МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД „ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА”

Інститут фізики, математики та інформаційних технологій

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

**ЮДАКОВ СЕРГІЙ ДМИТРОВИЧ**

**ІМІДЖ БІБЛІОТЕКИ ТА БІБЛІОТЕКАРЯ В СУЧАСНОМУ СВІТІ**

Бакалаврська робота за спеціальністю 029

„Інформаційна, бібліотечна та архівна справа”

Особистий підпис –

Науковий керівник – кандидат педагогічних наук,

доцент І.М. Крохмаль

Завідувач кафедри – завідувач кафедри ДІД, кандидат педагогічних наук доцент І.М. Крохмаль

Миргород-2023

**План**

[ВСТУП 3](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359366)

[РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІМІДЖУ БІБЛІОТЕКИ. 6](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359367)

[1.1. Імідж сучасної бібліотеки. 6](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359368)

[1.2. Зв’язки із громадськістю як необхідна умова роботи бібліотеки. 13](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359369)

[1.3. Цифровізація бібліотеки як шлях підвищення іміджу бібліотек 19](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359370)

[Висновок до розділу 1 29](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359371)

[РОЗДІЛ 2. ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ БІБЛІОТЕКАРЯ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ 32](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359372)

[2.1. Професія “бібліотекар” у сучасному суспільстві 32](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359373)

[2.2 Емпіричне дослідження як метод вивчення іміджу бібліотеки 40](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359374)

[2.3 Шляхи підвищення іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекаря 48](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359375)

[Висновок до розділу 2 55](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359376)

[ВИСНОВКИ 57](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359377)

[СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 59](file:///C:\Users\Сергейка\Downloads\Telegram%20Desktop\Юдаков%20БАК.docx#_Toc136359378)

# **ВСТУП**

**Актуальність теми.** Бібліотека – це інформаційний, культурний, освітній заклад, що має упорядкований фонд документів, доступ до інших джерел та головним завданням якого є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів. Саме тому питання естетичної організації бібліотечного середовища, оформлення інтер’єру, пошуку фірмового стилю є пріоритетним напрямом діяльності бібліотек. Наразі виникає потреба розглянути суть професії бібліотекаря та його впливу на імідж бібліотеки з різних сторін, окреслити проблематику та шляхи вирішення нагальних потреб, зокрема визначити професійні компетентності бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві. Сучасні умови диктують необхідність постійного вдосконалення й оптимізації цієї роботи, а також використання новітніх технологій і підходів. У зв'язку з цим актуальність теми дослідження полягає у вивченні сучасних тенденцій та інструментів покращення іміджу бібліотеки, а також у виявленні проблем та прогалин, які потребують розв’язання.

**Мета нашої роботи** – поглибити розуміння та підвищити значущість підвищення іміджу бібліотеки, проаналізувати цифровізацію бібліотеки та визначити професійні компетентності бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві.

Виходячи з мети дослідження, постають такі **завдання:**

1. Вивчити літературу та провести аналіз наукових досліджень щодо підвищення іміджу бібліотек у сучасному інформаційному суспільстві.
2. Проаналізувати процес цифровізації бібліотек та оцінити його вплив на підвищення іміджу бібліотеки.
3. Дослідити роль бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві та визначити необхідні професійні компетентності для успішного підвищення іміджу бібліотеки.
4. Розробити рекомендації та стратегії для підвищення іміджу бібліотеки, зокрема шляхом використання цифрових технологій та розвитку професійних компетентностей бібліотекаря.
5. Зібрати та проаналізувати дані з опитувань або інших джерел для оцінки ефективності запропонованих рекомендацій та стратегій.
6. Зробити висновки щодо значущості підвищення іміджу бібліотеки, цифровізації бібліотек та необхідних професійних компетентностей бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві.
7. Запропонувати можливі напрями подальших досліджень у цій області для поглиблення розуміння та розвитку підвищення іміджу бібліотеки.

**Об’єкт дослідження** – імідж бібліотеки та бібліотекаря. **Предметом роботи** є методи підвищення іміджу бібліотеки.

**Практичне значення** дослідження полягає в розробці рекомендацій, які зможуть бути використані в розробці методів підвищення іміджу бібліотеки. **Результати** бакалаврської роботи можуть бути використані при вивченні таких навчальних дисциплін: „Організація роботи служби ДЗУ”, „Бібліотекознавство” та ін.

**Методологічна основа дослідження** – принципи історизму, об’єктивності та системності. Дослідження здійснено із використанням таких методів: логічного – використано під час дослідження аналітичних матеріалів, поглядів вчених на окремі питання, які є предметом дослідження (розділ 1, підрозділи 1.1, 1.2; розділ 2, підрозділи 2.1., 2.3); описовий метод, орієнтований на інтерпретацію подій, явищ, фактів дійсності (розділ 1, підрозділи 1.1., 1.3.; розділ 2, підрозділ 2.2.).

**Структура дослідження**: робота складається зі вступу, 2-х розділів, висновків, списку літератури, що складається з 36 джерел.

# **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІМІДЖУ БІБЛІОТЕКИ.**

## **1.1 Імідж сучасної бібліотеки.**

Бібліотека – інформаційний, культурний, освітній  
заклад, що має упорядкований фонд документів, доступ до  
інших джерел та головним завданням якого є забезпечення  
інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та  
інших потреб користувачів. Саме тому питання естетичної  
організації бібліотечного середовища, оформлення інтер’єру,  
пошуку фірмового стилю є пріоритетним напрямом  
діяльності бібліотек [10].

Склалася громадська думка про бібліотеки та професію бібліотекар, на яку складно впливати. Загальне уявлення про інтелігента, яке існує в нашому суспільстві – фізично слабка людина, яка ніби то і є еталоном в морально-етичному відношенні, залишається незрозумілим для оточуючих і не прагне до покращення свого іміджу. І дійсно, бібліотекарі є частиною гуманітарної інтелігенції, яка відчуває серйозні проблеми зі своїм самовизначенням, а ще більше – із самопрезентацією, створенням особистого іміджу [6].

Щоб заслужити громадське визнання, бібліотекарі по-новому повинні усвідомити сутність професії. Завдання створення позитивної репутації (позитивного іміджу), доброзичливого ставлення громадськості до бібліотеки сьогодні набуває особливої актуальності. Завдяки діяльності бібліотекарів формуються та закріплюються позитивні враження у суспільній думці [6].

Для створення ефективного позитивного іміджу сучасна бібліотека має впроваджувати його складові комплексно. Основними компонентами для формування іміджу бібліотеки в комплексі мають стати:

- професійна етика бібліотечних працівників;

- реклама послуг бібліотеки;

- веб-сайт бібліотеки;

- зв’язки з громадськістю;

- оформлення приміщення бібліотеки [5].

Престиж та імідж бібліотеки, в першу чергу залежить від рівня та комфортності бібліотечно-інформаційного обслуговування.

Під поняттям “комфортність” мається на увазі:

* максимум зручностей;
* технічна оснащеність;
* освітлення;
* художнє оформлення інтер’єру;
* розклад роботи;
* високий рівень інформаційно-бібліотечних послуг [10].

Сьогодні бібліотечний працівник зобов'язаний володіти усім комплексом проблем у галузі інформації, пропонувати нові види інформаційних послуг, володіти навичками ділового спілкування, підвищувати свою професійну майстерність, дотримуватись професійної етики бібліотечного співтовариства, міжнародних стандартів і суспільних норм. Цьому сприяють проведення для працівників бібліотек семінарів, тренінгів, покликаних підвищити їх культуру спілкування та ділову етику [5].

На сприяння позитивного іміджу впливає наявність освітлення, опалення, а також наявність сучасних меблів. Виходячи з цього у бібліотеці потрібно постійно проводити поточний ремонт або капітальний. Своєрідне враження від оформлення бібліотеки буде справляти колір або сукупність кольорів. Тому, що колірне оформлення приміщення впливає на настрій людини, зокрема, це світлі тона такі, як:

* блакитний,
* зелений,
* кремовий.

За допомогою правильного добору кольорів в інтер’єрі бібліотек можна домогтися того, що їхнє поєднання у бібліотечному просторі буде створювати відчуття задоволення, гарного настрою, бажання залишитися тут якнайдовше та відвідати бібліотеку ще раз [10].

Іміджу бібліотеки додасть привабливості і реклама її послуг, як у самій бібліотеці (стенди, оголошення, інформаційні листи, сайт тощо), так і в засобах масової інформації (радіо, телебачення, преса) [13].

Реклама послуг бібліотеки спрямована на широке інформування читацької аудиторії з метою формування активного попиту на ці послуги. Для цього можна використовувати такі інструменти, як реклама на власному сайті, робота форуму на сайті, видання рекламної друкованої продукції, внутрішньобібліотечна стендова реклама, робота внутрішньобібліотечного радіо. Рекламуючи інформаційні послуги, необхідно підкреслювати, що бібліотека намагається задовольнити запити різних категорій читачів. Тому певні види реклами повинні відображати відмітні особливості запитів не тільки контингенту нинішніх, а також ймовірних або бажаних користувачів [34].

Ще одна важлива складова іміджу бібліотеки – це її Веб-сайт. В останні  
роки розширилась локальна комп`ютерна мережа бібліотек, бібліотекарі  
оволоділи комп`ютерами, почалося впровадження системи автоматизації  
бібліотечних процесів, розпочалася робота над формуванням електронного  
каталога, створюються веб-сторінки в Інтернеті. Все це в комплексі сприяє  
позитивному уявленню про бібліотеку [13].

Інформаційну зону бібліотеки можна створити розмістивши в ній:

* світлини працівників, під назвою: “Ми працюємо в бібліотеці”, “Будемо знайомі” або “Так ми працюємо”. Під такою назвою Чемеровецька центральна районна бібліотека розмістила стенд, де розміщуються фотографії масових заходів;
* естетики та інформативності додасть розміщення картин місцевих художників, портретів письменників чи малюнків читачів бібліотеки. *У коридорі Бронівської сільської бібліотеки-музею  
  Волочиського району розміщено галерею портретів українських  
  письменників з короткими біографічними довідками.  
  Летичівська центральна районна бібліотека у фойє  
  розмістила серію стендів під назвою “Відроджуємо рідне,  
  батьківське”.* На них ілюстрації про ряд свят народного  
  календаря, історія виникнення та дійства під час їхнього  
  святкування. Також можна дізнатися про те, як проходили в  
  українців вечорниці, весілля та ін., доречним є розміщення  
  календаря релігійних свят українців;
* буде корисною інформація про періодичні видання, які отримує дана бібліотека, про клуби (об’єднання), які діють при бібліотеці.

При оформлені стендової експозиції, доречним буде наперед підібрати тему та матеріал. Як правило, стенд роблять у вигляді квадрату чи прямокутника. Текстова інформація може доповнюватися короткими підзаголовками, а матеріал має сприйматися візуально. Тому на стенді інформацію бажано представляти у вигляді діаграм, фотографій, графіків, креслень [10].

