать, русском значении», т. е. как «согласованность и соответствие договорённостям» (Плешкевич, 2019, с. 40).

Внесу ясность: термин “конвенциональный” «Столяров и иже с ним» ввели самостоятельно, без оглядки на Майкла Бакленда или кого-либо иного. Значение этого термина они приняли тоже безотносительно к М. Бакленду, но просто потому, что этимологически слово «конвенциональный» представляет собой кальку с латинского *conventionalis* – соответствующий договору, согласованный, или «условный, общепринятый, соответствующий традициям». Если идея конвенциональности и ложная, как утверждает наш критик, то не потому, что «Столяров и иже с ним» вольно пересказали заокеанского коллегу – документолога и библиотковеда, а потому, что античные римляне придали этому слову неправильное, с точки зрения Е. А. Плешкевича (но, по счастью, только его одного, «иже с ним» назвать некого), значение.

Пикантность рассматриваемой ситуации состоит в том, что М. Бакленд при всём желании не имел возможности (и желания) трактовать слово «конвенциональный» так, как пожелалось Е. А. Плешкевичу. Будучи англичанином по происхождению и американцем по гражданству, он не имел нужды переводить это английское, восходящее к латыни, слово; он им просто пользовался, подразумевая то, что принято в английском языке: конвенциональный – это главным образом «обусловленный», «договорённый». Если люди договорились до чего-то вполне их устраивающего, они пользуются этим в течение долгого времени, и тогда «*conventional*» становится эквивалентом понятий «обычный, общепринятый, стандартный, традиционный». Е. А. Плешкевич «Столярову и иже с ним» приписал вольный пересказ идей Бакленда, а самому Бакленду приписал такое истолкование слова «конвенциональный», какое ему (Плешкевичу) захотелось.

Главное, однако, в ином: что же ложно в «вольном пересказе» и как пересказать Бакленда следовало? Вместо ответа на этот жгучий вопрос Е. А. Плешкевич поднимает в своих рассуждениях ещё один вопрос, переходя теперь к критике «правого уклона» в документологии. Через одну фразу (по поводу мифологизации социальной роли документа, хотя фактически речь следовало бы вести о гиперболизации формы документа в ущерб его содержанию) он возвращается к трактовке конвенциональности документа, теперь уже документоведам Г. А. Двоеносовой. От упрёков в вольном пересказе Бакленда она освобождается, зато её рассуждения о конвенциональности делопроизводственного документа квалифицируются теперь как уклон правый.

В итоге же нас ожидает ещё одна неожиданность, на сей раз приятная. Вдруг выясняется, что идею конвенциональности вслед за раскритикованными «лево-правыми уклонистами» Е. А. Плешкевич признаёт и сам (!), но по отношению только к форме документа (Плешкевич, 2019, с. 41). Ну что ж, и на том спасибо: нашим критиком сделан первый правильный шаг на пути к осознанию сущности документа.

#### *Документологический пессимизм Е. А. Плешкевича*

Алогичность своих рассуждений Е. А. Плешкевич проводит до самого конца своей статьи: «В заключение хотим подчеркнуть, что угроза “левого” уклона в том, что размывается пространство науки о документе, поскольку антилопа

Брие и столяровский “устный” документ никогда не станут библиотечно-библиографическими объектами <...>».

Придётся возразить и здесь. Во-первых: разве предмет документологии ограничивается только областью библиотековедения и библиографии? Е. А. Плешкевич, к счастью, и сам усвоил, что самое широкое понимание документа может быть распространено на весь мир. Во-вторых: неужели пространство науки о документе столь ограничено, что может быть размыто только по этим мелким причинам? В-третьих, в силу относительности, условности и конвенциональности документа никому, кроме критика, не приходит мысли загонять антилопу в библиотечное фондохранилище. В-четвёртых: а вдруг устный документ, правомерность существования которого в данном контексте Е. А. Плешкевичем признаётся, при каких-либо обстоятельствах да библиотечно-библиографическим объектом станет? Ведь тогда Е. А. Плешкевичу придётся согласиться, что угроза, которой он так испугался, либо не левая, либо вообще существует только в его воображении.

*В сухом остатке*

Какие выводы напрашиваются после прочтения статьи Е. А. Плешкевича?

1. Что ошибочно вводить в сознание читателей представление о существовании уклонов, поскольку каждый исследователь обладает правом на собственное видение предмета документологии, но лишён права считать уклонистами несогласных с собой. Расширительное понимание документа – да, место имеет, документософская его трактовка – да, наличествует. А уклоны отсутствуют. Особенно трудно зачислить в уклонисты самого Е. А. Плешкевича, так как понять, в какую сторону клонится он, крайне затруднительно, поскольку собственное представление о сущности документа он оставил при себе.

2. Что критика должна быть конструктивной. Повесив на инако, чем Е. А. Плешкевич, мыслящих, ярлык правых или левых уклонистов, требуется проложить и осветить прямой путь. Иначе «уклонистов» вместо вдохновения накроет волна полного уныния, и появится соблазн квалифицировать Е. А. Плешкевича не как критика, а как критикана.

3. Что голый нигилизм, к тому же вырастающий на пустом месте, – плохое подспорье действительному развитию документологии.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

---

- Двоеносова Г. А. Синергетическая теория документа : дис. ... д-ра ист. наук. Москва, 2017. 490 с.
- Козлов В. П. Жизнь документа. *Достоинство историка. К 90-летию со дня рождения академика РАН Юрия Александровича Полякова* / ред. В. А. Тишков. Москва, 2011. С. 88–110.
- Козлов В. П. Общая теория документа. *Делопроизводство*. 2009. № 3. С. 13–12.
- Платон. Диалоги Платона. Вып. 1. / пер. Н. Горбова. Москва : Тип. А. И. Мамонтова и К°, 1879. С. 275.
- Плешкевич Е. А. О «левом» и «правом» уклонах в российском документоведении. *Термінологія документознавства та суміжних галузей знань* : зб. наук. пр. / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Укр. наук.-досл. ін-т арх. справи та документознавства, Спілка архівістів України ; за заг. ред. В. В. Бездрабко. Київ, 2019. Вип. 11. С. 35–42.



- Полтавская Е. И. Информация субъективная, социально опредмеченная, и документ. *Науч. и техн. информ.* Сер. 2. 2013. № 8. С. 12–19.
- Соколов А. В. Документосфера как пространство синтеза музея, библиотеки, архива. *Роль библиотек в информационном обеспечении исторической науки* : сб. статей / сост. и отв. ред. Е. А. Воронцова. Москва, 2016а. С. 67–87.
- Соколов А. В. На путях познания документосферы. Ч. 1–3. *Науч. и техн. б-ки.* 2016б. № 5. С. 7–28; № 6. С. 3–22; № 7. С. 3–23.
- Столяров Ю. Н. Устный документ. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук.* 2018. № 2. С. 24–36.
- Buckland M. *Information and Society.* Cambridge-Massachusetts : The MIT Press, 2017. 232 p.

## REFERENCES

---

- Dvoenosova, G.A. (2017). *Sinergeticheskaiia teoriia dokumenta [Synergetic theory of the document]* (Doctor's thesis). Rossiiskii gosudarstvennyi gumanitarnyi universitet, Moscow [in Russian].
- Kozlov, V.P. (2011). Zhizn dokumenta [Life of a document]. In V. A. Tishkov (Ed.), *Dostoinstvo istorika. K 90-letiyu so dnya rozhdeniya akademika RAN Yuriya Aleksandrovicha Polyakova [The dignity of a historian. On the occasion of the 90th birthday of academician of the RAS Yuri Alexandrovich Polyakov]* (pp. 88-110). Moscow: Rossiiskaia politicheskaiia entsiklopediia (ROSSPEN) [in Russian].
- Kozlov, V.P. (2009). Obschaya teoriya dokumenta [General document theory]. *Deloproizvodstvo*, 3, 13-12 [in Russian].
- Plato. (1879). *Dialogi Platona [Dialogues of Plato]* (N. Gorbov, Trans.) (Iss. 1). Moscow: Tip. A.I. Mamontova i K° [in Russian].
- Pleshkevich, E. A. (2019). O "levom" i "pravom" uklonah v rossiyskom dokumentovedenii [On the "Left" and "Right" Deviations in Russian Documentation]. In V.V. Bezdrabko (Ed.), *Terminolohiia dokumentoznavstva ta sumizhnykh haluzei znan* (Iss. 11, pp. 35-42). Kyiv [in Russian].
- Poltavskaya, E.I. (2013). Informatsiya sub'ektivnaya, sotsialno opredmechennaya, i dokument [Subjective and socially objectified Information and a document]. *Nauchnaia i tekhnicheskaiia informatsiia. Serii 2*, 8, 12-19 [in Russian].
- Sokolov, A.V. (2016a). Dokumentosfera kak prostranstvo sinteza muzeya, biblioteki, arhiva [Documentosphere as a synthesis space of a museum, library, archive]. In E. A. Vorontsova. (Ed.), *Rol bibliotek v informatcionnom obespechenii istoricheskoi nauki* (pp. 67-87). Moscow [in Russian].
- Sokolov, A.V. (2016b). Na putiakh poznaniia dokumentosfery [On the ways of knowledge of the document sphere]. (Pt. 1-3). *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 5, 7-28; 6, 3-22; 7, 3-23.
- Stolyarov, Yu.N. (2018). Ustnyi dokument [Oral document]. *Ukrainskyi zhurnal z bibliotekoznavstva ta informatsiinykh nauk*, 2, 24-36 [in Russian].
- Buckland, M. (2017). *Information and Society.* Cambridge-Massachusetts: The MIT Press [in English].

УДК 002.1+002.5

**Юрій Столяров,**  
головний науковий співробітник  
ФДБУН «Науковий і видавничий центр «Наука»  
РАН, д-р пед. наук, професор (Москва, Росія)  
e-mail: yn100@narod.ru

### ДОКУМЕНТОЛОГІЧНИЙ НІГІЛІЗМ Є. О. ПЛЕШКЕВИЧА

Представлена стаття присвячена розгляду двох питань: культури ведення наукової дискусії і аргументам за і проти теорії про усний документ у сучасному документознавстві.

На основі аналізу основних тез, викладених у статті «Про «лівий» і «правий» ухили в російському документознавстві» (2019), розкриваються і зазначають критики основні теоретичні тези Є. О. Плешкевича. Виражається незгода з фактом існування яких би то ні було ухилів у документології. Відзначається, що розширене розуміння документа, як і документософське його трактування, свідчать лише про наявність різних поглядів на те чи інше наукове питання. Відстоюється теза щодо права вченого на власне бачення предмета документології і відсутність у нього права вважати ухильниками незгодних із собою.

Приписування ухилів передбачає, що йде прямим неухильним курсом тільки сам критик, самовільно перебравши на себе право розглядати інших, як ухильників з правильного шляху. Показано, що фактично критика Є. О. Плешкевича безпідставна і до того ж суперечлива у своїй суті.

Наводяться додаткові аргументи на користь поняття «усний документ», всезагальної властивості конвенційності документа, необхідності розробляти загальну теорію документа. Висвітлюються сучасні наукові погляди на питання усного документування. Підкреслюється правова спроможність статусу усного документа, відома з часів римського приватного права, яким виокремлювались вербальні і літеральні (письмові) договори. Констатується юридична сила усних угод і договорів.

Обґрунтовується позиція, згідно з якою предмет документології виводиться за рамки області бібліотекознавства та бібліографії, а саме широке розуміння документа може бути поширене на весь світ.

**Ключові слова:** документологія, загальна теорія документа, документософія, усний документ, властивість конвенційності документа.

UDC 002.1+002.5

*Yuriy Stolyarov,*  
*chief researcher at the Scientific and publishing center*  
*«Nauka» RAN, Dr. Hab.*  
*in Pedagogical Sciences, Professor*  
*(Moscow, Russia)*  
*e-mail: yn100@narod.ru*

### **E. A. PLESHKEVICH' DOCUMENTOLOGY NIHILISM**

The presented article is devoted to consideration of two issues: the culture of conducting scientific discussion and the arguments for and against the theory of an oral document in modern document science.

Based on the analysis of the main statements set forth in the article "On the "Left" and "Right" Deviations in Russian Documentation" (2019), the main theoretical arguments of E. A. Pleshkevich are revealed and criticized. Disagreement is expressed with the fact of the existence of any biases in documentology. It is noted that an extensive understanding of the document, as well as its document philosophical interpretation indicate only the presence of different views on a particular scientific issue. The thesis regarding the right of a scientist to his own vision of the subject of documentology is defended, and it's emphasized the lack of his right to consider as deviators those who disagree with him. Attributing deviations to someone suggests that only the critic himself follows a direct, steady course and voluntarily assumes the right to consider the others as those who deviate from the right path. It is shown that in fact the criticism of E. A. Pleshkevich is groundless and also contradictory in its essence.

Additional arguments are given in favour of the concept of "oral document", the universal nature of the conventionality of a document, the need to develop a universal theory of the document. The modern scientific views on the issue of oral documentation are highlighted. The legal validity of the status of an oral document, known since the time of Roman private law, which separated verbal and literal (written) agreements, is emphasized. The legal force of oral transactions and contracts is ascertained.

The position is substantiated, according to which the subject of documentology is beyond the scope of library science and bibliography, and the broadest understanding of the document can be extended to the whole world.

**Key words:** documentology, general document theory, document philosophy, oral document, document conventionality property.



**БІБЛІОТЕЧНА ПРАКТИКА:  
ІНФОРМАЦІЙНІ  
І СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ**

**LIBRARY PRACTICE:  
INFORMATIONAL AND  
SOCIO-CULTURAL ASPECTS**

УДК 027.021:[002.1:929]:025.45УДК  
DOI: 10.31866/2616-7654.4.2019.187815

**ДОКУМЕНТИ  
ПЕРСОНАЛЬНОГО  
ХАРАКТЕРУ  
В ІНФОРМАЦІЙНО-  
ПОШУКОВИХ СИСТЕМАХ  
ОСВІТЯНСЬКИХ  
БІБЛІОТЕК:  
ВІДОБРАЖЕННЯ  
ЗАСОБАМИ УДК**

*Наталія Грудініна,  
науковий співробітник, Державна  
науково-педагогічна бібліотека України  
ім. В. О. Сухомлинського (Київ, Україна)  
e-mail: Grudinina@i.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2304-480X>*

*Інна Лобановська,  
завідувач відділу комплектування  
та наукового опрацювання документів,  
Державна науково-педагогічна бібліотека України  
ім. В. О. Сухомлинського (Київ, Україна)  
e-mail: inness\_@i.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7379-197X>*

Стаття присвячена розкриттю особливостей відображення в ІПС освітнянських бібліотек документів персонального характеру засобами УДК з урахуванням інформаційних запитів користувачів та їх задоволення.

Висвітлено особливості систематизування за УДК документів персонального характеру для їх багатоаспектного представлення в інформаційно-пошукових системах освітнянських бібліотек. Визначено, що цілісного дослідження розвитку елементів сучасного довідково-пошукового апарату бібліотек у персонологічному аспекті до сьогодні не здійснено, і відображення персоналій залишається однією з найбільш складних проблем бібліотекознавства.

На основі застосування теоретичних (аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, аналогія, екстраполяція) та емпіричних (спостереження, опитування, вивчення продуктів діяльності досліджуваних, вивчення й узагальнення досвіду діяльності, експеримент) методів дослідження з'ясовано, що підвищення попиту на інформаційні продукти персонального змісту зумовлено розширенням міжнародного співробітництва, яке передбачає зв'язки і контакти на персональному рівні, зростанням особистісного потенціалу науки і культури, сталим інтересом до людини як об'єкта наукового аналізу. Особливу увагу приділено оцінюванню спадщини відомих постатей, які закладали фундамент національної та світової науки, освіти і культури, ставали рушійною силою процесу становлення й розвитку суспільства.

Подано детальну характеристику змісту поняття «персоналія». Наголошено на потребі методичного розв'язання такого питання, як вибір основного місця документа про осіб, відомих у багатьох галузях науки і суспільної практики. Обґрунтовано потребу багаторазового відбиття деяких матеріалів про них. Зроблено висновок, що інструментарій УДК дає можливість максимально повно розкрити зміст документів персонального характеру і забезпечити їх пошук відповідно до запитів користувачів бібліотеки.

**Ключові слова:** персоналія, інформаційно-пошукові системи, систематизування документів, Універсальна десяткова класифікація, УДК.

**ВСТУП.**

У зв'язку з переходом українських бібліотек на таблиці Універсальної десяткової класифікації постала проблема їх застосування. Це пов'язано не лише з потребою опанування бібліотекарями нової класифікаційної системи, а й відсут-

ністю наукових, навчальних і методичних матеріалів з її упровадження. Видання 1970–1990 рр. застаріли і давно стали бібліографічною рідкістю, а нові практично відсутні. Публікації, що з'являються останнім часом, не можуть повною мірою задовольнити потреби фахівців. Цим, власне, й обумовлено **актуальність** статті, в якій розглянуто загальнометодичні підходи до систематизування документів типу «персоналія» та висвітлено досвід роботи фахівців ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського в цьому напрямі.

### **МЕТОДИ ТА МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ.**

У процесі дослідження застосовано теоретичні (аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, аналогія, екстраполяція) та емпіричні (спостереження, опитування, вивчення продуктів діяльності досліджуваних, вивчення й узагальнення досвіду діяльності, експеримент) методи. Експериментальною базою слугували систематичні та електронні каталоги ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського та провідних освітянських бібліотек.

### **ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ.**

Одним із пріоритетних напрямів діяльності бібліотек традиційно є надання комплексних відомостей про суб'єктів наукової, творчої, освітньої, політичної та інших сфер діяльності. Підвищення попиту на інформаційні продукти персонального змісту зумовлено розширенням міжнародного співробітництва, що передбачає зв'язки і контакти на персональному рівні, зростанням особистісного потенціалу науки і культури, стійким інтересом до людини як об'єкта наукового аналізу. Кожне наукове дослідження – не лише аналізування історичних процесів, а й оцінювання спадщини відомих постатей, які закладали фундамент національної та світової науки, освіти і культури, ставали рушійною силою процесу становлення й розвитку суспільства. У документах із будь-якої галузі знань або суспільної практики основною темою є конкретна особа. У бібліотекознавстві такі документи позначають терміном «персоналія» (від лат. *persona* – особа).

**Персоналія** – це особа, яка є об'єктом дослідження у творі, а також сукупність творів про цю особу. Таке тлумачення терміна «персоналія» знайшло відображення в низці публікацій. Відомий бібліотекознавець і бібліограф Є. І. Шамурін (Шамурін, 1958, с. 7) визначив персоналії так:

– видання, що містять матеріали, які характеризують життя або діяльність особи, наприклад, збірники на честь або в пам'ять особи, біографії, спогади, статті й замітки про неї, листування, особисті архіви тощо;

– запис із заголовком, що містить ім'я особи, якій присвячено твір.

Автор термінологічного словника «Библиографоведение. Информатика» В. О. Фокеев дав ширше визначення: «Персоналія – видання, зокрема бібліографічне, або бази даних, пов'язані з життям або діяльністю певної особи» (Фокеев, 2009, с. 275).

Інший автор словника «Библиография. Основные понятия и термины» К. Р. Симон (Симон, 2010) зауважує: «Слід розрізняти два різновиди персональної бібліографії:

а) персональну (або індивідуальну) суб'єктну бібліографію, тобто бібліографію, що дає список творів конкретної особи, діяча в галузі науки і літератури;

б) персональну (або індивідуальну) об'єктну бібліографію, тобто бібліографію праць, присвячених діяльності тієї чи іншої особи».

З огляду на ступінь вивченості теми слід зазначити, що цілісного дослідження проблеми розвитку елементів сучасного довідково-пошукового апарату (ДПА) бібліотеки в персонологічному аспекті до цього часу не здійснено. Звертаючись до історії питання, слід відзначити, що теоретичні основи систематизування документів у бібліотеках, зокрема представлення документів персонального характеру в традиційних та електронних інформаційно-пошукових системах (ІПС), досліджували українські та зарубіжні бібліотекознавці: М. В. Русинов, З. М. Амбарцумян, Б. Левинтов, О. В. Кленов, Г. С. Некрасова, Е. Р. Сукіасян, Л. Л. Астапович, Т. А. Бахтуріна, К. А. Діковська, О. М. Збанацька, Є. В. Руденко, Н. Т. Стронська та ін. Сутність критеріїв і прийомів змістового аналізу традиційних джерел інформації про персоналії висвітлено у працях Н. І. Новикова, В. Г. Анастасевич, П. Н. Геннади, В. І. Межова, А. З. Мезьєр, С. А. Венгерова, Н. В. Здобнова, І. М. Кауфмана та ін. Окремі аспекти теми розкрито в публікаціях Т. Ф. Берестової, Л. М. Герасимової, Д. В. Коготкова, І. Г. Моргенштерна, М. Н. Розової, В. К. Степанова, Ю. М. Столярова, В. І. Терешина, які, поряд з іншими, становлять методологічну базу дослідження для формування вихідних теоретичних позицій.

Проблема відображення теми «персоналія» в ІПС бібліотек, зокрема в традиційних систематичних каталогах (СК), є однією з найбільш складних загальнометодичних проблем. Багато цікавих думок із цього приводу містять публікації 50–60-х рр. двадцятого століття. Увага до цієї проблеми посилилась у зв'язку з переведенням бібліотек на таблиці ББК. У 1970–1980-х рр. тема «Персоналія в СК» набула широкого висвітлення в інструктивних і методичних документах, у збірках наукових праць, навчальній літературі, вступних статтях до таблиць ББК тощо. Серед них відзначимо методичні рекомендації, представлені у виданні «Классифицирование произведений печати по таблицам Библиотечно-библиографической классификации. Общая методика» (Алексеева, Беневоленская, & Вулых, 1980). У них подано детальну характеристику змісту типового ділення «Персоналія», викладено принципи визначення «основного місця» для осіб, відомих у багатьох галузях науки і практичної діяльності, обґрунтовано потребу багаторазового відображення деяких матеріалів про них. Ці публікації відіграли свою позитивну роль в оптимізуванні теми «Персоналія» в ББК, однак вона й досі залишається одним із найскладніших питань бібліотекознавства.

Документи персонального характеру є однією з найцікавіших частин бібліотечного фонду. Їх каталогізування й подальше використання майже завжди характеризується певними особливостями. Протягом десятиліть бібліотекознавці здійснювали пошук раціональних способів представлення інформації про персоналії в системі каталогів бібліотек.

У 1953 р. Управлінням бібліотек Міністерства культури РРФСР видано і затверджено «Единые правила описания произведений печати для каталогов небольших библиотек и библиографических указателей», згодом перекладені українською мовою («Єдині правила опису творів друку», 1972). Цими правилами бібліотекарі обов'язково керувалися в процесі описування книжок. Особливо наполегливо впроваджували в практику роботи масових бібліотек вимогу щодо додаткових бібліографічних записів (БЗ) персоналій в абетковому каталозі (АК). Серед біблі-



отекознавців із цього приводу існували різні думки. Так, О. В. Кленов вважав, що поняття «персоналія» ширше за поняття «бібліографія», а тому комплексування всіх документів про ту чи іншу особу доцільно здійснювати саме в абетковому каталозі (Кленов, 1963).

Б. Левинтов у статті «Об алфавитном каталоге» зазначав, що ті книжки, записи про які вміщують у персональні рубрики, виявляються вже відображеними у відповідних розділах систематичного каталогу. Відповідно, предметні рубрики АК дублюють систематичний каталог. Далі він зауважував: «Не можна при цьому ігнорувати й організаційно-технічний бік справи. Персональні рубрики становлять значну частину абеткового каталогу. Для заповнення їх потрібні сотні й тисячі додаткових описів на біографії, ювілейні збірники та інші матеріали, що містять відомості про життя і творчість видатних діячів науки і техніки, літератури і мистецтва. На складання цих та інших додаткових описів витрачається багато часу і зусиль, а в результаті маємо не поліпшення, а погіршення абеткового каталогу. Відмова від предметних рубрик в абетковому каталозі не тільки ліквідує шкідливий паралелізм у каталогах, а й відкриває можливість зв'язку між ними, дає змогу використовувати абетковий каталог для допомоги читачеві в освоєнні систематичного каталогу» (Левинтов, 1955, с. 23–27).

Інший відомий бібліотекознавець З. М. Амбарцумян (Амбарцумян, 1965, с. 5–16) наголошував на переконливій перевазі пошуку літератури персонального характеру в систематичному каталозі. Його міркування підтримували й інші дослідники. Згодом утвердилася думка щодо недоцільності створення в абетковому каталозі комплексів літератури типу «про нього», тоді як персоналії посядуть місце у відповідних розділах систематичного каталогу за спеціальністю й видом діяльності певної особи, оскільки головним тут є зміст документа. Доцільність розміщення персонального комплексу в СК доведено практично. Методом порівняння комплексу «про нього» з відповідними діленнями СК можна переконатися в правильності ухваленого рішення. Аналіз довів, що додаткові БЗ «про нього» перевантажують АК і лише дублюють (і то не повністю) інформацію, доцільніше й повніше представлену в СК.

Перед систематизатором часто постає проблема вибору – як представити документ? Можна так, а можна й інакше, і обидва рішення здаються правильними. Звернімося до порад М. В. Русинова, який зазначав, що беруть до уваги не тільки зміст книжки, а й мету її видання, а також інтереси читачів, щоби дати читачеві потрібну йому книжку, а книзі – відповідного читача (Русинов, 1944).

Відомий бібліотекознавець Е. Р. Сукиасян наголошував, що інформація про особу міститься не тільки в документах, у назві яких згадано її ім'я, а й у літературі персонального характеру, яку окремо не бібліографовано, оскільки існує на аналітичному рівні (у вигляді статті в збірнику, глави в книзі тощо). Він зауважував, що для адекватного відображення настільки багатоаспектної літератури класифікаційна система має мати у своєму розпорядженні відповідний інструментарій (Сукиасян, 2009, с. 16–20). Саме таким інструментарієм характеризується Універсальна десяткова класифікація (УДК).

**Мета статті** – розкриття особливостей відображення в ІПС освітянських бібліотек документів персонального характеру засобами УДК з урахуванням інформаційних запитів користувачів та їх задоволення.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ.

Про здобуток того чи іншого автора найліпше свідчать його твори. Є особи, які проявили себе в одній якійсь царині (математик, філософ, письменник), а є й такі, діяльність яких стосується багатьох сфер. Наприклад, Микола Коперник – астроном і математик, фізик, правник, дипломат, економіст, канонік і лікар, В. І. Вернадський – філософ, природознавець, засновник геохімії, біогеохімії та радіогеології, вчення про біосферу, космізм, один із засновників Української академії наук, М. І. Пирогов – видатний хірург, анатом і педагог тощо. Таких прикладів можна навести багато.

Не забуваймо, що записи творів певного автора незалежно від змісту групують разом в алфавітному каталозі. Специфіка побудови АК дає змогу, як це прийнято називати в спеціальній літературі, створювати авторські комплекси. Запити читачів на документи з певних проблем або вужчих конкретних питань задовольняють за допомогою систематичного і предметного каталогів, де БЗ групують за ознакою їх змісту.

Незалежно від роду діяльності авторів, їхні твори систематизують за змістом. Так, В. О. Сухомлинський – видатний український педагог-гуманіст, учитель, директор школи, науковець, творець оригінальної системи виховання дітей, письменник. Його різноплановий та багатоаспектний творчий доробок налічує 48 книжок, 500 наукових статей, понад 1500 оповідань і казок для дітей, нариси, есе, вірші. Тож його творчість переважно буде представлена у двох класах: *37 Освіта. Виховання. Навчання. Дозвілля та 82 Література. Літературознавство*. Загальні літературознавчі дослідження творів В. О. Сухомлинського відображають у класі *821.161.2.09А/Я Літературна критика й дослідження творчості окремих українських письменників і літераторів*. Дослідження окремих літературних жанрів та/або творів у разі потреби відображають безпосередньо в межах жанру або окремого твору:

821.161.2Сухомлинський-6.09 – Дослідження епістолярної спадщини  
В. О. Сухомлинського

У фондах бібліотек, крім авторських творів із різних галузей знань, значну частку становлять видання про осіб – «персоналія». Основне місце для такої персоналії визначають за її внеском і узгоджують його з класифікаційним місцем для творів особи. Проблема визначення основного місця – одна з головних у систематизуванні документів персонального характеру. Якщо в деяких випадках фахівці змогли дійти згоди (наприклад, щодо Леонардо да Вінчі основним місцем буде живопис Італії епохи Відродження), то в багатьох інших дискусії тривають. Проте за загальним правилом *основне місце визначають за родом діяльності, країною, часом і мовою*. Якщо автор проявив себе у багатьох галузях, умовно вибирають ту, в якій він здобув найбільше визнання. Так, Т. Г. Шевченко, незважаючи на те, що був професійним художником, найбільшу популярність здобув як поет. Крім того, він займався громадською діяльністю, зробив внесок в освіту. Великий вплив на визначення основного місця для матеріалів про особу мають особливості кожної окремої бібліотеки та запити її користувачів. Так, читачів-медиків постать М. І. Пирогова насамперед цікавитиме саме як медика, а освітян – як організатора освіти і педагога.

