

## **Інформаційні продукти та послуги як результат виробничої діяльності бібліотек**

У статті дається характеристика бібліотеки як складного виробничого комплексу, діяльність якого спрямована на створення «нового знання». Аналізуються особливості бібліотечного виробництва. Розглядаються основні етапи створення інформаційного продукту як результату виробничої діяльності бібліотек та трансформації його в інформаційно-аналітичний, що є відображенням загальної тенденції бібліотечного обслуговування.

Процеси всеохоплюючої інформатизації перетворюють виробництво і використання інформації на головну рушійну силу соціально-економічного та соціально-культурного прогресу. Інтенсифікація всіх сфер соціально-економічної діяльності людства зумовила, з одного боку, зростання потреби в інформації й знаннях, а з іншого – створення нових засобів задоволення цих потреб, що стало передумовою виникнення інформаційної індустрії. Її головною метою стає перероблення інформаційних ресурсів у «нове знання» і забезпечення умов доступу користувачів до необхідної їм інформації.

Бібліотека як середовище концентрації інформаційних ресурсів, накопиченої пам'яті людства, місце пошуку знань повинна утвердити себе в нішах виробничої і всіх інших сфер діяльності людства, стати потужним інформаційним терміналом, діяльність якого буде спрямована на створення «нового знання», реалізованого через виробництво специфічного інтелектуального продукту.

За умов інформатизації суспільство потребує змін та активізації не тільки інформаційного ресурсу, а й інформаційного потенціалу бібліотек, наближення його до потреб і сподівань користувачів, різних соціальних груп і структур. Ці процеси бібліотека здійснює через інтенсифікацію бібліотечно-інформаційного виробництва. «Бібліотечна діяльність, яка завжди вважалася лише галуззю культури, нині формується як виробнича галузь, що на етапі формування інформаційного суспільства виконує виробничі, культурні, виховні і освітні функції» [1].

Як будь-яка галузь, бібліотека має складну інфраструктуру. З одного боку, вона розглядається як одна з галузей інформаційної індустрії, що пов'язана з поліграфічною промисловістю, сферою книжкової торгівлі, комп'ютерними мережами, системою телекомунікацій,

мережею Інтернет, виробниками комп'ютерної техніки та програмного забезпечення, установами бібліотечної освіти та підвищення кваліфікації, а з іншого – сама формується як виробнича галузь, що має складний виробничий комплекс, який об'єднує інформаційні ресурси, що надходять на вхід системи; безпосередньо виробничий процес, який дає змогу перетворювати інформаційний ресурс у нову якість; інформаційні продукти та послуги, що є результатом функціонування системи; кадровий ресурс, що бере участь у виробництві продуктів і послуг.

Підтвердженням цьому є модель бібліотеки, запропонована Я. Шрайбергом, який розглядає бібліотеку як п'ятикомпонентну систему:

- документи (документна компонента);
- користувачі (користувацька компонента);
- інформаційна компонента та інфраструктура;
- органи та апарат управління, приміщення, книгосховища, комп'ютери, системи зв'язку;
- технічне й технологічне обладнання, що забезпечує роботу персоналу й обслуговування користувачів [2].

Використовуючи в процесі виробництва всі компоненти внутрішньої інфраструктури: наявні інформаційні, матеріально-технічні, кадрові ресурси, бібліотека в результаті створює інформаційний продукт або послуги з новими якостями, яких кожен окремий використовуваний ресурс не має. У такий спосіб вона стає активним виробником «нового знання», базою для створення специфічних інтелектуальних продуктів.

Основою для створення інформаційних продуктів і послуг є інформація. Від її якісного наповнення залежать споживацькі властивості створюваного на її базі продукту, конкурентоспроможність та попит на нього з боку користувачів, бо властивості, які притаманні інформації, проявляються в готовій продукції.

Існування бібліотеки в ринкових умовах вносить корективи до розуміння інформаційної продукції і послуг. Інформація починає розглядатися як товар. На думку І. Давидової [3], на сьогодні існує три основні підходи до визначення інформації як товару. Перший ґрунтується на тому, що інформація є товаром, який можна збирати й опрацьовувати, задалегідь передавати певному колу споживачів, поширювати в інформаційному просторі. Інформацію можна продавати, обмінювати чи навіть викрадати. Вона характеризується як реальна величина, яка впливає на майновий стан суспільства.