Бібліотека вищого навчального закладу забезпечує навчальний, науковий та виховний процес не тільки інформаційними ресурсами, але й самим стилем своєї роботи, організацією обслуговування читачів. В бібліотеці, яка знаходиться в старому непривабливому приміщенні, читачі невисоко оцінюють і особистісні якості бібліотекаря. Читач формується як читач, а бібліотекар як бібліотекар саме в бібліотечному середовищі. Бібліотекарі самі

конструюють ситуації, в яких обслуговують читача, не завжди позитивно. Якщо книги та ящики розставлені неохайно – це породжує безвідповідальне відношення до книг, тобто ситуація провокує поведінку читача. Бібліотечне середовище повинно бути приємним і комфортним для користувача і бібліотекаря. Це виявляється як і в більш зручному оперативному пошуку інформації так і в покращенні інтер’єрів бібліотеки. Ступінь задоволення сучасного читача – головний критерій оцінки роботи бібліотеки [6].

Проблеми бібліотек ВНЗ також пов’язані з соціально-економічними умовами, які спонукають до активного пошуку нових форм та методів в інформаційному забезпеченні навчально-виховного та науково-дослідницького процесів університету, до постійного руху вперед, впровадження інноваційних технологій у бібліотечні процеси, підвищення престижу, іміджу. Що стосується матеріальних витрат для проведення ПР-акцій та реклами, то вони достатньо скромні (тим більше, що організацією масових заходів, рекламою основних послуг та публікацією матеріалів в різних джерелах бібліотекарі займаються насамперед відповідно до особливостей своєї роботи, а не через бажання організувати ПР бібліотеці). Бібліотеки мають суттєві переваги (безкоштовні основні послуги) [6].

Імідж у рамках ПР включає поняття корпоративного іміджу, тобто іміджу бібліотеки. Корпоративний імідж простежується у всьому – в назві бібліотеки, в емблемі чи символі, в уніформі працівників, у виданнях, у заходах, які проводить бібліотека. Необхідне створення “фірмового” стилю бібліотеки (наявність візиток, рекламного буклету бібліотеки, бланки листів з емблемою бібліотеки, логотипу тощо). Від того, як ми себе презентуємо, позиціонуємо, залежить, як інші нас сприймають [6].

Спосіб взаємодії працівників бібліотеки в колективі в залежності від досвіду роботи, рівня освіти, життєвих планів, форми спілкування між ними, стиль керівництва формують відповідну культурну атмосферу (корпоративну культуру), яка у свою чергу впливає на поведінку працівників бібліотеки між собою та людьми поза межами бібліотеки [6].

У бібліотеці активно застосовуються такі форми поширення новин про діяльність бібліотеки через засоби масової інформації: прес-релізи, статті, фотоматеріали тощо. До засобів комунікації відносяться форми та матеріали, які використовуються у бібліотеці: засоби друкованої комунікації (брошури, бюлетені новин, річні звіти, прайс-листи, дошки оголошень, інформаційні полички, інформаційні матеріали для користувачів, огляди інформаційних матеріалів, інструкції та розпорядження тощо); засоби аудіовізуальної комунікації (слайди, телефонні дзвінки, фільми, усні виступи з використанням відеоматеріалів, презентації); засоби міжособистісного спілкування (офіційні промови, лекції та семінари, наради працівників, збори, засідання, виробничі наради, інтерв’ю, колективні заходи, персональні звіти тощо), ПР-рекламування (друковані та радіо- або телеоголошення, виступи на ректоратах, Вченій раді, зовнішнє оформлення: афіші, логотип, символіка, різні форми рекламних матеріалів) [15].

Спробувати зробити собі ім’я, відмінне від інших, вирізнитися, запам’ятати, привернути увагу – ось основні напрямки, за якими слід йти до успіху. Імідж кожної бібліотеки створюється її кадрами, головними якостями яких повинні бути не тільки професіоналізм та інтелект, але і креативність, красномовство, працездатність, винахідливість, невпинний пошук нових ідей тощо. Адже імідж бібліотекаря – це вміння імпонувати читачеві, повноцінно та якісно задовольняти його запити [10].

## **1.2 Зв’язки із громадськістю як необхідна умова роботи бібліотеки.**

Комуніка́ція (від лат. communico – спілкуюся з кимось; повідомлення, зв’я­зок) – термін, що окреслює люд­ську взаємодію у світі. У сучасній філософії термін використовують як ознаку конструктивної взаємодії особистостей, націй та етносів, що розгортається на основі взаємодії толерантності й порозуміння. Поняття “Комунікація” широко використано у філософії К. Ясперса; а також у німецькій практичній філософії (К.-О. Апель, Ф. Больнов, Ю. Габермас), яку назвали “комунікативною”. Зовнішня, маніпулятивна комунікація призводить до переживання внутрішньої, екзистенційної самотності. Вихід за межі такої внутрішньої самотності можливий ли­­ше у внутрішньої комунікації, що торкається глибини смисложиттєвих орієнтацій і має вільний характер. Це насамперед комунікація із собою як акт самопізнання та самовідтворен­ня, процес діалогу з власним “Я”. Але внутрішня комунікація є також комунікацією з “Іншим”, що постає не як об’єкт (“Воно”), а як суб’єкт (“Ти”). Внутрішня комунікація розгортається як єдність духовної та душевної комунікації і може бути названа особистісною комунікацією, в якій проявляється краса вчинків та відносин між людьми. Із позицій сучасної філософії екзистенції, зокрема метаантропології, комунікація по-різному проявляєть­ся в буденній, граничній й метаграничій вимірах людського буття – вона може бути зумовлена як волею до самозбереження та продовження роду, так і волею до влади, пізнання, творчості, любові, свободи й толерантності. У 20 ст. дедалі більше розвивається масова комунікація – систематичне роз­повсюдження інформації серед великої кількості людей за допомогою ЗМІ, аудіо- та відеозапису, комп’ютерних мереж тощо.

Масова комунікація є необхідною умовою існування культури масової. Соціальними передумовами масової комунікації стало суспільство масового споживання з такими його рисами, як індустріалізація, урбанізація, стандартизація виробництва та способів життя. Технічною передумовою ма­­сової комунікації стало створення у 1-й пол. 20 ст. технічних пристроїв, які реалізували можливість швидкої передачі інформації для величезної аудиторії, розпорошеної у просторі. За допомогою масової комунікації відбувається поширення важливих інформаційних повідомлень, що зумовлює єдність регіону, нації, людства.

Проте сама наявність масової комунікації породжує три фундаментальні соціальні та екзистенціальні проблеми:

1 ) Масову комунікацію можуть використовувати для тиску на свідомість, підсвідомість, маніпуля­цій людьми (наприклад, використання економічної і політичної реклами сприяє зомбуванню великих мас людей).

2 ) Орієнтація на масового споживача інформації призводить до спроб стандартизації та спро­щення внутрішнього світу людини.

3 ) Доступність і “серійність” інформаційних потоків у мережах масової комунікації породжують “інформаційну наркоманію” – внутрішній стан людини, коли продукція ма­­сової комунікації стає важливішою за події власного життя (перегляд телесеріалів тощо). Масова комунікація стає стіною між особистостями і фор­­мою руйнації екзистенційного спілку­вання, що зумовлює наростання внутрішньої самотності та відчуження. На межі 20–21 ст. масова комунікація все більше відбувається в межах Інтернету; на початку 21 ст. концентрується у соціальних мережах, що породжує нові глибинні екзистенційно-психологічної проблеми – масовий нарцисизм та втечу від реального світу у віртуальне спілкування [17].

В наш час часто використовується поняття “Public relation”, що в перекладі з англійської означає “зв’язки з громадськістю”. Сьогодні існує багато визначень поняття “Public relation (PR)”. Найпопулярнішим у середовищі фахівців вважається визначення професора університету Стірлінг (Великобританія) С. Блека [2]: “Public relation (PR)” – це мистецтво і наука досягнення гармонії за допомогою взаєморозуміння, заснованого на достовірній і повній інформації”.

У Міжнародному словнику Вебстера паблік рилейшнз трактується як “сприяння встановленню взаєморозуміння і доброзичливості між особою, організацією та іншими людьми, групами людей або суспільством в цілому за допомогою поширення роз'яснювального матеріалу, розвитку обміну інформацією і оцінки суспільної реакції” [3].

У публікаціях Е. Бернейза зазначається, що основою паблік рилейшнз є суспільні науки, а не журналістика, оскільки впливати на поведінку можна тільки спираючись на весь спектр суспільних наук [2].

Маркетинг – це спосіб управління (менеджменту) в умовах ринкової економіки, тобто система прогнозування, задоволення і управління попитом на товари, ідеї, організації, людей території шляхом обміну [11, 111].

Реклама – частина маркетингового управління (або маркетингового менеджменту), поширення відомостей про кого-, що-небудь з метою створення популярності [11, 169].

Для того, щоб зрозуміти думку про те, що PR і маркетинг взаємно перехрещуються і не тотожні одне одному, наведемо такі аргументи:

* більша частина теоретичної платформи і коренів PR – соціологія і соціальна психологія (управлінське підґрунтя сформувалося лише в останні десятиліття ХХ ст.), маркетингу – мікроекономіка (маркетинг соціальної сфери належить також до нових явищ), психологія споживацтва: використовуючи соціологічний підхід, можна об’єднати організації і соціальні групи в єдину соціальну спільність;
* соціальний і головний фокус PR – громадськість, маркетингу – споживач; тобто громадськість, наділена однією споживацькою функцією, окрім якої є ще політична, ідеологічна, економічна, культурно-етична та інші функції; PR займається всім спектром функцій, маркетинг – тільки однією, гіпертрофія такої функції веде до розвитку споживацької психології, остання серед усього використовується для цілей маркетингової атаки (нав’язування і підпорядкування смаків споживача окремим товарам);
* споживач формується організацією, громадськість сама формує суспільство і впливає на організацію, вимагає від неї комунікації і діалогу; в жодному разі не можна зводити громадськість до споживачів, PR – до маркетингу, що на практиці нерідко буде виявлятися в маніпулюванні свідомістю, перетворенні спеціалістів PR у підручних агресії фірм та концернів, тоді як їхня місія полягає в налагодженні взаєморозуміння між організацією і громадськістю [4, 28].

Серед інструментів PR, які найчастіше використовуються і протягом десятиліть довели свою дієвість, можна виокремити такі [4, 31]:

* аналіз громадських та опублікованих поглядів;
* стратегія з інформування та спілкування з громадськістю;
* проекти та ініціативи;
* слово;
* ілюстрації;
* заходи/кампанії.

Із середини 90-х рр. XX в. у нашій професійній сфері (у практичній діяльності та в теоретичних розробках) спостерігається значний інтерес до проблем формування позитивного образу бібліотеки і його ретрансляції в зовнішнє середовище. Імідж бібліотеки можна визначити як сформований у масовій свідомості емоційно забарвлений образ, обумовлений ставленням суспільства до бібліотеки, її послуг, ресурсів, товарів. Ефективним інструментарієм, як правило, розглядаються засоби маркетингу, насамперед зв’язки з громадськістю і реклама [4, 35].

Як константа (стійкий компонент, що наділяє образ бібліотеки позитивними характеристиками) незмінно виокремлюється результативність користування нею, а також рівень бібліотечно-бібліографічного й довідково-інформаційного обслуговування, якість профільних послуг [4, 36].

Крім того, імідж бібліотеки передбачає сукупність так званих “часткових” іміджів, властивих групі бібліотек, об’єднаних за певними параметрами (тип, вид, відомча належність, ступінь автоматизації бібліотечно-бібліографічних процесів тощо), а також будь-якій бібліотеці або її структурному підрозділу. До такої інформації, яка формує імідж, належить також образ співробітника бібліотеки, що складається з таких елементів, як професійна компетентність, комунікабельність, зовнішній вигляд, манери, стиль поводження тощо [4, 36].