З погляду користувачів-освітян, значущість тієї або іншої особи обумовлює її внесок у розвиток освіти загалом, педагогічної й психологічної науки, споріднених дисциплін, а також наявність публікацій про неї. Для представлення персоналій в ІПС освітянських бібліотек бажано виокремлювати такі категорії осіб (за потреби цей перелік можна розширити):

- видатні державні, громадські, політичні діячі, а також діячі науки і культури України, незалежно від галузі їх основної діяльності, які відіграли визначну роль в історії та розвитку освіти, педагогічної та психологічної думки;
- учені-енциклопедисти;
- учені, які визначили подальший шлях науки і зробили великий внесок в її розвиток;
- видатні просвітники-педагоги, відомі українські й зарубіжні діячі освіти;
- діячі науки – лауреати вітчизняних і зарубіжних премій;
- академіки і члени-кореспонденти НАН та НАПН України;
- українські й зарубіжні вчені, які зробили значний внесок у розвиток педагогіки, психології та інших галузей;
- наукові й науково-педагогічні працівники установ і організацій, навчальних закладів України, у підпорядкуванні яких перебуває бібліотека.

Першоджерелом є документи, в яких конкретна особа з її життям, світоглядом і творчістю виступає як предмет дослідження. Для забезпечення найбільшої повноти комплексу документів і різнобічної характеристики особи до цього комплексу можуть бути включені такі матеріали:

- автобіографії, зокрема автобіографічні твори художньої літератури;
- біографії й різноманітні біографічні та документальні матеріали (архіви, рукописи, автографи, малюнки, світлина тощо);
- мемуарні та епістолярні матеріали (приватне листування, привітання, спогади особи та про неї, щоденники інших осіб та самої особи, що стосуються її життєдіяльності);
- офіційні особисті документи (свідоцтва про народження, шлюб, документи про освіту, майново-господарські документи, що дають змогу визначити вплив таких чинників, як здоров'я чи фінансовий стан особи на її життєдіяльність);
- інші дослідження, зокрема ті, що стосуються приватних питань (родовід, сім'я, особисті якості та риси характеру, взаємини з колегами, сучасниками, місця, пов'язані з життям і діяльністю особи, тощо);
- різноманітні матеріали, присвячені особі, зокрема, монографії, збірники й окремі статті в збірниках загального характеру (огляди життя, діяльності, світогляду, політичних, релігійних та інших поглядів і переконань, творчості загалом), та окремим етапам і напрямам її діяльності;
- характеристики, анкети, наукові і творчі звіти, рецензії на педагогічну та наукову діяльність особи;
- монографії і статті про окремі твори осіб, коментарі до них;
- вступні статті до творів осіб і збірників на їх пошану (але не самі збірники, якщо в їх текстах немає матеріалів безпосередньо про осіб);
- матеріали до річниць і ювілеїв осіб і про їх проведення;
- бібліографічні й біобібліографічні матеріали;

- образотворчі матеріали, зокрема, портрети, фотоальбоми, ілюстрації до творів особи, альбоми репродукцій художників тощо, а також твори, присвячені цим матеріалам;
- аудіо-, відео-, мультимедійні документи, які є втіленням результатів діяльності особи, наприклад, екранізація творів, театральні (театралізовані) постановки тощо;
- матеріали персональних виставок і меморіальних музеїв;
- описи місць перебування особи;
- документи про відображення діяльності особи в літературі та мистецтві тощо.

Сьогодні значна частина творчих біографій уперше стає предметом наукових досліджень. Багато науковців звертаються до вивчення питань, пов'язаних із зародженням, становленням і розвитком світової та української педагогічної думки, репрезентують доробок педагога не лише як індивідуального творця, а й як представника педагогічної думки певної історичної епохи. Звернення до педагогічної спадщини вітчизняних педагогів, науковців, освітян дає можливість ґрунтовніше вивчити історичні закономірності, становлення й розвиток зарубіжної та української педагогічної науки і практики. Так, академік О. В. Сухомлинська розглядає творчу біографію педагога (персоналію) як окремий предмет історико-педагогічного дослідження. Вона зазначає, що «педагогічна думка завжди персоніфікована – на ній лежить відбиток особистості її носія з його смаками, поглядами, віруваннями та вподобаннями». Обґрунтовуючи свою думку, О. В. Сухомлинська зауважує, що «життя педагога, його особиста біографія часто є основою наукової реконструкції епохи, висвітлює загальнопедагогічний досвід того чи іншого періоду, тобто духовна біографія є матеріалізацією історії думки і духу» (Сухомлинська, 2003). З огляду на це, у розділі історії освіти відображають документи, що в історичному плані висвітлюють педагогічні погляди і внесок представників педагогічної думки і діячів освіти, учених, письменників, громадсько-політичних діячів, інших осіб:

37(091)(477)-051Русова – Педагогічна та просвітницька діяльність Софії Русової

Матеріали про їхні погляди на окремі проблеми навчання й виховання відображають у відповідних розділах класифікації.

Особливе місце серед досліджень персоналій посідають праці, присвячені вивченню педагогічних систем. Зокрема, постійним об'єктом уваги науковців не тільки в Україні, а й за її межами є педагогічні ідеї В. О. Сухомлинського. За визначенням академіка, члена-кореспондента НАПН України, доктора педагогічних наук, голови Всеукраїнської асоціації Василя Сухомлинського О. Я. Савченко, в педагогіці сформувався окремий напрям – «*сухомлиністика*», представники якого, спираючись на творчий доробок В. О. Сухомлинського, досліджують і поширюють його спадщину, підтримують досвід реалізації й розвиток його ідей (Савченко, 2003, с. 18–22). Сухомлиністика об'єднала передусім педагогів України, Китаю, Вірменії, Греції, Німеччини, Росії та інших країн. У межах цього напрямку зростає кількість публікацій, у яких висвітлено життя, діяльність та окремі аспекти педагогічної системи В. О. Сухомлинського. Як свідчить практика, твори, відзначені суспільством, проходять випробування часом. Інтерес до постаті педагога особли-

во зріс у зв'язку з відзначенням 100-річчя від дня його народження. Для популяризування педагогічної спадщини В. О. Сухомлинського, сприяння використанню його досвіду, ідей, поглядів на виховання, викладання шкільних предметів, організацію навчального процесу тощо у ДНПБ цей сегмент у СК виокремлено в самостійний розділ, а в ЕК створено профільну базу даних «Сухомлиністика».

Документи, що відображають суть самої системи виховання й навчання В. О. Сухомлинського, її дослідження, а також матеріали про її втілення (упровадження) представлено в розділі 37.091.4 *Системи виховання* з подальшим деталізуванням, зокрема:

<b>37.091.4Сухомлинський</b>	<b>Педагогічні ідеї В. О. Сухомлинського. Сухомлиністика</b>
37.091.4Сухомлинський:061.2(100)	Міжнародне товариство послідовників В. О. Сухомлинського
37.091.4Сухомлинський:061.2(477)	Всеукраїнська асоціація Василя Сухомлинського
37.091.4Сухомлинський:021	Погляди В. О. Сухомлинського на значення і роль бібліотек
37.091.4Сухомлинський:1	Філософські погляди В. О. Сухомлинського
37.091.4Сухомлинський:37.015.31	Погляди В. О. Сухомлинського на виховання
37.091.4Сухомлинський:373.3/.5.091.12.011.3-051	Погляди В. О. Сухомлинського на роль учителя
37.091.4Сухомлинський.022	Дидактика системи В. О. Сухомлинського
37.091.4Сухомлинський-047.23	Вивчення ідей В. О. Сухомлинського
37.091.4Сухомлинський-048.22	Втілення (упровадження) ідей В. О. Сухомлинського
37.091.4Сухомлинський-048.22:373.3/.5.015.31: :111.852:821.161.2Сухомлинський-93	Формування естетичної вихованості школярів за літературними творами В. О. Сухомлинського

Для систематизування інформації персонального характеру в УДК передбачено клас 929 *Біографічні дослідження*. Крім того, матеріали у формі біографії можна представити за допомогою загального визначника форми (092) у межах галузевих класів.

З огляду на положення про першочергове застосування основних індексів класифікації, а вже потім – загальних визначників основним місцем для матеріалів персонального характеру слід вважати клас 929. У методичних рекомендаціях до класу зазначено, що подальше деталізування потрібно здійснювати за допомогою комбінування з двокрапкою, загальних визначників та абеткового підрозділення. Порядок розміщення індексів може бути різний: «біографія – тема» або «тема – біографія». Для досягнення послідовності варто дотримуватися одного з обраних варіантів залежно від особливостей бібліотеки і запитів читачів. Детально розроблена система допоміжних таблиць визначників дає змогу відображати нові поняття поділом від загального до конкретного, багатоаспектно розкривати зміст документів завдяки комбінуванню індексів:

929:0/9	Біографії видатних діячів різних галузей знань (незалежно від місця проживання й діяльності)
929:37	Біографії видатних педагогів

Приклади індексування:

«Сто видатних українців»

929:94(477)-051

«Сто видатних жінок»

929-055.2

Крім того, може бути вжито пряме абеткове підрозділяння А/Я незалежно від роду занять, місця проживання й діяльності особистості. Його зручно застосовувати, якщо користувачам відомо лише ім'я особи, але невідомо поле основної діяльності особистості або їх кілька, а також якщо особистість народилася, жила і працювала в кількох країнах, тож для неї важко визначити якесь одне місце:

929А/Я	Біографії окремих осіб
929Арістотель	Біографія Арістотеля
929Вернадський	Біографія Вернадського
929Леонардо да Вінчі	Біографія Леонардо да Вінчі
929Сковорода	Біографія Сковороди

Такий спосіб особливо зручний для організації фонду з вільним доступом, де книжки розставляють за абеткою імен осіб, яким присвячено публікації. Для організації СК цього замало. За допомогою комбінунвання з двокрапкою можна здійснювати подальше деталізування:

929Сухомлинський	Біографія В. О. Сухомлинського. Література про життя й діяльність
929Сухомлинський:394.46	Відзначення, вшанування пам'яті В. О. Сухомлинського (святкування, річниці, ювілеї, присвоєння імен, висадження дерев тощо)
929Сухомлинський:[7+82]	Постать В. О. Сухомлинського в літературі та мистецтві

Наприклад, драматична поема Івана Драча «Дума про Вчителя», присвячена В. О. Сухомлинському, може бути заіндексована так:

1.161.2Драч7Дума+37.091.4Сухомлинський+929Сухомлинський:82

де

821.161.2Драч7Дума	–	Поема І. Драча «Дума про Вчителя»
37.091.4Сухомлинський	–	Педагогічні ідеї В. О. Сухомлинського. Сухомліністика
929Сухомлинський:82	–	Постать В. О. Сухомлинського в літературі

Значну допомогу в дослідженні особи можуть надати бібліографічні посібники, в яких різноманітно представлено творчий доробок автора:

012Сухомлинський	Бібліографія видань творів В. О. Сухомлинського
012Сухомлинський, Серце	Бібліографія видань книжки «Серце віддаю дітям» В. О. Сухомлинського
014.5Сухомлинський, Серце	Бібліографія до книжки «Серце віддаю дітям» В. О. Сухомлинського
016:929Сухомлинський	Біобібліографія В. О. Сухомлинського





373.3/5.091.64:069

–

Музеї як засоби навчання й виховання  
в закладах загальної середньої освіти

Якщо в бібліотеці ухвалено рішення щодо групування матеріалів персонального характеру в галузевих класах, це можна зробити за допомогою застосування загального визначника форми (092) та інших загальних визначників.

Якщо особа проявила себе рівноцінно в кількох несуміжних галузях, де немає узагальнювального класу і немає підстав віддати перевагу жодній із них, пріоритетним є клас, який у класифікаційному ряду є першим, і повторно – під індексом другого, третього тощо предмета. Проте в цьому разі, якщо такий підхід буде застосовано неодноразово в процесі відбивання однакової сукупності предметів, це суперечитиме правилу загальної методики систематизування: *«Повторне відображення неприпустимо, коли це призводить до створення в різних відділах каталогу комплексів записів документів, що збігаються за змістом»*. У таких випадках визначають одне місце, а від інших роблять посилання або методичні вказівки посилального характеру.

### **ВИСНОВКИ.**

Зрозуміло, що читачі, які користуються каталогами в науковій бібліотеці, – це люди зазвичай обізнані, які можуть зорієнтуватися в бурхливому потоці інформації, відокремити головне від другорядного, але систематизатор має допомогти їм у цьому. Застосування індексів УДК сприяє максимально повному розкриттю змісту документів і забезпеченню пошуку персоналій відповідно до запитів користувачів бібліотеки. Тож у процесі систематизування документів про педагогічні персоналії доцільним є поєднання зазначених підходів, що уможливує більш повне оцінювання впливу педагогічних ідей ученого на розвиток сучасної педагогічної науки. Що стосується українських видатних педагогів, то актуальність цього питання зростає, оскільки упродовж останніх десятиріч вітчизняні вчені здійснили наукові розвідки з вивчення їх спадщини.

На основі проведеного дослідження є підстави вважати, що відображення персоналій в інформаційно-пошукових системах залишається однією з найбільш складних проблем бібліотекознавства. Дотепер не досліджено спеціальну методику систематизування персоналій, їх відображення в АПП.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми. Потребують методичного розв'язання такі питання, як вибір основного місця літератури про персоналію (особу) або групи осіб, дублювання відомостей про персоналії. Тож потрібні публікації, в яких розглянуто складні випадки систематизування персоналій.

### **СПИСОК ПОСИЛАНЬ**

---

- Алексеева Е. И., Беневоленская А. В., Вулых И. П. Классифицирование произведений печати по таблицам Библиотечно-библиографической классификации : общая методика. Москва : Книга, 1980. 228 с.
- Амбарцумян З. Н. Классификация произведений печати : систематический каталог : учеб.-метод. пособие / Москов. гос. ин-т культуры. Москва : [б. и.], 1965. 21 с.



- Астапович Л. Л. Отражение персоналий в библиографических записях электронного каталога в процессе индексирования документов в Центральной научной библиотеке НАН Беларуси. *Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования, тенденции развития*. Киев, 2017. Вып. 15. С. 93–97.
- Диковская Е. А. Система каталогов и картотек как источник поиска информации о персонах. *Мир библиографии*. 2003. № 6. С. 10–17.
- Диковская Е. А. Эволюция персонально-ориентированных элементов справочно-поискового аппарата современных библиотек : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03. / Самар. гос. акад. культуры и искусств. Самара, 2004. 296 с.
- Єдині правила опису творів друку і організації алфавітного каталогу для невеликих бібліотек : пер. з 2-го рос. вид. з допов. для б-к України. Міжбібл. каталог. коміс. при Держ. респ. б-ці УРСР ім. КПРС. Харків : Ред.-вид. від. Кн. палати УРСР, 1972. 332 с.
- Кленов А. В. Библиотечные каталоги : руководство для библиотечных работников. Москва : [б. и.], 1963. 351 с.
- Левинтов Б. Об алфавитном каталоге. *Библиотекарь*. 1955. № 3. С. 23–27.
- Некрасова Г. С. Персоналия в систематическом каталоге. Принципы отражения. Проблемы систематизации и поиска. *Систематизация и систематический каталог* : сб. науч. тр. / Гос. б-ка СССР им. В. И. Ленина ; [ред. Э. Р. Сукиасян]. Москва, 1987. С. 123–129.
- Русинов Н. В. Десятичная классификация книг : табл. и метод. указания. Москва : [б. и.], 1944. 156 с.
- Савченко О. Я. Розвиток сухомлиністики за десять років (1993–2003 рр.). *Наукові записки [Кіровоград. держ. пед. ун-т ім. Володимира Винниченка]. Серія: Педагогічні науки*. 2003. Вип. 52, ч. 1. С. 18–22.
- Симон К. Р. Библиография : основные понятия и термины. Москва : ЛКИ, 2010. 160 с.
- Сукиасян Э. Р. Систематизация литературы персонального характера. *Научно-техническая информация. Сер. 1. Организация и методика информационной работы*. 2009. № 9. С. 16–20.
- Сухомлинська О. В. Історико-педагогічний процес: нові підходи до загальних проблем. Київ : А.П.Н, 2003. 67 с.
- Універсальна десяткова класифікація (УДК) : [у 2 кн.] : пер. з англ. / Держ. наук. установа «Кн. палата України ім. Івана Федорова». Київ : Кн. палата України, Ліра-К, 2017.
- Фокеев В. А. Библиографоведение. Информатика : терминолог. словарь. Москва : Литера, 2009. С. 275. (Серия «Современная библиотека»; вып. 46).
- Шамурин Е. И. Словарь книговедческих терминов: для библиотекарей, библиографов, работников печати и книжной торговли. Москва : Сов. Россия, 1958. С. 7.
- Universal Decimal Classification Summary (UDCS) : [веб-сайт Консорціуму УДК] / UDC Consortium. URL: <http://www.udcsummary.info/php/index.php?tag=--&lang=uk> (дата звернення: 04.12.2019 р.)

## REFERENCES

---

- Alekseeva, E.I., Benevolenskaia, A. V., & Vulykh, I. P. (1980). *Klassifitsirovanie proizvedenii pechati po tablitsam Bibliotечно-bibliograficheskoi klassifikatsii: obshchaia metodika. [Classification of print works according to the tables of the Library and Bibliographic Classification: general methodology]*. Moscow: Kniga [in Russian].
- Ambartcumian, Z. N. (1965). *Klassifikatsiia prizvedenii pechati: Sistemateskii katalog [Print classification: Systematic catalog]*. Moscow: Moscow State Institute of Culture [in Russian].
- Astapovich, L.L. (2017). Otrazhenie personalii v bibliograficheskikh zapisiakh elektronnoogo kataloga v protsesse indeksirovaniia dokumentov v Tcentralnoi nauchnoi biblioteke NAN Belarusi [Reflection of personalities in the bibliographic records of the electronic catalog

- in the process of indexing documents in the Central Scientific Library of the NAS of Belarus]. *Biblioteki nacional'nyh akademij nauk: problemy funkcionirovaniâ, tendencii razvitiâ*. 15, 93-97 [in Ukrainian].
- Dikovskaia, E.A. (2003). Sistema katalogov i kartotek kak istochnik poiska informacii o personakh [The system of catalogs and file cabinets as a source of information search about persons]. *Mir bibliografii*, 6, 10-17 [in Russian].
- Dikovskaia, E.A. (2004). *Evoliuciiia personalno-orientirovannykh elementov spravocno-poiskovogo apparata sovremennykh bibliotek [The evolution of personally-oriented elements of the reference and search apparatus of modern libraries]* (Candidate's thesis). Samarskaia gosudarstvennaia akademiia kultury i iskusstv, Samara [in Russian].
- Yedyni pravyla opysu tvoriv druku i orhanizatsii alfavitnoho katalohu dlia nevelykykh bibliotek [Uniform rules for describing print works and organizing an alphabetical catalog for small libraries]. (1972). Kharkov: Redaktsiino-vydavnychi viddil Knyzhkovoï palaty URSR [in Ukrainian].
- Klenov, A.V. (1963). *Bibliotechnye katalogi: rukovodstvo dlia bibliotechnykh rabotnikov [Library catalogs: a guide for library workers]*. Moscow [in Russian].
- Levintov, B. (1955). Ob alfavitnom kataloge [About the alphabetical catalog]. *Bibliotekar*, 3, 23-27 [in Russian].
- Nekrasova, G.S. (1987). Personaliiia v sistematicheskom kataloge. Printcipy otrazheniia. Problemy sistemizatcii i poiska [Personnel in a systematic catalog. The principles of reflection. Systematization and search problems]. In E.R. Sukiasian (Ed.), *Sistemizatciiia i sistematicheskii katalog [Systematization and Systematic Catalog]* (pp. 123-129). Moscow [in Russian].
- Rusinov, N.V. (1944). Desyatichnaya klassifikatsiya knig : Tablitsy i metod. ukazaniya. [Decimal classification of books: tables and method. directions]. Moscow [in Russian].
- Savchenko O.Ya. (2003). Rozvytok sukhomlynistyky za desyat rokiv (1993–2003 rr.) [Development of sukhomlynistyka in ten years (1993–2003 pp.)]. *Naukovi zapysky [Kirovohradskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Vynnychenka]. Seriiia: Pedahohichni nauki*, 52, 1, 18-22 [in Ukrainian].
- Simon, K.R. (2010). *Bibliografiia: osnovnye poniatiia i terminy [Bibliography: Basic concepts and terms]*. Moscow [in Russian].
- Sukiasian, E.R. (2009). Sistemizatciiia literatury personalnogo kharaktera [Systematization of personal literature]. *Nauchno-tekhnichekaia informaciiia. Seriiia 1. Organizaciiia i metodika informaciiionoi raboty*, 9, 16-20 [in Russian].
- Sukhomlynska, O.V. (2003). *Istoryko-pedahohichni protses: novi pidkhody do zahalnykh problem [Historical and pedagogical process: new approaches to the burning problems]*. Kyiv: A.P.N. [in Ukrainian].
- Universalna desiatkova klasyfikatsiia (UDK) [Universal Decimal Classification (UDC)]*. (2017). (2 Vols). Kyiv: Knyzhkova palata Ukrainy imeni Ivana Fedorova [in Ukrainian].
- Fokeev, V.A. (2009). *Bibliografovedenie. Informatika: terminologicheskii slovar [Bibliography. Informatics: terminological dictionary]*. Moscow: Litera [in Russian].
- Shamurin, E.I. (1958). *Slovar knigovedcheskikh terminov: dlia bibliotekarei, bibliografov, rabotnikov pechati i knizhnoi torgovl [Glossary of bibliographic terms: for librarians, bibliographers, print and book workers]*. Moscow: Sovetskaia Rossiia [in Russian].
- Universal Decimal Classification Summary (UDCS). UDC Consortium. Retrieved from <http://www.udcsummary.info/php/index.php?tag=--&lang=uk> [in Ukrainian].

UDC 027.021:[002.1:929]:025.45УДК

**Natalia Hrudinina,**  
*Research Fellow at  
V. O. Sukhomlynskyi State Scientific and Pedagogical  
Library of Ukraine  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: Grudinina@i.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2304-480X>*

**Inna Lobanovska,**  
*The Head of the Department of Completing and  
Scientific Working of Documents at  
V. O. Sukhomlynskyi State Scientific and Pedagogical  
Library of Ukraine  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: inness\_@i.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7379-197X>*

## **DOCUMENTS OF PERSONAL NATURE IN INFORMATION RETRIEVAL SYSTEMS OF EDUCATION LIBRARIES: PRESENTATION BY MEANS OF UDC**

The article is devoted to revealing the peculiarities of reflection in the IRS of educational libraries personal documents by means of UDC, taking into account information requests of users and their satisfaction.

The paper highlights the peculiarities of the UDC systematisation of documents of personal nature. The aim is multidimensional presentation of these documents in information retrieval systems of education libraries. It has been identified that a problem of the holistic study of the development of modern library reference aids elements in personal aspect and presentation of personalia remains one of the most challenging problems for library science.

Based on the application of theoretical (analysis, synthesis, abstraction, generalization, analogy, extrapolation) and empirical (observation, questioning, study of products of activity of the investigated, study and generalization of experience of experience, experiment) methods of research it was found out that the increase in demand for information products of personal content is caused by the expansion of international cooperation, i. e. contacts at personal level, the growth of personal potential of science and culture, and a steady interest to a person as to an object of scientific analysis. Special attention is paid to the assessment of heritage of outstanding figures who underbuilt the national and world science, education and culture, and became the driving force for the process of the formation and development of society.

The paper covers a detailed description of the content of the notion 'personalia'. It is emphasised that it is necessary to solve such problem as a choice of the principle place for a document about persons known in many branches of science and public practice. The necessity for repeated presentation of some materials about them is proved. It is concluded that the UDC tools make it possible to reveal the content of documents of personal nature as fully as possible and help library users in searching them.

**Key words:** personalia, information retrieval systems, systematisation of documents, Universal decimal classification, UDC.

УДК 024:[004.77:339.138](477)  
DOI: 10.31866/2616-7654.4.2019.187817

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ

**Тетяна Гранчак**,  
завідувач відділу з охорони інтелектуальної  
власності Національної бібліотеки України  
імені В. І. Вернадського,  
д-р наук із соціальних комунікацій,  
ст. наук. співроб.  
(Київ, Україна)  
e-mail: granchakt@ukr.net  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7854-580X>

**Таїсія Скітер**,  
магістрантка кафедри інформаційних технологій  
Київського національного університету  
культури і мистецтв  
(Київ, Україна)  
e-mail: tayaskyter@gmail.com

Сьогодні бібліотечні інституції в Україні переживають кризовий стан, обумовлений комплексом причин техніко-технологічного, сервісно-методичного, фінансового, організаційно-управлінського характеру. Одним зі шляхів подолання негативних тенденцій у розвитку вітчизняних бібліотек, посилення їх конкурентоспроможності є впровадження в бібліотечну діяльність інтернет-маркетингу як системного підходу просування продуктів і послуг бібліотеки.

Стаття присвячена визначенню характерних особливостей здійснення інтернет-маркетингу бібліотеками України. Інтернет-маркетинг розглядається як сукупність інструментів і напрямів діяльності установи, починаючи від дослідження середовища (ринку і суб'єктів ринкових відносин у мережі інтернет) і закінчуючи просуванням інтернет-брендів і налагодженням системи їх обслуговування.

На основі застосування системного методу, який обумовив розгляд окремих видів бібліотечної діяльності, продуктів і послуг із позицій інтернет-маркетингу як системи, методів аналізу контенту, включеного спостереження, експерименту охарактеризовано підходи до реалізації інтернет-маркетингу в діяльності бібліотек України.

Виявлено використання бібліотеками України лише деяких інструментів інтернет-маркетингу в рамках реалізації окремих напрямів маркетингової діяльності. Основними онлайн-маркетинговими комунікаціями, які сьогодні використовуються бібліотеками України, є бібліотечні сайти, представництва бібліотек у соціальних мережах, меншою мірою онлайн- і традиційні ЗМІ. За допомогою масмедіа бібліотеками проводяться кампанії з ребрендингу, оновлення іміджу установ, донесення до користувачів інформації стосовно модернізації бібліотечно-інформаційного сервісу – надання поряд із традиційними для бібліотек продуктами і послугами доступу до онлайн-сервісу та інноваційних інтерактивних заходів.

Акцентовано потребу посилення аналітичного та управлінського напрямів інтернет-маркетингу в бібліотечній діяльності, а саме зосередження уваги на вивченні конкурентів і ринку, ефективності функціонування різних інструментів інтернет-маркетингу та реалізації його різних напрямів, а також необхідність розробки виваженої маркетингової стратегії в інтернет-середовищі і організації відповідно до неї внутрішніх маркетингових процесів.

**Ключові слова:** інтернет-маркетинг, бібліотека, бібліотечна діяльність, бібліотечний маркетинг, імідж, PR, комунікація.

## **ВСТУП.**

В умовах стрімкого процесу формування інформаційного суспільства, головними ресурсами і продуктами виробництва якого є інформація і знання, для бібліотек як інформаційно-комунікаційних комплексів актуалізується завдання з популяризації своїх інформаційних продуктів і послуг. Сьогодні одним з найефективніших каналів маркетингу став інтернет. Намагаючись посилити свою конкурентоспроможність і зберегти суспільне призначення, українські бібліотеки інтуїтивно почали використовувати окремі інструменти інтернет-маркетингу: створювати інтернет-сайти, сторінки в соціальних мережах, спрямовуючи зусилля на покращення іміджу бібліотеки, залучення нових користувачів, рекламу бібліотечних фондів і послуг. Утім для забезпечення максимальної ефективності такої діяльності вона має здійснюватись на основі системного підходу з використанням наявних на сьогодні в галузі інтернет-маркетингу методик.

## **ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ.**

Зазвичай під поняттям інтернет-маркетингу розуміється теорія і практика організації маркетингу в інтернет-середовищі. На початку 2000-х років І. Успенський запропонував структуру інтернет-маркетингу, яка формується з таких компонентів, як маркетингові дослідження, товарна політика, ціноутворення, розподільча політика, комунікативна політика (Успенський, 2003). Оптимізовану структуру інтернет-маркетингу згодом презентував Р. Стокс (Stokes, 2014, с. 14), який всі його компоненти розподілив по чотирьох великих групах – Думати (маркетингові дослідження, стратегія і план), Створювати (створення продуктів, починаючи від веб-сайтів та відео і закінчуючи рекламними банерами і застосунками), Залучати (інструменти залучення і просування для вибудовування відносин із клієнтами) і Оптимізувати (відстеження та аналіз ефективності маркетингових кампаній).

