

Науково-дослідна діяльність наукової бібліотеки Маріупольського державного університету

Матеріали IV науково-методичного
семінару

25 лютого 2016 р.



Міністерство освіти і науки України
Маріупольський державний університет

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

**Науково-дослідна діяльність
наукової бібліотеки
Маріупольського державного
університету**

Матеріали IV науково-методичного
семінару

25 лютого 2016 р.

Маріуполь
2016

ББК 91
УДК 012

Відповідальний за випуск: директор наукової бібліотеки Маріупольського державного університету Шакула А. П.

Комп'ютерна верстка: Дейниченко О. В.

*Рекомендовано до друку
науково-методичною радою наукової бібліотеки
Маріупольського державного університету
(протокол № від . .2016 р.).*

НЗ4 Науково-дослідна діяльність наукової бібліотеки Маріупольського державного університету : матеріали IV науково-методичного семінару. 25 лютого 2016 р. / ред. А. П. Шакула. – Маріуполь : МДУ, 2016. – 149 с.

У виданні представлено матеріали і статті співробітників наукової бібліотеки Маріупольського державного університету з науково-дослідної роботи за 2015 р.

Видання може стати в нагоді як співробітникам бібліотек, так і всім, кого цікавить діяльність вузівської бібліотеки.

ББК 91
УДК 012

ЗМІСТ

Вступ	4
РОЗДІЛ I. Сучасна бібліотека ВНЗ	6
Назар'єва С. В. Форми та напрями діяльності науково-методичної ради НБ МДУ	6
Бурова І. В. Інтеграція університетських наукових видань до світового наукового простору	18
РОЗДІЛ II. Інформаційні технології	24
Дейниченко О. В. З досвіду удосконалення й оптимізації сайту університетської бібліотеки	24
Дейниченко О. В. Інформаційне представництво НБ МДУ в мережі Інтернет: особливості розміщення ілюстративного матеріалу	62
Силенко Н. Г. Социальная сеть «ВКонтакте» как платформа для продвижения деятельности библиотек	99
РОЗДІЛ III. Бібліотечні фонди	107
Натяма С. В. Методические рекомендации по изучению физического состояния документального фонда библиотеки	107
Андрєєва Л. С. Вивчення оновлення та використання фонду НБ МДУ за 2012–2014 рр.	112
РОЗДІЛ IV. Соціологічні дослідження	124
Шакула А. П. Проведення анкетування у бібліотеці: деякі методичні аспекти	124
Таранова О. И. Удовлетворенность качеством обслуживания в читальных залах НБ МГУ (по мат. социологического исследования)	134

ВСТУП

До збірника «Науково-дослідна діяльність наукової бібліотеки Маріупольського державного університету. Матеріали IV науково-методичного семінару» увійшли матеріали щорічного науково-методичного семінару, який проводився 25 лютого 2016 року. Матеріали відображають результати досліджень, що здійснювались протягом 2015 року співробітниками бібліотеки за основними напрямками діяльності.

У статтях розглянуті питання сприяння інтеграції університетської науки до світового інформаційного простору, використання Інтернету, у т.ч. соціальних мереж, для висвітлення бібліотечної діяльності, вивчення оновлення та використання бібліотечного фонду. Збірник містить методичні матеріали з вивчення фізичного стану документального фонду, проведення анкетування в бібліотеці. Також наведені підсумки діяльності науково-методичної ради бібліотеки протягом останніх десяти років.

До збірника не увійшли матеріали з краєзнавчих досліджень, які проводилися за напрямком архітектурного краєзнавства та полягли в основу розробок презентацій до пішохідних та віртуальних екскурсій:

- *Блуждающие памятники города Мариуполя. Из истории установки и переноса памятников, посвященных поэтам, писателям, художникам : виртуальная экскурсия / автор-сост. Е. Дейниченко. – Мариуполь, 2015. – Режим доступа: <http://ru.calameo.com/books/0029790711c95ed371f48>.*
- *Из истории памятников Мариуполя. По материалам краеведческих изданий и Интернет-ресурсов : приложение к презентации к виртуальной экскурсии «Блуждающие памятники города Мариуполя» / сост. Е. Дейниченко. – Мариуполь, 2015. – Режим доступа: <http://ru.calameo.com/books/002979071e32613c221c9>.*

- *Мариупольский готический замок и Гамперский спуск глазами художников, фотографов и местных жителей : виртуальная экскурсия / автор-сост. Е. Дейниченко. – Мариуполь, 2015. – Режим доступа:
<http://ru.calameo.com/books/002979071cb4ec2223bee>.*
- *Материалы для пешеходных экскурсий по историческому центру города Мариуполя (дополнительные фотографии, в т.ч. авторские, видовые открытки разных лет и т.п.) / сост. Е. Дейниченко. – Мариуполь, 2015. – Режим доступа:
<http://ru.calameo.com/books/002979071dfef9eeb1596>.*
- *Перечень зданий, рекомендованных в 1994 г. в список памятников архитектуры местного значения города Мариуполя: текст решения горисполкома, приложение к нему (экспликация) и материалы фотофиксации / скан., техн. оформление Е. Дейниченко. – Мариуполь, 2015. – Режим доступа:
<http://ru.calameo.com/books/002979071dfef9eeb1596>.*
- *Виртуальная экскурсия – экскурсия в новом формате : алгоритм создания краеведческих виртуальных экскурсий (из опыта научной библиотеки Мариупольского государственного университета) / автор-сост. Е. Дейниченко. – Мариуполь, 2015. – 17 с. – Режим доступа:
<http://ru.calameo.com/books/002979071cecca80d12e7>.*

РОЗДІЛ I

СУЧАСНА БІБЛІОТЕКА ВНЗ

УДК 023.3

С. В. Назар'єва,
заступник директора

Форми та напрями діяльності науково-методичної ради НБ МДУ

У статті розглянуто характерні риси 10-річної діяльності науково-методичної ради бібліотеки: розробка інструктивної, технологічної та методичної документації, впровадження конкурсної діяльності, робота Школи молодого бібліотекара, Школи резерву, тощо. Висвітлено роль науково-методичної ради у науково-дослідній і видавничій діяльності бібліотеки, атестації працівників і підвищенні кваліфікації.

Ключові слова: *методична робота, науково-методична рада, підвищення кваліфікації.*

Є дві моделі організації методичної роботи у бібліотеці. Організацією впровадження нововведень у бібліотеках за радянських часів займалися методичні служби та методисти, які аналізували статистику, розробляли навчальні чи ідеологічні заходи, проводили дослідження, писали статті, відстежували нові форми роботи та таке ін. Цей підхід непрямо свідчить про невисоку управлінську кваліфікацію керівників підрозділів та великий рівень керованості та підконтрольності. Досвід іноземних та багатьох пострадянських бібліотек показав, що там, де є сильний директор, сильні керівники підрозділів, – там не має методичної служби. Усі підрозділи

разом з поточними завданнями виконують методичну роботу з аналізу, збору, подання інформації. Така організація роботи потребує від директора широкого бачення та довіри до керівників підрозділів, а від останніх – високого рівня підготовки.