Взаємини суб’єкта й об’єкта неминуче призводять до відповідних трансформацій, які впливають на їхню подальшу взаємодію, а також на соціальну практику. Саме вона виступає умовою та середовищем формування іміджу бібліотеки – образу, що вже існує, але потребує позитивної актуалізації. Імідж створюється для реалізації певних цілей і тим самим корегує сформовану суспільну думку, але це можливо лише за безпосереднього контакту індивіда з бібліотекою або результатами її діяльності [4, 36].

Імідж і реклама бібліотеки тісно пов’язані та взаємозалежні. З одного боку, імідж бібліотеки сприяє підвищенню ефективності реклами та різних заходів (щодо просування ресурсів, послуг бібліотеки), готує користувачів до придбання послуги, полегшує введення нової послуги бібліотеки на ринок, підвищує конкурентоспроможність бібліотеки. Створення відповідного іміджу допомагає користувачам сприймати послуги бібліотеки як відмінні від інших аналогічних пропозицій. З іншого боку, це створення бібліотекою іміджевої реклами (імідж-реклами), спрямованої на формування сприятливого образу бібліотеки, її послуг, ресурсів тощо. Основна роль такої реклами – ознайомити потенційних і реальних користувачів бібліотеки з послугами, товарами, їхніми характеристиками, з тією користю, що отримає користувач, звертаючись до бібліотеки, а також з діяльністю установи в цілому. Реклама також здатна підвищити конкурентоспроможність бібліотеки, залучити додаткове фінансування, встановити й розширити партнерські, ділові зв’язки. У такий спосіб, іміджева реклама сприяє закріпленню позитивного образу бібліотеки і її ресурсів у свідомості широкого кола людей і суспільства в цілому [4, 37].

## **1.3 Цифровізація бібліотеки як шлях підвищення іміджу бібліотек**

У сучасному цифровому світі де більшість документів зберігається в електронному вигляді бібліотеки мають зацікавленість у використанні технологій для збільшення свого іміджу та привабливості для користувачів. Цифровізація бібліотек це процес перетворення паперових документів у цифровий формат що дозволяє зберігати розповсюджувати та робити їх доступними в онлайн режимі, це також означає що бібліотеки можуть зберігати електронні копії книг журналів документів тощо та давати користувачам можливість звернутися до них в будь-який зручний для них час та з будь-якого місця. Цифровізація бібліотек дозволяє бібліотекам збільшити свою роль у суспільстві та збільшити популярність серед користувачів вона дозволяє бібліотекам зберігати інформацію у безпечному місці що дає можливість попереджати втрату даних крім того цифровізація дозволяє бібліотекам розширювати свій аудиторію та залучати нових користувачів за допомогою інтернет-технологій.

Цифрова трансформація (цифровізація) країни – це цілеспрямований, систематичний, покроковий перехід інформаційного поля на цифрові технології, низка заходів на рівні держави, які комбінують всі сфери життя суспільства [16].

Конверсія бібліотечної галузі з метою забезпечення найефективнішої взаємодії, симбіозу віртуального і фізичного світів є новою віхою та адаптацією бібліотечних установ до викликів сьогодення, проекцією залучення в технологічне новаторство користувача без будь-яких обмежень з урахуванням мінливих умов у період пандемії.

Спрямованість на івенти, проекти щодо впровадження, перетворення, коректування та зміну сутності домінантності в роботі бібліотек повинна визначатися, з одного боку, цивілізаційними викликами, з іншого боку – загальнодержавною економічною політикою, що враховує особливості процесів розвитку країни, відповідну специфіку форм і методів галузі з подальшими онлайн-перспективами. 17 січня 2018 р. уряд ухвалив “Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр.”,ключовими напрямками якої є розвиток цифрової інфраструктури: всю територію України планують покрити широкосмуговим інтернетом, а також провести цифровізацію освітніх процесів [16].

В Україні від вересня 2019 р. почало діяти Міністерство цифрової трансформації, яке реалізує державну політику у сферах цифровізації, цифрового розвитку, цифрової економіки, цифрових інновацій, розвитку цифрових навичок та цифрових прав громадян [16].

11 січня 2020 р. Міністерство цифрової трансформації України та Українська бібліотечна асоціація оголосили про початок співпраці [16]. Зокрема, близько 6 000 бібліотек по всій країні долучаться до національної кампанії з цифрової грамотності “Будь на часі!” та популяризуватимуть інформацію про проєкт “Дія. Цифрова освіта”, мета якого навчити цифровій грамотності 6 мільйонів українців за три роки [19]. Бібліотеки стануть першими хабами проєкту “Дія. Цифрова освіта” і нададуть всім охочим доступ до безкоштовного навчання на національній онлайн-платформі [1]. Так, про курси з цифровізації в тестовому режимі писав в 2020 р. Укрінформ: “21 січня ми запустили в тестовому режимі [https://osvita.diia.gov.ua.”](https://osvita.diia.gov.ua.) [14].

Навчання за програмою підвищення кваліфікації для працівників бібліотечних установ відбувалось 28.09-09.10.2020 р. під назвою “Діджиталізація бібліотечної справи: інструменти та методи реалізації” [9]. Були розглянуті питання цифрової трансформації бібліотек, персоналізації обслуговування користувачів, використання інформаційних технологій, проєктного менеджменту в бібліотечній діяльності, питання інформаційної та цифрової грамотності користувачів, супроводження наукової діяльності та роботі з відкритими освітніми ресурсами [9].

Цифрова трансформація, що означає буквально “оцифровування” і у широкому сенсі – перехід інформаційного поля на цифрові технології, тобто те, що відбувається зараз, зміни в усіх сферах суспільного життя, пов’язані з використанням цифрових технологій, де споживачами цифрових технологій виступають усі — держава, бізнес, громадяни [12]. Діджиталізація іноді вживається на позначення конкретного акту переведення певної інформації з аналогового у цифровий формат для її легшого подальшого використання на сучасних електронних дівайсах [12].

Цифровізація (більш вузьке поняття) – проникнення або впровадження цифрових технологій [12]. Тобто взаємодія віртуального та фізичного, створеннякіберфізичного простору (наповнення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами) та організація електронно-комунікаційного обміну між ними [35].

Цифрова трансформація — це не лише термін чи псевдонаукова абстракція, а виклик сьогодення, що потребує системного підходу для розв'язання. Попри стрімке зростання кількості публікацій із проблематики цифровізації, слід констатувати недостатню розробленість теоретико-методологічних аспектів її розвитку. Автори пропонованої статті зосередили увагу на стратегії цифрової трансформації науково-інформаційної сфери в інтероперабельне середовище наукових знань (інтероперабельність — здатність територіально розподілених систем до взаємодії на базі уніфікованих інтерфейсів або протоколів) [7, с. 4].

У наш час відбувається стрімке зростання обсягів цифрових ресурсів та урізноманітнення форм їхньої репрезентації (електронні каталоги, реферативні бази даних, інституційні репозитарії, зібрання первинних дослідницьких даних тощо) [7; 6]. Поширюється рух за відкритий доступ до наукових знань, розвиваються когнітивні підходи до зменшення інформаційної ентропії в процесі наукових комунікацій, орієнтованих на перехід від формалізованої трансляції даних до сприяння у здобутті користувачем нових знань. Фахівці розробляють нові форми подання інформаційно-аналітичних продуктів [5], створюють системи оцінювання наукової інформації й дослідницької діяльності [4; 13]. Загалом, пошуки, що відбувалися впродовж останніх десятиліть в інформаційній сфері, створили передумови для її перетворення на систему, що сприятиме науково-технічному прогресу та соціально-економічному розвиткові України в умовах цифрової трансформації [7, с. 5].

Варто наголосити, що вагоме місце в інтероперабельному сегменті цифрових ресурсів України посідає зібрання наукової періодики, яке підтримує Видавнича служба "УРАН" (Українська науково-освітня телекомунікаційна мережа). Цей ресурс розвивається на засадах партнерства видавців і бібліотек України. Зацікавленість засновників журналів у репрезентації в зазначеному проєкті полягає в багатофункціональності його технологічної платформи, що підтримує міжнародні видавничі стандарти та інтероперабельні протоколи обміну інформацією й забезпечує повний цикл редакційного опрацювання, публікації та супроводження періодичних видань (зокрема, участь у наукометричних ініціативах проєкту). Цю поширену у світі інтероперабельну платформу для підтримки журналів (Open Journal Systems), окрім Видавничої служби "УРАН", використовує значна кількість вітчизняних університетів й академічних інститутів (Національний авіаційний університет, Інститут програмних систем НАН України, Інститут теоретичної фізики ім. М. М. Боголюбова НАН України тощо) [7, c. 15—16].

Точкою доступу до ресурсів репозитаріїв українських інституцій і його інтегрувальним елементом є система Simple Search Metadata in Open Ukraine Archives (https://oai.org.ua/index.php/index). Її підтримують Інститут програмних систем НАН України, Житомирський державний університет імені Івана Франка та Інститут інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України. Станом на кінець 2021 р. у системі згруповано 74 репозитарії університетів і наукових установ. Варто наголосити, що повні тексти публікацій зберігаються в інституційних репозитаріях, а в точці доступу — лише їхні метадані. Систему слід розглядати як зведений електронний каталог контенту репозитаріїв. Його актуалізація здійснюється щодобово з використанням технології OAI/PMH (Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting), що дає змогу автоматизовано збирати метадані цифрових матеріалів (елементи бібліографічних описів книг, статей тощо) для впорядкування та виявлення потрібної користувачам інформації в сімействі депозитаріїв [7, с. 12—13].

Проєкти створення та інтеграції інформаційних ресурсів репозитаріїв інтенсивно розвиваються у світі. Станом на кінець 2021 р. за їх кількістю наша держава входить у першу двадцятку країн. Про це свідчить наведений нижче рис. 1, згенерований системою OpenDOAR (Directory of Open Access Repositories), що являє собою глобальний реєстр репозитаріїв відкритого доступу (за підтримки Ноттінгемського університету, Велика Британія) [7, с. 12].