Маркетингові дослідження в структурі інтернет-маркетингу складаються переважно з досліджень конкурентного і споживацького середовищ, а також досліджень ринку інтернету. Крім того, за Р. Стоксом, до маркетингових досліджень варто відносити вивчення ефективності самих маркетингових кампаній із метою оптимізації діяльності (Stokes, 2014, с. 14). Товарна політика включає розробку нових товарів (на основі даних досліджень наповненості ринку, наявних попиту і пропозиції), організацію сервісного обслуговування і підтримку маркетингового оточення товарів і відповідає компоненту Створювати моделі інтернет-маркетингу Р. Стокса. Для ціноутворення важливим є забезпечення його гнучкості (знову-таки, виходячи з даних досліджень структури ринку). Розподільча політика складається з двох напрямів: створення умов для можливості реалізації товарів через інтернет, а також забезпечення можливості оплати через інтернет. З усіх компонентів інтернет-маркетингу найбільш складним є комунікативна політика, яка включає формування системи інтернет-комунікацій, проведення рекламних кампаній, стимулювання збуту, організацію зв'язків із громадськістю з використанням інтернет-технологій, створення і просування інтернет-брендів (Успенський, 2003). Ціноутворення, розподільча політика і комунікативна політика є складовими компонентами Залучення моделі інтернет-маркетингу Р. Стокса.

Узагальнюючи, можна підсумувати, що інтернет-маркетинг як процес включає систему дій і заходів, починаючи від дослідження середовища (ринку і суб'єктів

ринкових відносин у мережі інтернет) і закінчуючи просуванням інтернет-брендів і налагодженням системи їх обслуговування.

На сьогодні аналізом і узагальненням різних аспектів проблематики маркетингу в мережі інтернет займаються такі теоретики і практики, як М. Акулич (Акулич, 2017, 2019), Р. Блай (Bly, 2018), Б. Брен (Bren, 2019), П. Бхатія (Bhatia, 2019), В. Голик та І. Ханан (Ханан, & Голик, 2018), Б. Завері та П. Амін (Zaveri, & Amin, 2019), П. і К. Каур та А. Патак (Kaur, Pathak, & Kaur, 2015), Д. Кеннеді та У. Філіпс (Кеннеді, & Філіпс, 2017), К. Хелсен (Helsen, 2019), Д. Чейфі та Ф. Еліс-Чедвік (Chaffey, & Ellis-Chadwick, 2019), А. Чарлсворт (Charlesworth, 2018) та ін., які обґрунтовують поняття інтернет-маркетингу, його напрями та інструменти, обумовлені регіональною специфікою і галуззю особливості реалізації.

У межах бібліотекознавства увага дослідників на разі зосереджена на вивченні окремих маркетингових інструментів, таких як веб-сайти бібліотек, бібліотечні сторінки в соціальних медіа, бібліотечний PR тощо, які розглядались такими науковцями, як Д. Алойсіус, П. Ава та А. Аквасія (Aloysius, Awa, & Aquaisua, 2019), Г. Булахова (Булахова, 2016, 2017), Т. Гранчак (Гранчак, 2016), М. Кейсі та Л. Савастинюк (Casey, & Savastinuk, 2007), О. Мар'їна (Мар'їна, 2017), Дж. Мейнес (Maness, 2006), С. Ростовцев (Ростовцев, 2017), М. Самсонов (Самсонов, 2012), В. Струнгар (Струнгар, 2014), А. Тарасевич (Тарасевич, 2016), Л. Філіпова (Філіпова, 2012) та ін. Комплексної характеристики специфіки реалізації бібліотеками України інтернет-маркетингу в науковій літературі на разі не представлено.

**Мета статті.** Метою публікації є визначення характерних особливостей здійснення інтернет-маркетингу бібліотеками України.

Реалізація мети передбачає вирішення таких дослідницьких завдань:

- окреслення і аналіз теоретичного доробку з проблематики інтернет-маркетингу в діяльності бібліотек України;
- обґрунтування методології і джерельної бази дослідження;
- визначення і висвітлення тих напрямів і інструментів інтернет-маркетингу, які представлені і використовуються в діяльності бібліотек України;
- визначення перспектив вдосконалення реалізації інтернет-маркетингу в діяльності бібліотек України.

#### **МЕТОДИ ТА МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ.**

В основу дослідження був покладений комплекс наукових методів. Насамперед ефективним виявилось застосування системного методу, який обумовив розгляд окремих видів бібліотечної діяльності, продуктів і послуг із позицій інтернет-маркетингу як системи. Таким чином стало можливим визначення тих напрямів та інструментів інтернет-маркетингу, які сьогодні активно реалізуються та використовуються бібліотеками, і тих, які поки що залишаються поза їхньою увагою і представлені епізодично. Багатий фактографічний матеріал було отримано в результаті використання методу аналізу контенту, зокрема під час аналізу офіційних веб-сайтів та мережових сторінок бібліотек, у поєднанні з аналізом фахової наукової літератури. Ефективними також виявилися методи включеного спостереження, який дав змогу з позицій користувача оцінити PR-заходи бібліотек та їх зусилля з покращення власного іміджу, моніторингу – щодо вивчення



організації підтримки функціонування веб-сайтів і мережових сторінок бібліотек, експерименту – для визначення ефективності бібліотечної контекстної реклами.

Під час дослідження було проаналізовано особливості інтернет-маркетингу передусім тих бібліотек України, політика яких забезпечила видимість цих бібліотек в інтернет-просторі, а також тих, які останнім часом приділяли увагу розробці ефективних маркетингових стратегій, ребрендингу тощо, про що повідомлялось під час професійних форумів, у наукових публікаціях та науково-методичних матеріалах. Відповідно, такий досвід потребує вивчення і поширення. Зокрема, пошук за ключовим словом «бібліотека» в мережі Facebook виявив у порядку появи в результатах посилання на представництво Луганської обласної універсальної наукової бібліотеки, Науково-технічної бібліотеки ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Бібліотеки Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського, Наукової бібліотеки Національного університету «Кієво-Могилянська академія». Ребрендинг компанією MOSAIC Державної бібліотеки України для юнацтва обумовив включення цієї бібліотеки в джерельну базу дослідження. Крім того, дослідженням було охоплено бібліотеки, які потенційно мають ресурси (фінансові і кадрові) на підтримку маркетингового напряму діяльності, – обласні універсальні наукові бібліотеки, державні та національні бібліотеки України.

#### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ.**

Відповідно до структури інтернет-маркетингу, основними його напрямками в діяльності документно-інформаційних установ має стати аналітичний (маркетингові дослідження) – вивчення ринку, користувачького попиту і конкурентів, ефективності продуктів і послуг, комунікаційних зв'язків і маркетингових кампаній; управлінський, який передбачатиме розробку маркетингової стратегії, організацію і підтримку внутрішніх маркетингових процесів; виробничий – розробка і впровадження в практику нових продуктів і послуг та їх сервісне забезпечення (клієнтська підтримка); розподільчий – формування попиту і визначення засобів його підживлення; комунікативний – PR-методи, спрямовані на зміцнення репутаційного та іміджевого потенціалу.

Останнє для бібліотек надзвичайно важливе з огляду на необхідність подолання поширеного стереотипного уявлення про них як про книгозбірні, в яких тихо і порожньо. Через технологічний вибух і поширення технології інтернет, що дає практично необмежений доступ до інформації, багато користувачів реалізують свої інформаційні запити, оминаючи бібліотеку і звертаючись до альтернативних пошукових систем інтернет-середовища. Тому образ бібліотеки має бути модернізованим. І якщо в реальному житті досягти цього без потужних фінансових вливань доволі складно (адже часто потрібно провести ремонт приміщення, переобладнання установи, осучаснення інтер'єру), то в інтернет-просторі таке завдання цілком можна виконати за наявності управлінської волі.

Як виявив аналіз структури бібліотек і функцій їхніх підрозділів, завдання в межах різних напрямів маркетингу реалізуються переважно різними відділами установ. Підхід, який переважає, – розведення завдань проведення маркетингових досліджень і просування по різних підрозділах. Зазвичай маркетингові дослідження проводить науково-методичний відділ, наявний в усіх національних

та обласних універсальних наукових бібліотеках, а функція просування покладається на відділи соціокультурної діяльності, прес-служби і т. п. У такий спосіб побудована робота в Національній історичній бібліотеці, Кіровоградській обласній універсальній науковій бібліотеці ім. Д. І. Чижевського, Полтавській обласній універсальній науковій бібліотеці імені І. П. Котляревського, Запорізькій, Дніпропетровській, Житомирській обласних універсальних наукових бібліотеках. В Національній бібліотеці України імені Ярослава Мудрого та Одеській обласній універсальній науковій бібліотеці ім. М. С. Грушевського завдання розподілені в межах трьох підрозділів:

- відділів наукової організації бібліотечних процесів, соціокультурної діяльності та науково-методичного відділу (Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого);
- відділу соціокультурної діяльності, науково-методичного відділу, відділу інформації з питань культури, мистецтва та зв'язків з громадськістю (Одеська обласна універсальна наукова бібліотека ім. М. С. Грушевського).

В деяких бібліотеках соціокультурна діяльність не набула структурного оформлення у вигляді окремого відділу і здійснюється як напрям у роботі інших підрозділів. Закономірно, що розподільчий і комунікативний напрями інтернет-маркетингу в таких установах майже не представлені, останній – переважно у вигляді офіційних веб-сайтів установ.

З іншого боку, в ряді бібліотечних інституцій маркетингову діяльність оптимізовано в межах одного структурного підрозділу, що відображено в назвах таких відділів: відділ маркетингу, реклами та соціокультурної діяльності (Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва), відділ маркетингу та наукової роботи (Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека), відділ маркетингу і бібліотечної статистики (Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека імені Тараса Шевченка).

Такі підрозділи покликані розробляти методику ефективної діяльності бібліотеки, підходи до максимального задоволення потреб користувачів, здійснювати PR-супровід бібліотечної діяльності, формувати позитивний імідж установи, забезпечувати рекламну та інформаційну підтримку бібліотечних проектів.

Окремі напрями інтернет-маркетингу є добре відомими для працівників бібліотечної сфери. Зокрема вивчення інформаційних потреб користувачів є одним з традиційних завдань, яким у бібліотечній справі традиційно приділяється посилена увага. Т. Коваль взагалі визначає маркетингові дослідження головним чинником оптимізації бібліотечно-інформаційного обслуговування (Коваль, 2012).

Про увагу бібліотек до вивчення користувацьких потреб свідчать також аналітичні звіти і записки, які готуються бібліотеками за результатами проведених досліджень, наявні наукові праці з цього питання (Коновал, 2013; Новальська, 2005; Прокопенко, 2015; Павленко, 2016; Несін, 2011).

Крім вивчення потреб користувачів, послуг і продуктів бібліотек, актуальними є дослідження із різних шляхів просування бібліотечних продуктів і послуг та комунікації з користувачами. Так, наприклад, працівниками Науково-технічної бібліотеки Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу проводилось дослідження ефективності використання соціальних мереж



у науково-технічній бібліотеці в умовах інформаційного суспільства (Дослідження ефективності використання..., 2016).

Поряд з окремими видами аналітичного напрямку інтернет-маркетингу бібліотеками реалізується розподільчий: формування попиту і визначення каналів його підживлення. Насамперед ідеться про ефективне використання рекламних інструментів включно з інструментами просування (різноманітними акціями та бонусними програмами).

Для українських бібліотек одним із найбільш зручних інструментів у просуванні реклами є соціальний медіа-маркетинг, який передбачає використання соціальних медіа. Можливості соціальних мереж із погляду охоплення цільової аудиторії та адресності колосальні. Використовуючи такі соціальні мережі, як Instagram, Twitter, Facebook, бібліотека може як просувати свої продукти та послуги, так і позиціонувати себе як сучасний унікальний заклад, який також надає право на безкоштовне користування інформаційними ресурсами в найбільшому обсязі. Примітним у зв'язку з цим є, наприклад, поява посади SMM-менеджера в Луганській обласній науковій універсальній бібліотеці.

О. Мар'їна розглядає соціальні мережі, «як інструменти бібліотечного маркетингу, що сприяють розповсюдженню бібліотечних новин, стимулюють просування бібліотечних продуктів, послуг та сервісів, анонсують маркетингові заходи, проекти та програми; слугують засобами реклами та PR-технологій для книгозбірень; як “креативне” доповнення основних веб-сайтів бібліотек, що існує паралельно, а подекуди як альтернатива створення останніх завдяки доступності (порівняно з оплатою послуг вебмайстра і хостингу)» (Мар'їна, 2012, с.1–2).

На відміну від підтримки офіційного веб-сайту установи, забезпечення функціонування представництва бібліотеки в соціальній мережі не вимагає особливої підготовки бібліотечного працівника, є відносно легким і може здійснюватись поряд з іншими професійними обов'язками. На своїх сторінках у соціальних мережах бібліотеки розміщують анонси подій, організують онлайн-трансляції, публікують прес-релізи тих заходів, які відбулися, рекламують нові надходження, повідомляють про нові послуги.

Наприклад, Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» має власні сторінки в популярних соціальних мережах Facebook, Telegram, Instagram, YouTube, де активно залучає користувачів до різних заходів: виставок, лекцій, семінарів, презентацій книг, зустрічей із письменниками. Розміщує публікації в Instagram, які викликають бажання відвідати бібліотеку та провести час із корисною книгою. Сторінка в Instagram бібліотеки станом на початок вересня 2019 р. налічувала 2 тис. послідовників. У мережі YouTube.com бібліотека завантажує короткі відеозвіти, сюжети про власну діяльність, анонси тощо. Сторінка у Facebook мала близько 5 тис. послідовників, з якими підтримувала активний зворотний зв'язок, щодня публікуючи корисну інформацію, сповіщення про заплановані події та інше.

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського має сторінку в Facebook із кількістю 6 тис. послідовників, де щодня розміщується інформація про події, пам'ятки історії, звіти зустрічей, цікаві факти, і заохочує користувачів до участі у різноманітних заходах, надає інформацію про стажування, робо-

ту в престижних компаніях. Представлена там інформація є не тільки корисною, а ще і цікавою.

Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка також є активним користувачем соціальних мереж і має близько 4 тис. послідовників. На своїх сторінках бібліотека приділяє увагу анонсам заходів та подій, які відбудуться найближчим часом, а також звітує перед користувачами про результати різних зустрічей та конкурсів.

Рекламній діяльності бібліотек у соціальних мережах присвячено наукові публікації таких дослідників, як Г. Булахова (Булахова, 2016), О. Мар'їна (Мар'їна, 2012, 2017), М. Самсонов (Самсонов, 2012) та ін.

Ефективною є контекстна або пошукова реклама, яка, щоправда з різним успіхом, використовується різними бібліотеками. Одні з найкращих результатів наразі демонструє портал Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, матеріали якого практично завжди з'являються в топі (першій десятці) результатів видачі на пошуковий запит за відповідними ключовими словами. Так, наприклад, у результатах пошуку в пошуковій системі Google.com за ключовими словами «електронна доставка документів» або «взяти книгу на абонемент» станом на 2 листопада 2019 р. матеріали порталу НБУВ посідали 7 позицію, поступаючись місцем у першому випадку Бібліотеці Київського університету імені Бориса Грінченка, Херсонській обласній універсальній науковій бібліотеці ім. Олесь Гончара, Одеській обласній універсальній науковій бібліотеці ім. М. С. Грушевського, Науковій бібліотеці Національного університету «Києво-Могилянська академія», Тернопільській обласній універсальній науковій бібліотеці, Науковій бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, а в другому – Харківській обласній бібліотеці для дітей. Завдання з просування інформації про бібліотеку та її матеріалів у пошукових системах вирішує SEO-просування – стратегічно важливий комплекс дій (передусім створення семантичного ядра сайту, забезпечення унікальності контенту), який сприяє підвищенню позицій даного ресурсу в пошуковій видачі по конкретних запитах.

Перші рядки в результатах видачі на запити користувачів спрямовують користувачів пошукових систем інтернет-середовища до бібліотечних ресурсів. У випадку, якщо інформаційна потреба у результаті буде задоволеною, існує доволі висока імовірність, що користувач повертатиметься до веб-порталу бібліотечної установи і згодом може стати зареєстрованим читачем.

Одним з улюблених інструментів інтернет-маркетингу для бібліотеки є відео реклама. Якщо раніше створення відео потребувало спеціального навчання і обладнання, то інтернет-технології, як і у випадку з розміщенням інформації в соціальних мережах, суттєво спростили цей процес. За допомогою смартфонів будь-хто може зняти якісне відео, а численні сервіси інтернету дають можливість його відредагувати відповідно до мети. Так само інтернет-сервіси дають змогу комбінувати різні відео і зображення, а також додавати до них текстові уривки.

Продукуючи різні відео матеріали, багато вітчизняних бібліотек започаткували свої канали на YouTube.com, де розміщують відео матеріали, які поряд з інформаційною функцією виконують, також, рекламну. Сьогодні бібліотеками створюється відео про різноманітні бібліотечні заходи, виставки, саму бібліотеку

в цілому тощо. Такі відео розміщуються безпосередньо на ресурсі YouTube.com, у соціальних мережах, а також на бібліотечному сайті (див. рис. 1).

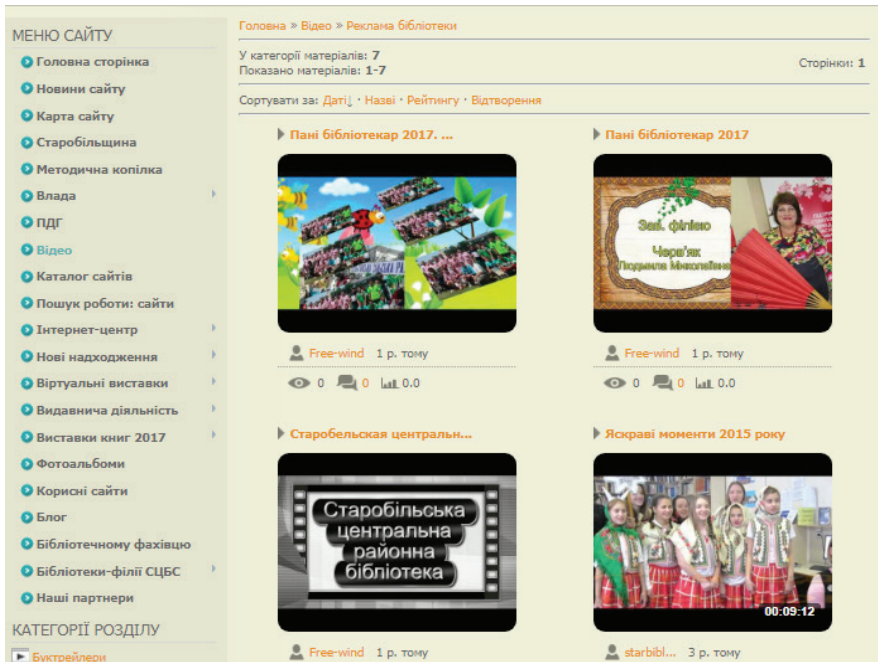


Рис. 1. Відеореклама на сайті Старобільської центральної районної бібліотеки.  
Джерело: [https://bibliost.ucoz.ru/video/vic/reklama\\_biblioteki](https://bibliost.ucoz.ru/video/vic/reklama_biblioteki).

Мають досвід бібліотеки і у використанні такого ефективного інструменту інтернет-реклами, як прямий маркетинг. Прямий маркетинг часто використовує пряму адресну розсилку повідомлень представникам цільової аудиторії за допомогою e-mail, SMS, оскільки він орієнтується не на цільові групи загалом, а на окремих конкретних особистостей. Проведення заходів прямого маркетингу вимагає створення бази даних користувачів – структурованої, постійно поновлюваної актуальною інформацією про переваги та усвідомлені потреби користувачів із метою подальшого опрацювання цієї інформації та формування на його основі пропозиції продуктів та послуг, яка б відповідала їх запитам. Такі бази даних перебувають у тісному зв'язку з управлінням відносинами із користувачами, що дозволяє зібрати всю інформацію про кожного з них, а також впорядкувати всі стадії взаємовідносин з користувачами від самого початку надання послуги і безпосередньо до клієнтської підтримки вже після використання користувачем запропонованої продукції чи послуги (Кучковський, Висоцька, Нитребич, & Оливко, 2015, с. 132).

Утім, при всьому великому значенні аналітичного і розподільчого напрямів інтернет-маркетингу суть бібліотечної діяльності представляє його виробничий напрям, а саме розробка і впровадження в практику нових продуктів і послуг та їх сервісне забезпечення.

Сьогодні інформація про послуги і продукти комплексно представлена на веб-сайтах бібліотек, які, з одного боку, є бібліотечними представництвами в інтернет-просторі, ефективними інструментами комунікації та PR, а з іншого – комплексними інтегрованими бібліотечними продуктами.

Бібліотечний веб-сайт інформує про події з життя бібліотеки, розповідає про заходи, які вже відбулися, анонсує наступні, за його допомогою користувач може отримати інтернет-послуги бібліотеки і ознайомитись з її електронними документами, колекціями, базами даних тощо. Вивчення статистики бібліотечного сайту дає змогу зрозуміти, які електронні бібліотечні ресурси і послуги є найбільш затребуваними користувачами і їх варто розвивати, а які потребують модернізації.

Ефективність веб-сайту бібліотеки як її продукту обумовлюється його змістовністю, інформативністю, актуальністю представленої на сайті інформації, її структурованістю, зручною і зрозумілою навігацією, сучасним дизайном. Додатковою перевагою слугують також передбачені сайтом можливості для зворотного зв'язку – коментарів і запитань.

Слід наголосити, що провідні вітчизняні бібліотеки, такі як Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого та ін., активно здійснюють модернізацію веб-сайтів, розширюють асортимент онлайн-продуктів та послуг, постійно прагнуть до досягнення відповідності сайту вимогам пошукових систем, що дає змогу їм посідати провідні позиції за результатами пошуку інформації користувачами.

Як засвідчив аналіз їхніх сайтів, сьогодні бібліотеками пропонується доволі широкий спектр онлайн-продуктів і послуг. Серед найбільш поширених – системи електронних каталогів і тематично-видових баз даних, електронні каталоги, які об'єднують електронні каталоги книжкових видань і електронні каталоги журналів та продовжуваних видань, реферативні бази даних, імідж-каталоги спеціалізованих підрозділів, електронні каталоги і тематично-видові бази даних спеціалізованих підрозділів, тематичні електронні виставки, екскурсії, огляди, спілкування онлайн, доступ до наукової періодики, електронна доставка та замовлення документів, доступ до електронних архівів, колекцій, пошук документів та інформаційних ресурсів, доступ до бібліографічних ресурсів, інформаційно-аналітичних видань, можливість отримання довідково-консультаційної інформації, довідково-бібліографічне обслуговування, адресна розсилка інформації про нові надходження книжкових та періодичних видань до фондів, виготовлення документів шляхом сканування або іншої комп'ютерної обробки документів у електронному вигляді та надсилання копій замовнику.

Найбільш комплексно аналіз тих онлайн-продуктів і послуг, які сьогодні надаються бібліотеками, представлений у вітчизняному бібліотекознавстві у монографічних дослідженнях О. Мар'їною (Мар'їна, 2017) та В. Бондаренко (Бондаренко, 2016). Зокрема, значна увага приділяється створенню електронних бібліотек, електронних каталогів як окремих бібліотечних інституцій, так і корпоративних проєктів, що реалізуються спільно різними бібліотеками на локальному, регіональному, національному та світовому рівнях; просуванню бібліоте-

ками ініціативи відкритого доступу до інформації, зокрема шляхом формування і підтримки функціонування інституційних репозитаріїв; розвитку сервісів електронної доставки документів та «віртуальної довідки», організації віртуальних виставок; комплексу продуктів і послуг зі сприяння функціонуванню системи «електронного урядування»; бібліотечним інформаційно-аналітичним продуктам як інструменту відбору та збереження інформації інтернет-середовища тощо. У монографіях також представлені актуальні класифікації сучасних продуктів і послуг бібліотек, що надаються за допомогою інтернет-технологій.

Як зазначає О. Мар'їна, наразі «найбільшого поширення набули традиційні інформаційні продукти і послуги бібліотек, “перенесені” у цифровий простір без змін, так звані “цифрові копії”. Менш розповсюдженими є традиційні, трансформовані у відповідності до вимог цифрового медіапростору або цифрові аналоги, “запозичені електронним середовищем”. Найбільш перспективною, але досі нечисленною є інноваційна бібліотечна продукція, яка отримала свій початок безпосередньо в електронному технологічному медіасередовищі» (Мар'їна, 2017, с. 117–118).

Подібного висновку доходить і В. Бондаренко, за спостереженням якої «для провідних бібліотек України наразі характерним є здійснення інтернет-обслуговування шляхом надання окремих послуг із використанням електронної пошти та на основі функціонування веб-сайтів. Комплексне використання широкого спектра інтернет-послуг на основі бібліотечного веб-сайту, електронної пошти, сервісу скайпу (Skype) та віртуальних соціальних мереж у вітчизняній бібліотечній практиці є поки що винятком» (Бондаренко, 2016, с. 52–53).

Останній, але від того не менш важливий напрям бібліотечного інтернет-маркетингу – комунікативний, спрямований серед іншого на встановлення ефективного взаємозв'язку між бібліотекою та користувачами, формування сучасного позитивного іміджу установи.

Як наголошують експерти Української бібліотечної асоціації, PR або зв'язки з громадськістю (від англ. PR – public relations) означають поточні заходи щодо забезпечення позитивного іміджу бібліотеки та її вагомій ролі для громади (Сучасні інструменти бібліотечної реклами..., 2012). Утім значення PR не лише у формуванні іміджу, а і в побудові репутації і бренду. Репутацію тут можна визначити як сталість іміджу в часі, тобто усталені уявлення про функціонування як окремої установи, так і інституту бібліотеки в цілому. Сформувані перше враження від установи в інтернет-просторі можливо, створивши сучасний сайт, розробивши логотип тощо. Утім вибудовування репутації потребує більших зусиль і більш тривалого часу і напряму залежить від поведінкової практики установи, того, наскільки сучасними і якісними є її продукти і послуги, наскільки клієнтоорієнтованим і компетентним є персонал, наскільки інформація про діяльність бібліотеки вчасно доходить до широкого загалу, якими шляхами тощо. Імідж, помножений на репутацію, посилює позиції бібліотеки на ринку інформації, у підсумку чого стає можливим формування бренду. За висновком Г. Булахової, «виходячи з ринкової логіки, за якою прибуток можуть приносити не тільки товари і послуги, а й нематеріальні активи, конвертування позитивного іміджу в доходи різного роду дає змогу говорити про бренд як конкурентну ідентичність, суму всіх матеріальних і символічних елементів, які роблять бібліотеку унікальною,



власне, її комерціалізований імідж. Більше того, у випадку з брендингом ідеться не просто про багатовимірний конструкт, функціональні, емоційні й матеріальні елементи якого в сукупності створюють унікальний набір асоціацій у суспільній свідомості, а і про цілеспрямоване формування цих асоціацій» (Булахова, 2017, с. 316).

PR передбачає відкритість установи для реакції користувачів. Підтримка такої відкритості є необхідною умовою для того, щоб установа трансформувалася відповідно до очікувань і потреб користувачької аудиторії. PR спрямований на досягнення згоди між користувачами і бібліотекою як суб'єктами інформаційних відносин, його дія має двосторонню спрямованість: з одного боку, бібліотека інформує про свою діяльність, перспективи модернізації, пояснює особливості функціонування, з іншого – користувачі своєю поведінкою демонструють рівень задоволення бібліотечним сервісом, повідомляють про свої потреби і очікування.

Сьогодні окремими бібліотеками приділяється серйозна увага організації PR-заходів і покращенню власного іміджу. Ілюстративні приклади – увага до іміджу і репутації працівників Наукової бібліотеки Національного університету «Киево-Могилянська академія», кампанії зі створення оновленого іміджу Науково-технічної бібліотеки ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Луганської обласної універсальної наукової бібліотеки, Державної бібліотеки України для юнацтва, зміна назви колишньої Національної парламентської бібліотеки України на Національну бібліотеку України імені Ярослава Мудрого та ін.

Бібліотеками було розроблено логотипи, визначено корпоративні кольори, які присутні як в інтернет-представництвах установ (на офіційних сайтах та сторінках у соціальних мережах), так і в рекламній продукції – буклетах, матеріалах конференцій, блокнотах, плакатах, презентаціях тощо. Образ бібліотек став упізнаваний, їхні матеріали в мережі легко ідентифікувати (див. рис. 2).

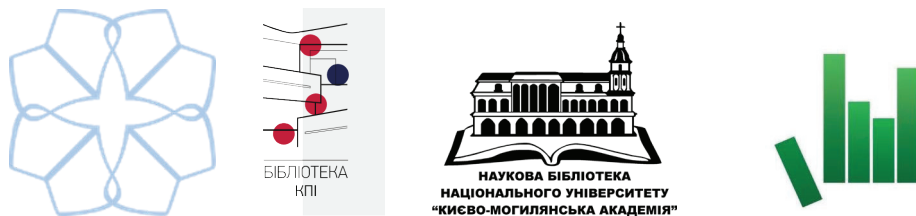


Рис. 2. Логотипи зліва направо Луганської обласної універсальної наукової бібліотеки, Науково-технічної бібліотеки ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Наукової бібліотеки Національного університету «Киево-Могилянська академія», Державної бібліотеки України для юнацтва.

