

**Михайло Самсонов,**

провід. бібліотекар,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Київ, Україна

## **ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЯК ФОРМА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: НОВІ НАПРЯМИ РОБОТИ ВЕБ-САЙТІВ НАЙБІЛЬШИХ БІБЛІОТЕК СВІТУ**

У статті досліджено особливості реалізації маркетингової політики в найбільших бібліотеках світу, зокрема продаж через їхні сайти продукції та послуг, що активно пропагують бібліотечну діяльність. Проаналізовано асортимент найбільш популярних пропонуванних лотів.

Наголошується на тому, що в інтернет-магазині бібліотечної установи є можливість рекламувати свій бізнес через упізнавані емблеми бібліотеки на різних продуктах. З метою активної пропаганди інформаційних ресурсів у сьогодишньому глобалізованому інформаційному просторі бібліотеки активно вдосконалюють свою діяльність.

У статті досліджено особливості реалізації маркетингової політики в найбільших бібліотеках світу, включаючи продаж продуктів і послуг, які активно сприяють діяльності бібліотек на їхніх сайтах.

*Ключові слова:* зарубіжні бібліотеки, інтернет-магазин на сайті бібліотеки, послуга, продукція, лот, екскурсія, тур, принт, семінар.

Для активного просування інформаційно-знаннєвих ресурсів у сучасному глобалізованому інформаційному просторі бібліотеки активно вдосконалюють свою діяльність, зокрема впроваджують ефективні напрями роботи своїх веб-сайтів. Наприклад, на них почали з'являтися іконки з власним інтернет-магазином. Інтернет-сторінка бібліотеки є первинною ланкою комунікації, яка формує образ та імідж сучасної бібліотеки, відображаючи в мережі Інтернет діяльність бібліотеки, її електронні ресурси й послуги. Наявність інтернет-магазину дає можливість установі рекламувати свою діяльність через впізнавані емблеми бібліотеки на різних товарах.

Так, у працях бібліотечних фахівців НБУВ В. Горового, Т. Гранчак, Н. Автономової, В. Бондаренко, Г. Булахової, В. Пальчук, Ю. Половинчак,

І. Терещенко, Л. Чуприни відображено різні аспекти організації інформаційно-аналітичної діяльності та представлення бібліотечних продуктів і послуг на бібліотечному веб-сайті. Розвиток веб-сайтів бібліотек як платформи надання інтернет-послуг досліджували у своїх працях такі фахівці, як В. Бондаренко, Т. Гранчак [4]; І. Терещенко [5]. Однак з огляду на стрімкий розвиток технологій бібліотечної діяльності вважається за доцільне вивчення успішних прикладів роботи веб-сайтів найбільших бібліотек світу щодо розширення своєї діяльності.

Мета статті – дослідити нові напрями діяльності веб-сайтів найбільших бібліотек світу, а саме: приділити найбільшу увагу інтернет-магазинам бібліотек. Проаналізувати, які товари та послуги користуються найбільшим попитом у відвідувачів веб-сайтів. Згрупувати та описати товари й послуги, які мають високу популярність, для успішного повторення досвіду у створенні інтернет-магазину українськими бібліотеками.

Розвиток сучасних і зарубіжних бібліотек постійно привертає увагу вітчизняних науковців. На прикладі найбільших бібліотек світу важливо бачити, у якому напрямі вони рухаються і які технології впроваджують у свою щоденну роботу.

Наразі бібліотеки активно використовують такий новітній інструмент, як онлайн-торгівля, розвивають співпрацю з бізнесом, надаючи веб-сайт як інтернет-майданчик для своїх та спільних проєктів. Бібліотеки почали збільшувати активну взаємодію з відвідувачами, проводячи екскурсії та семінари. Дуже цінно вивчати успішний досвід бібліотечної рекламної діяльності, а також способи впровадження бібліотеками новітніх ідей для поліпшення їхнього фінансового забезпечення.

Почнемо дослідження з найбільшої бібліотеки у світі. Бібліотека Конгресу у Вашингтоні – це безпрецедентний світовий ресурс. Колекція з понад 158 млн предметів включає більше ніж 36 млн книг та інших друкованих матеріалів 460 мовами. У колекції рідкісні книги, карти, юридичні матеріали, фільми, ноти та звукозаписи.