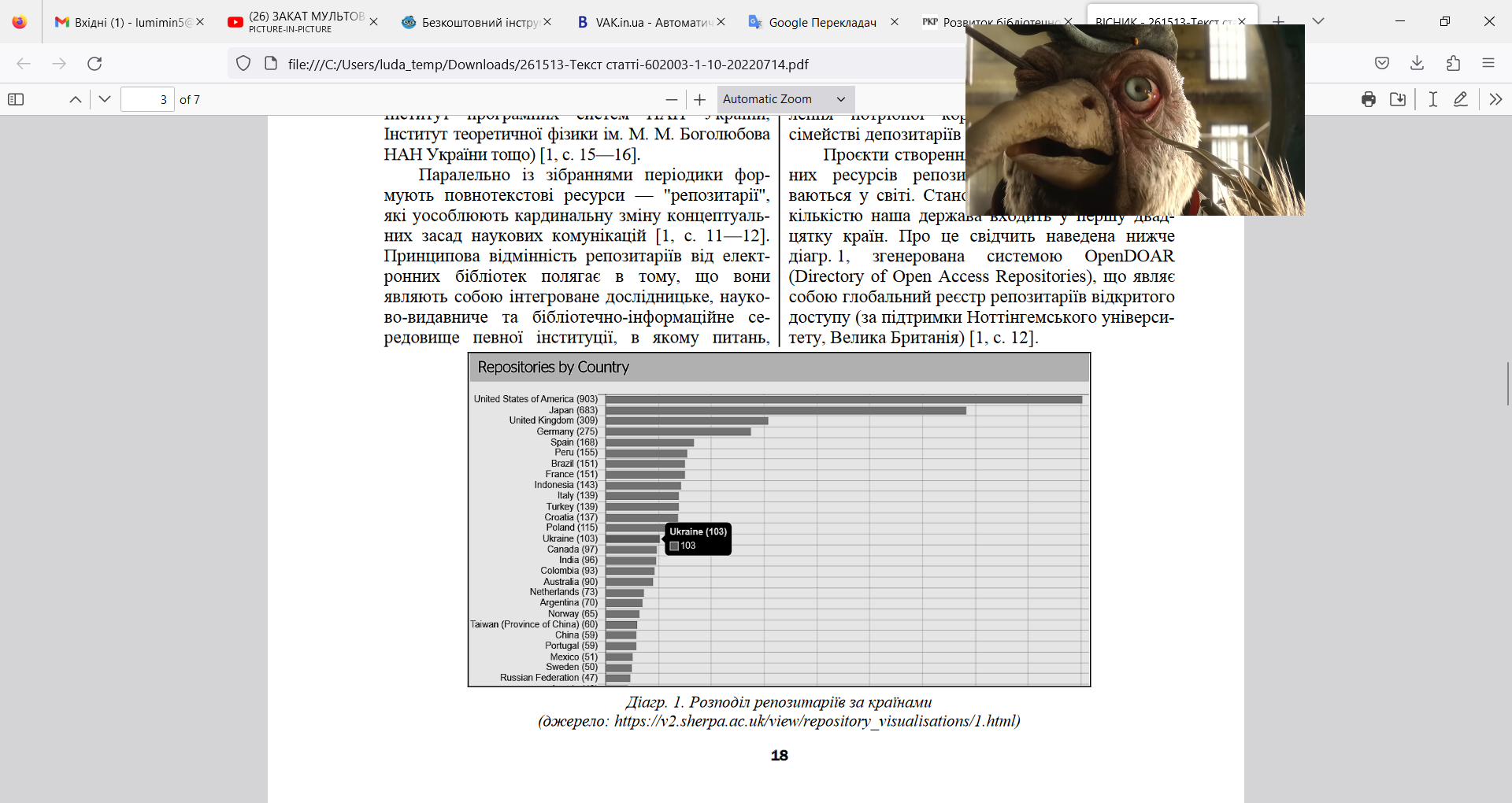


Рис. 1

В Україні використовують бібліотечно-інформаційні системи ALEPH, "ІРБІС", "УФД/Бібліотека", в яких відпрацьовано модулі "Комплектатор", "Каталогізатор", "Книговидача" тощо. Водночас вони не забезпечують функціональної взаємодії, а отже вбачаємо за доцільне розробити інтегрований довідково-пошуковий апарат з єдиною точкою доступу до ресурсів зазначених систем.

Останнім часом особливої актуальності набуває інформація про зростання потоку закордонних публікацій вітчизняних науковців, тому вкрай важливо провести дослідження, щоб започаткувати реферування української наукової екстеріорики та створити інтегрований ресурс із відомостями про публікації наших дослідників у зарубіжних виданнях [13].

Водночас варто зауважити про потребу кардинального розв'язання проблеми функціональної взаємодії конгломерату інформаційних структур. Це завдання потребуватиме розроблення нового покоління бібліотечно-інформаційних систем, в яких проблему інтероперабельності розглядатимуть як одну з основних уже на етапі проєктування.

У цифровому середовищі квантами інформації насамперед є "первинні дослідницькі дані" (Primary Research Data) — упорядковані набори результатів експериментів, гідрометеоспостережень, соціологічних обстежень тощо. Ці дані мають бути вільно доступними для всіх споживачів і придатними для повторного використання без будь-яких обмежень чи контролю з боку публікатора. У фаховій літературі також використовують термін "первинні наукові дані" (Primary Science Data) [7, c. 37; 4].

Прикладами джерела первинних дослідницьких даних є Великий адронний колайдер, що працює в Європейському центрі фізики високих енергій (European Particle Physics Laboratory, CERN) і міжнародний проєкт Слоунівського цифрового огляду неба (Sloan Digital Sky Survey) [7, c. 38—39].

Сучасна тенденція розвитку інтернету полягає в переході від документів, що "читаються комп'ютером" (Machine Readable), до документів, "зрозумілих комп'ютеру" (Machine Understandable). Web розробляли як цифрове інформаційне середовище, в якому зможуть ефективно комунікувати та співпрацювати не лише люди, а й комп'ютери. Якісно нова версія всесвітньої павутини — Semantic Web базується на розробленні мов для подання інформації у формі, придатній для машинного опрацювання. Ідею Semantic Web 1998 р. запропонував Т. Бернерс-Лі, який є розробником WWW, URI, HTTP і HTML [7, c. 53]. Традиційний Web базується на мові розмітки документів HTML, тоді як Semantic Web — це перехід на новий рівень подання даних та автоматизованого опрацювання. Зазначена технологія дає змогу комп'ютеру інтерпретувати інформацію, наведену у Web, нарівні з людьми, для чого розроблено графову модель опису ресурсів RDF (Resource Description Framework).

В узагальненій формі Semantic Web (за Т. Бернерс-Лі) — це:

— інтероперабельність даних між програмними додатками;

— набір інтероперабельних стандартів для обміну знаннями;

— архітектура для взаємопов'язаних спільнот і словників [7, c. 53].

Діяльність Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (далі НБУВ) у сучасних умовах цифровізації в державі щодо підвищення кваліфікації працівників, збереження і нарощування інтелектуального потенціалу установи визначається актуальними завданнями розвитку цифровізації інформаційної, бібліотечної та архівної справи і можливостями бібліотеки, відбувається комплексно і спрямована на формування професійних мережевих зв’язків і обмін досвідом у рамках створеного в установі цифрового науково-інформаційного середовища управління знаннями. Ефективність адаптації бібліотеки до реалій, пов'язаних із впровадженням цифрових технологій, значною мірою визначається наявністю в бібліотечного персоналу необхідних знань і навичок. У зв'язку з цим набувають актуальності питання організації в бібліотеках підвищення кваліфікації працівників і поширення відповідного досвіду. Тож пропонована наукова розвідка присвячена розкриттю специфіки організації системи підвищення кваліфікації в НБУВ протягом 2004 - 2019 рр.

З розвитком цифрових технологій у державі постала потреба у бібліотечному фахівці нового покоління з навичками роботи з інтернет-ресурсами й інформацією в цифровому форматі. Останніми роками, з розвитком цифровізації суспільства, в рамках підвищення кваліфікації підвищена увага приділяється дотриманню права інтелектуальної власності в діяльності бібліотек. Проводились семінари: “Журнали відкритого доступу: концепції, проблеми і переваги впровадження”, “Практика застосування авторського права в бібліотеках”, “Перспектива використання електронних книг та електронних журналів у читальному залі бібліотеки”. Спільно з Асоціацією “Інформатіо-Консорціум”, за ініціативою Всесвітньої організації інтелектуальної власності, увага зосереджувалася проблематиці публікацій відкритого доступу, щодо відкритих українських журналів із наукометричних баз даних, переваги й недоліки публікацій для авторів у журналах відкритого доступу.

У контексті системи підвищення кваліфікації нових співробітників бібліотеки було ознайомлено з основами бібліотечно-інформаційної діяльності в НБУВ, для них проводились екскурсії-лекції, організовувались робочі стажування у суміжних відділах бібліотеки. Розвитку комунікативних зв’язків та обміну професійним досвідом було присвячено цикл екскурсій щодо основних напрямів роботи та вивчення цифрових інновацій провідних бібліотек Києва. Для молодих учених проводилися Дні аспіранта, в рамках яких відбулися семінари-практикуми з основ бібліотечно-бібліографічних знань. Продовжується співпраця НБУВ із Київською МАН для учнів старших класів, створені проекти: “Юні науковці – агенти позитивних змін в Україні”, “Інтелект майбутнього”. Бібліотека є базою для проходження практики студентами спеціальності “Інформаційна, бібліотечна та архівна справа” вищих навчальних закладів Києва.

Ефективною формою підвищення кваліфікації наукової комунікації в галузі бібліотечної справи є участь фахівців НБУВ у різних заходах – міжнародних, всеукраїнських та регіональних наукових конференцій, семінарів, наукових читань, круглих столів та інших. Обмін досвідом, фаховими знаннями, дискусії в процесі підготовки наукових кадрів, проведення різних наукових заходів сприяє започаткуванню сучасних напрямів досліджень в умовах цифровізації суспільства.

## **Висновок до розділу 1**

У першому розділі було досліджено поняття «бібліотека», розглянуто професію бібліотекаря і його здатність підвищувати імідж. Завдання створення позитивної репутації (позитивного іміджу), доброзичливого ставлення громадськості до бібліотеки сьогодні набуває особливої актуальності. Завдяки діяльності бібліотекарів формуються та закріплюються позитивні враження у суспільній думці.

Також було визначено чинники створення позитивного іміджу сучасної бібліотеки та окремі компоненти, а саме: професійна етика бібліотечних працівників, реклама послуг бібліотеки, зв’язки з громадськістю та оформлення приміщення бібліотеки. Зокрема було досліджено бібліотеки вищих навчальних закладів, поняття корпоративного іміджу та спосіб взаємодії працівників таких бібліотек.

Сучасний працівник бібліотеки повинен володіти комплексом проблем у галузі інформації та сприяти покращенню, дотримуватись етики бібліотечного товариства і не тільки. Для такого покликані семінари, тренінги.

Імідж бібліотеки формується також завдяки добору правильного інтер’єру та його кольорової палітри. Але одна з основоположних складових підвищення іміджу бібліотеки – це реклами послуг як у самій бібліотеці, так і в засобах масової інформації.

Веб-сайт також підвищує рівень бібліотеки, так як існує тенденція в розширені локальної комп’ютерної мережі. Інформаційна зона бібліотеки також важлива і в розділі описано кращі варіанти для вдалого її створення.

Далі було розкрите поняття «комунікація» як таке, що має великий вплив на зв’язки із громадськістю. Досліджено масову комунікацію, що відноситься до самої культури. Соціальними передумовами масової комунікації стало суспільство масового споживання з такими його рисами, як індустріалізація, урбанізація, стандартизація виробництва та способів життя. Технічною передумовою ма­­сової комунікації стало створення у 1-й пол. 20 ст. технічних пристроїв, які реалізували можливість швидкої передачі інформації для величезної аудиторії, розпорошеної у просторі.

Для розкриття поняття “Public relation (PR)” було використано визначення видатних науковців, як С. Блека, Е. Бернейза, словника Вебстера. Зокрема беручи до уваги останнє джерело, виокремлюється вплив суспільних наук на поведінку людини, а це – маркетинг, реклама. Але PR та маркетинг це різні речі, що доведено з використанням відповідних аргументів.

Серед інструментів PR, які найчастіше використовуються і протягом десятиліть довели свою дієвість, є такі: аналіз громадських та опублікованих поглядів, стратегія з інформування та спілкування з громадськістю, проекти та ініціативи, слово, ілюстрації, заходи/кампанії.