За другим підходом інформація не є матеріальною категорією. Отже, її не можна продати, а продажу підлягає тільки право на

її використання. Інформація не призначається для обміну через купівлю-продаж, тому не має визначальної ознаки товару. За третьою версією, інформація як товар розглядається тільки з певними обмовками. Інформація може мати як товарні, так і нетоварні властивості залежно від форми надання самої інформації, системи суспільних відносин і умов, за якої вона створюється й використовується.

Якщо інформація є товаром, то вона має споживацькі властивості, які проявляються, коли виникає усвідомлена потреба в інформації з боку користувачів, а цінність цього товару розкривається, коли потенційні користувачі отримують доступ до неї. Інформація має такі якісні характеристики товару як оперативність, форма надання, інформативність, орієнтація на користувача. Враховуючи це, до інформації висувається ряд споживацьких вимог:

- повнота і достатність: повнота інформації в кожному конкретному випадку визначається хронологічними, мовними, географічними, типовими та іншими межами відбору;
- достовірність: тобто використовувані джерела надійні, перевірені і пройшли якісний відбір;
- точність: відповідність інформаційній потребі;
- актуальність: оперативність, новизна.

Отже, якісні характеристики інформації як товару включають її до сфери товарно-виробничих відносин.

Створена на базі інформації продукція може виступати і товаром, і послугою одночасно. Поняття «послуга» і «товар» (продукт) визначається науковцями ідентично як дія, що приносить користь іншому, або як робота, яка виконується для задоволення чийось потреб, тобто певна доцільна діяльність, яка існує у формі корисного ефекту праці – товару, продукту. Таким чином підкреслюється, що основою послуги повинно бути задоволення потреб через корисний ефект праці, а, як відомо, він є умовою будь-якої виробничої діяльності [4]. Результат цієї діяльності – підготовка інтелектуального продукту й надання його користувачу як послуги.

Однак поняття «інформаційний продукт» та «інформаційна послуга» не є тотожними. Один і той же інформаційний продукт може бути основою для реалізації цілого ряду інформаційних послуг. Наприклад, великими сервісними можливостями наділені бази даних: на їх основі здійснюється підготовка й видача сигнальної інформації про нові надходження, ретроспективний пошук і видача інформації на одноразові запити користувачів у дистанційному режимі, видача роздруківок результатів пошуку за базами даних, замовлення копій тощо.

Деякі види інформаційного сервісу включають в себе риси як інформаційного продукту, так й інформаційної послуги. Так, наприклад, разом з наданням актуальної для управлінських кіл наукової, нормативної, правової, виробничої інформації можуть надаватися аналітичні доповіді, огляди, довідки на задану тематику.

При підготовці **інформаційних послуг** актуальності набувають процеси пошуку і розповсюдження інформації; визначення інформаційних потреб; надання інформації; оцінювання якості наданої інформації споживачем. Це особливо стає важливим при користуванні електронним інформаційним ресурсом. При створенні **інформаційних продуктів** увага приділяється процесам збору і обробки вихідної інформації, організації інформаційних масивів, а також зберіганню інформації.

Утім, для забезпечення більшої ефективності в обслуговуванні користувачів стає необхідним поєднання цих двох видів інформаційного сервісу, так як принцип якості в діяльності бібліотеки істотно впливає на її імідж як виробника інформаційних продуктів і послуг, а також установи та інституту суспільства, що змінює ставлення до пропонованих продуктів і послуг як пересічних громадян, так і владних структур.

Хоча, як зазначалося вище, виробничий комплекс бібліотеки є складною структурою, у ньому можна виділити три основні елементи: цілеспрямований людський ресурс, засоби і предмети праці. Поєднання цих трьох елементів бібліотечного виробництва дає в результаті необхідний для користувача інформаційний продукт.

Варто підкреслити, що люди сьогодні, як і завжди, і навіть у більшій мірі є головною продуктивною силою виробництва, під час якого вони для спільної діяльності вступають у виробничі відносини, що охоплюють різні стадії процесу відтворення інформаційного продукту – виробництво, розподіл, обмін, споживання [5].