Джерела: <http://library.lg.ua/>; <https://www.library.kpi.ua/>; <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/1449>; <http://www.4uth.gov.ua>.

Ефективний логотип сприяє популярності установи в інтернеті, адже в мережі інтернет доступ до продуктів і ресурсів бібліотеки отримують не лише її адресні користувачі, а й ті, хто потрапив на них випадково, візуально привабливий лого-

типом. У випадку підкріплення першої викликаної логотипом позитивної реакції через задоволення інформаційної потреби внаслідок користування ресурсом такі користувачі можуть стати постійними читачами бібліотеки.

Для прикладу порівняємо логотипи Державної бібліотеки для юнацтва і Київської обласної бібліотеки для юнацтва (див. рис. 3):



Рис. 3. Логотипи зліва направо Державної бібліотеки України для юнацтва, Київської обласної бібліотеки для юнацтва.  
Джерела: <http://www.4uth.gov.ua>; <http://www.kobu.kiev.ua>.

Цільова аудиторія обох бібліотек – одна, але візуальні образи установ, відображені в їх логотипах, істотно відрізняються. У першому випадку – це сучасний логотип, який одразу приверне увагу молоді, адже він відповідає і завданню бібліотеки, і сучасним молодіжним трендам. Із таким логотипом установа сприймається молоддю «своєю». З іншого боку, логотип Київської обласної бібліотеки для юнацтва повертає в часи Радянського Союзу, і може привернути увагу швидше старшого покоління, а не молоді. Звичайно, логотип доносить основні цінності бібліотеки, а листя каштану символізує Київ, проте традиційна стилістика формує уявлення, що самому приміщенню та інформації, наявній у бібліотеці, також бракує актуальності.

Логотип і корпоративні кольори є компонентами корпоративного стилю бібліотеки, до яких може додаватися і слоган (гасло), фірмовий шрифт або набір шрифтів.

Важливим є дотримання корпоративного стилю бібліотеки її інтернет-представництвами. Насамперед – веб-сайтом. Це забезпечить впізнаваність ресурсу, продуктів і послуг бібліотеки.

Крім візуального компонента, іміджеве і репутаційне навантаження в комунікації містить також вербальний компонент, а саме – про що і як розповідає бібліотека. Про розуміння бібліотеками цього напрямку роботи свідчить поява такого напрямку підготовки і підвищення кваліфікації бібліотечних фахівців, як бібліотечна журналістика.

Як ідеться в робочій програмі з відповідної навчальної дисципліни, що викладається на кафедрі бібліотекознавства та інформології Київського університету імені Бориса Грінченка, метою бібліотечної журналістики є «ознайомлення студентів із системою мас-медіа та взаємодії бібліотечної структури зі ЗМІ, засвоєння учасниками методів, прийомів, засобів журналістської діяльності та отримання практичних навичок, сприяння професійному розвитку майбутніх бі-

бібліотекарів для створення позитивного іміджу бібліотек через співпрацю зі ЗМІ різного рівня, бібліотечні ЗМІ (електронні та друковані), сайти, блоги» (Поліщук, 2018).

У 2013 р. за ініціативи заступника директора з наукової роботи Харківської державної наукової бібліотеки (ХДНБ) ім. В. Г. Короленка Л. Глазунової на базі бібліотеки за грантової підтримки програми «Бібліоміст» IREX/Україна, інформаційного партнерства НВП «Ідея» та журналу «Бібліотечний форум України» було започатковано навчально-інноваційний проект із бібліотечної журналістики – Школи бібліотечного журналіста, випускники якої отримують відповідні сертифікати.

Неформальні, доступні до сприйняття широкого загалу, щирі тексти-історії покликані сприяти приверненню позитивної уваги до бібліотеки та її персоналу, їх позиціонуванню як зрозумілих, доступних, відкритих для широкого загалу. Яскравий приклад надає Луганська обласна універсальна наукова бібліотека, на офіційному сайті якої в розділі «Про бібліотеку» читаємо:

«Привіт, ми Good library! А ще нас кличуть Луганською обласною універсальною науковою бібліотекою. ...

...Good library – це новосформована креативна і божевільна команда. Окрім бібліотекарів, у нас працюють люди творчих професій: дизайнер, письменники/ці, програміст, інженер та аналітики.

У нас одне приміщення. Воно невеличке, але комфортне і вміщує до 100 осіб. ... У ньому відбувається все: кінопокази, семінари, лекції, форуми, мітапи. До нас приходять із планшетами й ноутбуками, щоб попрацювати за просторими столами у теплому й добре освітлюваному приміщенні.

Проводимо Літературний БУМ – неформальні збори всіх, хто любить читати, щось писати, говорити або розважатися. Щотижня діє CodeClub – клуб програмування для дітей 8 – 13 років. Там діти вчаться програмувати за 4 рівнями складності....

Відкриті до будь-яких ідей і пропозицій завжди. Але ми безсилі, якщо ви не хочете змін.

Наша місія – зламати застарілу систему бібліотечної справи, зруйнувати назавжди незграбні штампи щодо бібліотек, привернути увагу молоді, експериментувати на кожному кроці» (Про бібліотеку, 2019).

На користь «зламу» стереотипів і шаблонів, ребрендингу установи свідчать і нові формати заходів, які пропонуються нею користувачам, – антилекції, CodeClub, літературний БУМ тощо.

Аналіз контенту бібліотечних веб-сайтів і офіційних сторінок у соціальних мережах виявив, що серед бібліотек, що намагаються комунікувати з користувачем його мовою і пропонують нові формати взаємодії, – Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка, Хмельницька обласна бібліотека для юнацтва, Херсонська обласна бібліотека для юнацтва ім. Б. Лавренюва, Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка та ін.

Подібна модернізація діяльності позитивно впливає на формування сучасного іміджу бібліотек, адже чим більше різноманітних подій відбуватиметься, тим



більш змістовними ставатимуть бібліотечні публікації в соціальних мережах та на веб-сайтах, через які користувачі отримуватимуть цікаву і корисну інформацію. Проведення неординарних заходів і реалізація інноваційних проектів сприятиме також приверненню уваги ЗМІ, які є одним із найважливіших каналів комунікації для бібліотек. Саме ЗМІ дають вихід на найбільш масову аудиторію. Тож для бібліотек актуальною є співпраця зі ЗМІ, залучення їх до висвітлення бібліотечних подій.

Налагодження партнерського діалогу з користувачем, як із рівним, без намагання повчати його, організація тих заходів, які відповідають інтересам користувачів, допомагають у підсумку донести до громадськості розуміння місії і цінностей бібліотеки, вирішують завдання як розвитку громади, так і розвитку бібліотеки.

### **ВИСНОВКИ.**

Як засвідчив аналіз бібліотечної діяльності, на сьогодні бібліотеками України використовуються лише деякі інструменти інтернет-маркетингу в рамках реалізації окремих напрямів маркетингової діяльності. Основними онлайн-маркетинговими комунікаціями, які сьогодні використовуються бібліотеками України, є бібліотечні сайти, представництва бібліотек в соціальних мережах, меншою мірою онлайн-відео і традиційні ЗМІ. За допомогою масмедіа бібліотеками проводяться кампанії з ребрендингу, оновлення іміджу установ, донесення до користувачів інформації стосовно модернізації бібліотечно-інформаційного сервісу – надання поряд із традиційними для бібліотек продуктами і послугами доступу до онлайн-сервісу та інноваційних інтерактивних заходів.

Разом із тим, комплексне стратегічне бачення бажаного результату, короткострокових і довгострокових цілей, розуміння взаємозв'язку і взаємовпливів елементів системи інструментів і дій, спрямованих на їх досягнення, може розширити можливості бібліотек на інформаційному ринку, зміцнюючи їх статус і сприяючи розвитку навколишньої спільноти.

Передусім розвитку потребує аналітичний напрям бібліотечної діяльності. Поряд із вивченням аудиторії користувачів, яке періодично проводиться бібліотеками, така сама увага має приділятися також вивченню конкурентів і ринку, який динамічно розвивається. На інформаційному ринку сьогодні з'являються приватні бібліотеки, бібліокав'ярні, книжкові стартапи, які успішно конкурують із бібліотеками, тож вивчення їх переваг дасть змогу зробити відповідні висновки щодо того, який досвід краще перейняти і які помилки не варто повторювати. Дослідження конкурентного середовища важливі й з огляду на необхідність зберігати конкурентоздатність, аргументувати власну затребуваність і забезпечувати фінансування. До того ж вивчення конкурентного середовища і ринку є одним із джерел для розробки і впровадження інновацій.

Крім того, в рамках аналітичного напрямку важливим є вивчення ефективності функціонування різних інструментів інтернет-маркетингу та реалізації його різних напрямів. Зокрема, потребує осмислення затребуваність наявних продуктів і послуг у бібліотеках, адже результати дослідження дадуть змогу оптимізувати структуру бібліотеки та перерозподілити кадрові ресурси. Також в умовах обмеженого фінансування варто звертати увагу на співвідношення трудозатрат і результату під час розробки нових продуктів або послуг.

Посиленої уваги з боку бібліотек потребує також управлінський напрям інтернет-маркетингу. Передусім доцільною є розробка виваженої маркетингової стратегії в інтернет-середовищі і організація відповідно до неї внутрішніх маркетингових процесів. Перш ніж розробляти нові продукти і послуги, багато з яких може потребувати додаткових фінансових надходжень і витрат часу, просувати їх в інтернет-середовищі, важливо розуміти, наскільки саме ці послуги і продукти є затребуваними користувачами. Перш ніж проводити модернізацію іміджу бібліотеки, важливо розуміти, наскільки органічно буде сприйнято новий імідж цільовою аудиторією установи.

На відміну від звичайного планування, маркетингова стратегія орієнтується не на бачення самих бібліотечних працівників того, якою має бути бібліотека, які саме послуги і які продукти вона має надавати користувачам, а на дані проведених маркетингових досліджень, користувацькі потреби та очікування, які спонукають бібліотеку до вдосконалення технологічних процесів, перенавчання персоналу, реструктуризації, впровадження інновацій. Розробка ефективної маркетингової стратегії в умовах недостатнього фінансування сприятиме оптимізації використання наявних фінансових і людських ресурсів, а також визначенню пріоритетних для бібліотеки завдань та послідовності їх реалізації.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Акулич М. Видеомаркетинг в Інтернеті. Издательские решения, 2019. 68 с.
- Акулич М. Интернет-маркетинг. Политики маркетинга. Интернет-аукционы. Торговые интернет-площадки и торговля. Издательские решения, 2017. 140 с.
- Бондаренко В. І. Бібліотечне інтернет-обслуговування: стан та перспективи : монографія. 2016. Київ : НБУВ. 273 с.
- Булахова Г. Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 331–345.
- Булахова Г. Фотоімідж бібліотеки в інтерактивному просторі. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 313–328.
- Гранчак Т. Ю. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг. *Бібл. вісн.* 2016. № 1. С. 18–29.
- Дослідження ефективності використання соціальних мереж у науково-технічній бібліотечі в умовах інформаційного суспільства / підгот. Ю. В. Кобітович. Івано-Франківськ: НТБ ІФНТУНГ, 2016. 14 с.
- Кеннеди Д., Филлипс У. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / пер. с англ. П. Миронов. Москва: ООО «Альпина Паблишер», 2017. 380 с.
- Коваль Т. Маркетингові дослідження – головний чинник оптимізації бібліотечно-інформаційного обслуговування. *Вісник Львівського університету. Серія: Книгознавство, бібліотечознавство та інформаційні технології*. 2012. Вип. 7. С. 182–188.
- Коновал Л. В. Методи дослідження користувачів бібліотеки та їх інформаційних потреб. Міжнародна наукова конференція «Адаптація завдань і функцій наукової бібліотеки до вимог розвитку цифрових інформаційних ресурсів». 2013. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/177> (дата звернення: 11.08.2019).
- Кучковський В. В., Висоцька В. А., Нитребич С. З., Оливко Р. М. Застосування методів інтернет-маркетингу для аналізу web-ресурсів в межах регіону. *Вісник Національ-*

- ного університету «Львівська політехніка». *Інформаційні системи та мережі*. 2015. № 832. С. 129–164.
- Мар'їна О. Ю. Бібліотека в цифровому просторі : монографія. Харків : ХДАК, 2017. 326 с.
- Мар'їна О. Ю. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії. *Вісник Книжкової палати*. 2012. № 8. С. 1–3.
- Несін В. Інформаційні потреби користувачів сільських бібліотек та шляхи їхнього задоволення. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2011. Вип. 32. С. 341–348.
- Новальська Т. Український читач у бібліотекознавчих дослідженнях (кінець XIX – початок XXI ст.) : монографія. Київ, 2005. 459 с.
- Павленко Т. С. Інформаційні потреби користувачів – орієнтир удосконалення бібліотечної діяльності. *Наукові праці Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського*. 2016. Вип. 5. С. 120–128.
- Поліщук Т. І. Робоча програма навчальної дисципліни «Бібліотечна журналістика». Київ, 2018. URL: [http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/24768/1/T\\_Polishchuk\\_VJ.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/24768/1/T_Polishchuk_VJ.pdf) (дата звернення: 11.08.2019).
- Про бібліотеку. Луганська обласна універсальна наукова бібліотека. 2019. URL: <http://library.lg.ua/uk/pearl/about#> (дата звернення: 11.08.2019).
- Прокопенко Л. І. Інформаційні потреби користувачів обласних універсальних наукових бібліотек України : монографія. Київ : Вид-во Ліра-К, 2015. 220 с.
- Ростовцев С. Формування системи інтернет-маркетингу в бібліотеках України. *Вісник Книжкової палати*. 2017. № 6. С. 8–12.
- Самсонов М. Реклама бібліотек в онлайнних соціальних мережах. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2012. Вип. 33. С. 532–542.
- Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: термінологічно-понятійний аспект. *Бібл. вісн*. 2014. № 6. С. 23–27.
- Сучасні інструменти бібліотечної реклами і маркетингу. *Бібліоміст. У скарбницю бібліотекарю*. 2012. URL: [https://gurt.org.ua/uploads/news/2012/12/27/skarbnycia\\_11.pdf](https://gurt.org.ua/uploads/news/2012/12/27/skarbnycia_11.pdf) (дата звернення: 11.08.2019).
- Тарасевич А. А. Продвижение библиотек в социальных сетях. *Библиотечный дискурс*. 2016. Вип. 1. С. 129–138.
- Успенский И. В. Интернет-маркетинг. 2003. СПб.: Изд-во СПГУЭиФ. URL: <http://www.aup.ru/books/m80/> (дата звернення: 11.08.2019).
- Філіпова Л. Аналіз контенту веб-сайтів українських центрів науково-технічної інформації з точки зору використання інтернет-сервісів. *Вісник Книжкової палати*. 2012. № 10. С. 1–6.
- Ханан И., Голик В. С. Marketing And Internet Marketing. *Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы* : сб. науч. тр. / [под общ. ред. И. Л. Акулича] ; Белорус. гос. экон. ун-т [и др.]. Минск : А. Н. Вараксин, 2018. С. 244–247.
- Aloysius D.A., Awa P.C., Aquaisua A.O. E-Marketing of Library Resources and Patronage by Students in University Libraries of AkwaIbom State, Nigeria. *Library Philosophy and Practice*. 2019. Vol. 1, № 5. URL: <http://cird.online/ESSA/index.php/2019/06/08/e-marketing-of-library-resources-and-patronage-by-students-in-university-libraries-of-akwa-ibom-state-nigeria/> (accessed: 12.10.2019).
- Bhatia P. *Fundamentals of Digital Marketing*. 2nd ed. Pearson, 2019. 512 p.
- Bly R. *The Digital Marketing Handbook*. Entrepreneur Press, 2018. 330 p.
- Bren B. *Facebook Marketing Step-by-Step: The Guide To Facebook Advertising That Will Teach You How To Sell Anything Through Facebook – Learn How To Develop A Strategy And Grow Your Business*. Amazon Digital Services LLC, 2019. 167 p.

- Casey M., Savastinuk L. We Know What Library 2.0 Is and Is Not. *Library Crunch*. 2007. URL: [http://www.librarycrunch.com/2007/10/we\\_know\\_what\\_library\\_20\\_is\\_and.html](http://www.librarycrunch.com/2007/10/we_know_what_library_20_is_and.html) (accessed: 12.10.2019).
- Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing*. 7th ed. Pearson, 2019. 576 p.
- Charlesworth A. *Digital Marketing: A Practical Approach*. 3rd ed. Routledge, 2018. 353 p.
- Helsen K. Digital marketing in the global marketplace: Latest developments. 2019. URL: <http://repository.ust.hk/ir/bitstream/1783.1-98195/1/22-MKHEL-2903.pdf> (accessed: 02.11.2019).
- Kaur P., Pathak A., Kaur K. E-Marketing – A Global Perspective. *Journal of Engineering Research and Applications*. 2015, Vol. 5, Iss. 2. P.116–124.
- Maness J. M. Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries. URL: <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html> (accessed: 12.10.2019).
- Stokes R. *eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world*. Quirk eMarketing (Pty) Ltd. 5th ed. Red & Yellow, 2014. 589 p.
- Zaveri B. N., Amin P. D. Global Marketing Strategy in Digital Era: Global Online Presence. *Breaking Down Language and Cultural Barriers Through Contemporary Global Marketing Strategies* / Ed. M. Khosrow-Pour. IGI Global, 2019. P.103–112.

## REFERENCES

---

- Akulich, M. (2019). *Videomarketing v Internete [Online Video Marketing]*. Izdatelskie resheniya [in Russian].
- Akulich, M. (2017). *Internet-marketing. Politiki marketinga. Internet-auksiony. Torgovyye internet-ploshchadki i torgovlya [Internet Marketing. Marketing Policies. Online auctions. Online Trading]*. Izdatelskie resheniya [in Russian].
- Bondarenko, V.I. (2016). *Bibliotечne internet-obsluhovuvannia: stan ta prespektyvy [Library Internet Services: Status and Perspectives]* [Monograph]. Kyiv: NBUV [in Ukrainian].
- Bulakhova, H. (2016). Reklamna stratehiia prosvuvannia produktiv i posluh bibliotek u sotsialnii merezhi Facebook [Advertising Strategy for Promoting Library Products and Services on Facebook Social Network]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 43, 331-345 [in Ukrainian].
- Bulakhova, H. (2017). Fotoimidzh biblioteky v interaktyvnomu prostori [Photo image of the library in the interactive space]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 46, 313-328 [in Ukrainian].
- Hranchak, T.Yu. (2016). Vykorystannia natsionalnykh bibliotekamy sotsmerezh dlia predstavleniia biblioteknykh produktiv i posluh [Usage Social Networks Among National Libraries for Presentation of Library Products and Services]. *Biblioteknyi visnyk*, 1, 18-29 [in Ukrainian].
- Kobitovych, Yu.V. (Comp.). (2016). *Doslidzhennia efektyvnosti vykorystannia sotsialnykh merezh u naukovu-tekhnichnii bibliotetsi v umovakh informatsiinoho suspilstva [Research of the Efficiency of Using Social Networks in the Scientific and Technical Library in the Conditions of Information Society]*. Ivano-Frankivsk: NTB IFNTUNH [in Ukrainian].
- Kennedi, D., & Fillips, U. (2017). *Zhestkiy SMM. Vyizhat iz sotssetey maksimum [Hard SMM. Squeeze Maximum from Social Networks]* (P. Mironov, Trans.). Moscow: OOO "Alpina Pablisher" [in Russian].
- Koval, T. (2012). Marketynhovi doslidzhennia – holovnyi chynnyk optymizatsii bibliotekno-informatsiinoho obsluhovuvannia [Marketing Research is a Major Factor in Optimizing Library and Information Services]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya: Knyhoznavstvo, bibliotekoznavstvo ta informatsiini tekhnolohii*, 7, 182-188 [in Ukrainian].

- Konoval, L.V. (2013). Metody doslidzhennia korystuvachiv biblioteki ta yikh informatsiinykh potreb [Methods of Researching Library Users and Their Information Needs]. In *Adaptatsiia zavdan i funktsii naukovoï biblioteki do vymoh rozvytku tsyfrovyykh informatsiinykh resursiv* [Adaptation of tasks and functions of the scientific library to the requirements of development of digital information resources], Proceedings of the International Conference. Retrieved from <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/177> [in Ukrainian].
- Kuchkovskiy, V.V., Vysotska, V.A., Nytrebych, S.Z., & Olyvko, R.M. (2015). Zastosuvannya metodiv internet-marketynhu dlia analizu web-resursiv v mezhakh rehionu [Application of Internet Marketing Methods for the Analysis of Web-Resources within the Region]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika". Informatsiini systemy ta merezhi*, 832, 129-164 [in Ukrainian].
- Mar'ina, O.Yu. (2017). *Biblioteka v tsyfrovomu prostori* [The Library in the Digital Space][Monograph]. Kharkiv: KhDAK [in Ukrainian].
- Mar'ina, O.Yu. (2012). Biblioteki ta sotsialni media: tekhnolohiia vzaïmodii [Libraries and Social Media: Technology of Interaction]. *Bulletin of the Book Chamber*, 8, 1-3 [in Ukrainian].
- Nesin, V. (2011). Informatsiini potreby korystuvachiv silskykh bibliotek ta shliakhy yikhnoho zadovolennia [Information Needs of Rural Library Users and Ways to Meet Them]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 32, 341-348 [in Ukrainian].
- Novalska, T. (2005). *Ukrainskyi chytach u bibliotekoznavchyykh doslidzhenniakh (kinets XIX – pochatok XXI st.)* [Ukrainian Reader in Library Studies (End of XIX – the Beginning of XXI Centuries)] [Monograph]. Kyiv [in Ukrainian].
- Pavlenko, T.S. (2016). Informatsiini potreby korystuvachiv – orïentyr udoskonalennia bibliotечноï diïalnosti [Information Needs of Users is a Benchmark for Improving Library Activity]. *Naukovi pratsi Derzhavnoi naukovо-pedahohichnoi biblioteki Ukrainy imeni V. O. Sukhomlynskoho*, 5, 120-128 [in Ukrainian].
- Polishchuk, T.I. (2018). Robocha prohrama navchalnoi dystsypliny "Bibliotечna zhurnalistyka" [Work Program of the Discipline "Library Journalism"]. Kyiv. Retrieved from [http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/24768/1/T\\_Polishchuk\\_BJ.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/24768/1/T_Polishchuk_BJ.pdf) [in Ukrainian].
- Luhanska oblasna universalna naukova biblioteka (2019). Pro biblioteku [About the Library]. Retrieved from <http://library.lg.ua/uk/pearl/about#> [in Ukrainian].
- Prokopenko, L.I. (2015). *Informatsiini potreby korystuvachiv oblasnykh universalnykh naukovykh bibliotek Ukrainy* [Information Needs of Users of Regional Universal Scientific Libraries of Ukraine] [Monograph]. Kyiv: Vydavnytstvo Lira-K [in Ukrainian].
- Rostovtsev, S. (2017). Formuvannya systemy internet-marketynhu v bibliotekakh Ukrainy [Formation of Internet Marketing System in Libraries of Ukraine]. *Bulletin of the Book Chamber*, 6, 8-12 [in Ukrainian].
- Samsonov, M. (2012). Reklama bibliotek v onlainovykh sotsialnykh merezhakh [Advertising of Libraries in Online Social Networks]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 33, 532-542 [in Ukrainian].
- Strunhar, V. (2014). Biblioteka i sotsialni media: terminolohichno-poniatiinyi aspekt [Library and Social Media: A Terminological-Conceptual Aspect]. *Bibliotечnyi visnyk*, 6, 23-27 [in Ukrainian].
- Suchasni instrumenty bibliotечноï reklamy i marketynhu [Modern Library Advertising and Marketing Tools]. (2012). *Bibliomist. U skarbnytsiu bibliotekariu*. Retrieved from [https://gurt.org.ua/uploads/news/2012/12/27/skarbnycia\\_11.pdf](https://gurt.org.ua/uploads/news/2012/12/27/skarbnycia_11.pdf) [in Ukrainian].
- Tarasevich, A.A. (2016). Prodvizhenie bibliotek v sotsialnykh setyah. [Promotion of Libraries in Social Networks]. *Bibliotечnyiï diskurs*, 1, 129-138 [in Russian].
- Uspenskiy, I.V. (2003). Internet-marketing [Internet Marketing]. St. Petersburg: Izdatelstvo SPGUEiF. Retrieved from <http://www.aup.ru/books/m80/> [in Russian].
- Filipova, L. (2012). Analiz kontentu veb-saitiv ukrainskykh tsentriv naukovо-tekhnichnoi informatsiï z tochky zoru vykorystannia internet-servisiv [Content Analysis of Web-sites



- of Ukrainian Centers of Scientific and Technical Information in Terms of Use of Internet Services]. *Bulletin of the Book Chamber*, 10, 1-6 [in Ukrainian].
- Hanan, I., Golik, V.S. (2018). Marketing and Internet Marketing [Marketing and Internet Marketing]. In I. L. Akulich (Ed.), *Menedzhment i marketing: opyt i problemy [Management and marketing: experience and problems]* (pp. 244-247). Minsk: A. N. Varaksin [in Russian].
- Aloysius, D.A., Awa, P.C., Aquaisua, A.O. (2019). E-Marketing of Library Resources and Patronage by Students in University Libraries of Akwalbom State, Nigeria. *Library Philosophy and Practice*, 1(5). Retrieved from <http://cird.online/ESSAJ/index.php/2019/06/08/e-marketing-of-library-resources-and-patronage-by-students-in-university-libraries-of-akwalbom-state-nigeria/> [in English].
- Bhatia, P. (2019). *Fundamentals of Digital Marketing*. (2nd ed.). Pearson [in English].
- Bly, R. (2018). *The Digital Marketing Handbook*. Entrepreneur Press [in English].
- Bren, B. (2019). *Facebook Marketing Step-by-Step: The Guide To Facebook Advertising That Will Teach You How To Sell Anything Through Facebook - Learn How To Develop A Strategy And Grow Your Business*. Amazon Digital Services LLC [in English].
- Casey, M., Savastinuk, L. (2017). We Know What Library 2.0 Is and Is Not. *Library Crunch*. 2007. Retrieved from [http://www.librarycrunch.com/2007/10/we\\_know\\_what\\_library\\_20\\_is\\_and.html](http://www.librarycrunch.com/2007/10/we_know_what_library_20_is_and.html) [in English].
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. (7th ed.). Pearson [in English].
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing: A Practical Approach*. (3rd ed.). Routledge [in English].
- Helsen, K. (2019). *Digital marketing in the global market place: Latest developments*. Retrieved from <http://repository.ust.hk/ir/bitstream/1783.1-98195/1/22-MKHEL-2903.pdf> [in English].
- Kaur, P., Pathak, A., & Kaur, K. (2015). E-Marketing – A Global Perspective. *Journal of Engineering Research and Applications*, 5(2), 116-124 [in English].
- Maness, J.M. (2019). *Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries*. Retrieved from <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html> [in English].
- Stokes, R. (2014). *eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world*. (5th ed.). Quirk eMarketing (Pty) Ltd. Red & Yellow [in English].
- Zaveri, B.N., & Amin, P.D. (2019). Global Marketing Strategy in Digital Era: Global Online Presence. In *Breaking Down Language and Cultural Barriers Through Contemporary Global Marketing Strategies* (pp. 103-112). IGI Global [in English].

УДК 024:[004.77:339.138](477)

**Tetiana Hrachak,**  
*the Head of the Department  
for the Intellectual Property Protection  
at the National Library of Ukraine  
named after V. I. Vernadsky,  
Dr. Hab. in Social Communications,  
Senior Research Fellow  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: granchakt@ukr.net  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7854-580X>*

**Taisia Skiter,**  
*Master of Information Technology Department at Kyiv  
National University of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: tayaskyter@gmail.com*

## **INTERNET MARKETING IN ACTIVITIES OF LIBRARIES OF UKRAINE**

Nowadays, library institutions in Ukraine are experiencing a crisis due to a complex of technical, technological, service, methodical, financial, organizational and managerial reasons. One of the ways to overcome the negative tendencies in the development of national libraries and to increase their competitiveness is to introduce Internet marketing as a systematic approach to promoting library products and services into library activities.

The article is devoted to defining the specific features of libraries' of Ukraine Internet marketing. Internet marketing is considered as a set of institution' tools and activities, ranging from the study of the environment (market and market actors in the Internet) and ending with the promotion of Internet brands and the establishment of their service.

Based on the application of the system method, which led to the consideration of certain types of library activities, products and services from the point of view of Internet marketing as a system, methods of content analysis, included monitoring, the experiment, the approaches to the implementation of Internet marketing in the activities of libraries of Ukraine have been characterized.