Керівники структурних підрозділів та провідні фахівці НБ МДУ з 2005 року об'єднанні у методичну раду (з 2010 р. – *науково-методичну раду бібліотеки*, далі – *НМР*), і всі разом вирішують, яким чином забезпечити розвиток бібліотеки як підрозділу університету з урахуванням сучасних вимог до освітнього процесу у ВНЗ. «Положення про роботу НМР НБ МДУ» визначає такі *основні завдання* НМР, як організація та координація наукової та методичної роботи бібліотеки, підвищення ролі керівного складу та розвиток творчої активності та ініціативи бібліотекарів. До *складу* цього колегіального органу управління входять: заступник директора (голова), завідувачі відділів та секторів, провідні фахівці. Щорічно проводиться від 7 до 4 засідань методичної ради, де розглядаються стратегічні плани роботи бібліотеки, плани роботи методичної ради, теми практикумів, семінарів з підвищення фахової кваліфікації для різних категорій слухачів, інструктивно-технологічні, методичні матеріали, аналізи роботи за різноманітними напрямками діяльності бібліотеки, матеріали соціологічних досліджень тощо. Засідання методичних рад протоколюються, прийняті рішення і рекомендації виконуються як обов'язкові усіма співробітниками бібліотеки.

Дане дослідження стало результатом вивчення, аналізу та систематизації матеріалів звітів за 2005–2015 рр. про роботу НБ МДУ в цілому та науково-методичної ради бібліотеки зокрема. Якщо перший план НМР повністю складався лише з переліку інструктивної документації (35 шт.), які потребували розробки, то у 2015 році члени

НМР НБ МДУ працювали за наступними **напрямами діяльності**:

- аналітично-прогностична діяльність відділів, організація та участь в управлінні бібліотечних проєктів;
- науково-методична діяльність;
- науково-дослідна діяльність з актуальних питань бібліотекознавства та інформаційних технологій;
- науково-організаційна діяльність;
- організація співпраці та розвиток взаємодії з іншими бібліотеками;
- видавнича діяльність та публікаційна активність;
- науково-бібліографічна та інформаційна діяльність;
- створення інформаційного ресурсу з питань науково-дослідної, науково-методичної роботи та підвищення кваліфікації;
- популяризація послуг бібліотеки, рекламно-промоційна діяльність.

Постійне самовдосконалення на основі інновацій протягом досліджуваного періоду допомагало НБ МДУ лишатися конкурентоспроможною, в оптимальні терміни досягати бажаних результатів та відповідати сучасним вимогам до бібліотек ВНЗ.

Бібліотека у цей період стрімко розвивалась: змінювалась структура, зростали штати, удосконалювалися технологічні процеси. Нагадаю, що на час створення ради структура бібліотеки складалась з трьох відділів та одного сектору, а саме: з відділів комплектування та наукової обробки документів, новоствореного довідково-бібліографічного відділу та відділу обслуговування з 1 абонементом та 1 сектором читальних залів. Зараз до структури бібліотеки входить 5 відділів та 7 секторів. Створення нових підрозділів, впровадження нових технологічних процесів вимагало від членів ради розробки великої кількості **інструктивної, технологічної та методичної**

документації. Розроблення нової документації було пріоритетним напрямком роботи ради протягом 2005–2006 рр. та сприяло раціональній організації та управлінню бібліотечними процесами. Протягом наступних років вже частіше виникла потреба у доопрацюванні та уточненні деяких застарілих документів (наприклад, у 2010 р. з 48 документів, розглянутих НМР, тільки 8 – нових). Загалом за досліджуваний період було розроблено майже 120 назв документів, у т.ч. 56 положень, 30 інструкцій за напрямками роботи, а ще ряд загальнобібліотечних документів (наприклад, програми з підвищення кваліфікації, інформатизації та інш.).

Підвищення кваліфікації працівників – це одне із стратегічних завдань бібліотеки, це запорука її життєздатності. І це один з важливіших напрямків у роботі НМР. Тільки за період з 2001 по 2006 рр. у бібліотеці звільнилося 16 співробітників, тобто на початок досліджуваного періоду штат був оновлений майже на 100 %. А за 2005–2011 рр. кількість ставок зросла з 17 до 27. Більшість з нових співробітників не мали фахової освіти, тож вкрай необхідно була робота з наставництва та підвищення кваліфікації. Навчалися співробітники усіх рівнів. Членами методради були розроблені положення «Про систему підвищення кваліфікації у бібліотеці МДУ» та програма «Бібліотечні кадри», яка регламентувала рівні, форми, теми занять та була виставлена на Бібліотечному інформаційно-освітньому порталі [2].

Перш за все, вивчався та запозичувався **досвід різноманітних бібліотек.** Впровадження бібліотекою досвіду інших книгозбірень із забезпечення важливих організаційних та технологічних процесів відбувалося завдяки роботі з фаховою періодикою, а також внаслідок відвідування бібліотек м. Маріуполя та особистих контактів з науково-технічною бібліотекою Приазовського державно-

го технічного університету (*далі – НТБ ПДТУ*) та з Центральною міською бібліотекою ім. В. Г. Короленка (централізована бібліотечна система для дорослих, *далі – ЦБС*). У 2005 році, наприклад, ми 11 разів відвідали бібліотеки міста та 28 разів консультувалися у методистів усіх рівнів. Цьому сприяло підключення Інтернету, яке спростило ділове листування з методичними об'єднаннями м. Донецька та м. Києва. Загальні питання десятки раз обговорювали з методистами публічних бібліотек на форумі «Бібліотечному фахівцю» [1].

У 2005–2006, 2010 рр. на базі бібліотеки МДУ тричі на рік проводилися заняття ***Школи молодого бібліотекара*** (під керівництвом В. Л. Давшан); у 2006 р. також працювала ***Школа резерву*** (під керівництвом С. В. Назар'євої). Звертає увагу той факт, що спочатку заняття носили теоретичний характер та мали за мету навчити основам бібліотечної справи. З ростом професійного рівня новачків, по-перше, збільшується кількість ***загальнобібліотечних семінарів*** та, по-друге, їх кількість подекуди поступається практикумам. Наприклад, тільки у 2010 році, було проведено 18 ***практичних занять*** з роботи у бібліотечній програмі ІРБІС, що було пов'язано з автоматизацією відділів та з процесом ретроконверсії фондів, у якому були задіяні майже всі структурні підрозділи бібліотеки. Завдяки системному навчанню успішно пройшла ***атестація*** керівних кадрів (2005) та співробітників (2007) бібліотеки, а також загальнобібліотечна атестація (2013), на якій колеги демонстрували свій доробок у вигляді портфоліо.

Пошук нових форм роботи, які сприяли б підвищенню професійного рівня, стимулювали інноваційну та творчу активність співробітників привели до впровадження ***конкурсної діяльності***. Співробітники демонстрували креативність не тільки у регіональних конкурсах, наприклад, «Володар світу інформації» (наукова бібліотека

Донецького національного університету, далі – *НБ ДонНУ*, 2009), але й в організованих НБ МДУ: у конкурсі-огляді на кращу організацію та використання підсобних фондів (2010), конкурсі на кращу віртуальну виставку (2013). Перший конкурс виявив ряд проблем та стимулював розпочати п'ятирічну роботу з аналізу використання фонду (поетапно), організації фонду за оновленими таблицями ББК для наукових бібліотек. Розпочалася науково-бібліографічна робота зі створення робочих таблиць (опрацьовували від 2 до 5 розділів ББК на рік), прийнято ряд **методичних рішень із систематизації та каталогізації**. Під час підготовки та проведення конкурсу бібліотекари знайомилися з досвідом інших бібліотек, отримували нові знання та необхідні навички, удосконалювали роботу щодо організації та використання фондів, створювали віртуальні виставки, за результатами роботи у цьому напрямку була написана стаття [3].

Бібліотека активно співпрацювала з іншими бібліотеками з точки зору підвищення кваліфікації та обміну досвідом. Пізнавальною була робота у триденній **Школі ІРБІСА** на базі науково-технічної бібліотеки Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (2005; далі – *НТУ «ХПІ»*), з якої розпочалось впровадження нової бібліотечної програми у відділі комплектування та наукової обробки документів. Рекомендації семінарів використовувалися не тільки у практичній роботі відділу, а й у процесі автоматизації інших структурних підрозділів.