Як предмет праці І. Давидова виділяє інформаційний ресурс, що має три форми перетворення: вихідну, проміжну та кінцеву. Згідно з ними, інформаційний ресурс стає сировиною, що під впливом інтелектуальної людської діяльності змінює форму, перетворюючись на «нове знання» – інтелектуальний продукт. Проміжна форма полягає в проходженні однієї або декількох стадій виробничого процесу – інформаційний ресурс виділяють і спрямовують на подальше опрацювання, використовують для виробництва кінцевого продукту. І, нарешті, кінцева форма інформаційного ресурсу є готовою продукцією – інформаційні продукти, які можуть використовуватися для подальшого виробництва інших продуктів, послуг, «нового знання» або для особистого використання.

Як засоби виробничого процесу використовують не тільки природно-людські ресурси, а технологічні та технічні надбання: комп'ютерна техніка, програмне забезпечення, автоматизовані інформаційні системи, поліграфічне оснащення та засоби оргтехніки. Отже, інформаційний ресурс у процесі переробки стає інформаційним продуктом, що пропонується користувачам як товар або послуга на інформаційному ринку.

Сучасна економічна ситуація, інформатизація суспільства, активне конкурентне середовище змушують бібліотеку активно розширювати спектр інформаційних продуктів і послуг, пов'язувати своє призначення з забезпеченням користувачів будь-якою документною інформацією, необмеженою бібліотечними фондами.

Так, поряд з традиційними каталогами і картотеками, бібліографічними покажчиками з'являються електронні каталоги книжок, періодичних видань, нових надходжень, спеціальних видів видань, краєзнавчі і тематичні бібліографічні БД тощо. Інформаційні послуги сучасних бібліотек характеризуються широкими пошуковими можливостями, комфортними умовами надання інформації й різноманітними режимами доступу, включаючи віддалений.

Активізує свою діяльність зі створення «нового знання» Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (СІАЗ) НБУВ, яка, з одного боку, безпосередньо включена в процес бібліотечного виробництва інформаційних продуктів і послуг, а з іншого – сама є самостійним виробничим комплексом, який у процесі створення інформаційних продуктів і послуг об'єднує кадровий ресурс, інформаційний ресурс і безпосередньо виробничий процес.

Перспектива виробничої діяльності Служби обумовлюється, по-перше, опорою на вже напрацьовані значні обсяги інформації, що зосереджені в фондах бібліотек і, по-друге, доступом і зростаючими можливостями в управлінні масивами електронної інформації, що продукується в усьому світі. По-третє, практика діяльності СІАЗ дає змогу відпрацьовувати інформаційні продукти, що базуються на цих двох потужних джерелах. Такі продукти, затребувані різними категоріями користувачів, і є, по суті, формою ефективного введення в обіг потрібних суспільству масивів інформації, доступ до якої сучасних користувачів з характерним дефіцитом часу і, як правило, незначними навичками самостійної роботи з великими обсягами інформації без ефективних посередників, інформаційних спеціалістів-аналітиків, є ускладненим.

Діяльність Служби, по суті, спрямована на забезпечення інформаційних потреб користувачів не тільки в бібліотеці, а цілого ряду замовників, що представлені управлінськими, політичними та бізнес-еконо-

мічними структурами, і обслуговуються з допомогою дистантних форм роботи.

До першої групи необхідно віднести насамперед керівників усіх рангів. Оптимальність рішень, що приймаються даною групою користувачів інформації, значною мірою залежить від рівня поінформованості керівника. Практика свідчить, що низька поінформованість завжди призводить до нестабільного менеджменту. У підсумку поінформованість керівників у більшості випадків сприяє всебічному прискоренню соціально-економічного розвитку суспільства, успішному досягненню мети і вирішенню тих завдань, які виникають в їх повсякденній діяльності [6].

Тематичний діапазон інформаційних потреб управлінських структур вирізняється широтою, при цьому чим вище ранг керівника, тим багатоаспектніші його інформаційні потреби. Ці потреби досить динамічні, відрізняються значною практичною спрямованістю. Разом з тим необхідність прийняття оптимальних рішень потребує від управлінських структур теоретичних знань у багатьох сферах діяльності, у першу чергу із соціально-економічних, що враховують такі проблеми як багаторівнева економіка, підприємництво, податкова політика, соціальний захист малозабезпечених верств населення тощо. Водночас кожен керівник, маючи конкретну базову підготовку, проявляє професійний інтерес до інформації стосовно своєї спеціальності. До того ж керівникам потрібна не «сира» інформація про об'єкт управління, а така, що враховує проблем, що потребують вирішення, тобто використання інформаційних ресурсів у конкретних умовах професійної діяльності.