There has been revealed the use of only some of the tools of Internet marketing within the framework of realization of certain directions of marketing activity by libraries of Ukraine. The main online marketing communications used by Ukrainian libraries today are library sites, libraries' representations on social networks, to a lesser extent, online and traditional media. Libraries conduct campaigns for re-branding, updating the image of institutions, informing users about the modernization of the library information service - providing along with traditional for the libraries products and services the access to online service and innovative interactive events, using the media.

The need to strengthen the analytical and managerial directions of Internet marketing in the library activity is emphasized, namely, to increase the attention to competitor and market research, the effectiveness of functioning of different tools of Internet marketing and implementation of its different directions, as well as the need to develop a well-balanced marketing strategy in the Internet environment and organization its internal marketing processes.

**Key words:** Internet marketing, library, library activity, library marketing, image, PR, communication.



УДК 027.7-048.35(510)  
DOI: 10.31866/2616-7654.4.2019.187819

## СИСТЕМА АКАДЕМІЧНИХ БІБЛІОТЕК КИТАЮ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ

*Янь Пен,*  
аспірант кафедри інформаційної, бібліотечної  
та архівної справи Харківської державної  
академії культури, (Харків, Україна)  
e-mail: yanpeng@ukr.net

Стратегія модернізації системи освіти в Україні зумовлює важливість дослідження питань створення ефективної інфраструктури, здатної активно сприяти діяльності закладів вищої освіти. У цьому контексті дослідження системи академічних бібліотек економічно розвинених країн, однією з яких є Китай, сприяє розвитку і взаємозбагаченню практики функціонування книгозбірень в освітньому просторі.

Стаття присвячена висвітленню особливостей формування системи бібліотек закладів вищої освіти Китайської Народної Республіки та дослідженню напрямів їхнього функціонування в цифровому просторі. Проаналізовано основні етапи модернізації університетів Китаю та створення їхньої інформаційної інфраструктури. Акцентовано на діяльності кращих академічних бібліотек відповідно до «Проекту 211» та «Проекту 985».

Доведено, що система академічних бібліотек Китаю перебуває на етапі потужної модернізації техніко-технологічних та сервісних напрямів діяльності. Визначено критерії її ефективності. Розглянуто завдання та напрями модернізації діяльності бібліотек закладів вищої освіти. Представлено порівняльну характеристику співвідношення фінансових показників витрат на друковані та електронні ресурси провідними академічними бібліотеками Китайської Народної Республіки.

Обґрунтовано визначальний вплив держави на формування та підтримку розвитку цифрового інформаційно-освітнього простору Китаю. Окреслено напрями інноваційного розвитку системи академічних бібліотек КНР, серед яких: формування комфортного інформаційного середовища; активне проектування та розбудова нових приміщень, оснащених новітньою технікою та спеціалізованим програмним забезпеченням; налагодження комунікацій; формування системи освітніх ресурсіву напрямі створення цифрових активів освітнього і наукового контенту; розбудова ефективного інформаційного сервісу та інформаційного забезпечення науково-дослідної діяльності.

**Ключові слова:** інформаційно-освітній простір, бібліотеки закладів вищої освіти, Китайська Народна Республіка, модернізація бібліотек, інформаційні ресурси.

Розвиток системи академічних бібліотек Китайської Народної Республіки тісно пов'язаний із розвитком системи вищої освіти країни, яка має потужний науковий та інформаційний потенціал, включає понад 3,9 тис. вищих навчальних закладів. Науковий, інтелектуальний та інформаційний потенціал цих установ суттєво різняться залежно від ступеня відповідності того чи іншого університету міжнародним вимогам і стандартам освіти. Міністерством освіти Китаю у 1995 р. створено «Проект 211», згідно з яким розроблено перелік 100 кращих університетів, які за основними показниками діяльності мають відповідати вимогам ХХІ ст. «Проект 211» є найбільшим проектом, який здійснює держава з часу заснування Китайської Народної Республіки. Він спрямований на системну реформу сфери вищої освіти, у розбудову якої центральні і місцеві органи влади інвестували загалом понад 18 млрд юанів. Три роки потому в травні 1998 р. розпочато наступ-

ний – «Проект 985», який передбачав державне фінансування меншої кількості університетів на певний період. Активна реалізація цих проектів сприяла модернізації бібліотек закладів вищої освіти Китаю.

Питання ролі і значення бібліотек закладів вищої освіти є одним з провідних у сучасному бібліотекознавстві. Пильну увагу йому приділяють як українські фахівці, так і представники наукових бібліотекознавчих шкіл Китаю. Бібліотеки університетів вносять суттєвий вклад у формування освітнього інформаційного середовища та сприяють формуванню інтелектуального потенціалу нації. Бібліотеки закладів вищої освіти під впливом факторів зовнішнього середовища – інформатизації сфери освіти, науково-технічного прогресу, збільшення кількісних показників інформаційних потоків, розгортання соціокультурних процесів – перетворюються на потужні структури інформаційного супроводу цих процесів, сприяють інноваційному розвитку і є інформаційно-когнітивними центрами закладів освіти.

Аналіз загальносистемних аспектів бібліотечної діяльності закладів вищої освіти в умовах становлення та розвитку системи соціальних комунікацій здійснено в працях українських дослідників. Т. Колесникова (Колесникова, 2011) акцентує на еволюційних трансформаціях бібліотек закладів вищої освіти в умовах інформатизації суспільства в напрямі змін технологічного, структурного, організаційного та функціонального устрою. Розвиткові цифрової модернізації бібліотек у медіапросторі глобального суспільства приділена увага О. Мар'їної (Мар'їна, 2017), О. Воскобойнікової-Гузевої (Воскобойнікова-Гузева, 2014), К. Лобузїної (Лобузїна, 2012). Проблеми підготовки бібліотечного персоналу до впровадження системи менеджменту якості в діяльність бібліотек вишів висвітлює Т. Ткаченко (Ткаченко, 2014), яка наголошує на необхідності поширення та вдосконалення системи менеджменту якості в бібліотечно-інформаційній діяльності, стандартизації бібліотечних процесів, що дозволить користуватися єдиними одиницями виміру бібліотечної роботи для оцінки стану і прогнозу розвитку, керуватися єдиними нормами, правилами, технологіями, формами створення інформаційних ресурсів. Методи та методики вивчення інформаційних потреб, визначення напрямів підвищення ефективності бібліотечно-інформаційного забезпечення різних груп користувачів бібліотек, питання управління діяльністю бібліотек закладів вищої освіти досліджували О. Бруй (Бруй, 2015), Н. Ніколаєнко (Николаєнко, & Сосипатрова, 2008).

Діяльність бібліотек закладів вищої освіти Китаю набула висвітлення в публікаціях Aiguo Li (Li, 2013), Margaret Adolphus (Adolphus, 2016), Wang Bo Wu (Wu, 2016), Hanhua Song (Song, 2016), Jifang Gao (Gao, 2016), Bingjie Zhu (Zhu, 2016), Benjun Zhu Qiang (Qiang, 2016). У цих працях узагальнено необхідність пошуку шляхів розвитку бібліотеки навчального закладу, що потребує оперативного реагування на впливи зовнішнього середовища, використання сучасних технологій управління, які дозволяють змінити, збагатити арсенал управлінських методів. Водночас питання системи бібліотек закладів вищої освіти ще не стали предметом аналізу та оприлюднення. У цьому контексті аналіз організації діяльності академічних бібліотек Китаю сприяє розвитку та взаємозбагаченню практики функціонування книгозбірень в освітньому просторі.

**Мета статті** – висвітлити особливості формування системи академічних бібліотек Китаю та напрями їхнього функціонування в цифровому просторі.

Соціально-інформаційне проектування освітнього простору Китайської Народної Республіки відбувалось у межах розгортання проектів «Проект 211» та «Проект 985». Метою їхньої розробки є державна підтримка розвитку освітнього простору Китаю та модернізація університетів відповідно до найавторитетніших установ світового рівня. «Проект 985» реалізовано поетапно, що дозволило створити чимало університетів світового рівня, створити потужну інформаційну інфраструктуру, інноваційну систему управління закладами освіти й інформаційними установами, які здійснюють супровід освітньої, наукової і викладацької діяльності.

На першому етапі «Проекту 985», який хронологічно розпочався в 1998 р. і був розрахований на три роки, визначено 10 коледжів та університетів, 9 з яких сформували альянс C9. Провідною установою для реалізації першого етапу проекту було обрано Пекінський університет та університет Цінхуа.

Другий етап проекту розпочався після певної перерви у 2004 р. і пов'язувався із затвердженням Державною радою «Плану дій з активізації освіти на 2003–2007 рр.». У 2010 р., згідно з даними Центрального комітету Комуністичної партії Китаю і Державної ради, був виданий План національних середньострокових і довгострокових реформ та розвитку освіти (2010–2020 рр.). Саме в той час стартувала третя фаза «Проекту 985», у результаті якої розпочалася активна модернізація 39 університетів. До реалізації завдань проекту були також залучені університети: Нанкінський, Фудань, Уханьський, Чжецзян, Хунань, Цзілінь, Ланчжоу, Тяньцзинь та інші заклади, повний список яких представлено на веб-сторінці Міністерства освіти Китаю.

На восьмому форумі, присвяченому розвитку університетських бібліотек, розробці стратегії і тактики їхньої діяльності в сучасному інформаційному просторі, який був організований деякими установами під керівництвом Китайської бібліотечної асоціації і відбувся у 2018 р., директор університетської бібліотеки імені Сунь Ятсена чітко визначив, що «без першокласної бібліотеки не може бути першокласного університету» (China Youth Daily, 2018). Ця позиція вчергове підкреслює важливість бібліотеки як установи, діяльність якої сприяє розвитку освітньої діяльності студентів, науково-дослідній та викладацькій роботі.

Наукові бібліотеки мають визначити певні критерії, за якими оцінюється діяльність бібліотеки закладу вищої освіти. З урахуванням західних стандартів такими критеріями можна вважати:

- створення єдиної електронної інформаційно-пошукової системи бібліотеки (електронний каталог);
- наявність системи друкованих і цифрових колекцій документів;
- формування інституціонального репозиторію з оцифрованими версіями друкованих видань і результатами наукових досліджень викладачів та співробітників;
- віртуальний доступ до сервісних послуг користувачів у режимі 24/7;
- створення комфортного інформаційного середовища для ефективного задоволення інформаційних потреб користувачів: студентів, викладачів, співробітників;
- віртуальні довідкові служби, які дозволяють здійснювати онлайн і офлайн пошук у віддалених базах даних.

Університетські бібліотеки Китаю за показниками свого матеріального, техніко-технологічного оснащення, рівнем формування дружнього інформаційного середовища та надання сервісних послуг повною мірою відповідають означеним критеріям. Так, бібліотека Пекінського університету обслуговує понад 2 млн користувачів щороку, понад 6 тис. відвідувачів щодня. Загальний обсяг книжкових колекцій сягає 6,5 млн, серед яких важливе місце посідають стародруки (понад 150 тис., із них більше 1 тис. унікальних).

Бібліотека Пекінського університету вибудовує систему комунікацій із понад 20 тис. викладачів і співробітників та більше ніж 40 тис. студентів денної форми навчання. Веб-сторінку бібліотеки відвідує понад 1,8 млн користувачів щороку, понад 5 тис. користувачів щодня (Peking University Library, 2019). Послугами бібліотеки можна скористатися особисто або через веб-сайт, який дозволяє переглядати зміст книг та періодичних видань, здійснювати пошук електронних ресурсів, надає доступ до аудіо- та відеоресурсів, пропонує можливість отримати консультацію фахівця або відвідати лекцію з медіаграмотності.

Бібліотека Пекінського університету формує масиви книг та потужні колекції електронних ресурсів як власної генерації, так і зовнішньої. За даними 2016 р., щорічні сукупні витрати на придбання друкованих документів склали 63,923 млн юанів, а електронних ресурсів – 41,691 млн юанів (Peking University Library, 2019) (див. рис.1).

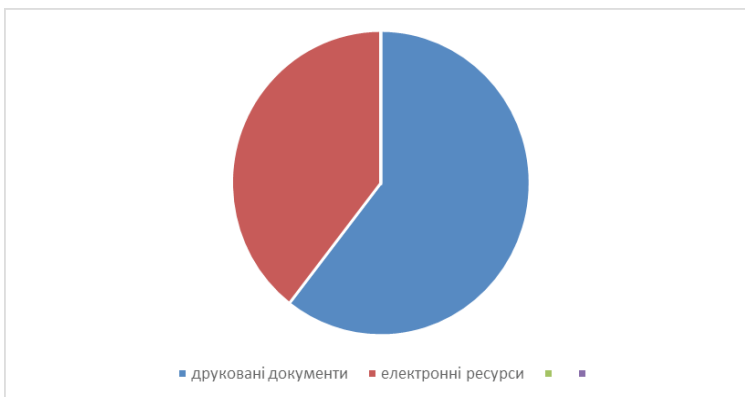


Рис. 1. Співвідношення закупівель друкованих і електронних ресурсів бібліотекою Пекінського університету (за даними 2016 р.).

Порівняно із середньостатистичними показниками за 2016 р. (близько 2,881 млн юанів), середня вартість електронних ресурсів, придбаних бібліотекою Пекінського університету, суттєво перевищує середньостатистичні показники, що свідчить про значну різницю у витратах на закупівлю електронних ресурсів між бібліотеками. Водночас ці показники не є найвищими серед університетських бібліотек Китаю. На наступній діаграмі наведено відомості фінансування закупівель друкованих джерел п'яти провідних університетських бібліотек (за даними 2016 р.) (див. рис. 2).



Рис. 2. Співвідношення фінансових показників комплектування бібліотечних фондів друкованими виданнями в провідних університетах Китаю.

Порівняння даних, наведених у діаграмі, свідчить про те, що станом на 2016 р. максимальна плата за придбання ресурсів була надана бібліотекою Сунь Ятсен і становила 70,927 млн юанів. Друге місце за кількістю витрачених коштів на придбання друкованих книг посідає бібліотека університету Ухань (64,878 млн). Бібліотека Пекінського університету (63,923 млн) на третьому місці, четверте і п'яте місця належать бібліотеці університету Чжецзян (54,736 млн) та бібліотеці університету науки та техніки Хуаджонг (49,992 млн).

Бібліотеки університетів Китаю активно адаптуються до цифрового інформаційного простору, який вносить суттєві зміни в традиційні процеси накопичення, збереження та поширення інформації. Електронні ресурси, представлені на сайтах бібліотек, містять як власні, так і придбані мережеві бази даних, бази даних на компакт-дисках. Як було зазначено, на придбання електронних ресурсів бібліотекою Пекінського університету, станом на 2016 р., витрачено 41,691 млн юанів. Університет науки і техніки Хуаджонг опанував 33,822 млн, бібліотека університету Ухань – 32,537 млн, бібліотека університету Чжецзян – 25,736 млн юанів (Wu, 2016) (див. рис. 3).

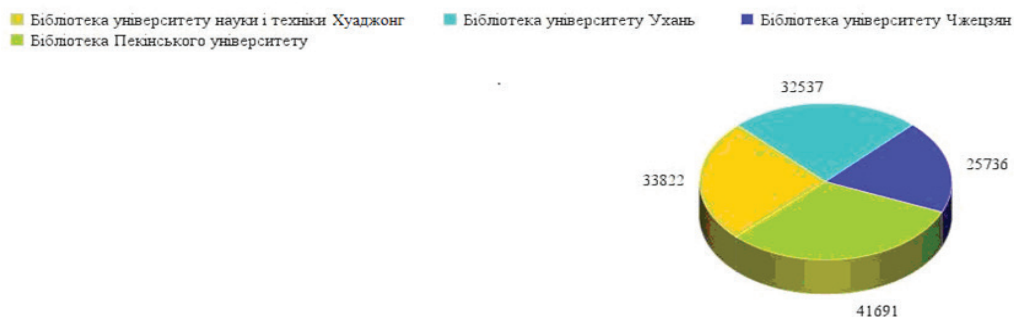


Рис. 3. Співвідношення фінансових показників придбання електронних ресурсів провідними університетами Китаю (млн юанів).

У цьому контексті важливим є питання трансформації функцій бібліотеки закладу вищої освіти від зберігача друкованих ресурсів до користувача цифрових ресурсів та, відповідно, співвідношення комплектування друкованих і електронних ресурсів. У більшості бібліотек перевага надається все ж таки друкованим ресурсам. Аналіз статистичних показників співвідношення витрат на друковані і електронні ресурси підтверджує цю тезу (фінансові показники за джерелом Wu, 2016) (див. табл. 1).

Таблиця 1.

**Співвідношення закупівель друкованих і електронних ресурсів бібліотеками провідних університетів (за даними 2016 р.)**

№ п\п	Назва університету	Придбання друкованих видань (млн юанів)	Придбання електронних видань (млн юанів)
11	Бібліотека Пекінського університету	63,923	41,691
22	Бібліотека університету науки і техніки Хуаджонг	49,992	33,822
33	Бібліотека університету Ухань	64,878	32,537
44	Бібліотека університету Чжецзян	54,736	25,736

Однак ця тенденція не є сталою. Процес переходу на електронні технології та електронні носії інформації вже сьогодні визначає інформаційне обслуговування у вузівських бібліотеках. Використання цифрових баз даних доповнює і збагачує можливості інформаційного обслуговування користувачів. Саме тому академічні бібліотеки багато уваги приділяють із точки зору кількості назв і показників бюджету на придбання саме цифрових ресурсів. Так, показовою в цьому напрямі є бібліотека Нанкінського університету, яка значні зусилля спрямовує на розвиток своїх електронних колекцій, придбання мережевих баз даних та баз даних на компакт-дисках. Електронні ресурси, які вона надає своїм користувачам, охоплюють 35 тис. електронних повнотекстових журналів і періодичних видань китайською мовою, 27 тис. – іноземними мовами, 3,03 млн книг китайською і 600 тис. іноземними мовами (Wu, 2016). Нещодавно оновлена версія веб-сайту почала пропонувати пошук по базах даних цифрової бібліотеки Китаю (NDLP), Китайської національної інфраструктури знань (CNKI), базах даних Wanfang, Duxiu Academic Search. Сайт забезпечує послуги до видань, що друкуються провідними видавництвами світу, такими як Elsevier, Springer, Wiley. Інформаційні послуги також надаються користувачам мобільних телефонів.

Важливими напрямками інноваційного розвитку системи академічних бібліотек КНР є активне проектування та розбудова нових приміщень, оснащених новітньою технікою, спеціалізованим програмним забезпеченням, системою комунікацій. Станом на 2016 рік загальна площа будівництва нових корпусів університетських бібліотек Китаю становила близько 19,76 млн м<sup>2</sup>. Щорічно загальна кількість приміщень університетських бібліотек зростає на 16,87 млн м<sup>2</sup>, музеїв – на близько на 24,9 тис. м<sup>2</sup> (Adolphus, 2016). Ця тенденція зберігається і нині. За даними (Adolphus, 2016), Топ 5 будівель університетських бібліотек такий:

- бібліотека університету Сунь Ятсен – 11,7 тис. м<sup>2</sup> (площа будівлі – 10 тис. м<sup>2</sup>);



- бібліотека університету Сямень – 10,3 тис. м<sup>2</sup>;
- університет науки і техніки Хенана – 8,9 тис. м<sup>2</sup>;
- бібліотека університету Чжецзян – 8,6 тис. м<sup>2</sup>;
- бібліотека технологічного університету Далянь – 8,3 тис. м<sup>2</sup>.

Бібліотеки закладів вищої освіти працюють над створенням комфортного інформаційного середовища для користувачів із точки зору не лише змістовного наповнення своїх фондів, а передусім і зручності користування інформаційними послугами. Інтенсивний процес спорудження будівель академічних бібліотек вражає як своїми темпами, так і обсягами: загальна площа будівництва бібліотеки Пекінського університету становить 51 тис. м<sup>2</sup>, академічної бібліотеки Шанхайської Цзяо Тонг – понад 45 тис. м<sup>2</sup>, Гуанчжоу – 70 тис. м<sup>2</sup>.

Таким чином, система академічних бібліотек Китаю активно інтегрована в розвиток освітнього простору країни. Її становлення супроводжується формуванням потужної інфраструктури надання доступу до освітніх інформаційних ресурсів у межах університетських бібліотек. Діяльність бібліотек закладів вищої освіти КНР спрямована на виконання першочергових завдань, серед яких: створення комфортного інформаційного середовища для ефективного задоволення інформаційних потреб користувачів: студентів, викладачів, співробітників; формування системи освітніх ресурсів, яка охоплює фонд бібліотеки, цифрові інформаційні ресурси власної генерації, бази даних інших бібліотек та установ; створення системи ефективного інформаційного сервісу інформаційного забезпечення їхньої науково-дослідної діяльності.

Діяльність бібліотек закладів вищої освіти КНР спрямована на виконання першочергових завдань, серед яких: створення комфортного інформаційного середовища для ефективного задоволення інформаційних потреб користувачів – студентів, викладачів, співробітників; формування системи освітніх ресурсів, яка охоплює фонд бібліотеки, цифрові інформаційні ресурси власної генерації, бази даних інших бібліотек та установ; створення системи ефективного інформаційного сервісу, інформаційний супровід студентів, викладачів; інформаційне забезпечення їхньої науково-дослідної діяльності.

Академічні бібліотеки Китаю тісно співпрацюють із національною бібліотечною асоціацією Китаю, інформаційним центром документації Китайської академії наук, з якими проводять спільні наукові дослідження інноваційних технологій щодо запровадження техніко-технологічних, сервісних інновацій та розвитку бібліотечних послуг. Останнім часом ця діяльність помітно активізувалась, що зумовлено змінами парадигми стратегічного розвитку бібліотек у цифровому просторі, необхідністю опанування цифрового інструментарію фахівцями бібліотечної сфери, активним процесом створення цифрових активів наукового контенту.



## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Бруй О. М. Система стратегічного управління процесно-орієнтованою бібліотекою. *Вісн. Кн. палати*. 2015. № 1. С.14–17.
- Бібліотека ВНЗ на новому етапі розвитку соціальних комунікацій : монографія / за ред. В. О. Ільганаєвої, Т. О. Колесникової. Дніпропетровськ: Вид-во Маковецький Ю. В., 2010. 200 с.
- Воскобойнікова-Гузєва О. Стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація : монографія. Київ : Академперіодика, 2014. 362 с.
- Колесникова Т. Стратегії та завдання реалізації комунікаційних моделей діяльності бібліотек вищої школи. *Вісн. Кн. палати*. 2011. № 5. С. 23–28.
- Лобузїна К. В. Технології організації знанневих ресурсів у бібліотечно-інформаційній діяльності : монографія. Київ : НБУВ, 2012. 252 с.
- Мар'їна О. Ю. Бібліотека в цифровому просторі : монографія. Харків : ХДАК, 2017. 326 с.
- Николаєнко Н., Сосипатрова В. Вузовские библиотеки в условиях реформирования высшего образования. *Бібл. форум України*. 2008. № 3. С. 28–32.
- Ткаченко Т. П. Упровадження системи управління якістю в бібліотеках України. *Вісн. Харків. держ. акад. культури* : зб. наук. пр. Харків, 2014. Вип. 43. С. 157–165.
- Li A. Mobile Library Service in Key Chinese Academic Libraries. *The Journal of Academic Librarianship*. 2013. Vol. 39. Iss. 3. P. 223–226.
- Adolphus M. Focus on libraries in China. 2016. URL: <http://www.emeraldgroupublishing.com/librarians/management/viewpoints/china.htm?part=1> (accessed: 04.12.2019).
- In the digital age, do college libraries still need paper books? *China Youth Daily*. 2018-10-16. URL: [http://www.xinhuanet.com/local/2018-10/16/c\\_1123563087.htm](http://www.xinhuanet.com/local/2018-10/16/c_1123563087.htm) (accessed: 4.12.2019).
- Peking University Library. URL: <https://www.lib.pku.edu.cn/portal/en> (accessed: 04.12.2019).
- Wu W. B., Song H., Gao J., Zhu B., Qiang B.Z. 2016 High School Library Exhibition Overview 1. URL: <http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/20180100.pdf> (accessed: 04.12.2019).
- Nanjing University Library. URL: <https://www.nju.edu.cn/en/7d/89/c4898a163209/page.pspy> (accessed: 04.12.2019).

## REFERENCE

---

- Brui, O.M. (2015). Systema stratehichnoho upravlinnia protsesno-orientovanoi bibliotekoii [System of strategic management of process-oriented library]. *Bulletin of the Book Chamber*, 1, 14-17 [in Ukrainian].
- Ilhanaieva, V.O., & Kolesnykova, T.O. (Eds.) (2010). Biblioteka VNZ na novomu etapi rozvytku sotsialnykh komunikatsii [University library at a new stage of social communication development] [Monograph]. Dnipropetrovsk: Vydavnytstvo Makovetskyi Yu. V. [in Ukrainian].
- Voskoboinikova-Huzieva, O. (2014). *Stratehii rozvytku bibliotечно-informatsiinoi sfery Ukrainy: henezys, kontseptsii, modernizatsiia* [Strategies for development of library and information sphere of Ukraine: genesis, concepts, modernization] [Monograph]. Kyiv: Akadempriodyka, 2014 [in Ukrainian].
- Kolesnykova, T. (2011). Stratehii ta zavdannia realizatsii komunikatsiinykh modelei diialnosti bibliotek vyshchoi shkoly [Strategies and tasks of implementation of communication models of activity of higher education libraries]. *Bulletin of the Book Chamber*, 5, 23-28 [in Ukrainian].

- Lobuzina, K.V. (2012). *Tekhnolohii orhanizatsii znannievkykh resursiv u bibliotechno-informatsiinii diialnosti [Technologies for knowledge resources organization in library and information activities]* [Monograph]. Kyiv: NBUV [in Ukrainian].
- Marina, O.Yu. (2017). *Biblioteka v tsyfrovomu prostori [Library in digital space]* [Monograph]. Kharkiv: KhDAK [in Ukrainian].
- Nikolaenko, N.M., & Sosipatrova, V.I. (2008). Vuzovskie biblioteki v usloviakh reformirovaniia vysshego obrazovaniia [University libraries in the context of reforming of higher education]. *Bibliotechnyi forum Ukrainy*, 3, 28-32 [in Russian].
- Tkachenko, T.P. (2014). Uprovadzhennia systemy upravlinnia yakistiu v bibliotekakh Ukrainy. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Culture*, 43, 157-165 [in Ukrainian].
- Li, A. (2013). Mobile Library Service in Key Chinese Academic Libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, 39(3), 223-226 [in English].
- Adolphus, M. (2016). Focus on libraries in China. Retrieved from <http://www.emeraldgroupublishing.com/librarians/management/viewpoints/china.htm?part=1> [in English].
- China Youth Daily. (2018). In the digital age, do college libraries still need paper books? Retrieved from [http://www.xinhuanet.com/local/2018-10/16/c\\_1123563087.htm](http://www.xinhuanet.com/local/2018-10/16/c_1123563087.htm) [in English].
- Peking University Library. (2019). Retrieved from <https://www.lib.pku.edu.cn/portal/en> [in English].
- Wu, W.B., Song, H., Gao, J., Zhu, B., & Qiang, B.Z. (2016). High School Library Exhibition Overview 1. Retrieved from <http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/20180100.pdf> [in Chinese].
- Nanjing University Library (2019). Retrieved from <https://www.nju.edu.cn/en/7d/89/c4898a163209/page.psp> [in Chinese].

UDC 027.7-048.35(510)

**Yan Peng,**

*Postgraduate Student, Information, Library and Archive Department, Kharkiv State Academy of Culture  
(Kharkiv, Ukraine)  
e-mail: yanpeng@ukr.net*

## **THE SYSTEM OF ACADEMIC LIBRARIES OF CHINA: ORGANIZATION AND FUNCTIONING**

The strategy for development and modernization of the education system in Ukraine results in researching the subject of formation the effective infrastructure that is good at facilitating the work of higher education institutions. In this context, researching the system of academic libraries of economically developed countries, one of them is China, gives new impetus to the development and enrichment the background of libraries functioning in educational space.

The article deals with the presenting the peculiar features of formation the system of libraries of higher education institutions in the People's Republic of China and researching the ways of their functioning in digital space. The main stages in the development of universities in China and creating their information infrastructure have been analyzed. The work of the best academic libraries according to "Project 211" and "Project 985" is in focus.

It has been stated that the system of academic libraries in China is currently on the stage of powerful modernization of technical, technological and service areas. The criteria for its effectiveness have been determined. Objectives and directions of the development of the libraries of higher education institutions' work process have been analyzed. The comparative characteristics of the ratio of financial cost indices for printed and electronic resources by the leading academic libraries of the People's Republic of China have been presented.

The government decisive influence on formation and support the digital information development and education space in China has been stated. The directions of innovative development of the system of academic libraries of the People's Republic of China have been outlined. Among them are: formation of a comfortable information environment; active design and construction of new premises equipped with the latest technology and specialized software; communication establishment; formation of educational resources system in the area of creating digital assets of educational and scientific content; effective information development service and information support of research work.