Обміну досвідом з земляками та впровадженню інновацій сприяли заняття у **Школі профмайстерності**, які проводила на своїй базі НБ ДонНУ протягом 2010–2012 рр. для членів методичного об'єднання бібліотек ВНЗ III–IV рівня акредитації Донецької та Луганської областей: «Створення електронних копій документів», «Сучасні

форми виховної роботи», «Ретроконверсія бібліотечних фондів», «Масова робота», «Віртуальна виставка – створення нового інформаційного середовища», семінар-практикум з обробки документів тощо.

2012–2014 рр. були плідними з точки зору організації навчання співробітників бібліотеки на різноманітних **курсах підвищення кваліфікації**. У 2012 р. семеро бібліотекарів з базовою бібліотечною освітою пройшли курс на базі Луганського державного інституту культури. У 2013 році троє співробітників пройшли повний курс навчання у дистанційному курсі «Куратор контенту-2» на базі НТУ «ХПІ», завдяки якому, до речі, спостерігався сплеск використання навчаючих вебінарів як сучасної форми підвищення кваліфікації у 2013–2014 рр. У 2014 р. два завідувача відділами та заступник директора навчалися на очно-заочних курсах на базі Інституту менеджменту освіти Національної академії педагогічних наук України.

На міському рівні ми також намагалися налагодити контакти з бібліотеками, запрошувати на свої та відвідували сторонні заходи з підвищення кваліфікації. Так у 2010 р. НТБ ПДТУ провела для нас цікавий майстер-клас з роботи у Photoshop, а НБ МДУ провела **практичне заняття** з роботи у PowerPoint для працівників бібліотеки ім. О. С. Серафимовича. У 2014 р. наша бібліотека у рамках міської **Школи бібліотекара-практика** провела два практичних заняття з бібліотекарами ЦБС для дорослих та ЦСБ для дітей зі створення блогів та лекцію «Куратор контенту». Підготовка лекцій та практичних занять також сприяла підвищенню фахової кваліфікації бібліотекарів, бо найкраще навчаєшся саме тоді, коли навчаєш інших. Протягом 2015 року бібліотека неодноразово **консультувала та надавала методичну допомогу** з питань обліку, списання та вилучення документів бібліотеці евакуйованого у місто Маріуполь Донецького держав-

ного університету управління.

За останні 5 років бібліотека отримала статус наукової (2011), значно розширила структуру та збільшила штат, активізувала **науково-дослідну діяльність** (далі – НДД). Члени НМР, авангард науково-дослідної роботи бібліотеки, проводили різні за темою, формою та тривалістю дослідження. Довгострокова робота над краєзнавчою тематикою, дослідження ФРЦК неодноразово ставали предметом публікацій у журналах та збірниках матеріалів конференцій та семінарів. Особливо треба відмітити **публікаційну активність** за краєзнавчою тематикою О. В. Дейниченко. Розробка протягом досліджуваного періоду **методики** аналізу використання підсобних фондів, аналізу оновлення фонду, аналізу наповнення каталогів та відображення фондів, методики проведення переобліку та інш. сприяли зростанню рівня аналітичної діяльності членів НМР, а висновки щорічних **аналізів** використовувалися ними у плануванні роботи відділів. З 2006 року бібліотека почала проводити **соціологічні дослідження** за різними темами, наприклад: професійний рівень співробітників, культурно-просвітницька робота бібліотекарів, інформаційно-бібліографічне обслуговування читачів, вподобання у читанні, задоволення послугами тощо. За результатами НДД готувалися доповіді на конференціях та семінарах, публікувалися статті як у власних виданнях, так і в інших виданнях України.

Працівники бібліотеки брали активну **участь у наукових конференціях**, які проводилися у м. Маріуполь та поза його межами. Така форма роботи дає бачення основних тенденцій у бібліотечній справі України, знайомить з інноваціями, дозволяє розповісти про власні досягнення та встановити особисті контакти з керівниками та фахівцями інших бібліотек. З 2005 по 2009 рр. члени ради та директор бібліотеки мали можливість відвідувати у

середньому по 3 заходи всеукраїнського масштабу на рік. Фінансова неспроможність останніх років призвела до зменшення кількості доступних міжнародних конференцій та збільшила значення для підвищення кваліфікації міських конференцій, які були започатковані у 2010 р. НТБ ПДТУ.

Саме локальний характер цих заходів дозволив охопити максимальну кількість співробітників бібліотеки та збільшити кількість виступів: наприклад, у конференції НТБ ПДТУ «Бібліотеки Маріуполя: оцінюючи минуле, бачити майбутнє» (2015 р.) прийняли участь 20 наших колег, троє з яких виступали з доповіддю на пленарному засіданні, двоє – на секціях. Треба додати, що за останній час НБ МДУ також виступала *організатором* та провела на своїй базі міські науково-практичні конференції «Використання сучасних технологій для створення бібліотечного інформаційного продукту» (2013 р., 5 доповідей) та «Бібліотеки вищих навчальних закладів Маріуполя: сучасні тенденції розвитку» (2015 р., 5 доповідей). Підготовка до виступів, аналіз та осмислення напрямків роботи, написання статей до збірників матеріалів конференцій – все це також сприяє професійному розвитку кадрів.

Разом з науково-дослідною роботою у бібліотеці розвивається видавнича діяльність як важливий напрямок методичної роботи. У бібліотеці останні роки розпочався випуск *методичних рекомендацій* серії «Інформаційні технології в бібліотеці», *збірників матеріалів* щорічного науково-методичного семінару з НДД та матеріалів науково-практичних конференцій НБ МДУ.

З точки зору інформаційної діяльності у бібліотеки є цікавий досвід з випуску *бібліографічних покажчиків* різних серій: «Маріупольський державний університет: Інформ-моніторинг ЗМІ», «Праці вчених МДУ», «Публікації кафедр МДУ», «Фонд рідких и цінних книг. Библио-

графические указатели». Останні п'ять років щорічно видається 3-6 назв показчиків.

Важливою формою цього напрямку є проведення **бібліографічних оглядів** фахової літератури з питань бібліотекознавства і бібліографії. Протягом досліджуваного періоду бібліотека поповнила фонд фахової літератури лише на 21 книгу та лише 6 раз з 11 передплатувала по 5-7 назв журналів з бібліотечної справи. Та бібліотека використовувала усі можливості мережі Інтернет: це і відкритий доступ до видань, і бібліотечні сайти, блоги та інші електронні ресурси. Крім того, з 2013 року бібліотека веде професійно-методичний **блог Библио.net** – інформаційний ресурс який містить документи з бібліотечної справи, висвітлює професійні питання, дає методичні поради, посилання на досвід та цікаві ідеї колег (<http://bibliobzor.blogspot.com/>). Блог набув визнання у професійної спільноти, має близько 120 тис. відвідувань, входить до переліку блогів, рекомендованих УБА, був двічі нагороджений бібліотечною блогерською спільнотою, отримував подяки від колег-учнів дистанційного курсу «Куратор змісту». Авторські матеріали були включені до колекції сайту ДокШир (<http://www.docshyr.info/?p=1106>), який акумулює та надає вичерпну інформацію про відкриті національні та міжнародні бібліотекознавчі ресурси Інтернету.