Вивчаємо сайт бібліотеки [www.loc.gov](http://www.loc.gov) [1]. На головній сторінці в нижній стрічці знаходимо «Магазин» (Shop). Магазин бібліотеки Конгресу розробляє та продає товари на основі великих колекцій, виставок та архітектури бібліотеки. У продажу широкий асортимент книг, канцелярського приладдя, одягу, факсимільних повідомлень, гравюр, ювелірних виробів та сувенірів. Магазин підтримує підписи книг та заходів, що фінансуються кураторськими відділами бібліотек, і працює з ліцензіатами для розроблення та більш широкого розповсюдження репродукцій

на основі колекцій Бібліотеки Конгресу. Інтернет-магазин бібліотеки багатий на такі продукти з принтами бібліотечної карти, назвами книжок, книжковим живописом, логотипом бібліотеки, висловами про книжки (наприклад, «Ніколи не судить книгу за її фільмом»), зображенням улюблених письменників/митців/політиків минулого, принтом посильного першої світової війни тощо.

Також Бібліотека Конгресу розробляє та випускає каталог з продукцією, періодично оновлюючи його асортимент, прив'язуючи тематику товарів до свят і знакових дат.

Найбільшим розділом інтернет-магазину є «Книжки та медіа». Аналізуючи представлені лоти, згрупуємо їх за популярністю. Найчастіше відвідувачі цього розділу купують:

- каталог обкладинок першого видання та фотографій з архівів бібліотеки;

- ілюстровані книги дорогоцінних знань і творів мистецтва, які були знайдені в будинках Т. Джефферсона, Д. Адамса та Д. Медісона;

- найбагатшу ілюстровану історію Національного бейсболу Америки;

- ілюстроване керівництво до історії Бібліотеки Конгресу;

- багатоілюстрований том досліджень історії й архітектури першої будівлі бібліотеки «Мистецтво і архітектура будівлі Томаса Джефферсона»;

- збірку фотографій М. Пост Уолкотт, Бен-Шанна, Е. Баблі, Д. Вахона, яка містить погляди на американське життя під час Великої депресії і Другої світової війни;

- повну Конституцію США в шкіряній палітурці;

- DVD диски зі зйомками рідкісної закулісної екскурсії великими колекціями Бібліотеки Конгресу.

Українським бібліотекам варто приділити увагу зв'язку лотів з історичними подіями, якими пишається держава і її громадяни.

Тим, хто має чітке уявлення про подарунки для своїх близьких і рідних, пропонують звернутися на електронну пошту бібліотеки, де допоможуть підібрати унікальний подарунок.

Після вивчення лотів бібліотеки доходимо висновку, що бібліотека, крім іншого, пропагує читання змалечку. Для малечі в продажі є дитячий верхній одяг з написом типу «Я не можу жити без книги», принтом ведмедика, який читає. У продажі навіть татуювання-наліпки на літературну тематику. У розділі для дітей також можна знайти книжки та іграшки.

Бібліотека містить оригінальну особисту бібліотеку Т. Джефферсона. Це постійна експозиція в будівлі Т. Джефферсона. У цьому ж розділі пропонують придбати, зокрема, стилізований стілець кафедри бібліотеки,

посуд, годинники, одяг, ігрові картки із зображенням антикварних книжок Т. Джефферсона.

У розділі каталогу «Святковий сезон» попитом користуються:

– стилізована срібна прикраса, яка нагадує мозаїку стелі бібліотеки Конгресу;

– скляна ялинкова прикраса у формі трьох книжок;

– 200-літній книжковий орнамент. На звороті напис «Я не можу жити без книг» і копія підпису Т. Джефферсона;

– орнамент Бібліотеки Конгресу та сувої, які можна побачити у Великому залі Бібліотеки Конгресу;

– скляна ялинкова прикраса у формі яйця. Ручний розпис Білого дому;

– «Орнамент Мінерва» – скляна прикраса нагадує мозаїку Мінерви Е. Веддера, яка перебуває у Великому залі. Римська богиня зображується як «Мінерва світу» і виступає в ролі хранителя цивілізації із частково відкладеними в ній обладунками.

