

*І. Давидова*

## **ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ПОСЛУГ: НОВІ ПІДХОДИ ДО ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЧІВ**

*I. Davydova*

### **PERSONALIZATION OF SERVICES: NEW APPROACHES TO USER ENGAGEMENT**

Цифровізація, розвиток онлайн-платформ та зміна інформаційних потреб користувачів в сучасному світі відкривають широкі можливості для трансформації традиційних бібліотек у напрямі створення персоналізованих бібліотечно-інформаційних послуг. Саме методи персоналізації послуг як інноваційні інструменти бібліотечного маркетингу, які вможливають дедалі активніше впровадження маркетингових підходів для формування позитивного іміджу та зміцнення зв'язку з користувачами, набувають усе більшої популярності у світовій практиці.

Маркетингова діяльність бібліотечних установ, орієнтована на виконання потреб користувача, потребує виваженого підходу до формування і реалізації сервісних інновацій, створення портфеля інформаційних продуктів та послуг, які пропонує бібліотека. Його формування має базуватись на чіткому аналізі читачької аудиторії, маркетингових дослідженнях інформаційного ринку і сприяти максимальному задоволенню інформаційних потреб користувачів інформації. Саме глибоке розуміння бібліотечними фахівцями читачьких потреб є основою якісного персоналізованого сервісу, який передбачає задоволення інформаційних потреб конкретного споживача інформації. Він базується на застосуванні певних принципів, серед яких можна виокремити необхідність врахування інтересів і мети читачьких запитів, формування комфортного інформаційного середовища і персональної комунікації із користувачем та поглиблення їх взаємодії.

Слід зазначити, що персоналізація інформаційно-бібліотечних послуг, яка нині активно впроваджується як публічними бібліотеками, так і бібліотеками закладів вищої освіти, не є новим явищем в інформаційному обслуговуванні. Бібліографічні та фактографічні довідки, рекомендаційні списки літератури, персональні пам'ятки, бізнес-довідки, персоналізовані бюлетені, вибіркоче розповсюдження інформації, диференційоване обслуговування керівників (для науково-технічних бібліотек) були одними з найважливіших послуг, що надавались бібліотеками. Їх активна цифрова модернізація сприяла появі персоналізованих рекомендаційних систем, які аналізують інформаційні потреби користувачів, історію запитів і на їх основі формують персоналізовані списки літератури.

Поширеною практикою є електронна доставка документів відповідно до запитів користувача, створення віртуальних персональних кабінетів на сайті бібліотек, онлайн-консультування, розсилка новин та індивідуальних списків для читання або формування персоналізованих маршрутів навчання. Досвід роботи закордонних бібліотек в цьому напрямі свідчить про те, що такий підхід є максимально ефективним і орієнтованим на індивідуальні потреби. Так, в Публічній бібліотеці Нью-Йорку (<https://www.nypl.org/> nypl.org), Великої Британії (<https://www.bl.uk/> bl.uk) на основі використання алгоритмів штучного інтелекту, читачам пропонують книги, базуючись на попередньому аналізі історії читання, жанрових уподобань, рівня освіти та віку. У Національній бібліотеці Фінляндії ([— 210 —](https://www.</a></p></div><div data-bbox=)

kansalliskirjasto.fi/en kansalliskirjasto.fi) кожен користувач має власний онлайн-кабінет з налаштуваннями для отримання новин, збереження закладок, нових надходжень з обраних тем, рекомендаційних списків літератури. Користувачеві можуть пропонувати віртуальні виставки, релевантні їх особистісним інтересам. Така послуга пропонується Національною бібліотекою Австралії (<https://www.library.gov.au/library.gov.au+1>). У Бібліотеці Конгресу (<https://www.loc.gov/The Library of Congress>) користувачі отримують щотижневі або щомісячні розсилки з певних тем або галузей знань, які відповідають їхнім інтересам. Персоналізація послуг активно запроваджується і в наукових бібліотеках закладів вищої освіти. Так, в багатьох університетських бібліотеках США (зокрема, Harvard Library та Yale University Library) впроваджена програма «Personal Librarian Program», яка представляє собою персоналізований сервіс: кожному студенту призначається особистий бібліотекар («Personal Librarian»), який консулює з питань інформаційного пошуку, дослідницької роботи, навчає інформаційній грамотності.

Сучасні технології відкривають нові горизонти для розвитку бібліотек, роблячи їх більш інтерактивними та привабливими. Штучний інтелект уже активно використовується для створення рекомендаційних систем, що аналізують уподобання користувачів і формують персоналізовані списки літератури. Це дозволяє зробити роботу з інформаційними ресурсами максимально ефективною й орієнтованою на індивідуальні потреби. Технології доповненої реальності відкривають можливості для інтерактивних екскурсій бібліотекою: відвідувачі за допомогою смартфона або спеціальних пристроїв можуть отримувати додаткову інформацію про книги, авторів чи історію будівлі, відповідно до власних запитів. Мобільні додатки стають зручним інструментом персоналізації бібліотечного сервісу — вони дозволяють отримувати постійний доступ до електронних ресурсів, баз даних, консультацій, на основі даних про активність користувачів пропонують релевантні бібліотечні заходи.

Таким чином, аналіз закордонного досвіду тенденцій бібліотечно-інформаційного сервісу свідчить про те, що персоналізація бібліотечних послуг є перспективним напрямом розвитку інформаційного сервісу, яка не лише приваблює користувача та відповідає його інформаційним очікуванням, а й вибудовує довгострокові комунікаційні відносини між бібліотекою та споживачами інформації.

*I. Лісова*

## **ВИВЧЕННЯ НЕЗАДОВОЛЕНОГО ЧИТАЦЬКОГО ПОПИТУ ПУБЛІЧНИМИ БІБЛІОТЕКАМИ УКРАЇНИ (2016–2020 РР.)**

*I. Lisova*

### **STUDY OF UNSATISFIED READERS' DEMAND BY PUBLIC LIBRARIES OF UKRAINE (2016–2020)**

Дослідження незадоволеного читачького попиту в бібліотеках дозволяє простежувати динаміку читачьких інтересів, виявляти зміни в тенденціях читання та функціонування української книги в суспільстві. Проблема незадоволеного читачького попиту є важливою й актуальною для бібліотек, тож вони регулярно здійснюють моніторинг читачьких інтересів, тематики читання в конкретний часовий проміжок та відстежують, наскільки цей попит задоволений. Соціологічні