Останній за часом, але не за важливістю напрямок роботи – розвиток рекламної діяльності бібліотеки. За ініціативи членів НМР у минулому році була організована робоча група НБ МДУ для реалізації **проекту з інформаційного представництва у мережі Інтернет**, який об'єднав 4 колег різних відділів та координує роботу 6 каналів розповсюдження інформації. Цей новий напрямок – поле для креатива членів НМР та зацікавлених професіоналів, тож, крім вже розробленого «Положення з інформаційного

представництва», у перспективі видання методичних рекомендацій за напрямком роботи, проведення занять тощо. А для того, щоб навчити колег, треба самому бути на крок попереду, займатися *самоосвітою*: вивчати основи маркетингу, PR, бібліотечну журналістику тощо.

Член НМР НБ МДУ – це постійне самовдосконалювання, пошук нового цікавого досвіду. Практика доводить, що для цієї роботи замало набору професійних знань. Потрібні аналітичний склад ума, вміння прогнозувати, бачити вихід з проблемної ситуації. Вміння засвоювати нове та транслювати інновації, генерувати власні ідеї, впроваджувати їх у практику, мати творче мислення та креативний підхід. А головне – брати на себе відповідальність, «палати» ідеєю та вміти повести за собою підлеглих. Бо розвиток бібліотеки залежить не від одного методиста, або навіть сімох членів НМР, а від злагодженої роботи усього колективу.

Список рекомендованої літератури

1. Бібліотечному фахівцю. Запитання – відповіді. – Режим доступу: <http://profy.nplu.org/guestbk.php?lng=uk>.
2. Назарьева С. Библиотечные кадры библиотеки МГГУ : Программа повышения квалификации всех категорий сотрудников библиотеки МГГУ: уровни, формы, темы занятий) / С. Назарьева // Бібліотечний інформаційно-освітній портал. – Режим доступу до док.: http://libportal.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=548&Itemid=0.
3. Назарьева С. В. Конкурсная деятельность в НБ МГУ как форма повышения квалификации сотрудников / С. В. Назарьева // Науково-дослідна діяльність наукової бібліотеки Маріупольського державного університету : матеріали II науково-методичного семінару. 27 лютого 2014 р. / ред. А. П. Шакула. – Маріуполь : МДУ, 2014. – С. 78–84.

Науково-методична рада НБ МДУ С. Назарів'єва

2005-2015 рр.



інструкції положення методики	НТБ ПДТУ ЦБ ім. В. Короленко	методичний центр зонального об'єднання форум "Бібліотечному фахівцю"	Школа молодого бібліотекаря Школа резерву Школа бібліотекаря - практика (для бібліотекарів м. Маріуполя) загальнобібліотечні семінари практикуми
-------------------------------------	---------------------------------	--	--



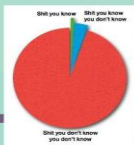
Володар світу інформації (ДОНУ) Організація та використання фонду (МДУ) Краща віртуальна виставка (МДУ)	семінари (НТБ ПДТУ) практикум (бібліотека ім. А. Серафимовича) Школа профмайстерності (ДОНУ) Школа ІРЕІСА (НТБ НТУ "ХПІ")	Луганський державний інститут культури дистанційні курси "Куратор змісту" (НТБ НТУ "ХПІ") Інститут менеджменту освіти НАПНУ
---	--	---



красзнавство ФРЦК методики досліджень аналіз напрямку робіт соціологічні опитування	участь у всеукраїнських та регіональних конференціях організатор конференцій	видавнича діяльність публікаційна активність
---	--	--



фонд фахової літератури бібліографічні огляди	професійний інформаційний ресурс Біблію.net	інформаційне представництво НБ у мережі	самоосвіта
---	---	---	------------



Далі буде...



І. В. Бурова,

зав. інформаційно-бібліографічного відділу

Інтеграція університетських наукових видань до світового наукового простору

У статті проаналізовано досвід роботи бібліотеки ВНЗ з науковими виданнями університету. Розглянуто основні міжнародні бази даних, доступні українським науковим виданням. Визначено роль бібліотеки в їх інтеграції до світового наукового простору.

Ключові слова: *бібліотеки ВНЗ, НБ МДУ, наукові періодичні видання, світовий науковий простір, міжнародні наукометричні бази.*

Зміни, що відбуваються у сучасному світі, підштовхують наукові бібліотеки до переоцінки їхньої ролі у діяльності ВНЗ. Сьогодні університетські бібліотеки стають невід'ємною частиною не лише інформаційної діяльності, а й системи наукової комунікації наукового закладу. Вони виступають посередником у процесі поширення наукового знання, що генерується університетами, починаючи від інформаційного супроводу його створення, до поширення та використання. Зокрема, тієї наукової інформації, що публікується в університетській науковій періодиці.

У 2012 році Міністерство освіти та науки, молоді та спорту України видало накази № 1111 «Про опублікування результатів дисертацій доктора і кандидата наук» та № 1112 «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України». Ці документи стимулювали ВНЗ та їх наукові бібліотеки до більш активних дій з інтеграції наукових періодичних видань у світовий

наукових простір, а саме до міжнародних наукометричних баз даних, наукових електронних бібліотек, репозитаріїв тощо. Цей напрямок став одним з пріоритетів у діяльності НБ МДУ.

МДУ видає збірник наукових праць «Вісник Маріупольського державного університету» у 5 серіях: «Філологія», «Історія. Політологія», «Економіка», «Право», «Філософія, культурологія, соціологія» (далі – «Вісник МДУ»). Бібліотека з самого початку приймала безпосередню участь у створенні цього видання. Так, інформаційно-бібліографічним відділом НБ МДУ у 2011 році, за вимогами наказів МОНУ було розроблено уніфікований макет оформлення вихідних даних за ДСТУ 4861:2007 «Видання. Вихідні відомості» на усі серії збірників наукових праць «Вісник МДУ» (обкладинка, титульна сторінка, зворот титулу, остання сторінка). За ДСТУ 7152:2010 «Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках» розроблено макет видавничого оформлення статей у «Вісниках МДУ» та складу і розміщення елементів змісту цих видань. Зроблено технічне редагування усіх випусків «Вісників МДУ» 2011 року. Розроблено шаблон макету видання.

Співробітники бібліотеки приймали участь у розробці ряду документів, що регулюють діяльність редколегій, редакційну політику видання та вимоги до авторів:

- Положення про наукові фахові видання Маріупольського державного університету;
- Порядок відбору та рецензування авторських наукових статей для публікації їх у науковому виданні «Вісник Маріупольського державного університету»;
- Вимоги до оформлення наукових статей.

За участю бібліотеки усі серії видання отримали міжнародний серіальний номер ISSN, що є засобом ідентифікації, необхідним елементом вихідних даних періодичних видань. Його наявність є обов'язковим для включення

видання у будь-які міжнародні бази даних або електронні бібліотеки. Кожний випуск має індивідуальний штрих-код.

Бібліотекою здійснюється інформаційне супроводження видання: присвоєння УДК до статей «Вісника МДУ», перевірка пристатейних списків літератури на відповідність вимогам ДСТУ 7.1:2006 «Библиографическая запись. Библиографические описание». Редагування списків згідно ДТСУ. Уся ця підготовча діяльність дала змогу розпочати роботу з інтеграції видання до вітчизняних та міжнародних інформаційних систем.

Щоб українська наукова спільнота змогла отримати доступ до «Вісника МДУ», з 2012 р. усі серії передаються до одного з найбільших цифрових архівів наукових праць – інтернет-порталу «Наукова періодика України» на сайті Національної бібліотеки України. Електронні копії видання оброблюються згідно з технічними вимогами та передаються на зберігання до НБУВ ім. В. І. Вернадського.