У розділі домашнього декору попитом користуються, зокрема, набір підстаканників із зображенням фресок Р. Рейдома, що прикрашають північний зал будівлі Т. Джефферсона; підстаканник у вигляді старовинної книжки-підставки зі штучної шкіри з нанесеною золотою печаткою бібліотеки Конгресу.

Також попитом користуються такі декоративні акценти:

– веселі керамічні «книжкові» вази, які мають надихаючі назви і відмінно пасують для демонстрації прекрасного букета;

– фарфоровий піднос для ключів, монет і прикрас, а також чашки з написом «Я не можу жити без книги»;

– літературні класичні скриньки, які нагадують дизайном старовинні книжки і у які можна дещо покласти;

– годинник із зображенням внутрішнього купола головного читального залу, видрукуваний на мармурі.

У Бібліотеці Конгресу надають ексклюзивну можливість придбати меблі та лампи. У продажу:

– крісло-драбина від Б. Франкліна, великого винахідника та державного діяча;

– книжкова шафа, стилізована під старовинні каталоги книжкових карток тощо.

Прослідковується попит на товари із цікавими легендами та задумами. Згрупуємо за популярністю товари розділу «Їжа та кулінарія»: фартух, який містить цитату К. Льюїса «Ви ніколи не зможете отримати досить велику чашку чаю або книгу, яка підходить мені»; дошка для нарізання

їжі із зображенням античної книги; чаї, на банках яких містяться красиво оформлені твори мистецтва з колекції бібліотеки; кулінарна книга Т. Джефферсона «Крем-брюле» із цікавою історією. Т. Джефферсон був настільки зачарований французькою кулінарією, що пообіцяв своєму рабу та кухареві Д. Хеммінгсу свободу – частково через свою майстерність на кухні. Щоб стимулювати продажі, Бібліотека Конгресу впроваджує постійні безкоштовні тури на різну тематику. Організовано пішохідні тури по будівлі, де розповідають історію бібліотеки, специфіку її роботи, пропонують розглянути твори мистецтва та цікаву архітектуру. Також проводять тури-дослідження американського досвіду в Першій світовій війні. Пізнати більше про один з найулюбленіших видів спорту Америки – бейсбол – можна в організованому турі. Також створено тур про життя Т. Джефферсона та його вплив на бібліотеку.

На другому місці серед найбільших бібліотек у світі є Британська бібліотека в Лондоні. Бібліотека має колекцію з понад 170 млн предметів, яка включає в себе артефакти всіх епох письмової цивілізації. Зберігає національний архів друкованих та електронних публікацій, додаючи близько 3 млн нових предметів у свою колекцію щороку.

На сайтах бібліотеки є все – від газет до звукозаписів, патентів, друкованих видань і малюнків, карт, рукописів.

Вивчимо сайт <https://www.bl.uk> [2] щодо асортименту товарів та послуг. Як і в Бібліотеці Конгресу, на сайті Британської бібліотеки є розділ Schor («Магазин»). Проводячи аналіз інтернет-магазину, було виявлено понад 700 товарів. Серед них згрупуємо за популярністю такі лоти:

– велика сумка «Аліса в країні чудес», створена Л. Депардьє, ілюстратором з Лондона;

– «Забуті жінки-письменниці» – це нова серія книг, яка подає досі невідомі історії впливових жінок;

– «Книга забутих авторів». Попадання К. Фаулера в каталоги та передісторію 99 авторів, які колись користувалися величезною популярністю, але майже зникли з наших полиць;

– «Листівки скарбів» – цей лот містить 16 листівок із зображеннями, натхненні скарбами Британської бібліотеки;

– латунні ножиці, значок бібліотекаря та багато іншого.