Імідж бібліотеки передбачає сукупність так званих “часткових” іміджів, властивих групі бібліотек, об’єднаних за певними параметрами (тип, вид, відомча належність, ступінь автоматизації бібліотечно-бібліографічних процесів тощо), а також будь-якій бібліотеці або її структурному підрозділу. До такої інформації, яка формує імідж, належить також образ співробітника бібліотеки, що складається з таких елементів, як професійна компетентність, комунікабельність, зовнішній вигляд, манери, стиль поводження тощо.

У розділі зокрема досліджено цифровізацію, або ж цифрову трансформацію бібліотечної галузі, що характеризується перетворенням паперових документів у цифровий формат, зберіганням, розповсюдженням та доступністю до них в онлайн режимі. Описано цифрову трансформацію країни та сайти, що були створені в рамках цього явища, а також ефективні форми підвищення кваліфікації наукової комунікації в бібліотечній галузі.

# **РОЗДІЛ 2. ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ БІБЛІОТЕКАРЯ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

## **2.1 Професія “бібліотекар” у сучасному суспільстві**

Професія бібліотекаря в сучасному суспільстві є важливою та необхідною. Бібліотекарі відіграють важливу роль у збереженні культурної спадщини та наданні доступу до неї широкій аудиторії. Вони забезпечують доступ до інформації, навчальних матеріалів та літератури, що необхідні для розвитку особистості та підвищення кваліфікації.

Сучасний бібліотекар повинен мати широкі знання в галузі інформаційних технологій та володіти навичками роботи з електронними ресурсами. Він повинен бути в змозі допомагати читачам у пошуку необхідної інформації в інтернеті та у використанні електронних ресурсів бібліотеки. Також важливо, щоб бібліотекарі були готові до викликів, які ставить перед ними сучасний цифровий світ.

Однак, бібліотекарі не тільки забезпечують доступ до інформації, але й є ключовими гравцями у розвитку культурного життя міста чи регіону. Вони організовують культурні заходи, виставки, лекції та інші події, які сприяють розвитку інтересу до культури, науки та мистецтва.

Крім того, бібліотекарі є важливими соціальними працівниками, зокрема у відношенні дітей та молоді. Вони допомагають у формуванні читацької культури та навичок інформаційної грамотності серед дітей та молоді. Це особливо важливо в епоху, коли залежність від інформації та її якість мають велике значення.

У книзі "Бібліотечна справа в Україні: історія та сучасність" автор Наталія Скляренко розглядає історію бібліотечної справи в Україні від давніх часів до сьогодення. Основна увага приділяється розвитку бібліотек у XX столітті та в сучасному світі. Вона зазначає, що у зв'язку з розвитком інтернету та електронних ресурсів, роль бібліотекарів у сучасному світі зазнала змін. Бібліотекарі стали виконувати нові функції, пов'язані з підтримкою доступу до електронних ресурсів та створенням цифрових колекцій.

У той же час, Наталія Скляренко не забуває відзначити, яку бібліотекарі відіграють важливу роль у збереженні та популяризації книг та культурної спадщини. Бібліотекарі повинні бути готові до впровадження нових технологій та інструментів, але не повинні забувати про свої основні функції, пов'язані з роботою з читачами та збереженням культурної спадщини.

У книзі також звертається увага на важливість професійної підготовки бібліотекарів та наявність в Україні відповідної системи освіти в галузі бібліотечної справи. Автор підкреслює, що знання та навички бібліотекарів повинні бути постійно оновлюваними та адаптованими [36].

Автор книги "З чим має справу бібліотекар: роздуми про значення професії у сучасному світі" Річард Дейсон зосереджується на багатьох роздумах та ідеях, пов'язаних із бібліотекарською професією та її роллю в сучасному світі. Деякі з найважливіших з них наступні:

1. Збереження культурної спадщини: автор наголошує на тому, що бібліотеки відіграють важливу роль у збереженні культурної спадщини людства, зокрема книг, документів, фотографій, карт та інших матеріалів. Він також підкреслює необхідність вдосконалення процесів збереження та доступу до цих матеріалів.
2. Відносини з читачами та авторами: автор обговорює різні аспекти взаємодії бібліотекарів з читачами та авторами, включаючи комунікацію, рекомендації, проведення заходів та інші форми співпраці.
3. Зміни в технологіях та виклики: автор відзначає важливість адаптації бібліотек до нових технологій та розвитку цифрових сервісів, а також наголошує на необхідності ставитися до змін з еластичністю та вмінням адаптуватися до нових викликів.
4. Розвиток громад: автор підкреслює важливість бібліотек для розвитку громад та підвищення рівня освіти, культурного розвитку та демократичного процесу. Він також досліджує різні форми співпраці між бібліотеками та іншими інституціями громадського сектору.
5. Професійні виклики: автор досліджує різні виклики, які стоять перед сучасними бібліотекарями, такі як підвищення ролі технологій, зміна вимог до навичок та знань бібліотекарів, необхідність постійного самовдосконалення та розвитку. Він також обговорює різні підходи до вирішення цих викликів, включаючи колективну роботу, створення мережевих форматів співпраці та ін.
6. Етичні питання: автор розглядає різні етичні питання, що виникають у бібліотечній професії, такі як конфіденційність даних, права на доступ до інформації, відповідальність за збереження та збільшення культурної спадщини тощо [6].

У книзі "Бібліотека як центр культурного життя сучасного міста" автор Тетяна Калита також описує професію бібліотекаря. Вона зазначає, що бібліотекар - це професія, яка поєднує в собі роботу з інформацією та роботу з людьми. Підкреслена важливість професійної підготовки бібліотекарів, щоб вони могли якісно забезпечувати роботу бібліотек та взаємодію з громадою. Вона також зазначає, що бібліотекарі повинні бути вмілими у використанні сучасних технологій та знати, як працювати з цифровими ресурсами. Бібліотекарі повинні мати відкрите мислення та бути готовими до змін, щоб адаптуватися до нових викликів та вимог сучасного світу. Вони повинні бути готові до співпраці з іншими фахівцями та взаємодії з громадою для досягнення спільних цілей [12].

У книзі "Інформаційні технології в професії бібліотекаря: підручник" автор Наталія Максимова також описує професію бібліотекаря. Вона зазначає, що бібліотекар - це фахівець, який володіє знаннями та навичками зі збору, обробки, зберігання та поширення інформації. Автор підкреслює, що в сучасних умовах бібліотекар повинен мати високий рівень інформаційної грамотності, вміти працювати з сучасними технологіями, бути знайомим з методиками організації роботи з інформацією та мати досвід роботи з користувачами. Фахівець повинен бути готовим до постійного самовдосконалення та вдосконалення своїх професійних навичок. Вона також підкреслює важливість етики та моральних принципів у професії бібліотекаря, оскільки ця професія пов'язана з довірою користувачів до фахівця та до бібліотеки в цілому [20].

У книзі "Бібліотека як місце зустрічі: практика та перспективи розвитку бібліотек у сучасному світі" автор Елізабет Рід також звертається до професії бібліотекаря. Вона вважає, що професія бібліотекаря в сучасному світі має багато викликів та можливостей. Описується важливість бути готовими до постійного оновлення своїх знань та навичок, оскільки технології змінюються швидко, і бібліотеки повинні бути готові до використання новітніх інструментів для надання якісних послуг. Бібліотекарі повинні мати високий рівень професійної компетентності, знати та розуміти потреби своїх користувачів, забезпечувати доступ до різних видів інформації та вміти працювати з інноваційними методами та технологіями.

Також автор підкреслює важливість розвитку міжособистісних навичок у бібліотекарів, зокрема навичок спілкування та взаємодії з користувачами, що дозволяє створювати позитивну атмосферу у бібліотеці та залучати нових користувачів. В цілому, автор вважає, що професія бібліотекаря в сучасному світі є важливою та перспективною, і вимагає від фахівців постійного розвитку та вдосконалення своїх навичок [25].

У книзі "Інноваційні технології в роботі бібліотек: досвід і перспективи" автор Олена Федорова розглядає роль бібліотек у сучасному світі та виклики, з якими стикається ця професія. Автор зазначає, що з появою нових інформаційних технологій роль бібліотекаря значно змінилася і стала більш складною та різноманітною.

У книзі описується, які інноваційні технології використовуються в бібліотеках, такі як електронний каталог, віртуальна бібліотека, електронні бібліотечні ресурси, соціальні мережі та інші. Автор наголошує на необхідності постійного вдосконалення знань та навичок у цій професії та активної участі в професійних спілках та організаціях.

Зокрема, автор обговорює важливість забезпечення якості обслуговування читачів, розвитку маркетингових стратегій та використання соціальних медіа для просування бібліотек та їх послуг. В книзі також зазначається, що бібліотекарі повинні бути готові до впровадження нових технологій та викликів, що можуть виникнути у майбутньому [29].

У книзі "Бібліотека у вимірах сучасного життя: теорія та практика" автор Оксана Шевченко розглядає роль бібліотек у сучасному світі, їхні функції та можливості. Автор звертає увагу на те, що бібліотеки можуть бути центрами культурного та освітнього життя міст та сіл.

Щодо професії бібліотекаря, автор розглядає її як складну та багатогранну. Зазначається, що бібліотекар повинен мати глибокі знання у сфері літератури та інформації, бути досвідченим користувачем комп’ютера та Інтернету, володіти комунікативними та організаторськими навичками. Також автор звертає увагу на те, що бібліотекар повинен бути відкритим до нових технологій та готовим до постійного навчання та саморозвитку [32].

У книзі "Бібліотеки сьогодення: новітні технології та виклики" автор Людмила Чекаліна розглядає виклики та перспективи розвитку бібліотечної справи в сучасному світі, звертаючи увагу на те, що бібліотека - це не тільки місце зберігання книг, але й центр культурного життя, де проводяться різноманітні заходи та діяльність спрямована на задоволення інформаційних та культурних потреб користувачів. Автор також зазначає, що роль бібліотекаря в сучасному світі не обмежується традиційною функцією розподілу книг, але вимагає розуміння новітніх технологій, здатності використовувати інформаційні ресурси та вміння працювати з користувачами в онлайн-режимі. Автор акцентує увагу на тому, що професія бібліотекаря має бути адаптована до потреб та викликів сучасного світу, тому нинішні бібліотекарі повинні постійно вдосконалюватись та набувати нових знань та навичок [30].

Книга "Професійна підготовка бібліотекарів: світовий досвід та українська практика" автора Олени Тележинської присвячена аналізу професійної підготовки бібліотекарів у світі та в Україні. Автор детально досліджує навчальні програми із бібліотечної справи, розглядає різні форми підготовки, включаючи дистанційне навчання, та аналізує якість навчання бібліотекарів в Україні.

У книзі автор також звертає увагу на сутність професії бібліотекаря та її зміст у сучасному світі. Зокрема, зазначається, що бібліотекарі виконують не тільки традиційні функції зберігання та надання доступу до інформації, але й активно працюють над створенням та розвитком культурного середовища в своїх громадах. Також автор обговорює важливість володіння бібліотекарем інформаційними технологіями, що допомагають ефективно збирати, обробляти та поширювати інформацію.

У цілому, книга "Професійна підготовка бібліотекарів: світовий досвід та українська практика" дає читачеві змогу ознайомитися зі світовими тенденціями професійної підготовки бібліотекарів та оцінити рівень підготовки в Україні. Автор звертає увагу на важливість зміни підходів до підготовки бібліотекарів.