У 2013 р. було проведено роботу з реєстрації усіх серій видання «Вісник МДУ» у міжнародній наукометричній базі *Index Copernicus* (Польща). Index Copernicus здійснює індексування, оцінювання наукової якості журналів, а також є платформою для наукового співробітництва та виконання спільних наукових проєктів. Щорічно у співробітництві з відповідальними секретарями усіх серій видання заповнюється анкета, запропонована наукометричною базою. Також щорічно отримуються результати оцінювання, які ретельно аналізуються та використовуються для покращення якості видання. Вступ до Index Copernicus дозволив ознайомити з виданнями університету зарубіжну наукову спільноту.

У 2014 р. було заключено договір між МДУ та наукометричною базою *РИНЦ* (Російський індекс наукового цитування), РФ) з приводу включення до наукометричної бази усіх серій «Вісника МДУ». Це надало можли-

вість зробити видання доступним для великої слов'яномовної наукової аудиторії. На цьому етапі було створено робочу групу з 3-х співробітників для підготовки видання відповідно до вимог РІНЦ. До складу групи увійшли співробітники інформаційно-бібліографічного відділу та відділу інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення. Задля цього було опановано методику роботи у спеціалізованій програмі, що була надана РІНЦ. До кожної статті за затвердженою схемою надається інформація: про автора (фамілія, ім'я, по батькові, місце роботи, науковий ступінь, посада, адреса електронної пошти), дані про статтю (назва, анотація, ключові слова), індекс УДК та список використаної літератури, оформлений згідно вимогам РІНЦ. Інформація надається трьома мовами: російською, англійською та мовою оригіналу; також додається копія статті в форматі pdf.

Наукометричний апарат РІНЦ включає інструментарій для підрахунку імпаکت-факторів журналів за версією РІНЦ, індексів цитування вчених та організацій, індексів Хірша. Наявний повнотекстовий доступ до випусків видання на сайті РІНЦ та можливий пошук статей з них за допомогою пошукового апарату наукометричної бази. Бібліотека регулярно відстежує та аналізує результати індексування.

Наступним кроком в інтеграції наукових видань МДУ до світового наукового простору було включення усіх серій «Вісника МДУ» до наукової електронної бібліотеки *КіберЛенінка* (РФ). Ця наукова електронна бібліотека працює на засадах відкритого доступу (Open Access), забезпечуючи безкоштовний оперативний повнотекстовий доступ до наукових публікацій. Її керівництво проголошує своїми основними завданнями популяризацію науки, суспільний контроль якості наукових публікацій, розвиток сучасного інституту наукової рецензії та підви-

щення цитування. За даними міжнародного рейтингу «Webometrics. Ranking Web of Repositories» вона входить до топ-30 світових електронних сховищ наукових публікацій, є третьою у світі електронною бібліотекою за ступенем видимості матеріалів у пошуковій системі **Google Scholar**. Завдяки співробітництву з цією електронною бібліотекою «Вісник МДУ» у повнотекстовому варіанті включено до наступних репозитаріїв наукової інформації:

- **WorldCat** – найбільша у світі бібліографічна база даних, у створенні якої приймає участь більш ніж 72 тис. бібліотек з 170 країн світу;
- проєкт **Coціonem** – російська наукова інформаційна система, яка є складовою частиною міжнародної онлайнової наукової інфраструктури;
- пошукова служба **BASE** (Німеччина), яка є одним з найпотужніших постачальників актуальних даних про наукові публікації європейських вчених;
- реєстр репозитаріїв відкритого доступу **ROAR** та довідник репозитаріїв відкритого доступу **OpenDOAR** (Великобританія);
- міжнародна спеціалізована наукометрична БД Research Papers in Economics (**RePEc**);
- **OpenAIRE** – проєкт доступу до результатів здійснених на території європейських держав наукових досліджень, у т.ч. до тих, які фінансуються Європейським Союзом, Європейською комісією, а також проводяться в рамках програми «Горизонт-2020» (Великобританія).

Під час роботи співробітники інформаційно-бібліографічного відділу та відділу інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення оволоділи різними аспектами ділового листування, розширеними можливостями MS Word, Acrobat Reader, наданого РІНЦ «Articulus» та інших програм і сервісів, а також формуванням бібліографічної культури періодичних видань університету.

Зараз НБ МДУ активно працює над пошуком подальших шляхів інтеграції наукових видань університету до світового наукового співтовариства. У цьому напрямку стали у нагоді профільні семінари з даної теми, що регулярно проводяться в Україні. Зокрема, в 2015 р. співробітники бібліотеки прийняли участь у семінарі-практикумі «Розвиток журналу: від ВАК до Scopus», який відбувся у м. Львові. На семінарі було розглянуто наступні питання:

- міжнародні традиції та стандарти для наукового журналу;
- особливості індексування в різних базах даних наукової інформації;
- досвід видання, індексованого наукометричною базою даних Scopus.

У далекій перспективі основним напрямом НБ МДУ бачить інтеграцію видань університету до міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science.

Список використаної літератури

1. Бахчиванжи Г. П. Інформаційно-аналітичний сектор університетської бібліотеки [Електронний ресурс] / Г. П. Бахчиванжи // Вісник Одеського національного університету. Сер.: Бібліотекознавство. Бібліографознавство. Книгознавство. – 2014. – Т. 19, Вип. 1. – С. 93–100. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_bbk_2014_19_1_9.
2. Колесникова Т. А. Интеграция украинской отраслевой научной периодики в мировое научно-информационное пространство: проблемы и решения [Электронный ресурс] / Т. А. Колесникова // Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. – 2013. – № 6. – С. 7–22. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnuzt_2013_6_3.
3. Колесникова Т. Науково-видавнича модель «Library Publishing» в університетських бібліотеках України та світу / Т. Колесникова, А. Миргородська // Вісник книжкової палати. – 2015. – № 3. – С. 24–28.

РОЗДІЛ II ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 021.7:004.738.5

О. В. Дейниченко, зав. відділу інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення.

З досвіду удосконалення й оптимізації сайту університетської бібліотеки

Стаття продовжує тему оформлення успішних сайтів співробітниками бібліотек з використанням власних ресурсів, відображаючи досвід роботи НБ МДУ. Увага приділяється удосконаленню вже працюючих сайтів: фрагментам їх SEO-оптимізації, а також аспектам, до роботи над якими спонукав аналіз відповідності сайту критеріям, запропонованим Українською бібліотечною асоціацією.

Ключові слова: *сайт бібліотеки, юзабіліті, оптимізація, структура сайту, навігація, метатеги.*

Створивши протягом першого півріччя 2012 року сайт бібліотеки [6; 7; 9], користуючись лише безкоштовними конструкторами та чисельними порадами, викладеними у мережі Інтернет, ми одразу звернули увагу на щорічний конкурс сайтів, що проводився Українською бібліотечною асоціацією (далі – УБА). На той час дотримання більшості з **вимог до сайтів**, зазначених у п. 2.4 положення про конкурс як «критерії оцінювання» [25], здавалось нам нереальним. Навіть виконання такого простого, стандартного пункту, як відображення на власному сайті **електронного каталогу** бібліотеки, до придбання й налаштування на початку 2015 року web-модулю «РБІС-

64» було недосяжним. Однак, проаналізувавши умови конкурсу з позицій реалій сьогодення, напередодні 3-річчя з дня публікації сайту НБ МДУ у мережі Інтернет, ми дійшли висновку, що більшість з них вже виконано або було заплановано як елементи генерального редагування сайту напередодні нового 2015-2016 навчального року.