Аналізуючи запропоновані послуги бібліотеки, найбільшим попитом користуються такі виставки:

– «Леонардо да Вінчі: розум в русі». Щоб відзначити 500-річчя з дня смерті видатного вченого та митця, зібрали основні моменти з трьох його чудових зошитів;

– «Писемність: зробити свій слід». Починаючи з єгипетських ієрогліфів і символів майя, вирізаних на камені, до раннього друкованого тексту, такого як видання Кентерберійських оповідань В. Кекстона 1476 р., і до деяких рукописних заміток з історії найбільших розумів – капітана Скотта, Моцарта, Д. Джойса і Ф. Найтінгейла;

– «Уявні міста» – демонструє фантастичні міські пейзажі, створені художником у резиденції М. Такео Магрудера. Традиційні матеріали поєднуються з передовими цифровими технологіями – для реміксу зображень історичних міських карт бібліотеки з вигаданими міськими пейзажами сьогодення, що притаманно інформаційному століттю.

Вивчаючи послуги, які надає Британська бібліотека в співпраці з бізнесом, виділимо найбільш популярні семінари: «Як залучити правильних інвесторів», «Як мені шукати товарні знаки?».

Також Британська бібліотека організовує платні тури, серед них виділимо найпопулярніші:

– будівельний тур, під час якого можна дізнатися більше про історію, колекції та архітектуру, включаючи перегляд галерей.

– скарб-тур – годинна подорож, під час якої знайомлять зі скарбами Британської бібліотеки;

– реставраційний тур – можна подивитися, як працюють всесвітньо-відомі реставратори, ознайомитися з реставраційною роботою та з методами, що використовують для догляду за колекціями.

Аналізуючи роботу Британської бібліотеки, виявлено відмінну організацію задоволення первинних потреб людини – харчування. Ресторан і кафе Теггасе розташовані на першому поверсі з відкритою терасою. Також розташовано біля входу кафе King's Library, де подають чай, каву, домашні солодощі. Кафе Upper Ground пропонує широкий вибір смачних бутербродів, салатів, тортів, закусок, повний асортимент гарячих і холодних напоїв. Крім того, на вулиці Piazza The Last Word пропонує мелену каву, чай, холодні напої, а також широкий асортимент бутербродів, приготованих на фірмовому хлібі. Так само для бібліотечних працівників періодично влаштовують дегустацію різноманітного чаю.

Третьою найбільшою бібліотекою світу за кількістю представлених предметів і першою бібліотекою за кількістю відвідувачів (16 млн читачів на рік) є Нью-Йоркська публічна бібліотека. Уже традиційно на сайті бібліотеки (<https://www.nypl.org>) [3] знаходимо іконку Schop («Магазин»). Магазин поділено на шість категорій, у кожній з яких представлено 100 лотів.

Аналізуючи всі види товарів, доцільно згрупувати їх за популярністю: – статуетки леви. Мармурові леви «Терпіння і стійкість», які стоять

по бокам від входу в будівлю С. А. Шварцмана в Нью-Йоркській публічній бібліотеці – знайомі та улюблені ікони для нью-йоркців і гостей міста;

- одяг та посуд з красивою емблемою бібліотеки;
- срібні й позолочені сережки у формі книжок;
- набір олівців із цитатами книжок великих авторів і мислителів;
- мініатюрний стілець «Роуз», який спроектовано архітекторами Каррером і Гастінгсом для головного читального залу в історичній будівлі С. А. Шварцмана на П'ятій авеню та 42-ої вулиці;
- сумки з тканини різного розміру, прикрашені яскраво пофарбованим левом, символом будівлі С. А. Шварцмана;
- чарівний ескіз із цитатою: «Я завжди думав, що рай буде свого роду бібліотекою» від Х. Л. Борхес;
- шкіряний журнал, марка якого використовувалася майже в усіх книгах, придбаних у перші десятиліття існування бібліотеки;
- стилізований під дерево каталог бібліотечних карток у мініатюрі;
- набір закладок з вісьмома цитатами, де представлено бібліотеки й цитати з книг великих авторів і мислителів;
- статуетка «Сонячний Ейнштейн». Коли світить сонце, Ейнштейн м'яко нагадає вам, що треба подумати, перш ніж діяти – це як згадка про його величезний мозок;
- дитячий одяг для новонароджених з принтами «Майбутній читач», «Глава перша», «Бібліотечна картка».