**Key words:** information and education space, libraries of higher education institutions, the People's Republic of China, development and modernization of libraries, information resources.





**БІБЛІОТЕЧНО-  
ІНФОРМАЦІЙНА ОСВІТА**

**LIBRARY AND INFORMATION EDUCATION**

УДК 024+025.5]:378.016(477)  
DOI: 10.31866/2616-7654.4.2019.187821

**СТРУКТУРНА  
ТА КОГНІТИВНА  
ТРАНСФОРМАЦІЯ  
НАВЧАЛЬНОЇ  
ДИСЦИПЛІНИ  
«БІБЛІОТЕЧНО-  
ІНФОРМАЦІЙНЕ  
ОБСЛУГОВУВАННЯ»**

*Тетяна Новальська,  
завідувачка кафедри  
інформаційних технологій  
Київського національного університету  
культури і мистецтв, д-р істор. наук, професор  
(Київ, Україна)  
e-mail: novalska@meta.ua*

У статті розкрито досвід структурної та когнітивної трансформації навчальної дисципліни «Бібліотечно-інформаційне обслуговування» (БІО), що викладається для студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» в Київському національному університеті культури і мистецтв (КНУКіМ). Проаналізовано формування та змістове наповнення її в різні історичні періоди. Доведено, що в сучасних умовах стрімкого технічного і технологічного розвитку, запровадження новітніх носіїв інформації, утворення єдиного інформаційного простору тематичне та змістове наповнення курсу значно розширюється, що потребує його трансформації. Запропоновано запровадити в інваріантну частину навчального плану дисципліну «Інформаційний сервіс», в якій обслуговування розглядається як феномен культури комунікації, навігаційно-пошукова діяльність, що здійснюється в єдиній інформаційній системі. Це зумовлено також тим, що інформаційний сервіс, поряд з іншими видами обслуговування (транспортний сервіс, енергетичний, медичний, торговельний, культурно-освітній тощо) розвивається найбільш потужними темпами, він є домінуючим в умовах інформатизації суспільства. Обґрунтовано доцільність включення дисципліни «Бібліотечно-інформаційний сервіс» в інваріантну частину навчального плану та викладання її для спеціалізації «Менеджмент бібліотечно-інформаційної діяльності». При засвоєнні курсу студенти ознайомляться з особливостями організації обслуговування в різних типах бібліотек, сучасними технологіями, традиційними та інноваційними формами популяризації інформаційних ресурсів і послугбібліотек психологічними засадами обслуговування в сучасному бібліотечному середовищі.

Досягненню мети дослідження сприяла методологія соціокомунікативного підходу, принципи історизму, об'єктивності, системності, розгляду проблематики бібліотечно-інформаційного обслуговування в його діалектиці та причинно-наслідкових зв'язках.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що трансформація структурної та когнітивної складових навчальної дисципліни БІО у бібліотекознавстві не розглядалася, відповідно до формування системи загальних та фахових компетентностей, відображених у дескрипторах Національної рамки кваліфікації на першому (бакалаврському) рівні зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Доведено, що компетентності, які здобуде майбутній фахівець, сприятимуть його конкурентоспроможності на ринку праці та професійному зростанню.

**Ключові слова:** освітня дисципліна, інформаційний сервіс, бібліотечно-інформаційне обслуговування, спеціалізація, спеціальність, фахові компетентності, «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Запровадження з 1 вересня 2015 року нової комплексної спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» підготовки фахівців у галузі 02 «Культура і мистецтво», підґрунтям якої стало прийняття Закону України «Про вищу освіту» №1556 – VII – 1 від 01.07.2014 року (остання редакція 09 грудня 2015) (Про вищу освіту, 2014), постанови Кабінету Міністрів України № 226 від 29.04.2015 р. «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (Про затвердження переліку..., 2015), перехід від кваліфікаційної до компетентнісної моделі підготовки фахівців у системі вищої бібліотечної освіти в Україні, задекларований у Законі України «Про освіту» (2017р.) (Про освіту, 2017), зумовило модернізацію й удосконалення як навчальних планів та програм у цілому, так і кожної навчальної дисципліни, зокрема. Актуальним на сьогодні є оновлення їх змісту у відповідності до набуття студентами загальних і професійних компетентностей, що сприятиме конкурентоспроможності випускників на ринку праці та виробленню навичок адаптованості до реорганізаційних змін, які відбуваються у професійному середовищі.

Концепції розвитку вищої бібліотечно-інформаційної освіти, починаючи із середини 90-х років ХХ ст. і до сьогодні, активно обговорювалися на конференціях, семінарах, круглих столах, були представлені на сторінках фахових видань у роботах В. Бабича, Н. Бачинської, В. Ільганаєвої, В. Загуменної, Л. Каліберди, Н. Кушнарєнко, М. Сенченка, М. Слободяника, А. Соляник, В. Шейка, А. Шемаєвої та ін. На сучасному етапі питання підготовки фахівців для бібліотечно-інформаційної галузі актуалізуються та набувають нового звучання у зв'язку із запровадженням спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Так, про впровадження інноваційної моделі та реформування галузевої освіти йдеться у статті О. Сербіна та Т. Ярошенко (Сербін, & Ярошенко, 2015), проблеми професійного спрямування студентів за спеціальністю, суперечності у назві та невизначеності шляхів розвитку «інформаційної», «бібліотечної» та «архівної» спеціалізацій розкривають О. Матвієнко та М. Цивін (Матвієнко, & Цивін, 2017). У праці Т. Гранчак обґрунтовано аналітичний компонент підготовки бакалаврів за спеціальністю, запропоновано перелік дисциплін для підготовки фахівців за спеціалізацією «Інформаційна аналітика», які будуть сприяти формуванню компетентностей майбутнього фахівця інформаційно-аналітичних підрозділів спеціальних та національних бібліотек (Гранчак, 2017).

В одній із робіт А. Соляник доволі глибоко і всебічно проаналізувала сучасні тенденції змістової та структурної модернізації вищої бібліотечно-інформаційної освіти України в умовах реалізації освітніх реформ (Соляник, 2017), а також розкрила переваги застосування до визначення якості підготовки фахівців Дублінських дескрипторів як інноваційних критеріїв результативності набуття певних ступенів вищої освіти (Соляник, 2019).

Аналіз праць науковців галузі засвідчив, що структурна та когнітивна трансформація окремих дисциплін дотепер не розглядалась.

Метою пропонованої статті є висвітлення трансформації структурної та когнітивної складових навчальної дисципліни «Бібліотечно-інформаційне обслуговування» у відповідності до формування компетентностей на першому (бакалаврському) рівні зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».



«Бібліотечно-інформаційне обслуговування», що входить у систему бібліотечнознавчих дисциплін і пов'язане як із курсами книгознавчого та бібліографознавчого циклів, так і з такими науками, як інформатика, педагогіка, психологія, соціологія, було запроваджено в навчальні плани в перші роки формування вищої та середньо-спеціальної бібліотечної освіти, що датується 20-ми роками ХХ ст. Назва дисципліни неодноразово змінювалась, а саме: «Керівництво читанням», «Методика роботи з читачами», «Робота з читачами», «Бібліотечно-інформаційне обслуговування», поряд з якими вивчалась специфіка «Обслуговування в дитячих бібліотеках» та «Обслуговування в наукових бібліотеках». Розробку та викладання дисципліни здійснювали декілька поколінь відомих бібліотекознавців, зокрема, в Київському державному інституті культури (нині КНУКіМ) В. Пілецький, Г. Семендяєва, М. Космач, І. Тимошенко, Г. Погребняк, Т. Долбенко, Г. Ніколайко, Т. Новальська.

Із плином часу змінювалась не лише назва, значно переосмислювався та оновлювався зміст дисципліни. Так, якщо в 60–70-ті роки ХХ ст. «керівництво читанням» було покладено в основу обслуговування читачів як система бібліотечно-бібліографічної дії на зміст і характер читання, на вибір сприйняття та оцінку друкованих видань читачами з метою ідеологічного виховання радянських людей, то вже наприкінці 80-х – початку 90-тих років ХХ ст. значно модернізуються методологічні підходи до викладання під впливом суспільних перетворень, плюралізму думок, інтелектуальної свободи, відкритого доступу до інформації. Програми дисципліни трансформуються у зв'язку з новими реаліями та змінами в діяльності бібліотек.

Студенти опановували нові теми, які в попередні роки не викладались, а саме: технологія бібліотечного обслуговування, організація бібліотечного середовища, запровадження новітніх продуктів та послуг, популяризація інформаційних ресурсів, проблеми бібліотечного спілкування, реклама бібліотеки, тощо. На початку ХХІ ст. зміст курсу наповнюється новою проблематикою, пов'язаною із запровадженням новітніх інформаційних та інтернет-технологій, навігаційно-пошуковими можливостями та просторово-часовими параметрами віртуального простору, теорією інформаційних потреб та методів їх задоволення тощо.

Нині, враховуючи модернізаційні процеси в галузі, опираючись на кращий європейський досвід підготовки фахівців інформаційного профілю та у відповідності до нової комплексної спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», а також беручи до уваги традиції багаторічного досвіду викладання дисципліни «Бібліотечно-інформаційне обслуговування» на кафедрі інформаційних технологій КНУКіМ, вважаємо доцільним здійснити структурну та когнітивну трансформацію цієї дисципліни.

До переліку фундаментальних дисциплін інваріантної частини навчального плану спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» логічним є введення курсу «Інформаційний сервіс», який викладатиметься на 2 курсі в ІV семестрі. У варіативну частину навчального плану – включення дисципліни «Бібліотечно-інформаційний сервіс», яка викладатиметься на 3 курсі в V семестрі для спеціалізації «Менеджмент бібліотечно-інформаційної діяльності». Слід підкреслити, що змістовне наповнення цієї дисципліни може змінюватись у відповідності до спеціалізації. Наприклад, для архівістів може бути запропонову-

ваний «Архівний сервіс», для інформаційних аналітиків або інтернет-маркетологів – «Інтернет-обслуговування» тощо. Тут слід звернути увагу на збереження послідовності у викладенні тем, наповнення їх змісту та уникнення дублювання. Мета курсу «Інформаційний сервіс» – вивчення теоретичних засад, оволодіння практичним досвідом, здобуття навичок інформаційного обслуговування споживачів у документно-інформаційних установах у відповідності із загальними та фаховими компетентностями, підготовка майбутніх інформаційних фахівців до високоефективної професійної діяльності із задоволення інформаційних потреб користувачів.

Вивчаючи дисципліну «Інформаційний сервіс», студенти засвоюють її теоретичні основи як цілісної системи й діяльності із задоволення інформаційних потреб (ІП) користувачів за допомогою інформаційних послуг, як феномена культури і комунікації. Тут подається широке трактування інформаційного обслуговування, яке здійснюється в бібліотеках, музеях, архівах, інформаційних центрах та інших документно-інформаційних установах, діяльність яких направлена на задоволення ІП споживачів, розглядаються характерні особливості в обслуговуванні кожної установи та весь спектр послуг, які ними надаються. До такого широкого трактування інформаційного обслуговування спонукає використання новітніх інформаційних технологій і утворення єдиного інформаційного простору.

Останнім часом з'являється все більше публікацій, в яких розглядаються спільні риси в діяльності бібліотек, архівів, музеїв, можливість утворення єдиної інформаційної мережі. Вивчення цього курсу дозволяє формувати у студентів погляд на інформаційне обслуговування як цілісну систему, що включає ряд підсистем, зокрема і бібліотеку.

Теми лекцій знайомлять студентів із терміносистемою інформаційного обслуговування, законодавчою базою доступу до інформації, теорією інформаційних потреб, методами дослідження ІП, інформаційними продуктами та послугами, видовою структурою інформаційного сервісу та етичними нормами у процесі обслуговування. Теоретичні знання закріплюються на практичних заняттях.

Опановуючи знаннями терміносистеми інформаційного сервісу, студенти аналізують терміни та визначення, які подаються в ДСТУ, словниках, законах та енциклопедичних виданнях, пропонують власне тлумачення тих термінів, які на сьогодні відсутні в терміносистемі дисципліни. Відсутність цілого ряду термінів є свідченням того, що ще недостатньо розроблена теорія інформаційної діяльності, в тому числі інформаційного обслуговування. Укладання словників сприяє закріпленню знань та виробленню вміння «узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію», сприяє чіткому формулюванню думки в рамках терміносистеми, що веде до оволодіння новими науковими знаннями та фаховими компетентностями у відповідності до національної рамки кваліфікації (Соляник, 2019).

Передбачена дисципліною тема «Правове забезпечення доступу до інформації», зі свого боку, передбачає практичні завдання, спрямовані на засвоєння студентами основних правових засад, що гарантують доступ до інформації. Студенти аналізують Закони України та галузеві нормативні документи, обговорюють окремі статті, їх сутність і значення, розглядають практику застосування в діяльності інформаційних установ, розв'язують практичні кейси. «Застосовують набуті в процесі навчання знання щодо особливостей використання в практичній

діяльності законодавчих та галузевих нормативних документів», що відповідає знанням, покладеним в основу формування результатів навчання через дескриптори Національної рамки кваліфікації (Соляник, 2019, с. 69).

Результати засвоєння тем «Інформаційне обслуговування як навігаційно-пошукова діяльність», «Інформаційні продукти та послуги», «Інноваційні сервісні технології» сприятимуть розвитку уміння «узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням і використанням... ефективного використання інформаційних ресурсів, продуктів та послуг» (Соляник, 2019, с. 70).

Засвоєння теми, пов'язаної з теорією інформаційних потреб та їх вивчення, передбачає аналіз досліджень, що розкривають ІІ науковців різних галузей знань. Серед завдань – укладання програми соціологічного дослідження із застосуванням провідних методів. Одним із таких методів є опитування, уміння організовувати і проводити яке сьогодні в умовах переважання маркетингового підходу в бібліотечній діяльності набуває дедалі більшої актуальності. Саме цьому методу присвячено практичні заняття, на яких студенти, оволодіваючи відповідними методиками і технологіями, вчать укладати анкети, а згодом за укладеною анкетною здійснювати опитування різних груп споживачів інформації. Ця тема розширює знання та уміння щодо «вивчення та задоволення культурних та інформаційних потреб користувачів» відповідно до фахових компетентностей (Соляник, 2019, с. 69).

У процесі ознайомлення з видовою структурою інформаційного сервісу студенти дізнаються про різні види обслуговування – документне, фактографічне та концептографічне – і вчать розрізняти їх специфіку, на практичних заняттях набувають навички здійснювати документне обслуговування та укладати фактографічні довідки, застосовують уміння управління виробництвом.

Вивчення курсу завершується темою, пов'язаною зі знаннями етичних норм в інформаційному обслуговуванні, що серед іншого передбачає і вивчення специфіки корпоративної, професійної етики і повною мірою відповідає результату навчання, зазначеному в дескрипторі Національної рамки кваліфікації «Комунікація», а саме «організовує ділове спілкування, застосовуючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов тощо» (Соляник, 2019, с. 70).

Завершується вивчення дисципліни «Інформаційний сервіс» складанням екзамєну, на якому студенти демонструють сформованість системи загальних та фахових компетентностей.

Для поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань та розвитку компетентностей на кафедрі інформаційних технологій КНУКіМ у V семестрі студенти вивчають дисципліну «Бібліотечно-інформаційний сервіс», оволодівають знаннями та формують навички організації обслуговування в бібліотеках.

Під час лекційних та практичних занять знайомляться зі структурою та організацією обслуговування в підрозділах різних типів бібліотек (національних, публічних, дитячих, технічних тощо). Опанування дисципліною спрямоване на розвиток творчого потенціалу студентів, їх здатності вирішувати складні професійні завдання. Зокрема, знайомлячись зі структурними підрозділами бібліотек, в яких здійснюється обслуговування, студенти мають запропонувати ідеї щодо

удосконалення бібліотечного середовища, інтер'єру бібліотеки, оформлення його відповідно до тих заходів, які проводить бібліотека.

Значний обсяг годин відводиться на оволодіння знаннями та навичками, пов'язаними із впровадженням та модернізацією новітніх технологій у бібліотечному обслуговуванні, мультимедійного забезпечення інформаційної діяльності, технологій веб-дизайну та веб-маркетингу, набувають знань технологій створення і підтримки функціонування електронних бібліотек, оволодівають умінням застосовувати «сучасні методики і технології автоматизованого опрацювання інформації, формування та використання електронних інформаційних ресурсів та сервісів», що відповідає набуттю фахових компетентностей (Соляник, 2019, с. 70).

Теми, пов'язані з методикою та організацією популяризації інформаційних ресурсів і послуг бібліотек, їх рекламною діяльністю, є традиційними за формами, проте кожного року вони оновлюються відповідно до сучасних реалій та є оригінальними за змістом.

Традиційними є заняття з організації та демонстрації книжкових виставок – тут студенти вчаться презентувати книжкові виставки як в традиційній формі, так і у віртуальному середовищі. Організації та проведенню масових заходів (літературні вечори, диспути, дискусії, кіно-вечори, вікторини тощо) передують розробка сценарію масового заходу та відвідування одного із заходів, який аналізується, у бібліотеці, визначаються сильні та слабкі сторони заходу. Зазначені теми сприяють оволодінню знаннями та уміннями, які розвивають як загальні компетентності, а саме: «здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; вміння використовувати інформаційні й комунікаційні технології; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність бути критичним і самокритичним; здатність генерувати нові ідеї (креативність); здатність працювати в команді», тощо, так і фахові – залучення студентів до дискусій з актуальних проблем розвитку інформаційної, бібліотечної та архівної справи, розвиток їх комунікаційних здібностей, організація ділового спілкування, із застосуванням усної, письмової та електронної комунікації (Соляник, 2019).

Завершується вивчення курсу темами, в яких розкриваються психологічні техніки та прийоми обслуговування в бібліотечному середовищі, що сприяє набуттю комунікаційних здібностей та умінню «використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва» (Соляник, 2019, с. 70). Підсумковим контролем дисципліни є залік. Здобуті загальні та фахові компетентності студенти удосконалюють під час виробничої практики, яку проходять у V семестрі у відділах обслуговування провідних документно-інформаційних закладів.

Запровадження в навчальні плани дисципліни «Інформаційний сервіс» та «Бібліотечно-інформаційний сервіс» сприятиме розвитку компетентнісної моделі підготовки фахівців та набуттю ними системи як загальних, так і професійних знань, вмінь, навичок, які будуть визначати здатність випускника першого бакалаврського рівня успішно здійснювати професійну діяльність із обслуговування користувачів документно-інформаційних установ та його прагнення до подальшого навчання.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Гранчак Т. Дисципліни аналітичного профілю як компонент програми підготовки бакалаврів зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 117–128.
- Матвієнко О., Цивін М. Проблеми професійного спрямування за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Вісник Книжкової палати*. 2017. №11. С. 29–33.
- Про вищу освіту : Закон України від 1 лип., 2014 р. № 1556-VII. *Урядовий кур'єр*. 2014. № 146. 13 серп.
- Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квіт. 2015 р., № 266. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/law/show/266-2015-%DO%BF/> (дата звернення: 09.12.2019 р.).
- Про освіту: Закон України від 5 верес. 2017 р., № 2145-VIII. *Відомості Верховної Ради*. 2017. № 38/39. Ст. 380.
- Сербін О., Ярошенко Т. Аспекти формування та вдосконалення сучасної бібліотечної освіти. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 2. С. 12–15.
- Соляник А. Інноваційні критерії результативності ступеневої підготовки фахівців зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2019. № 3. С. 64–75.
- Соляник А. Сучасні тренди модернізації вищої бібліотечно-інформаційної освіти України. *Вісник Книжкової палати*. 2017. № 1. С. 22–26.

## REFERENCES

---

- Hranchak, T. (2017). Dystsypliny analitychnoho profilu yak komponent prohramy pidhotovky bakalavriv zi spetsialnosti "Informatsiina, bibliotечna ta arkhivna sprava" [Analytical Profile Disciplines as a component of the Bachelor's Degree Program in Information, Library and Archives]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho*, 46, 117-128 [in Ukrainian].
- Matviienko, O., & Tsyvin, M. (2017). Problemy profesiinoho spriamuvannia za spetsialnistiu "Informatsiina, bibliotечna ta arkhivna sprava" [Problems of Professional Orientation in the Specialty "Information, Library and Archival Affairs"]. *Bulletin of the Book Chamber*, 11, 29-33 [in Ukrainian].
- Pro vyshchu osvitu [On Higher Education]: Zakon Ukrainy vid 1 lypnia 2014 roku № 1556 – VII. (2014). *Uriadovi kur'ier*, 146 [in Ukrainian].
- Pro zatverdzhennia pereliku haluzei znan i spetsialnostei, za yakymy zdiisniuietsia pidhotovka zdobuvachiv vyshchoi osvity [On approval of the list of branches of knowledge and specialties by which higher education applicants are trained]: Postanova Kabinetu ministriv Ukrainy vid 29 kvitnia 2015 roku № 266. (2015). Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/law/show/266-2015-%DO%BF/> [in Ukrainian].
- Pro osvitu [On Education]: Zakon Ukrainy vid 05.09.2017r. № 2145 – VIII. (2017). *Vidomosti Verkhovnoi Rady*, 38/39 [in Ukrainian].
- Serbin, O., & Yaroshenko, T. (2015). Aspekty formuvannia ta vdoskonalennia suchasnoi bibliotечноi osvity [Aspects of formation and improvement of modern library education]. *Bulletin of the Book Chamber*, 2, 12-15 [in Ukrainian].
- Solianyuk, A. (2019). Innovatsiini kryterii rezultatyvnosti stupenevoi pidhotovky fakhivtsiv zi spetsialnosti 029 "Informatsiina, bibliotечna ta arkhivna sprava" [Innovative Criteria for the Effectiveness of the Graduate Training of Specialists in the Specialty 029 "Information,



Library and Archival Affairs"]. *Ukrainskyi zhurnal z bibliotekoznavstva ta informatsiinykh nauk*, 3, 64-75 [in Ukrainian].

Solianyuk, A. (2017). Suchasni trendy modernizatsii vyshchoi bibliotekno-informatsiinoi osvity Ukrainy [Modern trends of modernization of higher library and information education of Ukraine]. *Bulletin of the Book Chamber*, 1, 22-26 [in Ukrainian].

УДК 024+025.5]:378.016(477)

**Tetiana Novalska,**  
*the Head of the Department of Information  
Technologies at Kyiv National University of Culture  
and Arts, Dr. Hab. in Historical Sciences, Professor  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: novalska@meta.ua*

## **STRUCTURAL AND COGNITIVE TRANSFORMATION OF THE EDUCATION DISCIPLINE “LIBRARY AND INFORMATION SERVICE”**

The article describes the experience of structural and cognitive transformation of the discipline “Library and information service” (LIS), which is taught to students in frames of the specialty 029 “Information, library and archival affairs” at Kyiv National University of Culture and Arts (KNUCaA). The formation and substantive filling of it in different historical periods have been analysed. It has been proved that in the current conditions of rapid technical and technological development, new media introduction, creation of a single information space thematic and semantic content of the course is significantly expanding, which requires its transformation. It is proposed to introduce in the invariant part of the curriculum the discipline “Information service”, in which service is considered as a phenomenon of communication culture, navigation and search activities carried out in a single information system. This is also due to the fact that information service, along with other types of services (transport service, energy, medical, trade, cultural and educational, etc.) is developing at the most powerful pace, it is dominant in the conditions of informatization of society. The expediency of including the discipline “Library and Information Service” in the invariant part of the curriculum and teaching it for the specialization “Management of Library and Information Activity” is substantiated. In mastering the course, students will become acquainted with the peculiarities of service organization in different types of libraries, modern technologies, traditional and innovative forms of popularizing information resources and services of libraries with the psychological principles of service in the modern library environment.

The achievement of the goal of the study was facilitated by the methodology of the socio-communicative approach, the principles of historicism, objectivity, systematization, consideration of the problems of library and information services in its dialectics and causation.

The scientific novelty of the study is that the transformation of the structural and cognitive components of the LIS discipline in library science was not considered, in accordance with the formation of the system of general and professional competences reflected in the descriptors of the National Qualifications Framework at the first (bachelor) level in the specialty 029 case.

It has been proved that the competences that a future specialist will acquire will help to be competitive in the labour market and build professional growth.

**Key words:** discipline, information service, library and information service, specialization, speciality, professional competences, «Information, library and archival affair».





**ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ:  
ПРАКТИКА І ПЕРСПЕКТИВИ**

**INFORMATION TECHNOLOGIES:  
PRACTICE AND PERSPECTIVES**

УДК 316.774:004(477)  
DOI: 10.31866/2616-7654.4.2019.187824

## ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ТА СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МОБІЛЬНИХ СЕРВІСІВ В УКРАЇНІ

**Вікторія Бондаренко**,  
ст. наук. співроб. Національної юридичної  
бібліотеки Національної бібліотеки України  
імені В. І. Вернадського,  
канд. наук із соціальних комунікацій  
(Київ, Україна)  
e-mail: vikanbuv@ukr.net  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1617-3665>

У статті досліджено технологічні та соціокомунікаційні передумови функціонування та розвитку мобільних сервісів, які стають невід'ємною складовою сучасного суспільства. Доведено, що розвиток бездротових технологій передачі даних та збільшення швидкості передачі інформації призвів до активного використання мобільних пристроїв, інтенсивне поширення яких спостерігається протягом останніх років у всьому світі.

Виявлено, що вдосконалення мобільного зв'язку, а також зниження ціни на його використання є важливою передумовою поширення мобільних сервісів. Встановлено тенденцію до зростання попиту серед користувачів на доступ до швидкісного інтернету. Висвітлено рівень проникнення мережі інтернет в Україні та кількість активних користувачів мобільного інтернету.

Обґрунтовано, що важливою передумовою появи мобільних сервісів є швидке та постійне вдосконалення мобільних телефонів (смартфонів) та їх можливостей. Зростаюча популярність смартфонів актуалізує та стимулює розвиток мобільних сервісів, серед яких чільне місце займають мобільні застосунки. Доведено, що використання різноманітних застосунків розширює форми доступу до інформаційних ресурсів, суттєво впливає на обсяг та швидкість передачі даних, та, в свою чергу, виступає однією з умов функціонування мобільних сервісів.

Розкрито сутність та передумови формування цифрових компетентностей у контексті розвитку глобального тренду цифрової трансформації суспільства та активізації використання мобільних сервісів. Визначено роль освіти в цьому процесі. Обґрунтовано необхідність постійного розвитку цифрових компетентностей, формування цифрової культури та підтримку організації навчання ним органами державної влади як основним ініціатором і стратегом формування та реалізації людського капіталу. Доведено актуальність включення в процес формування цифрової культури бібліотечних інституцій як таких, що володіють ресурсним та іміджевим капіталом.

**Ключові слова:** мобільний інтернет, мобільні телефони, смартфони, мобільні технології, мобільні застосунки, мобільні сервіси, цифрова культура.

### ВСТУП.

Триваюче ускладнення суспільних структур і відносин, експонентне зростання інформаційних потоків, а також швидкий темп життя та прагнення підвищення продуктивності виробничих процесів, основою яких все частіше виступають сучасні цифрові та мобільні технології, висуває на перший план питання про формування нових інформаційних сервісів.

Розвиток та доступність цифрової інфраструктури, підвищення якості комунікаційних мереж у міру впровадження технологій 4G та 5G і оптоволоконних засобів передачі даних, зниження цін, зокрема, і на послуги мобільного зв'язку, розширення можливостей використання мобільних пристроїв для доступу до ін-

тернету дозволяє прогнозувати подальше поширення і розвиток цифрових технологій у світі.

Вдосконалення засобів зв'язку та комунікацій вплинуло на створення нових сервісів, зокрема побудованих на основі мобільних технологій, орієнтованих на використання в різних сферах суспільного життя. Як засвідчує практика сьогодні, – мобільні телефони стали важливим комунікаційним елементом у житті людини, крім звичайної функції мобільного зв'язку вони дають можливість скористатися доступом до інтернету, що забезпечує можливість отримання необхідної інформації, та виконують функції персонального комп'ютера «в кишені».

Питання надання послуг за допомогою мобільних технологій останні 10 років є актуальними та перебувають у полі зору наукового співтовариства, зважаючи на широту сфери застосування мобільних технологій (від економічної, політичної, наукової, освітньої до соціокомунікаційної). Так, активно аналізується історія виникнення і розвитку мобільних технологій, досліджуються особливості їх впровадження в освітній та науковий процеси. Зокрема вивчаються питання місця мобільного навчання в системі змішаного навчання, його основні складові, типи мобільного контенту, обґрунтовуються переваги мобільних застосунків як дієвого інструменту самоосвіти. Актуальним серед дослідників є вивчення питання готовності майбутніх педагогічних фахівців до використання мобільних технологій у своїй діяльності (Ткачук, 2018; Сіпій, 2017; Білоус, 2018; Бондаренко, 2018; Santos, & Vochecho, 2016).