За останні роки сайт значно змінився. Зокрема, ми відмовились від традиційної *шапки сайту*: спочатку планувалося залишити її на головній сторінці, однак, проаналізувавши статистику, розмістили у лівій колонці *логотип і повну назву бібліотеки*, які відображаються на всіх сторінках. Ми керувалися тим фактом, що користувачі, потрапляючи на сайт у т.ч. і з пошукових систем, як правило, відвідують конкретні сторінки і в багатьох випадках починають не з головної. Пізніше правильність такого вибору знайшла підтвердження під час аналізу сайту з позицій «юзабіліті» – розділу ергономіки, що характеризує практичність і зручність роботи з електронними ресурсами користувачів. Так, О. Страшко звертає увагу на такі аспекти [31]:

- по-перше, користувачі повинні завжди бачити, на якому саме сайті вони знаходяться, не витрачаючи додатковий час на перегляд *головної сторінки*: це надає їм можливість співвідносити надані на віртуальному ресурсі дані з конкретною реальною організацією, що може впливати і на сприйняття викладеної на сайті інформації;
- по-друге, розташування *логотипу та назви організації* у верхньому лівому куті сайту є не тільки традиційним (у зв'язку з чим нерідко сприймається дизайнерами як нецікавий, застарілий варіант), але й психологічно виправданим: для відвідувачів сайту, особливо – нових, це *зона первинної уваги*, оскільки під впливом попереднього досвіду, зокрема – читання, інформація сприймається зліва-направо, зверху-вниз (*рис. 1*). За ствердженням

спеціалістів, в своїй більшості користувачі, хоча на перший погляд і позитивно сприймають оригінально оформлені ресурси, з більшим задоволенням працюють з тим, до чого звикли.



Рис. 1. Напрями сприйняття інформації на сайті (за мат. схеми, укл. О. Страшко [31])

Неодноразово змінювалась *структура сайту*. Одні сторінки створювалися з нуля, інші – видалялися або становилися джерелами вторинної інформації. Вони не відображаються у меню, оскільки є продовженням чи додатками до тих сторінок, що містять посилання на них. Однак на даному етапі ми не використовуємо *підсторінки*, оскільки ієрархічний розподіл сторінок за розділами і підрозділами на нашому сайті також був неодноразово переглянтий і доволі часто змінювався. У зв'язку з цим на початку 2014 року ми, використовуючи html-шаблони,

оформили скорочене *дворівневе меню*, яке надає можливість, за необхідністю, швидко редагувати цю ієрархічну схему.

Інші оновлення сайту НБ МДУ, більшість з яких було реалізовано протягом 2015 року, ми розглянемо детальніше, проаналізувавши сайт НБ МДУ згідно з *критеріями оцінки сайтів бібліотек*, запропонованими УБА [25]. Особлива увага при цьому буде приділятися інформаційним і функціональним аспектам, а також елементам seo-оптимізації.

• *Наявність вичерпної інформації про бібліотеку (структуру, ресурси, послуги, контактної інформації).*

З моменту створення сайту на ньому відображено всю необхідну читачам інформацію:

- *структура бібліотеки* (схема і дані про окремі відділи: напрями і режим роботи, контакти);
- *розміщення на мапі міста* структурних підрозділів, варіанти проїзду (звертаючи увагу на віддаленість корпусів університету, у цьому є сенс: особливо для приїжджих першокурсників, які, не знаючи Маріуполя, мають на меті відвідати читальні зали, розміщені на інших факультетах);
- огляд основних *послуг і ресурсів бібліотеки* (як власних, так і світових) та ін.

Подібні дані на сайті постійно оновлюються: планово (двічі на рік) та позапланово (у разі змін) завідуючими структурних підрозділів перевіряються їх повнота та достовірність. Інколи виникають сумніви, чи не є та чи інша інформація зайвою? Наприклад, чи потрібна окрема сторінка «*Відділи бібліотеки*», якщо є схема «*Структура бібліотеки*» і розгорнута інформація на сторінці «*Контакти*»? *Аналіз статистичних показників роботи сайту* допомагає знайти відповіді на подібні питання.

По-перше, ми враховуємо те, що структуру сайтів користувачі можуть сприймати по-різному, головне – щоб вони знайшли необхідну інформацію. Так, протягом 2014 року дві різні сторінки з інформацією про структурні підрозділи відвідувалися практично рівномірно (див. табл. 1). Зазначимо, що сторінка «Відділи бібліотеки» містить коротку характеристику напрямів діяльності, завдяки чому читачі знають, куди звертатися у разі виникнення тих чи інших питань. А сторінка «Контакти», виокремлена два роки тому, дублює перелік підрозділів, оскільки містить контактні дані всіх відділів і секторів, а не лише основні загальні дані бібліотеки як структурного підрозділу університету. З 2015 року на конкретні фрагменти сторінки «Контакти» працюють активні посилання з усіх сторінок сайту (у т.ч. з новин), що містять інформацію про той чи інший підрозділ бібліотеки. Популярність сторінки зросла, що підтверджується статистичними даними за останній рік, але і сторінка «Відділи бібліотеки» все ще затребувана користувачами.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика звернення користувачів до сторінок, наповнених однотипною інформацією

Назва сторінки	Кількість переглядів за рік	
	2014	2015
Контакти	300	490
Відділи бібліотеки	271	156

По-друге, ми намагаємося не тільки задовольнити типові інтереси Інтернет-користувачів, що відвідують офіційні сайти організацій, а й надати розгорнуту інформацію тим, для кого наша бібліотека – об’єкт досліджень. А це – науковці нашого університету всіх рівнів, від студентів до докторів наук [28]. Отже інформація, яка на перший погляд може здаватися зайвою і не цікавою читачам, оскільки

ки не завжди відповідає клієнтоорієнтованому підходу, також є затребуваною.

Зазначимо також, що на сайті активно поповнюється й інформація, що відображає *різні аспекти діяльності бібліотеки*, реалізацію тих чи інших послуг. Зокрема, згадки про проведені НБ МДУ семінари і конференції, про проекти, у яких приймала участь бібліотека, урізноманітнюють первинні блоки тексту, розміщені на сторінках *«Науково-дослідна діяльність НБ»* та *«Краєзнавча діяльність НБ»*. Пункти «організація квестів, вікторин», «проведення віртуальних екскурсій» у переліку на сторінці *«Послуги бібліотеки»* яскраво доповнені короткими описами заходів і фотографіями зацікавлених учасників у текстах *новин*, тощо.

Все це має особливе значення у сучасних умовах, коли стрімкими темпами розширюються напрями діяльності бібліотек, що пов'язано не тільки з використанням нових можливостей інформаційних технології, а й із зростанням ролі університетських бібліотек у житті конкретного ВНЗ, міста, регіону, країни. Особливого значення набуває участь бібліотек в *інтеграції видань ВНЗ до міжнародного інформаційного простору*, у доборі інформації про наукометричні показники авторів, тощо [27; 33].

Додатковим прикладом може слугувати активна *краєзнавча діяльність* нашої бібліотеки [14]. Окрему сторінку сайту було створено ще у середині 2014 року. Поступово у новинах почали з'являтися статті про віртуальні й пішохідні екскурсії, що проводились не тільки для студентської молоді, а й для інших вікових груп (від школярів до пенсіонерів) [8]. У тексти новин ми включали посилання на додаткові матеріали, які могли б зацікавити читачів, зокрема на добірки фотографій, що ілюструють маршрут або окремі об'єкти. Важливим моментом для нас

стало відображення інформації про екскурсію, яку було проведено для гостей міста, не лише на сайті НБ МДУ [22], але й на англomовному блозі учасників проекту *Architecture Ukraine*, що приїхали на кілька днів до Маріуполя з різних країн світу (це лише кілька рядків, але у контексті вказано повну назву університету) [36].