Особливу увагу Тележинська приділяє необхідності оновлення змісту навчальних програм та підвищення якості професійної підготовки бібліотекарів в Україні, зокрема шляхом запровадження нових дисциплін та орієнтації на практичний досвід.

Автор також зазначає, що сучасний бібліотекар повинен мати розуміння технологій та вміти працювати з електронними ресурсами, але при цьому не втрачати своїх професійних якостей, таких як знання культурної спадщини, досвід роботи з читачами, здатність допомагати у пошуку необхідної інформації [28].

## **2.2 Емпіричне дослідження як метод вивчення іміджу бібліотеки**

Для вивчення іміджу бібліотеки можна використати емпіричне дослідження як один з можливих методів. Емпіричне дослідження - це збір та аналіз даних, отриманих у ході спостережень, опитувань, експериментів тощо.

Одним з можливих методів емпіричного дослідження іміджу бібліотеки є соціологічне опитування. У цьому випадку можна скласти опитувальник, який міститиме запитання про сприйняття та оцінку бібліотеки різними групами користувачів. Наприклад, можна запитати, які асоціації викликає у людей слово "бібліотека", яка їхня загальна думка про бібліотеку як про заклад культури, яку оцінку вони ставлять її роботі та послугам, які проблеми вони бачать у роботі бібліотеки тощо.

Також можна використовувати метод спостереження, який передбачає безпосереднє спостереження за користувачами бібліотеки та їх поведінкою. Наприклад, можна спостерігати, як вони шукають книги, як взаємодіють з бібліотекарями та іншим персоналом, як користуються комп'ютерами та іншими технічними засобами тощо.

Крім того, можна використовувати інтерв'ю з користувачами бібліотеки та її персоналом. Цей метод передбачає особисті зустрічі та розмови зі спеціалістами бібліотеки та її користувачами. Завдяки цьому можна отримати більш детальну інформацію про їхні потреби та очікування від бібліотеки.

Емпіричне дослідження є одним з найважливіших методів дослідження в соціології та інших наукових дисциплінах. Цей метод дозволяє збирати, аналізувати та інтерпретувати даний, отриманий в результаті спостереження або опитування.

У сучасному світі, де інформаційні технології швидко розвиваються, бібліотеки стикаються з викликами, пов'язаними зі зміною уявлень людей про знання та доступ до інформації. Імідж бібліотеки - це важливий елемент в ефективному залученні користувачів та забезпеченні їх задоволення від відвідування бібліотеки.

У зв'язку з цим, емпіричні дослідження можуть допомогти вивчити імідж бібліотеки та виявити основні чинники, які впливають на сприйняття користувачами. Для цього можна використовувати різні методи дослідження, такі як опитування, спостереження, інтерв'ю, фокус-групи та інші.

Опитування може бути корисним методом для збору даних про сприйняття користувачами іміджу бібліотеки. Це може включати запитання про відношення користувачів до бібліотеки, про їх очікування від неї, про ступінь задоволеності послугами та інші питання. Для підвищення об'єктивності дослідження, доцільно провести опитування серед різних груп користувачів, таких як студенти, викладачі, науковці, школярі та інші.

Спостереження можуть допомогти вивчити поведінку користувачів у бібліотеці, їхні пріоритети та потреби.

У книзі Островської Т.І. "Технології соціологічного дослідження" звертається значна увага на емпіричне дослідження. Автор пояснює, що емпіричне дослідження є процесом збирання даних, що базуються на спостереженнях, дослідженнях та експериментах, які можуть допомогти вирішити соціологічну проблему.

Островська Т.І. наголошує, що емпіричні дослідження можуть бути проведені з використанням різних методів, таких як анкетування, спостереження, інтерв'ю, фокус-групи, статистичний аналіз та інші. Вона пояснює, що кожен з цих методів має свої переваги та недоліки і може бути використаний залежно від конкретної соціологічної проблеми, яку досліджують.

Автор також звертає увагу на те, що емпіричне дослідження потребує від соціологів дотримання визначених процедур та стандартів, що дозволяють забезпечити високу якість даних. Вона розглядає методи збору даних, які допомагають зменшити можливість помилок та інші аспекти, які необхідно враховувати під час емпіричних досліджень.

Отже, в книзі Островської Т.І. "Технології соціологічного дослідження" емпіричне дослідження розглядається як важливий елемент соціології, який може допомогти вирішити соціологічні проблеми та встановити зв'язки між різними факторами з використанням різних методів збору даних та дотримання визначених процедур та стандартів, що дозволяє забезпечити високу якість даних та достовірність результатів. В книзі також розглядаються питання аналізу та інтерпретації даних, що отримані в процесі емпіричного дослідження, а також проблеми, пов'язані з етикою досліджень та захистом персональних даних.

Один з методів статистичного аналізу, що розглядається в книзі, - це кореляційний аналіз, який дозволяє визначити наявність зв'язку між двома змінними. Автор пояснює, що кореляційний аналіз може бути використаний для вивчення зв'язку між різними факторами, наприклад, між віком та рівнем освіти, між доходом та споживанням певних товарів тощо. Крім того, автор розглядає різні типи кореляційних зв'язків, такі як пряма кореляція, зворотна кореляція та відсутність кореляційного зв'язку.

Інший метод, який описується в книзі - це регресійний аналіз, який дозволяє встановити залежність між двома або більше змінними. Автор пояснює, що регресійний аналіз може бути використаний для вивчення впливу однієї змінної на іншу, наприклад, вивчення впливу рівня освіти на рівень доходу, або вивчення впливу споживання певного товару на рівень задоволення від життя.

Також в книзі Островської Т.І. розглядається факторний аналіз, який дозволяє визначити, які з факторів мають найбільший вплив на певний результат. Автор пояснює, що факторний аналіз може бути використаний для вивчення впливу різних фак торів на певне явище, наприклад, вивчення впливу освіти, доходу, статі та інших факторів на споживання певного продукту.

Додатково, в книзі розглядаються інші методи статистичного аналізу, такі як аналіз варіації, дисперсійний аналіз та кластерний аналіз. Аналіз варіації дозволяє визначити, наскільки великою є варіація між різними групами досліджуваних об'єктів. Дисперсійний аналіз дозволяє встановити, чи є різниця між середніми значеннями досліджуваних груп. Кластерний аналіз дозволяє групувати об'єкти на основі схожості в їхніх характеристиках.

Автор також пояснює, що вибір конкретного методу статистичного аналізу залежить від багатьох факторів, таких як мета дослідження, тип досліджуваної змінної, обсяг дослідження та доступність необхідної інформації. Важливо правильно вибрати метод, щоб отримати максимально корисні висновки з емпіричного дослідження.

Узагальнюючи, книга Островської Т.І. "Технології соціологічного дослідження" детально описує різні методи статистичного аналізу даних, які можуть бути використані для отримання корисних висновків з емпіричних досліджень. Автор пояснює, які методи можуть бути використані для вивчення різних типів зв'язків та залежностей між змінними, а також як вибрати метод, щоб досягти максимально точних та корисних результатів [21].

У джерелі “Методика соціологічних досліджень” автори О.В. Шевченко та В.В. Хоруженко надають детальний опис етапів проведення емпіричного дослідження, починаючи з визначення проблеми дослідження та формулювання гіпотези, а закінчуючи аналізом отриманих результатів та формулюванням висновків.

Автори описують різні методи збору даних, включаючи опитування, спостереження, експеримент, фокус-групи та інтерв'ю, та надають рекомендації щодо вибору методу в залежності від типу дослідження.

Далі надається детальний опис різних методів аналізу даних, таких як описова статистика, коефіцієнт кореляції, аналіз дисперсії, регресійний аналіз, класифікація та кластерний аналіз. Кожен метод описується з точки зору його призначення, структури та використання у практичних дослідженнях.

Автори також надають приклади використання різних методів аналізу даних на прикладі конкретних досліджень, що допомагає читачеві краще зрозуміти, як ці методи можуть бути застосовані для отримання корисних висновків з емпіричних досліджень.

В навчально-методичному посібнику "Методика соціологічних досліджень" автори Шевченко О.В. та Хоруженко В.В. описують різні методи збору даних, а саме:

1. Опитування - це метод, який полягає у зборі даних шляхом заповнення анкети респондентами. Анкета містить запитання, які допомагають з'ясувати думку, погляди, ставлення або дії людей щодо певного питання.
2. Спостереження - це метод, який полягає у безпосередньому спостереженні за об'єктом дослідження. Цей метод дозволяє отримати інформацію про поведінку людей в різних ситуаціях, при цьому дослідник може фіксувати деталі та нюанси, які можуть бути непомітними для респондента або не виявлені під час опитування.
3. Експеримент - це метод, який полягає у встановленні зв'язку між причиною та наслідком. У соціологічному дослідженні експеримент може використовуватися для вивчення впливу певних факторів на поведінку людей.
4. Аналіз документів - це метод, який полягає у вивченні різних документів, таких як закони, статистичні звіти, газети тощо. Цей метод дозволяє отримати додаткову інформацію про об'єкт дослідження та з'ясувати думку та погляди людей на певну проблему.
5. Фокус-група - це метод, який полягає у проведенні групового інтерв'ю з невеликою кількістю людей (зазвичай від 6 до 10). Група людей обговорює певне питання або проблему, а дослідник спостерігає за ними та реєструє.

Іншим методом збору даних є метод спостереження. Він використовується для дослідження поведінки людей або груп у різних ситуаціях. Спостереження може бути безпосереднім, коли дослідник перебуває у тому ж місці, що і об’єкт дослідження, і спостерігає за ними, або опосередкованим, коли дослідник користується засобами запису, наприклад, відео або аудіозаписю.

Крім того, до методів збору даних можуть відноситись анкетування, інтерв’ю та аналіз документів. Анкетування – це метод, який полягає в заповненні опитувальників або анкет респондентами. Інтерв’ю – це розмова дослідника з респондентом з метою отримання необхідної інформації. Аналіз документів – це метод, який використовується для аналізу документів, наприклад, законодавчих актів, заяв, резюме тощо.

Залежно від теми дослідження та обраного підходу можуть використовуватись різні методи збору даних. Важливо обрати такий метод, який дозволить отримати найбільш точні та достовірні дані.

Емпіричне дослідження може допомогти підвищити імідж бібліотеки, оскільки воно дозволяє виявити потреби та інтереси аудиторії та знайти способи задоволення цих потреб. Наприклад, можна провести опитування користувачів, щоб дізнатися, які книги вони хотіли б побачити у фонді бібліотеки, які послуги їм необхідні та як бібліотека може зробити їх перебування більш комфортним.

Також емпіричне дослідження може виявити проблеми у роботі бібліотеки та запропонувати шляхи їх вирішення. Наприклад, за допомогою спостережень можна виявити, що деякі книги забирають більше часу, ніж інші, що у свою чергу призводить до черг та незадоволення користувачів. На основі цих даних можна розробити план заходів для поліпшення обслуговування користувачів.

Також емпіричне дослідження може допомогти збільшити ефективність рекламних кампаній та залучення нових користувачів. Наприклад, за допомогою фокус-груп можна виявити, які медіа-канали користувачі використовують для пошуку інформації про бібліотеку та її послуги. На основі цих даних можна розробити рекламну кампанію, яка більш ефективно приверне увагу цільової аудиторії.