Дослідницька увага приділяється різним аспектам використання мобільних сервісів у бізнесі та маркетингу. Зокрема фахівцями детально аналізується застосування інструментарію мобільного маркетингу в різних сферах бізнесу та шляхи підвищення впізнаваності бренду і лояльності споживачів, залучення клієнтів до комунікації та ін. (Ілляшенко, & Савченко, 2013; Юрченко, 2012; Kooser, 2019).

Останнім часом науковий інтерес науковців викликають питання, пов'язані із використанням мобільних технологій у комунікації органів державної влади та громадянського суспільства. Досліджується сучасний стан та розвиток мобільних сервісів органів влади та громадських організацій як одного із сучасних засобів комунікації, аналізуються особливості та специфіка використання мобільних застосунків як перспективного та ефективного інструменту в комунікації органів державної влади та громадянського суспільства (Бондаренко, 2019; Даник, Грищук, & Самчишин, 2015; Почепцов, 2009; Різун, 2009).

Актуальними є дослідження бібліотекознавцями використання мобільних технологій у діяльності бібліотек. Зокрема, аналізуються зміни, що відбулися в бібліотеках із поширенням мобільних технологій, вивчаються питання використання мобільних комунікацій для розвитку бібліотечних послуг, розглядається зарубіжний досвід інтеграції мобільних сервісів у бібліотечну систему обслуговування (Бондаренко, 2016; Волохін, 2005; Лесюк, 2017; Терещенко, 2015; Canuel, & Crichton, 2017; Shrivastav, 2015).

**Мета дослідження.** Незважаючи на наявну напрацьовану достатню емпіричну базу, яка стосується розвитку та впровадження мобільних технологій у суспільну практику, зокрема й бібліотечну, на окрему увагу заслуговують питання технологічних та соціокомунікаційних чинників, які безпосередньо впливають на

тенденції та специфіку впровадження мобільних сервісів і є на разі недостатньо розробленими. Висвітленню цих питань присвячена пропонована стаття.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ.**

*Здешевлення мобільного зв'язку.* Однією з передумов появи і функціонування мобільних сервісів є здешевлення мобільного зв'язку.

Закон України «Про телекомунікації» визначає мобільний зв'язок (рухомий зв'язок), як зв'язок із застосуванням радіотехнологій, під час якого кінцеве обладнання хоча б одного зі споживачів може вільно переміщуватися в межах телекомунікаційної мережі, зберігаючи єдиний унікальний ідентифікаційний номер мобільної станції (Про телекомунікації..., 2004).

16 червня 1993 р. вважається датою, коли в Україні було запроваджено мобільний зв'язок і здійснено перший дзвінок із мобільного телефону. Першою компанією на ринку мобільного зв'язку стала компанія «УМС» (Ukrainian Mobile Communications – Український мобільний зв'язок, тепер – «Vodafone Україна») (Мобільний зв'язок в Україні, 2019b).

Варто відзначити, що мобільний зв'язок до початку 2000-х років був малопоширеним, що було пов'язано з його високою ціною. Підключення до мережі коштувало близько 800 дол. (середня заробітна плата на той час становила близько 25–30 дол.), високими були і тарифи: в 1993 році – 1–1,5 дол. за хвилину вихідних дзвінків і 50 центів – за хвилину вхідних (плюс абонентська плата близько 150 дол. на місяць). Таким чином, враховуючи фінансовий стан тогочасного суспільства, на кінець 1993 р. налічувалося близько 2,8 тис. абонентів, що становило 0,01 % від кількості населення країни (Мацула, 2016).

Зі зростанням конкуренції на ринку надання послуг мобільного зв'язку розпочалося систематичне зниження тарифів. З'явилися тарифи з посеkundною тарифікацією з початку розмови та було скасовано плату за вхідні дзвінки (до цього оператори відразу списували з рахунку гроші за перші дві-три хвилини).

Зниження вартості послуг призвело до швидкого збільшення кількості абонентів, – з 2,8 тис. у 1993 р. до 6,5 млн у 2002 р. (Мацула, 2016), а станом на 1 січня 2019 р. кількість абонентів мобільного зв'язку в Україні становила 53,934 млн осіб (В Україні скоротилася кількість..., 2019). Таким чином, за 26 років існування мобільного зв'язку на ринку України кількість абонентів збільшилась у 18 тис. разів.

Сьогодні мобільний зв'язок відносно недорогий, вартість тарифів становить від 90 грн на 4 тижні, окрім безлімітних дзвінків в мережі абоненти отримують додаткові послуги: 4G та хвилини на інших операторів (Тарифи, 2019).

Приріст абонентів мобільного зв'язку нерозривно пов'язаний із впровадженням нових покращених стандартів зв'язку (3G, 4G). Так, станом на 2015 р., більшість абонентів в Україні обслуговувалися стандартом GSM, що належить до другого покоління мобільного зв'язку (2G). На той час Україна була чи не єдиною у Європі країною, у якій не був повноцінно запущений зв'язок третього покоління. З 2016 р. розпочалося впровадження стандарту зв'язку – UMTS (3G), кількість користувачів якого сягнула 15 млн абонентів (приблизно четверта частина від загальної кількості). 3G-мережі операторів охоплювали територію, на якій проживали понад 40 % населення країни (Мобільний зв'язок в Україні, 2019b).

Із 2018 р. в Україні стартував запуск 4G зв'язку в діапазоні 1800 МГц – це наступне четверте покоління мобільного зв'язку. Його головні переваги порівняно із 3G – це швидкість передачі даних та потужність мережі. Відповідно до специфікації Міжнародного союзу електровз'язку, мінімальна швидкість передачі даних у мережі четвертого покоління становить 100 Мбіт/с, а максимальна може сягати 1 Гбіт/с. Такою є швидкість стабільного інтернету через Wi-Fi. Тим часом максимальна швидкість 3G – всього 42 Мбіт/с. Для прикладу, якщо у мережі 3G музичний трек буде завантажуватись 10 секунд, то у 4G – 1 секунду, відео у HD-форматі завантажиться миттєво, а в 3G – потрібно буде чекати від 1 до 5 хвилин (Нова ера мобільного інтернету..., 2018).

Охоплення аудиторії зв'язком третього і четвертого поколінь в Україні на початок 2019 року становило, за даними НКРЗІ, з 32 млн активних карток мобільного зв'язку з 21 млн здійснювався вихід в інтернет стандарту 3G, а майже з 9 млн карток – стандарту 4G (Звіт про роботу Національної комісії..., 2019).

За оцінками експертів, впровадження в Україні зв'язку 3G відбулося приблизно із десятирічним запізненням, а четверте покоління мобільного інтернету «затрималося» в середньому на п'ять років у порівнянні з рештою технологізованого світу. Втім, навіть такий «наздоганяючий» розвиток мобільного зв'язку є важливою передумовою поширення мобільних сервісів. Зниження цін на послуги мобільного зв'язку призвело до збільшення користувачів, що своєю чергою поряд із вдосконаленням рівня зв'язку до 4 G стимулювало розвиток мобільних сервісів.

**Збільшення покриття мобільного інтернету та його економічна/фінансова доступність.** Із появою третього і четвертого поколінь мобільного зв'язку в Україні суттєво збільшилась кількість користувачів мобільного інтернету. Кількість регулярних інтернет-користувачів станом на кінець III кварталу 2019 р. зросла на 7 % – до 22,96 мільйонів. Про це свідчать результати дослідження, яке провела дослідницька компанія Factum Group на замовлення Інтернет-асоціації України. Зазначається, що частка користувачів мобільного інтернету становить 71 % (22,96 млн), 65 % мають інтернет вдома. У містах із населенням понад 100 тис. жителів до кінця вересня 2019 р. інтернет-проникнення зросло із 71 % до 74 %, у населених пунктах із населенням менше 100 тис. жителів – із 53 % до 70 %, а у селах – з 53 % до 58 % (Кількість користувачів інтернетом..., 2019).

Фахівці звертають увагу на вирівнювання структури інтернет-користувачів відповідно до структури населення. На сьогодні цей процес вже фактично завершений за гендерною ознакою, і триває за іншими показниками: регіональному, професійному, освітньому, рівню доходів, віковому.

За даними Інтернет-асоціації України, майже все населення України віком до 35 років є інтернет-користувачами. Найактивнішими в інтернеті є українці віком від 15 до 24 років – серед них частка користувачів інтернетом становить 97 %, люди від 25 до 34 років – 96 %, користувачів віком від 65 років – 29 % (2018 р. було лише 14 %) (Дослідження інтернет-аудиторії..., 2019).

Для розвитку мобільних сервісів актуальним є дослідження тих видів контенту, який користувачі мобільного інтернету споживають найактивніше. Такі дослідження регулярно проводяться операторами мобільного зв'язку. Так, згідно з даними мобільного оператора «lifecell» стосовно їхніх абонентів, найчастіше

мобільний інтернет співвітчизники вмикають для користування відеоконтентом (36 %), різними застосунками (33 %) та соцмережами (26 %) (Шаповал, 2019).

При цьому експерти вказують на прямий вплив споживання мобільного інтернету на «стимулювання» бізнесу шляхом створення нових потреб. Як приклад, експерти наводять сервіс «банк у мобільному» «Monobank», який, на їх переконання, не міг би з'явитися на мережах другого покоління. Ще один приклад впливу 3G та активного використання мобільного інтернету – це поява у країні міжнародного мобільного сервісу замовлення таксі Uber і сервісу з доставки Glovo. Мобільні оператори почали розширювати асортимент своїх послуг, надаючи, окрім послуг зв'язку, доступ до власного розважального та соціокультурного контенту (Шаповал, 2019).

Швидкісний інтернет затребуваний і в бізнес-процесах, оскільки підвищує їх ефективність. Згідно з дослідженням Міжнародного союзу зв'язку, зростання площі покриття мобільним інтернетом на 10 % збільшує ВВП на душу населення на 0,27–1,38 %, що відбувається саме за рахунок збільшення ефективності бізнесу (Шаповал, 2019).

Впровадження в Україні зв'язку стандарту 4G стимулювало розвиток «інтернету речей» – концепція мережі, що складається із взаємозв'язаних фізичних пристроїв, які мають вбудовані передавачі, а також програмне забезпечення, що дозволяє здійснювати передачу і обмін даними між фізичним світом і комп'ютерними системами за допомогою використання стандартних протоколів зв'язку (Назаровець, & Кулик).

Істотним чинником зростання інтернет-аудиторії та інтернет-споживачів в Україні є прийнятна ціна тарифного плану. Як свідчать результати дослідження провайдера Cable.co.uk, який аналізує доступність інтернету в 230 країнах світу, мобільний інтернет в Україні є найдешевшим у Європі та 4-м за доступністю в світі (Worldwide Broadband Pricing..., 2019). Дослідження проводилося у жовтні-листопаді 2018 р. та охопило понад 6 тис. тарифних планів по всьому світу. В результаті було встановлено, що серед європейських країн в Україні найнижчі ціни на мобільний інтернет.

Отже, в світі та Україні зростає попит на доступ до швидкісного інтернету. Змінюються потреби суспільства – все частіше використання мобільних цифрових пристроїв, навчання за їх допомогою та взаємодія із державними установами, використання різноманітних застосунків кардинально впливає на зростання показників обсягу та швидкості передачі даних та, в свою чергу, виступає однією з передумов функціонування мобільних сервісів.

**Підвищення рівня цифрової грамотності/компетентності.** Важливою передумовою функціонування, поширення та використання мобільних сервісів є зростання рівня культури користування інформаційно-комунікаційними технологіями в суспільстві. Експерти звертають увагу на те, що на сьогодні просто користуватися смартфоном чи ноутбуком і мати доступ до інтернету – ще не означає володіти «цифровою» грамотністю/компетентністю. Саме здатність ефективно та безпечно використовувати сучасні цифрові технології в роботі та навчанні, у професійному та особистісному розвитку становить «цифрову» грамотність. Беручи до уваги утворення єдиного інформаційного простору і використання технічних



пристроїв, актуалізується питання підвищення рівня «цифрової» грамотності фахівців різних сфер суспільної діяльності.

Під «цифровою» грамотністю/компетентністю розуміємо наявність сукупності знань, здібностей, особливостей характеру і поведінки, які необхідні для того, щоб людина могла використовувати інформаційно-комунікаційні та цифрові технології для досягнення цілей у своєму особистому або професійному житті. Компетентність у сфері цифрових технологій повинна сприйматися не лише як знання, що мають відношення до технічних аспектів, а і як знання, більшою мірою зосереджені на когнітивних, соціальних та емоційних аспектах роботи і життя в цифровому середовищі. Цифрова компетентність – багатогранний еволюціонуючий процес, що постійно змінюється при появі нових технологій (Куйбіда, Петроє, Федулова, & Андрощук, 2019).

Варто відзначити, що в ЄС «цифрова» грамотність (або «цифрова» компетентність) визнана однією з 8 ключових компетентностей для повноцінного життя та діяльності. Зокрема, в оновленому фреймворку «Digital Competence Framework 2.0» визначено п'ять основних блоків компетентностей, серед яких:

– *інформаційна грамотність та грамотність щодо роботи з даними* (вміння шукати, фільтрувати, оцінювати, використовувати дані, інформацію та цифровий контент);

– *комунікація та взаємодія* (вміння спілкуватися, ділитися інформацією, взаємодіяти, контактувати із суспільством, користуватися державними та приватними послугами завдяки використанню цифрових технологій; знання «нетикету» (від англ. network та etiquette), тобто володіння правилами поведінки та етикету в цифровому середовищі; управління цифровою ідентичністю, тобто вміння створювати та управляти аккаунтами);

– *цифровий контент* (створення цифрового контенту; вміння його змінювати, покращувати, використовувати задля створення нового контенту; обізнаність щодо авторських прав та політики ліцензування відносно даних, інформації та цифрового контенту; програмування, тобто вміння писати програмний код);

– *безпека* (вміння захистити пристрої та контент, знання заходів безпеки, розуміння ризиків та загроз; захист персональних даних та приватності; охорона здоров'я, тобто знання та навички для збереження свого здоров'я та інших із точки зору як екології використання цифрових технологій, так і ризиків, загроз безпеці громадян; захист навколишнього середовища, тобто розуміння впливу цифрових технологій на екологію, навколишнє середовище, з точки зору їх утилізації, а також їх використання, що може нанести шкоду, наприклад, об'єктам критичної інфраструктури і т.д.);

– *вирішення проблем* (вміння вирішувати технічні проблеми, що виникають із комп'ютерною технікою, програмним забезпеченням, мережами і т.д.; вміння визначати потреби та знаходити відповідні технічні рішення, або адаптувати цифрові технології відповідно до власних потреб; креативне використання, або вміння завдяки цифровим технологіям створювати знання, процеси та продукти, індивідуально або колективно, з метою вирішення повсякденних життєвих та професійних проблем і т.д.; вміння самостійно визначати потребу в отриманні додаткових нових цифрових навичок (The Digital Competence Framework 2.0, 2019).



На сьогодні експерти констатують хаотичність та «клаптиковість» розвитку вітчизняної сфери «цифрових» навичок та компетентностей. Особливо звертається увага на відрив у навчанні «цифрових» навичок та компетентностей від академічної освіти. Застарілі методики викладання, відсутність навчальних стандартів, підготовлених викладачів, а також недоступність цифрових технологій для навчального процесу призвели до надзвичайно низького рівня цифрової грамотності в усіх наявних сегментах державної системи освіти (дошкільної, початкової, середньої, вищої). Зустрічаються лише поодинокі винятки. Фахівці констатують, що найбільш масова та розгалужена формальна система освіти не задовольняє потреби ринку праці, виявляється нездатною формувати якісні трудові ресурси, не працює на автономний добробут громадян, суттєво зменшує їх можливості працевлаштування, капіталізації, тобто у цілому – програє економіка та країна взагалі. Щодо комерційного сегмента (так званої неформальної освіти) ситуація краща, там використовуються сучасніші методики, а технічне забезпечення та мотиваційна складова у викладачів набагато вища (Цифрова адженда України..., 2016).

Попри невтішні висновки експертів щодо навчання «цифрових» навичок та компетентностей у закладах освіти в Україні, сприяння підвищенню цифрової грамотності на державному та місцевих рівнях ведеться ще з початку 2000-х років. Україна приєднується до міжнародних програм із підвищення рівня комп'ютерних компетентностей, запроваджує соціально-орієнтовані програми, спрямовані на поширення комп'ютерних компетентностей серед людей різних вікових категорій.

Так, із 2003 р. Україна є партнером Фонду «Європейські комп'ютерні права» (ECDL, The European Computer Driving Licence). Під егідою фонду розроблено дві спеціальні програми – EqualSkills та e-Citizen, безкоштовні й відкриті для людей, незалежно від статусу, освіти, здібностей чи віку, покликані допомогти позбутися страху перед комп'ютерною технікою, прищепити базові навички використання ПК і мережі інтернет, ефективно використовувати інтернет для спілкування з окремими людьми та групами, знаходити інформацію про товари і послуги, отримувати доступ до онлайн-послуг державних відомств і організацій та заповнювати декларації, а також мотивувати учасників для подальшого вдосконалення набутих умінь та ін. (Миськевич, 2015).

Вітчизняні соціально-орієнтовані програми, які спрямовані на популяризацію цифрових компетентностей, підтримуються через мережу громадських організацій та навчальних центрів, що пропонують освітні послуги. Активно долучились до процесу і бібліотечні заклади країни, які стають платформою для надання нового формату бібліотечних послуг.

Українська бібліотечна асоціація (УБА), здійснюючи активну адвокаційну роботу, проводить зустрічі та налагоджує контакти з різними міністерствами. Зокрема учасником щорічної звітної конференції УБА, яка відбулася 21-22 листопада 2019 року, – «Інша бібліотека – вийти за межі» стала заступниця міністра цифрової трансформації України В. Іонан, яка презентувала концепцію національної онлайн-платформи з цифрової грамотності та плани реалізації проекту, в рамках якого передбачається за три роки навчити цифровим технологіям 6 млн українців віком від 30 років до 60+ з охопленням різних верств населення: пенсіонерів, підприємців, молоді, батьків тощо. Міністерство пропонує реалізувати

проект через діяльність офлайн-хабів та партнерської мережі навчання, до якої планується залучити й бібліотеки та використати їхні можливості. Міністерство розраховує на підтримку бібліотек із розповсюдження та популяризації інформації про важливість цифрової грамотності та в питаннях надання доступу до національної онлайн-платформи з цифрової грамотності (Інша бібліотека..., 2019).

Свою чергою експерти виокремлюють такі головні рушійні сили, що зумовлюють необхідність розвивати цифрові знання в майбутньому: зростаюча глобалізація; подовження тривалості людського життя; автоматизація робочих місць; швидке поширення датчиків і обчислювальних потужностей; засоби комунікації і засоби масової інформації з використанням ІКТ; безпрецедентна реорганізація роботи завдяки новим технологіям і соціальним медіа, які значно розширюють можливості співпраці (Куйбіда, Петроє, Федулова, & Андрощук, 2019).

Згідно з прогнозами (які вже сьогодні реально втілюються в практичній площині), людство має бути готовим до існування в режимі «soft skills» («гнучкі навички» – комплекс неспеціалізованих надпрофесійних навичок, які відповідають за успішну участь у робочому процесі і високу продуктивність. Такі навички інколи називають навичками XXI ст. і відносять до них креативність, колаборативність, критичне мислення, когнітивну гнучкість) і «digital skills» (основи програмування, комп'ютерної грамотності). Тому при формуванні людського капіталу необхідно інвестувати в розвиток гнучких навичок співробітників (Davies, Fidler, & Gorbis, 2011).

Про забезпечення набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок («soft skills») йдеться і в методичних рекомендаціях для експертів Національного агентства щодо застосування критеріїв оцінювання якості освітніх програм.

Зокрема в методичних рекомендаціях наголошується, що так звані соціальні навички («універсальні навички», «навички успішності» чи «гнучкі навички») дозволяють випускникам ЗВО бути успішними на своєму робочому місці. До «soft skills» зараховують навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння полагоджувати конфлікти, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміння важливості дедлайнів, здатність логічно і системно мислити, креативність та інше. Зазначається, що ЗВО повинен мати свою політику стосовно розвитку таких навичок у своїх здобувачів та викладачів (через систему професійного розвитку/підвищення кваліфікації). Ця політика також зумовлює співпрацю з працедавцями та випускниками, впливає на репутаційний капітал ЗВО (Методичні рекомендації..., 2019).

Згідно з експертними оцінками, до 2030 р. від 75 до 375 млн працівників, які складають від 3 до 14 % світової робочої сили, будуть змушені змінити свою професію. Стає актуальним мислити не стільки з позиції робочих місць, скільки з точки зору навичок і пристосовувати ці навички до потреб ринку праці. Крім того, оскільки технології розвиваються з безпрецедентною швидкістю, програми навчання цифровим навичкам повинні постійно оновлюватися, щоб забезпечити найбільш важливі професійні навички для дорослих учнів. Традиційні громадські центри, наприклад бібліотеки, можуть забезпечувати навчання новим навчальним програмам членів общини. Наприклад, у рамках Національної стратегії безперервного навчання (2014–2020 рр.) у Болгарії бібліотеки забезпечують навчання цифровим навичкам різних соціальних груп. У Польщі Управління електронних

комунікацій організовує курси кодування для посилення формування творчого і аналітичного мислення (Куйбіда, Петроє, Федулова, & Андрощук, 2019).

Активну позицію щодо питання популяризації цифрової грамотності займає Українська бібліотечна асоціація, яка пропагує ідеї професійного розвитку та ініціативності як бібліотекарів, так і користувачів. Так, на сьогодні, у головному тренінговому центрі УБА, серед інших, розроблено навчальні програми підвищення кваліфікації бібліотечних працівників за такими проблематиками: «Основи комп'ютерної грамотності. Основи роботи в інтернеті для бібліотечних працівників»; «Нова бібліотечна послуга: використання інформаційних технологій та інтернету в бібліотеці» (Про ГТЦ, 2019).

Отже, зважаючи, що розвиток цифрового середовища та глобальної мережі охоплює практично всі сфери життя, на сьогодні орієнтиром, зокрема, у працевлаштуванні є володіння людиною цифровими навичками, які дають можливість швидко та ефективно виконувати поставлені завдання, бути успішною та використовувати потенційні можливості. Тому особливого значення в системі освіти набуває питання забезпечення навчального процесу відповідними навчально-методичними засобами та навчальними програмами, щоб школа, університет, викладач і система підвищення кваліфікації викладачів відповідали сучасним глобальним і національним викликам й надавала сучасну підтримку у сфері цифрових технологій, розвивала та формувала сучасні цифрові компетентності (Куйбіда, Петроє, Федулова, & Андрощук, 2019). Актуальним є й залучення до організації навчання цифрових компетентностей бібліотечних установ як таких, що володіють ресурсним та іміджевим капіталом.

**Поява смартфонів та їх здешевлення.** Важливою передумовою появи мобільних сервісів є швидке та постійне вдосконалення мобільних телефонів та їх можливостей. Із моменту появи першого мобільного телефону ці комунікаційні пристрої постійно модернізуються і оновлюються додатковими функціями. Так, із часом з'явилися калькулятор, будильник, секундомір, годинник, календар та інші прості, але необхідні функції телефона.

Важлива відмінність сучасного смартфона від мобільного телефона – наявність «розумної» операційної системи, яка є відкритою для розробників, тоді як операційна система звичайних мобільних телефонів – закрита.

Смартфон (з англ. smart – розумний, і англ. phone – телефон) – це різновид стільникових телефонів, який відрізняється більшим обсягом оперативної пам'яті і наявністю таких від початку не пов'язаних із телефонами характеристик і функцій, як вбудований процесор, операційна система, можливість завантаження програмних застосунків.

Першим смартфоном експертами прийнято вважати появу на початку 1990-х років телефона IBM Simon вагою понад один кілограм та ціною близько 1000 дол. Особливістю цього мобільного пристрою порівняно з мобільними телефонами була наявність таких функцій, як: органайзер, можливість отримувати і відправляти факсимільні повідомлення, електронна пошта, а також кілька ігор. Управління смартфоном здійснювалося без клавіш, за допомогою сенсорного екрана.

2001 р. можна вважати роком сплеску розвитку виробництва і популярності нових мобільних гаджетів – смартфонів. Смартфони стали виробляти всі відомі бренди мобільної техніки.

Згідно з даними дослідження компанії Research & Branding Group, із 2011 р. до початку 2019 р. кількість власників смартфонів в Україні зростає із 7 % до 55 %. Згідно з опитуванням, серед молоді до 30 років смартфонами володіють 92 %, а серед людей, старших за 60 років, – тільки 12 %. Серед міських жителів володіють смартфонами 58 %, а серед сільських – трохи менше половини – 48 %. Серед користувачів соцмереж мають смартфони 88 %.

Отже, наявність або відсутність смартфона в українців обумовлюється сьогодні переважно віком і практикою користування соцмережами. Значно менше наявність смартфона залежить від місцевості проживання і практично не залежить від статі, відзначили в Research & Branding Group (Жалахов, 2019).

На сьогодні смартфон, забезпечуючи доступ до мережі інтернет, комунікації та розваг, перетворюється на центр «цифрового життя». Таку тезу підтверджують результати дослідження, проведеного дослідницькою компанією Factum Group на замовлення Інтернет-асоціації України. Так, однією з причин зростання кількості інтернет-користувачів визначається «смартфонізація» населення. За даними компанії, на сьогодні 22 % користувачів заходять в інтернет виключно за допомогою смартфонів. Для значної частини нових користувачів смартфон у 2019 р. став першим і єдиним пристроєм для доступу до мережі (В Україні майже 23 млн..., 2019).

Така постійно зростаюча популярність смартфонів актуалізує та стимулює розвиток мобільних сервісів, серед яких чільне місце посідають мобільні застосунки.

**Поява мобільних застосунків.** Одним із чинників активізації користувачами застосування мобільних пристроїв стала розробка нового виду програмно-технологічного сервісу – мобільних застосунків, під якими розуміємо програмне забезпечення, призначене для роботи на смартфонах, планшетах та інших мобільних пристроях.

Поява мобільних застосунків суттєво вплинула та розширила форми доступу до сервісних послуг. Точкою відліку використання мобільних застосунків можна вважати 2008 р., що пов'язано із появою платформ для їх поширення (так званих магазинів застосунків). За 11 років даний програмно-технологічний сервіс кардинально змінився. Вдосконалення операційних систем мобільних пристроїв дозволило суттєво розширити функціональні можливості мобільних застосунків. Так, якщо на початку сервіс використовувався для швидкої перевірки електронної пошти, доступу до контактів календаря, то на сьогодні високий попит призвів до розширення функціональності: від ігор та сервісів саморозвитку/самоосвіти, до офісних програм та фітнес-трекерів.

Популярність мобільних застосунків серед користувачів підтверджується статистичними даними кількості завантажень, які представлені у звіті бази даних статистики «Statista». Зокрема відзначається, що в 2018 р. користувачі мобільних пристроїв завантажили 194 млрд мобільних застосунків на свої підключені пристрої порівняно з 143,7 млрд завантаженнями застосунків у 2016 р. (Clement, 2019).

Враховуючи актуальність даного виду сервісу, на часі є складання рейтингів застосунків. Так, компанія Google щорічно надає інформацію про перелік найкра-

щих застосунків у магазині застосунків Play Market. У 2018 р. компанією були відзначені застосунки в таких номінаціях, як «Найкращий застосунок для розваг», «Найкращий застосунок для саморозвитку», «Найкращий новий застосунок» та ін. (Best Apps of 2018, 2019).

Більш предметна увага питанню використання мобільних застосунків у різних сферах життєдіяльності суспільства, в тому числі бібліотечної, приділяється в попередніх роботах автора (Бондаренко, 2019, 2017а, 2017b, 2016).

**Переорієнтування користувачів на мобільні пристрої.** Розвиток бездротових технологій передачі даних та збільшення швидкості передачі інформації призвели до активного використання мобільних пристроїв, інтенсивне поширення яких спостерігається протягом останніх років у всьому світі. Збільшилась не тільки кількість користувачів мобільних пристроїв, а й посилилась взаємодія між ними у різноманітних повсякденних справах, чи то перегляд відео, покупки або просто доступ до мережі інтернет. Враховуючи специфіку сучасного способу життя, для якого багатозадачність – це норма, мобільні пристрої підкреслюють цінність та значущість таких безперервних взаємодій, причому кожна точка взаємодії представляє собою потенційну можливість зрозуміти користувацькі мотиви, потреби і бажання.

Доступність смартфонів, планшетів, електронних рідерів, розумних годинників і, в перспективі, розумних окулярів, сприяє їх швидкому поширенню та впливає на якість життя людини.

Користувачі переорієнтуються на мобільні пристрої через їх зручність та можливість завжди залишатись «на зв'язку», бути в інформаційному потоці. В цьому контексті простежується тісний взаємозв'язок між мобільними технологіями та технологіями Веб 4.0.