Особливостями запитів користувачів даної групи є орієнтованість на довготривалий і оперативний аналіз роботи різних галузей народного господарства; експертизу інвестиційних проектів; інформаційно-аналітичний моніторинг соціально-політичної ситуації; аналіз роботи органів виконавчої влади, підготовку аналітичних оглядів стосовно соціально-економічної ситуації в країні та регіонах; узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду територіального управління.

Бізнес-економічні структури у своїх інформаційних запитах більш зорієнтовані на фактографічну інформацію, а також на використання повнотекстових баз даних. Від представників першої групи їх відрізняють підвищені вимоги до аналітичної (кон'юнктурно-економічної, фінансової, юридичної), готової до використання (ready to eat) інформації. Запити цієї групи користувачів задовольняються, головним чином, за рахунок створення і експлуатації баз даних, що містять відомості про вітчизняних і зарубіжних виробників товарів і послуг, про діяльність бірж, банків, страхових компаній, про попит на товари та послуги,

поточні ціни тощо. Аналітична складова запитів цієї групи споживачів пов'язана з аналізом ситуації на ринках, прогнозами економічного розвитку та ін. Для задоволення інформаційних потреб даних категорій користувачів Службою надаються такі інформаційно-аналітичні продукти, як: інформаційно-аналітичний журнал «Україна: події, факти, коментарі», бюлетень матеріалів оперативної інформації електронних видань «Резонанс», інформаційно-аналітичний бюлетень «Прогнози», «Політичні технологи і технології», «Конфліктні ситуації в суспільстві», «Проблеми інформатизаційної безпеки», огляд соціологічних досліджень «Українські інформаційно-аналітичні центри» тощо.

Практика надання Службою інформаційних продуктів та послуг вищезазначеним категоріям користувачів підводить до висновку про необхідність подальшої трансформації інформаційних продуктів і послуг в інформаційно-аналітичні. Підґрунтям для такого висновку стають особливості запитів даних категорій користувачів, які у своїй професійній діяльності дедалі більше потребують інформації, що має відтінок прогностичності, містить аналітичну компоненту, огляди та висновки.

Поглиблене аналітичне опрацювання інформації, що межує з науково-інформаційним дослідженням, є однією з перспективних тенденцій збільшення асортименту інформаційно-аналітичних продуктів (аналітичних довідок, оглядів, проблемних доповідей, реферативних перекладів, звітів про проведені дослідження, інформаційних бюлетенів, реферативних журналів).

Диверсифікація інформаційних продуктів і послуг потребує формування асортименту, зваженої політики управління процесом їх виробництва, що базується на необхідності повнішого задоволення інформаційних потреб користувачів.

#### Список використаної літератури

1. *Давидова, І.* Бібліотека як складова інформаційної інфраструктури держави [Текст] / І. Давидова // Вісн. Кн. палати. – 2005. – № 6. – С. 19–22.
2. *Шрайберг, Я. Л.* Современные тенденции развития библиотечно-информационных технологий [Текст] : ежегодн. пленарн. докл. междунар. конф. «Крым», год 2001 / Я. Л. Шрайберг. – М. : Изд-во ГПНТБ России, 2002. – 44 с.
3. *Давидова, І. О.* Бібліотечне виробництво в інформаційному суспільстві [Текст] : монографія – Х. : ХДАК, 2005. – 295 с.
4. *Медведева, В. М., Міщенко, Г. Г.* Інформаційний бізнес у сфері освіти, культури і мистецтва [Текст] / В. М. Медведева, Г. Г. Міщенко. – К. : КНУКіМ, 2000. – 96 с.

5. Вісник Книжкової палати : наук.-практ. журн. – К., 2005. – № 4. – С. 18–20.

6. *Коготков, Д. Я.* Библиографическая деятельность библиотеки: организация, управление, технология [Текст] : учеб. / Д. Я. Коготков; науч. ред. д-р педаг. наук Г. В. Михеева; под общ. ред. д-ра педаг. наук О. П. Коршунова. – СПб. : Профессия, 2005. – 304 с.