Отже, емпіричне дослідження є потужним інструментом для виявлення потреб та інтересів користувачів бібліотеки, виявлення проблем та пошуку шляхів їх вирішення, а також для підвищення ефективності рекламних кампаній [31].

## **2.3 Шляхи підвищення іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекаря**

Бібліотека та бібліотекар у сучасному світі мають важливу роль у формуванні та збереженні культурної спадщини, підвищенні інформаційної грамотності та розвитку особистості. Проте, змінюючись з розвитком технологій та інтернет-комунікацій, бібліотека стикається зі складнішими викликами і повинна постійно працювати над підвищенням свого іміджу серед суспільства.

Один із шляхів підвищення іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекаря - це створення комфортних умов для відвідувачів та працівників. Це може включати в себе якісний ремонт та обладнання затишних кімнат для читання та відпочинку, а також надання можливості безкоштовного Wi-Fi та доступу до комп'ютерів. Також важливою є організація зручної системи обслуговування та керування бібліотекою, щоб відвідувачі та працівники могли використовувати всі ресурси бібліотеки максимально ефективно та без перешкод.

Ще одним шляхом підвищення іміджу є розширення інформаційних послуг та програм для відвідувачів. Це може включати в себе організацію курсів та тренінгів з питань інформаційної грамотності, надання доступу до електронних баз даних, онлайн-бібліотек та віртуальних експозицій. Також бібліотека може організовувати культурно-мистецькі заходи, лекції та дискусії з відомими діячами культури та науки, що дозволить привернути увагу. Серед найвідоміших:

* Міністерство культури та інформаційної політики України;
* Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського;
* Українська асоціація бібліотекарів;
* Журнал "Бібліотечний вісник";
* Міжнародний культурний центр "Відродження";
* Журнал "Книга та культура";
* Науково-методичний центр інформаційно-бібліотечної діяльності;
* Всеукраїнська бібліотечна асоціація "Українська бібліотечна рада";
* Конференція "Бібліотечна україністика";
* Міжнародна науково-практична конференція "Інформаційно-бібліотечна діяльність в умовах глобалізації інформації".

Науковець Шиманська О.В. наводить в своїх дослідженнях декілька шляхів підвищення іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекаря. По-перше, автор вказує на важливість реклами та маркетингу для підвищення іміджу бібліотеки. Необхідно використовувати різноманітні методи та інструменти реклами, такі як оголошення, банери, рекламні стенди, рекламні ролики та інші, щоб залучати нових користувачів та зберігати існуючих. По-друге, автор рекомендує створювати комфортні умови для користувачів. Це може бути забезпечено широким вибором літератури, доступом до новітніх технологій, зручними робочими місцями та іншими послугами. По-третє, автор наголошує на важливості залучення відвідувачів до різноманітних заходів та активностей, які організовуються в бібліотеці. Це можуть бути лекції, круглі столи, книжкові виставки, конкурси та інші заходи, які допомагають підвищити інтерес до бібліотеки та її послуг. По-четверте, автор вказує на важливість співпраці з іншими організаціями та установами. Співпраця може допомогти бібліотеці отримати нових користувачів та розширити свої можливості, наприклад, у забезпеченні доступу до різноманітної літератури та інших ресурсів [33].

У своїй статті "Підвищення іміджу бібліотеки як один із шляхів приваблення користувачів" Реп'ях О.В. наводить кілька шляхів, які можуть допомогти підвищити імідж сучасної бібліотеки та привабити нових користувачів:

1. Рекламування бібліотеки у соціальних мережах. Сучасна молодь переважно користується соціальними мережами, тому рекламування бібліотеки в цих мережах може залучити більше користувачів.
2. Проведення тематичних виставок та заходів. Тематичні виставки та заходи залучають увагу людей, які мають певний інтерес до теми. Такі заходи можуть привернути нових користувачів до бібліотеки.
3. Використання інноваційних технологій. Застосування новітніх технологій у роботі бібліотеки може зробити її більш привабливою для користувачів, особливо молоді.
4. Розвиток електронного каталогу. Електронний каталог дає користувачам змогу швидко та легко знайти потрібну літературу, що допомагає зробити роботу бібліотеки більш ефективною та зручною для користувачів.
5. Підвищення кваліфікації бібліотекарів. Важливо, щоб бібліотекарі були кваліфікованими та знали свою роботу на високому рівні. Це допоможе зберегти позитивний імідж бібліотеки та привернути нових користувачів [24].

У своїй статті "Професійний імідж бібліотекаря в умовах сучасності" Пасічник Т.М. пропонує такі шляхи підвищення іміджу бібліотекаря:

1. Підвищення рівня професійної компетентності бібліотекарів за допомогою постійного навчання, участі в семінарах та тренінгах. Це допоможе не лише покращити якість обслуговування користувачів, але й збільшити довіру до бібліотекарів.
2. Розвиток мережевої взаємодії між бібліотеками та бібліотекарями для обміну досвідом та інформацією. Це допоможе підвищити рівень професійної підготовки бібліотекарів та забезпечити доступ до більш широкого кола джерел інформації.
3. Активна комунікація з користувачами, зокрема за допомогою соціальних медіа. Бібліотекарі повинні бути доступними та відкритими для спілкування з користувачами, вести блоги, сторінки у соціальних мережах тощо.
4. Розвиток креативних та нестандартних форм обслуговування користувачів, наприклад, проведення тематичних виставок, лекцій, творчих зустрічей, конкурсів тощо. Це сприятиме формуванню позитивного іміджу бібліотеки та бібліотекарів у громадськості.
5. Розробка та реалізація маркетингових стратегій, спрямованих на підвищення популярності бібліотеки та її послуг серед різних груп користувачів. Для цього необхідно проводити дослідження потреб та очікувань користувачі [22].

У джерелі Лисенко Т.В. розглядаються такі шляхи підвищення іміджу бібліотекаря, як:

1. Формування професійної культури бібліотекаря, яка повинна включати знання та розуміння бібліотечної справи, професійних етичних норм, вміння спілкуватися з користувачами та колегами.
2. Вивчення та застосування інноваційних технологій в бібліотечній роботі, що дає змогу розширювати спектр послуг та підвищувати рівень задоволення користувачів.
3. Активна участь у професійних спілках, організаціях та подіях, що сприяє обміну досвідом та взаємному визнанню серед колег.
4. Популяризація бібліотечної справи та розвиток партнерських взаємовідносин з іншими установами культури, освіти, науки та бізнесу.
5. Активна робота з молоддю, залучення їх до бібліотеки, розвиток інтерактивних форм роботи зі школярами та студентами.

Ці шляхи досить унікальні та зосереджені на формуванні професійної культури та розвитку бібліотеки як сучасного центру культури та освіти [18].

У джерелі Толстобров В.В. пропонуються такі методи соціологічного дослідження іміджу бібліотек та бібліотекарів:

1. Анкетування - метод дослідження, який полягає в заповненні стандартних форм (анкет) респондентами, що дозволяє зібрати велику кількість інформації за короткий час.
2. Експертне опитування - метод дослідження, що полягає в зверненні до експертів з метою отримання їх оцінки.
3. Фокус-група - метод, за яким проводяться групові дискусії на певну тему, з метою отримання відповідей на запитання та виявлення думок різних груп населення.
4. Спостереження - метод, що полягає в зборі інформації про поведінку та дії людей в певних ситуаціях за допомогою прямих спостережень або за допомогою відеозйомки.
5. Інтерв'ю - метод, що передбачає пряме запитання та отримання відповіді від респондента.
6. Аналіз інтернет-ресурсів - метод, що полягає в дослідженні інформації, яка публікується в інтернеті на сторінках бібліотек та бібліотекарів.
7. SWOT-аналіз - метод, що дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для розвитку іміджу бібліотек та бібліотекарів.
8. Аналіз документів - метод, що полягає в дослідженні різноманітних документів (статистичні дані, звіти, презентації, бюлетені, заявки, рішення та інші), які дозволяють виявити проблеми та перспективи розвитку бібліотек.

У джерелі Кочетова Г.М. "Маркетингові стратегії бібліотек в умовах цифрової трансформації" наведено наступні методи підвищення іміджу бібліотек:

1. Розробка та впровадження маркетингової стратегії - автор рекомендує бібліотекам розробляти і впроваджувати маркетингові стратегії, що сприяють підвищенню іміджу бібліотек та привабленню нових користувачів. Ці стратегії повинні бути орієнтовані на потреби користувачів, враховувати особливості регіону, де знаходиться бібліотека, та використовувати різноманітні інструменти маркетингу (наприклад, рекламні банери на сайтах, рекламні ролики, соціальні медіа, email-розсилки тощо).
2. Залучення нових користувачів за допомогою онлайн-ресурсів - бібліотекам рекомендується використовувати онлайн-ресурси (наприклад, електронні книги, журнали, бази даних тощо) для приваблення нових користувачів. Важливо, щоб ці ресурси були доступні та зручні для використання.
3. Підвищення якості обслуговування - бібліотекам рекомендується підвищувати якість обслуговування користувачів. Для цього можна використовувати різноманітні інструменти, наприклад, опитування користувачів, впровадження нових послуг, підвищення кваліфікації бібліотекарів тощо

Далі автор пропонує такі методи підвищення іміджу бібліотеки:

* Залучення нових користувачів за допомогою реклами в соціальних мережах і на сайтах, у тому числі використовуючи інтерактивні методи, такі як тести, графічні історії тощо.
* Організація тематичних виставок і презентацій, де можна продемонструвати багатство колекцій і послуг бібліотеки.
* Відкриття книжкових клубів і курсів, які пропонують інтересні та актуальні теми для обговорення та навчання.
* Розвиток партнерства з іншими установами та організаціями, що допомагає позиціонувати бібліотеку як центр культурного життя міста або регіону.
* Розвиток інтерактивних технологій для доступу до бібліотечних послуг, таких як онлайн-каталоги та електронні ресурси.
* Застосування різноманітних методів вивчення потреб користувачів для виявлення найбільш популярних та необхідних послуг, а також для оцінки якості надання цих послуг.
* Створення різноманітних ініціатив та акцій, що спрямовані на підвищення інтересу до читання та залучення нових аудиторій, наприклад, бібліотечні фестивалі, літературні конкурси, дитячі читацькі конкурси тощо.

## **Висновок до розділу 2**

У цьому розділі досліджена роль професії секретаря в сучасному суспільстві. Сучасний бібліотекар повинен мати широкі знання в галузі інформаційних технологій та володіти навичками роботи з електронними ресурсами.

Дослідження проводилось шляхом використання авторського бачення в наступних джерелах: "Бібліотечна справа в Україні: історія та сучасність" (Наталія Скляренко), "З чим має справу бібліотекар: роздуми про значення професії у сучасному світі" (Річард Дейсон), "Бібліотека як центр культурного життя сучасного міста" (Тетяна Калита), "Інформаційні технології в професії бібліотекаря: підручник" (Наталія Максимова), "Бібліотека як місце зустрічі: практика та перспективи розвитку бібліотек у сучасному світі" (Елізабет Рід), "Інноваційні технології в роботі бібліотек: досвід і перспективи" (Олена Федорова), "Бібліотека у вимірах сучасного життя: теорія та практика" (Оксана Шевченко), "Бібліотеки сьогодення: новітні технології та виклики" (Людмила Чекаліна), "Професійна підготовка бібліотекарів: світовий досвід та українська практика" (Олена Тележинська).