До ознак Веб 4.0 (або семіотичного вебу) фахівці відносять: «повсюдність» (ubiquity) – доступність технологій Веб 4.0 у будь-який час і в будь-якому місці; «ідентичність» (identity) – надання користувачам наборів персоналізованих послуг; «зв'язок» (connection) – пов'язаність користувачів з іншими користувачами (Назаровець, & Кулик). Такими ознаками можна охарактеризувати і мобільні технології, які функціонують за допомогою мобільних пристроїв.

Таким чином, переорієнтування користувачів на мобільні пристрої відбувається під впливом таких факторів, як: фінансова доступність та постійне функціональне вдосконалення мобільних пристроїв; можливість використовувати мобільний пристрій у зручний час та в будь-якому місці; фінансова доступність та розширення покриття мережі інтернет.

Свою чергою переорієнтування користувачів на мобільні пристрої актуалізує впровадження та вдосконалення мобільних сервісів, як важливих комунікаційних елементів.

## **ВИСНОВКИ.**

Отже, за результатами проведеного дослідження, до технологічних та соціокомунікаційних передумов, які вплинули на широке впровадження в суспільну практику та розвиток мобільних сервісів, варто віднести:

- розвиток та здешевлення мобільного зв'язку;



- збільшення покриття мобільного інтернету та його економічну/фінансову доступність;
  - підвищення рівня цифрової грамотності;
  - появу смартфонів та їх здешевлення;
  - появу мобільних застосунків як нового програмно-технологічного продукту;
- переорієнтування користувачів на мобільні пристрої.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Білоус В. Мобільні навчальні додатки в сучасній освіті. *Освітологічний дискурс*. 2018. № 1/2 (20/21). С. 353–362.
- Бондаренко В. Мобільні додатки в бібліотечній практиці: зарубіжний досвід та вітчизняні реалії. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 382–407.
- Бондаренко В. Мобільні застосунки як засіб комунікації в суспільстві знань: освітній аспект. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017b. Вип. 48. С. 809–828.
- Бондаренко В. Мобільні застосунки як інструмент комунікації органів державної влади та громадянського суспільства. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 52. С. 373–395.
- Бондаренко В. Мобільні застосунки як інструмент самоосвіти в середовищі покоління Z. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2018. Вип. 1. С. 86–98.
- Бондаренко В. Мобільні застосунки як інструмент у соціокультурних комунікаціях: можливості адаптації в діяльності наукових бібліотек. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017a. Вип. 46. С. 426–444.
- В Україні майже 23 млн інтернет-користувачів – дослідження. *Кореспондент* : веб-сайт. 11.10.2019. URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4148879-v-ukraini-maizhe-23-mln-internet-korystuvachiv-doslidzhennia> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- В Україні скоротилася кількість абонентів мобільного зв'язку. *РБК Україна* : веб-сайт. 19.02.2019. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraine-sokratilos-kolichestvo-abonentov-1550582102.html> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Волохін О. М. Мобільні технології сучасної бібліотеки: новий сервіс, практичний досвід, перспективи. *Асоціація Інформатіо-Консорціум* : сайт. 2005. URL: <http://www.informatio.org.ua/DOCUMENTS/i2005/reports/Volokhin.pdf> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Даник Ю., Гришук Р., Самчишин О. Мобільні соціальні інтернет-сервіси як один із різновидів масової комунікації на сучасному етапі. *Безпека інформації*. 2015. Т. 21, вип. 1. С. 16–20. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/bezin\\_2015\\_21\\_1\\_4.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/bezin_2015_21_1_4.pdf) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Дослідження інтернет-аудиторії. *Інтернет Асоціація України* : веб-сайт. 2019. URL: <https://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytoriyi> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Жахалов Я. Кто в Украине чаще всего пользуется смартфоном: статистика. *Tech.Informator* : веб-сайт. 01.04.2019. URL: <https://tech.informator.ua/2019/04/01/kto-v-ukraine-chashhe-vsego-polzuetsya-smartfonom-statistika/> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2018 рік. Київ, 2019. 72 с. URL: [https://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1684/Zvit\\_za\\_2018\\_29032019\\_new.pdf](https://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1684/Zvit_za_2018_29032019_new.pdf) (дата звернення: 06.12.2019 р.).

- Ілляшенко Н. С., Савченко О. С. Розроблення програми просування мобільних технологій на в2в ринку. *Ефективна економіка*. 2013. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2162> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Інша бібліотека – вийти за межі: щорічна конференція ВГО Українська бібліотечна асоціація (01.12.2019). *Українська бібліотечна асоціація* : веб-сайт. URL: <https://ula.org.ua/news/4441-insha-biblioteka-vuyty-za-mezhi-shchorichna-konferentsiia-vho-ukrainska-bibliotечna-asotsiatsiia> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Кількість користувачів інтернетом в Україні виросла на 7 % – дослідження. *Економічна правда* : веб-сайт. 11.10.2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/10/11/652498/> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Куйбіда В. С., Петрос О. М., Федулова Л. І., Андрощук Г. О. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу : аналіт. зап. Київ : НАДУ, 2019. 28 с. URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/90a7d5c8-d10a-4f8f-8987-4d1077fdc8f6.pdf> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Лесюк О. В. Мобільні технології і сучасні інформаційні послуги у бібліотеках ВНЗ України. *Вісник Книжкової палати*. 2017. №12. С.43–48.
- Мацула Ю. 1993 – рік, коли в Україну прийшов мобільний зв'язок. *24 канал* : веб-сайт. 01.08.2016. URL: [https://24tv.ua/ru/1993\\_god\\_kogda\\_v\\_ukrainu\\_prishla\\_mobilnaja\\_svjaz\\_n710759](https://24tv.ua/ru/1993_god_kogda_v_ukrainu_prishla_mobilnaja_svjaz_n710759) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Методичні рекомендації для експертів Національного агентства щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми. 2019. URL: [https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/09/Методичні-рекомендації\\_для-експертів.pdf](https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/09/Методичні-рекомендації_для-експертів.pdf) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Миськевич Т. Подолання інформаційної нерівності як необхідна передумова розвитку інформаційного суспільства в Україні. *Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ*: веб-сайт. 2015. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1898:podolannya-informatsijnoi-nerivnosti-3&catid=71&Itemid=382](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1898:podolannya-informatsijnoi-nerivnosti-3&catid=71&Itemid=382) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Мобільний зв'язок в Україні. *Вікіпедія. Вільна енциклопедія* : веб-сайт. 2019а. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Мобільний\\_зв'язок\\_в\\_Україні](https://uk.wikipedia.org/wiki/Мобільний_зв'язок_в_Україні) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Мобільний зв'язок в Україні. *Електронна бібліотека України*. 2019б. URL: <https://uateka.com/uk/article/society/1227> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Назаровець С., Кулик Є. Бібліотека 4.0: технології та сервіси майбутнього. *Бібліотечний вісник*. 2017. № 5. С. 3-14. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv\\_2017\\_5\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2017_5_3) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Нова ера мобільного інтернету: що треба знати про 4G. Інфографіка. *Kurs* : веб-сайт. Центр громадського моніторингу та контролю. 10.04.2018. URL: [https://kurs.if.ua/articles/pova\\_era\\_mobilnogo\\_internetu\\_shcho\\_treba\\_znaty\\_pro\\_4g\\_64688.html/](https://kurs.if.ua/articles/pova_era_mobilnogo_internetu_shcho_treba_znaty_pro_4g_64688.html/) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Почепцов Г. Нові вимоги до комунікацій влади з населенням. *Запровадження комунікацій у суспільстві* / за заг. ред. Н. К. Дніпренко, В. В. Різуна. Київ, 2009. С. 20–23.
- Про ГТЦ. *Українська бібліотечна асоціація* : веб-сайт. 2019. URL: <https://ula.org.ua/golovniyu-treningoviyu-centr/pro-gtc>. (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Про телекомунікації : Закон України від 8 листоп. 2003 р. № 1280-IV. Верховна Рада України : веб-сайт. 2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15/ed20130811/find/sp:~:text=%D0%F3%F5%EE%EC%E8%E9+%28%EC%EE%E1%B3%EB%FC%ED%E8%E9%29+%E7%E2%27%FF%E7%EE%EA> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Різун В. Поняття про соціальні комунікації в системі взаємозв'язків влади з громадою. *Запровадження комунікацій у суспільстві* / за заг. ред. Н. К. Дніпренко, В. В. Різуна. Київ, 2009. С. 9–11.



- Сіпій В. Формування політехнічних умінь в процесі навчання фізики учнів основної школи з використанням смартфонів. *Наукові записки. Серія: Проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти*. 2017. Вип. 12 (1). С. 92–96.
- Тарифи. *Lifecell.ua*: веб-сайт. 2019. URL: <https://www.lifecell.ua/uk/malii-biznes-lifecell/tarifi/> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Терещенко І. Бібліотека і мобільні технології: тенденції та можливості. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2015. Вип. 41. С. 560–572. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv\\_2015\\_41\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2015_41_43) (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Ткачук Г. Особливості впровадження мобільного навчання: перспективи, переваги та недоліки. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2018. Т. 64. № 2. С. 13–22.
- Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади: проект. 2016. URL: <https://ucco.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Шаповал К. Країна розумнішає. Як 3G і 4G змінюють українську економіку. *НВ Бізнес* : веб-сайт. 15.06.2019. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/tech/krajina-rozumni-shaye-yak-3g-i-4g-zmynuyut-ukrajinsku-ekonomiku-50027154.html> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Юрченко А. Продвижение мобильных приложений за пределами AppStore и GooglePlay. 08.11.2012. URL: <http://ain.ua/2012/11/08/100712> (дата звернення: 06.12.2019 р.).
- Best Apps of 2018. *Google Play*. 2019. URL: [https://play.google.com/store/apps/editorial\\_collection/promotion\\_topic\\_bestof2018\\_bestofapps\\_tp](https://play.google.com/store/apps/editorial_collection/promotion_topic_bestof2018_bestofapps_tp) (accessed: 06.12.2019 р.).
- Canuel R., Crichton C. *Mobile Technology and Academic Libraries: Innovative Services for Research and Learning*. Chicago, IL: Association of College and Libraries. 2017. 248 p.
- Clement J. Number of mobile app downloads worldwide from 2016 to 2018 (in billions). 18.09.2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/271644/worldwide-free-and-paid-mobile-app-store-downloads/> (accessed: 06.12.2019 р.).
- Davies A., Fidler D., Gorbis M. *Future Work Skills 2020. Institute for the Future for Apollo Research Institute*. 2011. URL: <https://uqpn.uq.edu.au/files/203/> (accessed: 06.12.2019 р.).
- The Digital Competence Framework 2.0. *EU SCIENCE HUB. The European Commission's science and knowledge service*. 2019. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework> (accessed: 06.12.2019 р.).
- Kooser C. A. Mobile Technology for Business. *Small Business. Chron.com*. URL: <http://smallbusiness.chron.com/mobile-technology-business-2187.html> (accessed: 06.12.2019 р.).
- Santos I., Bocheco O. Exploring BYOD Usage in the Classroom and Policies. *International Journal Of Information And Communication Technology Education*. 2016. № 4. С. 51–61.
- Shrivastav S. Use of mobile technology in library and information services. *American research thoughts*. 2015. Vol. 1, Is. 7. URL: <https://www.slideshare.net/EmilConstantin/147-48837815> (27.09.10) (accessed: 06.12.2019 р.).
- Worldwide Broadband Pricing. URL: <https://www.cable.co.uk/broadband/pricing/worldwide-comparison/> (last accessed: 06.12.2019 р.).

## REFERENCES

---

- Bilous, V. (2018). Mobilni navchalni dodatky v suchasni osviti [Mobile educational applications in modern education]. *Osvitolohichni dyskurs*, 1-2 (20-21), 353-362 [in Ukrainian].
- Bondarenko, V. (2016). Mobilni dodatky v biblioteknii praktysi: zarubizhnyi dosvid ta vitchyzniani realii [Mobile Applications in Library Practice: International Experience and Domestic Realities]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho*, 43, 382-407 [in Ukrainian].

- Bondarenko, V. (2017b). Mobilni zastosunki yak zasib komunikatsii v suspilstvi znan: osvittii aspekt [Mobile Applications as a Means of Communicating in a Knowledge Society: an Educational Aspect]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho*, 48, 809-828 [in Ukrainian].
- Bondarenko, V. (2019). Mobilni zastosunki yak instrument komunikatsii orhaniv derzhavnoi vlady ta hromadianskoho suspilstva [Mobile applications as a communication tool for public authorities and civil society]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho*, 52, 373-395 [in Ukrainian].
- Bondarenko, V. (2018). Mobilni zastosunki yak instrument samoosvity v seredovyskhi pokolinnia Z [Mobile apps as a tool for self-education in the environment of generation Z]. *Ukrainskyi zhurnal z bibliotekoznavstva ta informatsiinykh nauk*, 1, 86-98 [in Ukrainian].
- Bondarenko, V. (2017a). Mobilni zastosunki yak instrument u sotsiokulturnykh komunikatsiakh: mozhlyvosti adaptatsii v diialnosti naukovykh bibliotek [Mobile Applications as a Tool in Sociocultural Communication: Possibilities of Adaptation in the Activities of Scientific Libraries]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho*, 46, 426-444 [in Ukrainian].
- V Ukraini maizhe 23 mln internet-korystuvachiv – doslidzhennia [In Ukraine, nearly 23 million Internet users – research] (11.10.2019). *Korespondent* : veb-sait. Retrieved from <https://ua.korespondent.net/ukraine/4148879-v-ukraini-maizhe-23-mln-internet-korystuvachiv-doslidzhennia> [in Ukrainian].
- V Ukraini skorotylasia kilkist abonentiv mobilnogo zviazku [In Ukraine, the number of mobile subscribers has decreased] (19.02.2019). *RBK Ukraina* : veb-sait. Retrieved from <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraine-sokratilos-kolichestvo-abonentov-1550582102.html> [in Ukrainian].
- Volokhin, O.M. (2005). Mobilni tekhnologii suchasnoi biblioteky: novyi servis, praktychnyi dosvid, perspektyvy [Mobile technology modern library: a new service, experience, perspectives]. *Asotsiatsiia Informatio-Konsortsium* : sait. Retrieved from <http://www.informatio.org.ua/DOCUMENTS/i2005/reports/Volokhin.pdf> [in Ukrainian].
- Danyk, Yu., Hryshchuk, R., & Samchyshyn, O. (2015). Mobilni sotsialni internet-servisy yak odyn iz riznovydiv masovoi komunikatsii na suchasnomu etapi [Mobile social internet services as one of the types of mass communication at the present stage]. *Ukrainian Scientific Journal of Information Security*, 21(1), 16-20. Retrieved from [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/bezin\\_2015\\_21\\_1\\_4.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/bezin_2015_21_1_4.pdf) [in Ukrainian].
- Doslidzhennia internet-audytorii [Research Internet audience] (2019). *Internet Asotsiatsiia Ukrainy* : veb-sait. Retrieved from <https://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytoriyi> [in Ukrainian].
- Zhahalov, Ya. (01.04.2019). Kto v Ukraine chashe vsego polzuetsya smartfonom: statistika [Who in Ukraine most often uses a smartphone: statistics]. *Tech.Informator* : veb-sait. Retrieved from <https://tech.informator.ua/2019/04/01/kto-v-ukraine-chashhe-vsego-polzuetsya-smartfonom-statistika/> [in Russian].
- Zvit pro robotu Natsionalnoi komisii, shcho zdiisniuie derzhavne rehuliuвання u sferi zviazku ta informatyzatsii za 2018 rik [Report on the work of the National Commission for the State Regulation of Communications and Informatization for 2018] (2019). Retrieved from [https://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1684/Zvit\\_za\\_2018\\_29032019\\_new.pdf](https://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1684/Zvit_za_2018_29032019_new.pdf) [in Ukrainian].
- Illiashenko, N.S., & Savchenko, O.S. (2013). Rozroblennia prohramy prosuvannia mobilnykh tekhnologii na v2v rynku [Development of the program of promotion of mobile technologies in the B2B market]. *Efektivna ekonomika*, 7. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2162> [in Ukrainian].

- Insha biblioteka – vyity za mezhi: shchorichna konferentsiia VHO Ukrainska bibliotekna asotsiatsiia [Another library – go beyond borders: annual conference of the Ukrainian Library Association]. (01.12.2019). *Ukrainska bibliotekna asotsiatsiia* : veb-sait. Retrieved from <https://ula.org.ua/news/4441-insha-biblioteka-vyity-za-mezhi-shchorichna-konferentsiia-vho-ukrainska-bibliotekna-asotsiatsiia> [in Ukrainian].
- Kilkist korystuvachiv internetom v Ukraini vyroslo na 7 % – doslidzhennia [The number of Internet users in Ukraine has increased by 7% – the survey]. (11.10.2019). *Ekonomichna pravda* : veb-sait. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/news/2019/10/11/652498/> [in Ukrainian].
- Kuibida, V.S., Petroie, O.M., Fedulova, L.I., & Androshchuk, H.O. (2019). Tsyfrovi kompetensii yak umova formuvannia yakosti liudskoho kapitalu : [Digital competencies as a condition for shaping the quality of human capital: An analytical note]. Kyiv: NADU. Retrieved from <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/90a7d5c8-d10a-4f8f-8987-4d1077fdc8f6.pdf> [in Ukrainian].
- Lesiuk, O. V. (2017). Mobilni tekhnolohii i suchasni informatsiini posluhy u bibliotekakh VNZ Ukrainy [Mobile technologies and modern information services in the libraries of Ukrainian universities]. *Bulletin of the Book Chamber*, 12, 43-48 [in Ukrainian].
- Matsula, Yu. (01.08.2016). 1993 – rik, koly v Ukrainu pryishov mobilnyi zviazok [1993 is the year when mobile communication came to Ukraine]. *24 kanal* : veb-sait. Retrieved from [https://24tv.ua/ru/1993\\_god\\_kogda\\_v\\_ukrainu\\_prishla\\_mobilnaja\\_svjaz\\_n710759](https://24tv.ua/ru/1993_god_kogda_v_ukrainu_prishla_mobilnaja_svjaz_n710759) [in Ukrainian].
- Metodychni rekomendatsii dlia ekspertiv Natsionalnogo ahentstva shchodo zastosuvannia Kryteriiv otsiniuvannia yakosti osvithoi prohramy [Guidelines for National Agency experts on the application of the Quality Assessment Criteria of the educational program] (2019). Retrieved from <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/09/Методичні-рекомендації-для-експертів.pdf> [in Ukrainian].
- Myskevych, T. (2015). Podolannia informatsiinoi nerivnosti yak neobkhidna peredumova rozvytku informatsiinoho suspilstva v Ukraini [Overcoming information inequality as a necessary precondition for the development of the information society in Ukraine]. *Tsentr doslidzhen sotsialnykh komunikatsii NBUV*: veb-sait. Retrieved from [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1898:podolannya-informatsiinoji-nerivnosti-3&catid=71&Itemid=382](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1898:podolannya-informatsiinoji-nerivnosti-3&catid=71&Itemid=382) [in Ukrainian].
- Mobilnyi zviazok v Ukraini [Mobile communication in Ukraine]. (2019a). *Vikipediia. Vilna entsyklopediia* : veb-sait. Retrieved from [https://uk.wikipedia.org/wiki/Мобільний\\_зв'язок\\_в\\_Україні](https://uk.wikipedia.org/wiki/Мобільний_зв'язок_в_Україні) [in Ukrainian].
- Mobilnyi zviazok v Ukraini [Mobile communication in Ukraine]. (2019b). *Elektronna biblioteka Ukrainy*. Retrieved from <https://uateka.com/uk/article/society/1227> [in Ukrainian].
- Nazarovets, S., & Kulyk, Ye. (2017). Biblioteka 4.0: tekhnolohii ta servisy maibutnoho [Library 4.0: next generation services and technologies]. *Biblioteknyi visnyk*, 5, 3-14. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv\\_2017\\_5\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2017_5_3) [in Ukrainian].
- Nova era mobilnoho internetu: shcho treba znaty pro 4G. Infografika [The new era of mobile internet: what to know about 4G. Infographics]. (10.04.2018). *Kurs* : veb-sait. Tsentr hromadskoho monitorynhu ta kontroliu. Retrieved from [https://kurs.if.ua/articles/nova\\_era\\_mobilnogo\\_internetu\\_shcho\\_treba\\_znaty\\_pro\\_4g\\_64688.html/](https://kurs.if.ua/articles/nova_era_mobilnogo_internetu_shcho_treba_znaty_pro_4g_64688.html/) [in Ukrainian].
- Pochepstov, H. (2009). Novi vymohy do komunikatsii vlady z naseleнням [New requirements for communication of the authorities with the population]. In N. K. Dniprenko, & V. V. Rizun (Eds.), *Zaprovadzhennia komunikatsii u suspilstvi [Introducing communication in society]* (pp. 20-23). Kyiv: TOV «Vistka» [in Ukrainian].
- Pro HTTs [About the main training center]. (2019). *Ukrainska bibliotekna asotsiatsiia* : veb-sait. Retrieved from <https://ula.org.ua/golovnyy-treningoviy-centr/pro-gtc>. [in Ukrainian].

- Pro telekomunikatsii: Zakon Ukrainy from November 8 2003, № 1280-IV [About telecommunications: Law of Ukraine]. (2004). *Verkhovna Rada Ukrainy*: veb-sait. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15/ed20130811/find/FC%ED%E8%E9%29+%E7%E2%27%FF%E7%EE%EA> [in Ukrainian].
- Rizun, V. (2009). Poniattia pro sotsialni komunikatsii v systemi vzaiemovziazkiv vlady z hromadoiu [The concept of social communications in the system of relations between the authorities and the community]. In N.K. Dniprenko, & V.V. Rizun (Eds.), *Zaprovadzhenia komunikatsii u suspilstvi [Introducing communication in society]* (pp. 9-11). Kyiv: TOV "Vistka" [in Ukrainian].
- Sipii, V. (2017). Formuvannia politekhnichnykh umin v protsesi navchannia fizyky uchniv osnovnoi shkoly z vykorystanniam smartfoniv [Formation of Polytechnic Skills in the Physics Teaching of Primary School Students Using Smartphones]. *Naukovi zapysky. Seriya: Problemy metodyky fizyko-matematychnoi i tekhnolohichnoi osvity*, 12 (1), 92-96. [in Ukrainian].
- Taryfy [Tariffs]. (2019). *Lifecell.ua*: veb-sait. Retrieved from <https://www.lifecell.ua/uk/malii-biznes-lifecell/tarifi/> [in Ukrainian].
- Tereshchenko, I. (2015). Biblioteka i mobilni tekhnolohii: tendentsii ta mozhlyvosti [Library and mobile technologies: trends and opportunities]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 41, 560-572. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv\\_2015\\_41\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2015_41_43) [in Ukrainian].
- Tkachuk, H. (2018). Osoblyvosti vprovadzhenia mobilnoho navchannia: perspektyvy, perevahy ta nedoliky [Features of mobile learning implementation: perspectives, advantages and disadvantages]. *Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia*, 64(2), 13-22 [in Ukrainian].
- Tsyfrova adzhenda Ukrainy – 2020 ("Tsyfrovyi poriadok dennyi" – 2020) [Digital Agenda of Ukraine – 2020 (Digital Agenda 2020)]. (2016). Kontseptualni zasady: proekt. Retrieved from <https://ucc.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf> [in Ukrainian].
- Shapoval, K. (2019). Kraina rozumnishaie. Yak 3G i 4G zminiuiut ukrainsku ekonomiku [The country is smart. How 3G and 4G are changing the Ukrainian economy]. *NV Biznes*: veb-sait. Retrieved from <https://nv.ua/ukr/biz/tech/krajina-rozumnishaye-yak-3g-i-4g-zminuyut-ukrajinsku-ekonomiku-50027154.html> [in Ukrainian].
- Yurchenko, A. (2012). Prodvizhenie mobilnyh prilozhenij za predelami AppStore i GooglePlay [Promotion of mobile applications outside the AppStore and GooglePlay]. Retrieved from <http://ain.ua/2012/11/08/100712> [in Russian].
- Best Apps of 2018. (2019). Google Play. Retrieved from [https://play.google.com/store/apps/editorial\\_collection/promotion\\_topic\\_bestof2018\\_bestofapps\\_tp](https://play.google.com/store/apps/editorial_collection/promotion_topic_bestof2018_bestofapps_tp) [in English].
- Canuel, R., Crichton, C. (2017). *Mobile Technology and Academic Libraries: Innovative Services for Research and Learning*. Chicago, IL: Association of College and Libraries [in English].
- Clement, J. Number of mobile app downloads worldwide from 2016 to 2018 (in billions). (2019). Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/271644/worldwide-free-and-paid-mobile-app-store-downloads/> [in English].
- Davies, A., Fidler, D., Gorbis, M. (2011). Future Work Skills 2020. *Institute for the Future for Apollo Research Institute*. Retrieved from [tps://uqpn.uq.edu.au/files/203/](https://uqpn.uq.edu.au/files/203/) [in English].
- The Digital Competence Framework 2.0. (2019). *EU SCIENCE HUB. The European Commission's science and knowledge service*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework> [in English].
- Kooser, C. A. (n.d.). Mobile Technology for Business. Small Business. *Chron.com*. Retrieved from <http://smallbusiness.chron.com/mobile-technology-business-2187.html> [in English].
- Santos, I., Boheco, O. (2016). Exploring BYOD Usage in the Classroom and Policies. *International Journal Of Information And Communication Technology Education*, 4, 51-61 [in English].

- Shrivastav, S. (2015). Use of mobile technology in library and information services. *American research thoughts*, 1(7). Retrieved from <https://www.slideshare.net/EmilConstantin/147-48837815> [in English].
- Worldwide Broadband Pricing. (2019). Retrieved from <https://www.cable.co.uk/broadband/pricing/worldwide-comparison/> [in English].

UDC 316.774:004(477)

**Victoria Bondarenko,**

*Senior Researcher at the National Law Library of the Vernadsky National Library of Ukraine, Ph.D. in Social Communications (Kyiv, Ukraine)*  
e-mail: [vikanbuv@ukr.net](mailto:vikanbuv@ukr.net)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1617-3665>

## TECHNOLOGICAL AND SOCIO-COMMUNICATION ASPECTS OF ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF MOBILE SERVICES IN UKRAINE

The article explores technological and social prerequisites of functioning and development of mobile services, which become an integral part of modern society. It has been proved that the development of wireless data technologies and an increase in the speed of information transmission have led to the active use of mobile devices, which have been extensively distributed in recent years around the world.

It has been found that improving of mobile communications and reducing the cost of using it is an important prerequisite for the expansion of mobile services. There is a trend towards increasing demand among users for high-speed Internet access. The level of penetration of the Internet in Ukraine and the number of active users of mobile Internet are highlighted.

It is substantiated that the important prerequisite for the emergence of mobile services is the rapid and continuous improvement of mobile phones (smartphones) and their capabilities. The growing of smartphones popularity is actualizing and stimulating the development of mobile services, among which mobile applications are at the forefront. It is proved that the use of various applications extends forms of access to information resources, significantly affects the volume and speed of data transmission, what in turn, acts as one of the conditions for the functioning of mobile services.

The essence and preconditions of digital competence formation in the context of development of global trend of digital transformation of society and activation of use of mobile services are revealed. The role of education in this process is identified. The necessity of constant development of digital competences, formation of digital culture and support of organization of training by state authorities as the main initiator and strategist of formation and realization of human capital are substantiated. The relevance of the inclusion of library institutions as possessing resource and image capital to the process of formation of digital culture is proved.

**Key words:** mobile internet, mobile phones, smartphones, mobile technologies, mobile apps, mobile services, digital culture.

*Наукове видання / Scientific publication*

**Український журнал з бібліотекознавства  
та інформаційних наук  
Ukrainian Journal on Library  
and Information Science**

Науковий журнал / Scientific Journal

**Випуск 4 / ISSUE 4**

Відповідальний редактор / Responsible editor

*Т. Гранчак*, доктор наук із соціальних комунікацій /  
*T. Hrachak*, Dr. Hab. in Social Communications

Літературний редактор / Literary editor

*К. Спрозіс* / *K. Sprogis*

Редактор-перекладач англійського тексту / English text editor

*В. Діброва* / *V. Dibrova*

Дизайн обкладинки / Cover design

*Є. Дорошенко* / *Ye. Doroshenko*

Технічне редагування / Technical editing

*В. Лук'яненко* / *V. Lukianenko*

Комп'ютерна верстка / Computer layout

*О. Щербина* / *O. Shcherbyna*

Підписано до друку: 20.12.2019

Формат 70x100 1/16 Ум. др. арк. 7,8. Обл. др. арк. 6,65.

Наклад 100 примірників

Замовлення № 4019

Видавничий центр КНУКіМ

Видавець Київський національний університет культури і мистецтв

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців,  
виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції  
серія ДК № 4776 від 09.10.2014