• *Наявність матеріалів, які можуть зацікавити цільову аудиторію сайту (повні тексти книг і статей, оцифровані видання і т.ін.).*

Подібні матеріали у вебометриці називають «цінними файлами» [1]. Під час оформлення таких файлів ми намагаємось дотримуватись певного правила: обов'язково вказувати *авторів або укладачів*, а на розроблених нами матеріалах – ще й *повну назву бібліотеки*. Справа у тому, що копії файлів можуть втратити зв'язок з сайтом: час від часу вони розміщуються користувачами без посилань на першоджерело у тих чи інших електронних бібліотеках, на блогах, соціальних хостингах і сервісах презентацій, тощо.

Безпосередньо на сайті НБ МДУ подібних файлів розміщено, на перший погляд, небагато: близько 70. Це – офіційні документи бібліотеки (сторінка *«Доступ до публічної інформації»*), бюлетені *нових надходжень*, статті, що висвітлюють діяльність бібліотеки у місцевій пресі і фахових виданнях (сторінка *«Media-портрет бібліотеки»*), тощо. Користується попитом як у читачів, так і у колег з інших бібліотек сторінка *«Наші видання»* [2], що надає доступ до повнотекстових версій підготовлених бібліотекою збірників статей, бібліографічних покажчиків, методичних рекомендацій та ін. Однак розглянутими джерелами доступ користувачів сайту до повнотекстових файлів не обмежується.

Так, на сайті надано інформацію про правила користування *Електронною бібліотекою*, розміщеної на

сервері університету і оформленої як одна з баз даних «ІРБІС-64». Вона доступна у мережі Інтернет, але тільки для зареєстрованих читачів НБ МДУ (тобто тільки для студентів і співробітників нашого університету). Основна маса повнотекстових документів – оцифровані видання і праці наших викладачів. Обмежений доступ до електронної бібліотеки має свої плюси. По-перше, ми можемо бути впевнені, що оцифрованими нами виданнями користуються тільки наші читачі, і тільки у наукових або навчальних цілях. По-друге, надавати електронні копії підручників, монографій до цієї бази даних згодні навіть ті, хто ще неготовий надати поширений вільний доступ у мережі Інтернет до власних авторських праць.

З 2015 року на сервісі *SlideShare* ми викладаємо оформлені нашими фахівцями презентації власних доповідей, статей і тематичні віртуальні виставки. Такі виставки не тільки доповнюють розміщені на сайті бюлетені нових надходжень і презентації окремих видань, що надійшли до бібліотеки [21], а й містять багато додаткової інформації із зазначених тем. Отже, всі презентації на SlideShare також можна віднести до категорії «цінних файлів». Посилання на нашу сторінку на цьому сервісі представлено на сайті бібліотеки: в окремому блоці, поруч з банерами інших Інтернет-ресурсів, що адмініструються співробітниками НБ МДУ [19].

Авторська сторінка краєзнавчого характеру на *Calaméo* (<http://ru.calameo.com/accounts/2979071>) постійно поповнюється фотографіями й інформаційними матеріалами до віртуальних і пішохідних екскурсій, а також фрагментами методичних документів, добірками статей, схем-алгоритмів, що використовуються у власній краєзнавчій роботі, тощо. Сторінка створювалась з метою надання доступу до даних матеріалів учасникам заходів, у ході яких вони використовувалися. Однак файли можуть пере-

глядати всі відвідувачі сайту НБ МДУ: посилання на них надаються у відповідних текстах новин.

Зазначимо, що відвідувачі сайту нашої бібліотеки мають доступ і до **матеріалів, розроблених іншими організаціями**: посилання на файли, розміщені на їхніх Інтернет-ресурсах, подаються на всіх сторінках сайту, де це зумовлено тематикою тексту. Інколи бібліотекари вважають таку практику негативною: користувачі повинні через сайт приходити до реальної бібліотеки, а завдяки чисельним посиланням вони можуть цей сайт швидко покинути, отже краще переказати те, що розміщено на інших сайтах, своїми словами. Негативним є і те, що в Інтернеті часто зустрічаються випадки повного копіювання тих чи інших статей – особливо на блогах, адміністратори яких сприймають себе не як авторів, а тільки як розповсюджувачів корисної та цікавої інформації. Однак поверхове знайомство з кодом html завдяки зручному Інтернет-довіднику [18] допомогло нам вирішити обидві ці проблеми.

Так, важливим є правильне налаштування тегу `<a>`, який легко знайти в алфавітному переліку вказаного довідника (а саме цей тег оформлює гіперпосилання). В. Мержевич розглядає його атрибути, зокрема **target**, який відкриває посилання у новому вікні браузера. Отже, до фрагменту коду `<a>` ми додаємо **target="_blank"**, і користувач, переглянувши інші ресурси, автоматично повертається на сайт бібліотеки, якщо сам свідомо не заклав його. Такий підхід приносить і додаткову користь: нам не потрібно дублювати інформацію, що запобігає створенню ресурсу, який повторює вже наявні в мережі Інтернет дані, а посилання на авторитетні джерела, як нам здається, підвищує довіру й до нашого сайту.

- *Наявність і частота оновлення блоку з новинами.*

З 2014 року **новини** з однойменного окремого розділу було винесено на головну сторінку сайту, де подається коротка інформація, а розгорнута, за наявності, відкривається на інших сторінках (традиційне посилання «*Читати далі...*»): протягом 2014 року таких сторінок оформлено лише 24, але у 2015 р. ця форма роботи значно активізувалась. Оновлюється блок новин доволі часто: протягом навчального року – в середньому тричі на тиждень (інколи – і кілька разів на день), під час літніх канікул – двічі-тричі на місяць.

Цікаво, що, за статистичними даними, користувачі сайту протягом 2015 року неодноразово переглядали і сторінки з **новинами за минулі роки**: з усіх переглядів архівних новин на сторінки з текстами новин за 2012–2014 роки приходиться більше 20 % (див. табл. 2). Такі показники свідчать про зацікавленість діяльністю бібліотеки в цілому, а не лише останніми подіями. Однак це вимагає від нас обачного оформлення тексту. Під час розміщення новин може здаватися, що вказувати поточний рік – це зайве. Однак, потрапивши на сайт з пошукових систем, відвідувач може не зорієнтуватися у часі описуваних подій: співробітники бібліотеки неодноразово стикалися з подібними проблемами на інших сайтах. Особливо це стосується окремих сторінок з розгорнутими текстами: блоки новин переміщуються до архівів, а вручну редагувати всі додаткові сторінки, вказуючи на них рік, – часозатратно.

Підкреслимо, що у вказаній таблиці не враховано перегляди блоку новин за друге півріччя 2015 року. Оскільки протягом 2015 року вони були розташовані на головній сторінці сайту, немає можливості виокремити безпосередньо перегляди тексту новин від звернень користувачів до головної сторінки.

Таблиця 2

**Звернення користувачів протягом 2015 р.
до сторінок з текстами архівних новин**

Сторінки	Кількість сторінок сайту НБ	Кількість переглядів за рік
Архів новин за 2012 р.	1	28
Архів новин за 2013 р.	1	87
Архів новин за 2014 р.	1	80
Сторінки окремих новин за 2014 р.	23	221
Архів новин за перше півріччя 2015 р.	1	106
Сторінки окремих новин за 2015 р.	57	1 491
Всього	84	2 013
<i>З них за минулі роки (2012–2014)</i>	<i>26</i>	<i>416</i>

• *Наявність і коректна робота онлайн-ового електронного каталогу і / або забезпечення доступу до корпоративних каталогів.*

Як вже згадувалось на початку статті, з 2015 року було налаштовано роботу *електронного каталогу*, доступного у мережі Інтернет, який поповнюється у поточному форматі. До цього ми використовували один з ресурсів, що надає можливість бібліотекам виставляти власні каталоги, однак актуальними були лише локальні каталоги і картотеки, оскільки бази даних в Інтернеті оновлювалися лише один раз на рік.