Отже, бібліотеки активно ведуть наукову, культурно-просвітницьку, соціально-комунікаційну, економічну діяльність та активно розвивають промоцію й рекламу щодо можливостей і значення сучасної бібліотеки в житті соціуму. Грамотно організують популяризацію своєї країни, історії, видатних особистостей, освіти та дозвілля, популяризують заняття спортом, здорове харчування, організуючи в бібліотеках екскурсії, тури, семінари, дегустації, а також пропонують цікаві товари й послуги на своєму сайті. Поява товарів для дітей привертає їхню увагу до захоплюючого книжкового світу й закладає любов до читання з раннього віку, розкриває широкі можливості бібліотеки.

Найбільші бібліотеки світу стали великими культурно-розважальними центрами, що сприяють гармонійному розвитку особистості, забезпеченню суспільно-інформаційних запитів як широкого кола громадян, так і цільових користувачів бібліотек – представників бізнесу, політики, культури тощо. Вони навчилися жити по-сучасному, розбудовуючи бібліотечні електронні послуги та зберігаючи високий рівень відвідуваності. Завдяки своєму успіху показують напрям для розвитку подібним установам

світу. Українським бібліотекам треба вивчити досвід найбільших бібліотек світу й повторити успіх, а краще зробити наступний крок у розвитку свого сайту, реалізації, розширенні товарів і послуг. Також варто продовжувати слідкувати за розвитком інтернет-сайтів найбільших бібліотек світу.

### Список використаних джерел

1. Library of Congress [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.loc.gov>. – Title from the screen.
2. British Library [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bl.uk>. – Title from the screen.
3. New York Public Library [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.nypl.org>. – Title from the screen.
4. *Бондаренко В.* Бібліотечне інтернет-обслуговування: стан та перспективи : [монографія] / Вікторія Бондаренко ; наук. ред. Т. Гранчак ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – 278 с.
5. *Терещенко І.* Бібліотечні продукти та послуги в соціальних медіа / І. Терещенко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2013. – Вип. 36. – С. 217–224.

### References

1. Library of Congress. Retrieved from <https://www.loc.gov> [in English].
2. British Library. Retrieved from <https://www.bl.uk> [in English].
3. New York Public Library. Retrieved from <https://www.nypl.org> [in English].
4. Bondarenko, V. (2016). *Bibliotechnne internet-obsluhovuvannya: stan ta perspektyvu* [Library Internet service: state and prospects]. T. Hranchak (Ed.). Kiev [in Ukrainian].
5. Tereshchenko, I. (2013). *Bibliotechnni produkty ta posluhy v sotsialnykh media* [Library products and services in social media]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 36, pp. 217–224 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 03.10.2019.

**Mykhailo Samsonov,**

Leading Librarian,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Kyiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0903-2271>

**Online Shopping as a Way of Promoting Library Activity:  
New Trends on the Websites of the World's Largest Libraries**

In order to actively promote information and knowledge resources in today's globalized information space, libraries are actively improving their activities, in particular by implementing effective directions for their websites. For example, icons with their own online store began to appear on them. The library's website is the primary link of communication that shapes the image and image of the modern library, reflecting on the Internet the work of the library, its electronic resources and services. Having an online store enables the institution to advertise its business through recognizable library emblems on various products. In order to actively promote information and knowledge resources in today's globalized information space, libraries are actively improving their activities, in particular by implementing effective directions for their websites. As an example, the article looks at the sites of the world's three largest libraries, which are leaders in the number of collections and visits. The article explores the peculiarities of marketing policy implementation in the largest libraries in the world, including the sale of products and services that actively promote the activities of libraries on their sites. The assortment of the most popular offered products is analyzed. They drew attention to more detailed products that seemed interesting and valuable in the future to other libraries. What kind of clothes, decorations, dishes, books, furniture, emblems, decorations, souvenirs, prints and more attract visitors to the library site. In the future, a more detailed description of the goods that can be sold in libraries of Ukraine is made. Explore how to promote your country, history, celebrities, education and leisure, sports, healthy food through excursions, tours, seminars, tastings, and interesting products and services on the library's website. How to get young children to read and love books. It describes which exhibitions and excursions are held by the libraries. Transformation of the world's largest libraries into major cultural and entertainment centers for people of different fields of interest and age is being monitored.

*Keywords:* foreign libraries, online store on the site of the library, service, products, lot, excursion, tour, print, seminar.