

**ЕЛЕМЕНТИ РЕКЛАМИ БІБЛІОТЕЧНИХ ПОСЛУГ  
НА ВЕБ-САЙТАХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

Під впливом соціокультурних і технологічних перетворень, що відбуваються у сучасному світі, змінюються й усталені стереотипи взаємозв'язку між бібліотекою та суспільством. В еру інформаційних технологій бібліотекам уже не достатньо надавати потрібну інформацію традиційними способами. З кожним днем кількість користувачів, які реально відвідують бібліотеку, постійно зменшується – активні громадяни намагаються отримати інформацію віддалено, не витрачаючи час на поїздки і «гортання» бібліотечних каталогів. Враховуючи необхідність розвитку ідеї вільного доступу, перед бібліотеками постала необхідність оперативно надавати споживачеві необхідну інформацію он-лайн.

З метою отримання відомостей про різноманітні послуги бібліотеки, зацікавлені користувачі, в першу чергу, звертаються до веб-сайту бібліотеки. Сьогодні веб-сайт бібліотеки – одна з головних складових іміджу книгозбірні, її «обличчя» у середовищі всесвітньої Павутини, врешті-решт – засіб активної реклами. Сучасна бібліотека створює веб-сторінки для кращого задоволення потреб теперішніх і залучення нових читачів. Як підтверджують численні опитування, чим більш розробленим і функціонально наповненим є сайт бібліотеки, тим більший імідж в очах громадськості має бібліотека.

Досліджуючи феномен веб-сайту бібліотеки як засобу реклами, зупинимося на короткій характеристиці веб-сайтів бібліотек ВНЗ – Науково-технічної бібліотеки Національного авіаційного університету і Науково-технічної бібліотеки ім. Г. І. Денисенка НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Адже саме студентство, що є основним споживачем послуг названих бібліотек – це найбільш прогресивне, інформаційно-технологічне покоління, у житті якого мережа Інтернет є першочерговим способом отримання інформації.

Для веб-сайтів зазначених бібліотек ВНЗ притаманним є те, що вони розроблені в єдиному корпоративному стилі із офіційним сайтом навчального закладу, а наповнення цих ресурсів містить взаємні посилання та рекламу науково-освітніх послуг. Завдяки функціонуванню веб-сайтів бібліотеки Національного авіаційного університету та Київського політехнічного інституту імені Ігоря Сікорського здійснюють інформаційну підтримку навчальної та науково-дослідної діяльності ВНЗ та репрезентують цілу низку як фондів у фізичному доступі, так і електронних ресурсів. Доступ до інформації, пошук у каталогах, перегляд електронних

ресурсів дозволяє студентам ознайомлюватися з даними, які їх цікавлять, економлячи час, що відіграє важливу роль.

Крім можливості відділеного доступу до інформації, веб-сайти названих бібліотек ВНЗ є прогресивним засобом рекламування своїх інформаційних послуг з тієї позиції, що до них «прив'язані» сторінки бібліотек у соціальних мережах. Останніми користується практично уся студентська молодь, яка регулярно перевіряє свіжі новини аккаунтів користувачів і організацій, що їм цікаві. Присутність бібліотеки у соціальних мережах дозволяє бути ближчими до читачів і оперативно висвітлювати свіжі анонси та новини для цільової аудиторії. Головний зміст інформації бібліотек ВНЗ у соцмережах: новини, анонси, оголошення, повідомлення, звіти і фотогалереї різноманітних заходів і презентацій, соціологічні опитування.

Отже, слід зазначити, що веб-сайт бібліотеки – це лише один з рекламних інструментів популяризації бібліотечних послуг. Крім веб-сайту, бібліотеки можуть використовувати такі засоби реклами, як розробка компонентів фірмового стилю, проведення виставок, рекламних кампаній на телебаченні та у ЗМІ тощо. Проте не варто забувати, що не завжди ефективність реклами залежить від її кількості. Головною є якість розробки рекламних матеріалів, які навіть у незначній кількості можуть дати досить позитивний результат.

*Науковий керівник: Курченко Т.Є.,  
канд. істор. наук, доцент*

УДК 061.4 (410):004.056 (043.2)

**Герасімова В.В.**

*Національний авіаційний університет, Київ*

## **СНАТНАМ HOUSE: СВІТОВИЙ БРИТАНСЬКИЙ ЛІДЕР АНАЛІТИКИ**

Бурхливий розвиток комп'ютерної техніки та інформаційних технологій став поштовхом до розвитку інформаційного суспільства. Світові процеси глобалізації та інтеграції, швидкого розвитку інформаційних технологій безпосереднім чином впливають на діяльність і розвиток інформаційно-аналітичних служб.

Аналітичні центри (англ. think tanks) – недержавні науково-дослідницькі організації, які, як правило, зосереджують свої зусилля в галузі гуманітарних наук.

Одним із лідерів think tanks є Королівський інститут міжнародних відносин, широко відомий як Chatham House – це некомерційна