Що стосується вивчення іміджу бібліотеки, то одим із методів є емпіричне дослідження. Емпіричне дослідження – це збір та аналіз даних, отриманих у ході спостережень, опитувань, експериментів тощо, таке дослідження передбачає декілька шляхів:

* соціологічне опитування;
* метод спостереження;
* інтерв’ю з користувачами;

Вивчення такого методу проводили автори книг "Технології соціологічного дослідження" (Островської Т.І.), “Методика соціологічних досліджень” (Шевченко О.В. та Хоруженко В.В.). Автори описують різні методи збору даних, включаючи опитування, спостереження, експеримент, фокус-групи та інтерв'ю, та надають рекомендації щодо вибору методу в залежності від типу дослідження.

Один із шляхів підвищення іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекаря - це створення комфортних умов для відвідувачів та працівників. Науковець Шиманська О.В. наводить в своїх дослідженнях декілька шляхів підвищення іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекаря – реклама та маркетинг, влаштування комфортних умов для користувачів, доступ до широкого вибору літератури, залучення відвідувачів до різноманітних заходів та активностей, співпраця з іншими організаціями та установами. Шляхи підвищення іміджу бібліотек також детально дослідила у своїй статті "Підвищення іміджу бібліотеки як один із шляхів приваблення користувачів" Реп'ях О.В., а саме – рекламування в соціальних мережах, проведення тематичних виставок та заходів, використання інноваційних технологій та електронного каталогу, підвищення кваліфікації бібліотекарів.

Також шляхи підвищення іміджу бібліотеки у своїй статті "Професійний імідж бібліотекаря в умовах сучасності" пропонує науковець Пасічник Т.М., а це – підвищення рівня професійної компетентності, розвиток мережевої взаємодії між бібліотеками, активна комунікація з користувачами, розвиток креативних та нестандартних форм обслуговування користувачів і реалізація маркетингових стратегій. Авторське бачення щодо відповідних шляхів мають також Лисенко Т.В., Толстобров В.В., Кочетова Г.М.

# **ВИСНОВКИ**

Завершуючи роботу, можна говорити, що було досліджено суть професії бібліотекаря та його впливу на імідж бібліотеки з різних сторін, окреслено проблематику та шляхи вирішення нагальних потреб, зокрема визначено професійні компетентності бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві.

Поглиблено розуміння та підвищити значущість підвищення іміджу бібліотеки, проаналізувати цифровізацію бібліотеки та визначено професійні компетентності бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві.

Виконані завдання дослідження. Вивчено літературу та проведено аналіз наукових досліджень щодо підвищення іміджу бібліотек у сучасному інформаційному суспільстві. Проаналізовано процес цифровізації бібліотек та оцінити його вплив на підвищення іміджу бібліотеки. Досліджено роль бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві та визначити необхідні професійні компетентності для успішного підвищення іміджу бібліотеки. Розроблено рекомендації та стратегії для підвищення іміджу бібліотеки, зокрема шляхом використання цифрових технологій та розвитку професійних компетентностей бібліотекаря. Зібрано та проаналізувано дані з опитувань або інших джерел для оцінки ефективності запропонованих рекомендацій та стратегій. Зроблені висновки щодо значущості підвищення іміджу бібліотеки, цифровізації бібліотек та необхідних професійних компетентностей бібліотекаря у сучасному інформаційному суспільстві. Запропоновано можливі напрями подальших досліджень у цій області для поглиблення розуміння та розвитку підвищення іміджу бібліотеки.

Сучасний працівник бібліотеки повинен володіти комплексом проблем у галузі інформації та сприяти покращенню, дотримуватись етики бібліотечного товариства і не тільки. Для такого покликані семінари, тренінги.

Імідж бібліотеки формується також завдяки добору правильного інтер’єру та його кольорової палітри. Але одна з основоположних складових підвищення іміджу бібліотеки – це реклами послуг як у самій бібліотеці, так і в засобах масової інформації.

Веб-сайт також підвищує рівень бібліотеки, так як існує тенденція в розширені локальної комп’ютерної мережі. Інформаційна зона бібліотеки також важлива і в розділі описано кращі варіанти для вдалого її створення.

Серед інструментів PR, які найчастіше використовуються і протягом десятиліть довели свою дієвість, є такі: аналіз громадських та опублікованих поглядів, стратегія з інформування та спілкування з громадськістю, проекти та ініціативи, слово, ілюстрації, заходи/кампанії.

# **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. American Library Association. (2016). Digital Inclusion: An ALA Policy Brief. Retrieved from https://www.ala.org/advocacy/diversity/diversity-ALA
2. Bernays Edward L. Public relations / Edward L. Bernays. – 8th print. – Norman : Univ. of Oklahoma press, 1980. – X. – 374 р.
3. Webster's International CD-ROM Encyclopedia’99 : [Electronic resource]. – Washington : Multimedia 2000 and Webster's publishing, 1999. – 1 elektr.-opt.dysk (CD-Rom).
4. Барабаш С. І. Робота з громадськістю (PR) та інформаційні технології в бібліотеці вищого учбового закладу / С. І. Барабаш – К. : Аверс, 2007. – 119 с.
5. Бібліотека в освітньому просторі. Професійна культура бібліотекаря: поведінка, культура мови і спілкування, зовнішня культура: інформ. бюл. для працівників бібліотек ВНЗ ІІІ – IV рівнів акредитації державної форми власності Хмельницької області. No 9 / гол. ред. О. Б. Айвазян. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – 76 с
6. Білоус В. С. Престиж і привабливість бібліотечної професії та бібліотеки вищого навчального закладу / В. С. Білоус // Бібліотека та сучасні тенденції в інформаційному забезпеченні освітньої, науково-дослідної та інноваційної діяльності вищих навчальних закладів : матеріали наук.-практ. конф., присвяч. 50-річчю НБ ХНУ, 15-16 берез., 2012 / редкол.: О.Б. Айвазян [та ін.]. – Хмельницький : ХНУ, 2012. – С.71-84.
7. Бондар, Л. (2019). Цифровізація культури та інформаційні технології як розвивальні фактори суспільства. Вісник Хмельницького національного університету, 6(1), 29-34.
8. Дейсон, Річард. З чим має справу бібліотекар: роздуми про значення професії у сучасному світі. - К.: Видавничий дім "КМ Академія", 2018.
9. Журавльова, І. (2018). Цифрова трансформація бібліотек в умовах глобалізації. Наукові записки НаУКМА. Бібліотекознавство. Книгознавство. Документознавство, 2, 63-73.
10. Імідж сучасної бібліотеки: метод.-практ. реком. / Упр. культури, туризму і курортів Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. ОУНБ ім. М.Островського. – Хмельницький, 2011. – 25 с.
11. Інформаційне суспільство. Дефініції : людина, її права, інформація, інформатизація, телекомунікації, інтелектуальна власність, ліцензування, сертифікація, економіка, ринок, юриспруденція / за ред. Р. А. Калюжного, М. Я. Швеця. – К. : Інтеграл, 2002. – 220 с.
12. Калита, Тетяна. Бібліотека як центр культурного життя сучасного міста. - К.: Дух і Літера, 2020.
13. Кірішева О. М. Імідж сучасної бібіліотеки в інформаційному суспільстві / О. М. Кірішева // Медичні бібліотеки як соціальні інформаційні бази медичної науки та охорони здоров'я : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 14-16 травня 2008 р. – К., 2008. – C. 87–92
14. Комунікація / Н. В. Хамітов // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2014. – Режим доступу: https://esu.com.ua/article-4422
15. Королько В.Г. Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика :підручник. – Вид. 2-е, доп. – К. : Видавничий дім “Скарби”, 2011. – 400 с.
16. Кривонос, М. (2017). Розвиток цифрових бібліотек в Україні: проблеми та перспективи. Інформаційні технології і засоби навчання, 60(6), 64-77.
17. Крилова С. А. Краса відносин учителя та учня як передумова та різновид дійсного соціального партнерства // Наук. зап. Київ. університету туризму, економіки і права. Сер. Філос. науки. 2012. Вип. 12.
18. Лисенко Т.В. Імідж бібліотекаря: формування та збереження // Бібліотечна справа в Україні. – 2019. – № 1-2. – С. 7-15.
19. Макарова, Н. (2019). Цифровізація бібліотечної справи в Україні: стан, проблеми, перспективи. Інформаційні технології і засоби навчання, 73(6), 176-190.
20. Максимова, Наталія. Інформаційні технології в професії бібліотекаря: підручник. - К.: Книжковий дім "КМ Академія", 2019.
21. Островська Т.І. Технології соціологічного дослідження: Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019.
22. Пасічник Т.М. Професійний імідж бібліотекаря в умовах сучасності // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. – 2018. – Вип. 57. – С. 58-63.
23. Рева, О. В., & Шевчук, Л. О. (2019). Цифрові технології в бібліотеці: теорія та практика. Вісник Книжкової палати, 7(8), 6-9.
24. Реп’ях О.В. Підвищення іміджу бібліотеки як один із шляхів приваблення користувачів // Молодий вчений. – 2019. – № 6 (68). – С. 406-408.
25. Рід, Елізабет. Бібліотека як місце зустрічі: практика та перспективи розвитку бібліотек у сучасному світі. - К.: Видавничий дім "КМ Академія", 2021.
26. Сиріл Едвін Блек американський історик, професор історії, вчений-міжнародник, совєтолог. Один із найбільших фахівців з питань історії міжнародних відносин, а також зовнішньої політики та історії Радянського Союзу
27. Тарасова, О. (2018). Цифрові бібліотеки в Україні: історія розвитку, сучасний стан та перспективи. Бібліотечний форум, 5, 29-36.
28. Тележинська, Олена. Професійна підготовка бібліотекарів: світовий досвід та українська практика. - К.: Книжковий дім "КМ Академія", 2019.
29. Федорова, Олена. Інноваційні технології в роботі бібліотек: досвід і перспективи. - К.: Дух і Літера, 2020.
30. Чекаліна, Людмила. Бібліотеки сьогодення: новітні технології та виклики. - К.: Видавничий дім "КМ Академія", 2018.
31. Шевченко О.В., Хоруженко В.В. Методика соціологічних досліджень: Навчально-методичний посібник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016.
32. Шевченко, Оксана. Бібліотека у вимірах сучасного життя: теорія та практика. - К.: Книжковий дім "КМ Академія", 2021.
33. Шиманська О.В. Імідж сучасної бібліотеки як фактор її розвитку та реклами // Наукові праці Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. – 2017. – Вип. 40. – С. 314-318.
34. Ярощук В. Створення позитивного іміджу бібліотеки / В. Ярощук // Культура України XXI століття : діяльність культурологічних закладів у сучасних ринкових умовах : Збірник матеріалів регіональної наук.- практ. конференції, 30 листопада – 1 грудня 2001 року / М-во культ. І мистецтв України, Держ. акад. кер. кадрів культури і мистецтв, Рівненський держ. гум. ун-т. - Київ ; Рівне, 2001. – С. 32–39.
35. Івашкевич О. В. Цифрова трансформація бібліотек України: сьогодення та перспективи. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2021. No 2. С. 50–56.
36. Скляренко, Наталія. Бібліотечна справа в Україні: історія та сучасність. - К.: Видавничий дім "КМ Академія", 2017.