Відповідна *кнопка меню* на сайті одразу перенаправляє читачів до баз даних «РБІС-64»: електронний каталог, електронна картотека, а також корпоративна БД – «Зведена база даних періодичних видань бібліотек м. Маріуполя». *Електронний каталог*, завдяки ретроконверсії, відображає весь активний фонд. *Електронна картотека* включає аналітичні описи статей з періодичних видань, починаючи з 2005 року, тому вона користується попитом у читачів не тільки нашої, а й інших бібліотек. Це пов'язано з тим, що інколи бібліотеками здійснюється аналітичний

розпис не всіх статей, а лише обраних за тим чи іншим критерієм.

До речі, на блозі з оглядами художньої літератури ми розмістили *два окремих банера* – «Електронний каталог НБ МДУ» та «Електронна картотека НБ МДУ». Питання про виокремлення посилання на електронну картотеку у меню на сайті нині розглядається; у внутрішніх текстових посиланнях на сторінках сайту згадуються і каталог, і картотека.

Вказана вище *корпоративна база даних* фіксує (з місцем збереження) наявність періодичних видань за конкретні роки у маріупольських вузівських бібліотеках і бібліотеках-філіалах Центральної бібліотечної системи міста для дорослих.

Додамо, що на сторінці сайту *«Періодичні видання і корпоративні проекти»* розміщено посилання й на інші *корпоративні каталоги*, у яких приймає участь наша бібліотека.

- *Наявність додаткових бібліотечно-інформаційних сервісів (віртуальна довідка, електронна доставка документів і т.ін.).*

Два роки тому на сайті було оформлено окремі сторінки і для *віртуальної довідки*, і для *електронної доставки документів*. Однак, як і раніше, читачі користуються не тільки ними: замовлення надходять і на інші e-mail-адреси співробітників (зі сторінки *«Контакти»*) або з розсилок бібліотеки на скриньки факультетів, кафедр, окремих викладачів).

Також працює служба *«Бібліотекар-online»*: розглядаючи можливості роботи цього сервісу безпосередньо на сайті, ми стикнулися з технічними проблемами, однак використання для цього нашої групи у ВКонтакті сприяло розширенню кола потенційних користувачів.

- *Наявність інтерактивних форм спілкування (форуми, опитування, вікторини тощо).*

*Інтерактивні форми спілкування з читачами бібліотека розміщує у соціальних мережах **Facebook** (сторінка «Бібліотека – науковцю») та **ВКонтакті** (відкрита група «Наукова бібліотека МДУ»). Посилання на ці ресурси розміщено у правій колонці сайту: як й інші банери, розміщені на сайті, вони висвічуються на всіх сторінках.*

- *Наявність посилань на корисні для користувачів джерела і сайти (рекомендована вебліографія).*

Більшість посилань *на корисні ресурси* розміщено на сайті у таких блоках:

- банери *окремих бібліотек, довідкових ресурсів* – у лівій колонці сайту;
- банери ресурсів, що разом з сайтом входять до групи «*Інформаційне представництво НБ МДУ в мережі Інтернет*», – у правій колонці сайту;
- посилання на тестові та постійно діючі доступи до світових, у т.ч. міжнародних баз даних – на сторінці «Тестові доступи»;
- добірки найпопулярніших сайтів, що формуються за основними напрямками навчання в університеті, – на сторінці «Електронні ресурси вільного доступу»;
- тематична вебліографія входить до складу більшості *віртуальних виставок*;
- на багатьох сторінках додаються *окремі посилання* на ресурси, пов'язані з описаною у тексті тематикою.

- *Вітається паралельне надання інформації різними мовами.*

Переглядаючи сайти інших організацій, ми неодноразово звертали увагу на те, що в більшості випадків від

20 % до 80 % наданої інформації не відображається *іншими мовами*, окрім основної. По-перше, багатомовний сайт за повноцінною роботою з його наповнення майже дорівнює кільком, хоч і однотипним, сайтам: по одному – на кожній мові. По-друге, більшість сучасних браузерів самі пропонують перекласти текст сторінок на мову відвідувача (не все правильно, але зрозуміло). Ми знайшли вихід, який нас на даному етапі влаштовує: встановили на сайт плагін *Google-переклад*. Зазначимо, що всі необхідні інструкції надаються під час його встановлення [12]. Єдине, що потрібно, – зайти у свій Google-акаунт, тобто вказати свій e-mail на Gmail (*.....@gmail.com*) і пароль від нього, а потім додати в обране місце на сторінках сайту фрагмент коду, який згенерує Google. Відображаючись на всіх сторінках нашого сайту (у правому блоці), плагін перекладу працює з будь-якою з них. Ще однією корисною рисою є багатий вибір мов перекладу.

- *Відсутність орфографічних помилок.*

Даний критерій, вказаний УБА, як нам здається, треба було б розширити: стилістична єдність текстових матеріалів, відсутність орфографічних, пунктуаційних та друкарських *помилки*.

Над створенням текстів для сайту (не тільки новин, але й основних сторінок) працюють всі співробітники бібліотеки: кожен – за своїми напрямками діяльності. Результативність роботи з остаточної обробки текстів значно підвищило створення у нашій бібліотеці *редколегії*. Її члени не тільки працюють над виданнями НБ МДУ [2], а й вичитують і редагують все, що розміщується на сайті. Постійно здійснюється і *додаткове редагування* – під час оновлення сторінок, а також за зауваженнями колег, які помічають помилки друку, переглядаючи на сайті потрібну їм інформацію.

- *Регулярність оновлення інформації.*

Регулярність **оновлення інформації** – один з критеріїв, що, у поєднанні з унікальністю текстового й ілюстративного матеріалу, сприяє підвищенню позицій сайту у результатах пошуку. **Частота оновлення** залежить від змісту сторінок. Як було вказано вище, новини оновлюються найчастіше, сторінки з відомостями про бібліотеку – в середньому 1-2 рази на рік. Сторінки, що характеризують ті чи інші інформаційні ресурси, поповнюються нами від кількох разів на місяць (наприклад, тестові доступи, вільні мережеві ресурси) до 1-2 разів на квартал (віртуальні виставки, нові надходження та ін.).

Раз на рік ми приділяємо увагу й оновленню тих сторінок, на яких викладено дані, що не змінюються: як правило, вони потребують додаткових або нових ілюстрацій, нового формату відображення матеріалу, тощо.

- *Швидкість доступу до ресурсів.*

Швидкість і надійність доступу до сайту, у своїй більшості, залежить від потужності серверу, на якому його розміщено. Однак спеціалісти надають низку порад, дотримання яких допомагає підвищити швидкість завантаження сторінок під час їх перегляду: це – **оптимізація навантаження на сторінки**. Зокрема, зменшується об'єм розміщених ілюстрацій, регулюється кількість інтерактивних елементів, довгі сторінки розбиваються на 2-3 окремі (до речі, це сприятиме і зручності їх перегляду). Частина інформації може бути розміщена на сторонніх сервісах, а на сайті – посилання на неї. Так, презентації і віртуальні книжкові виставки ми розміщуємо, як вже згадувалось, на **SlideShare**, а віртуальні фотовиставки, які висвітлюються на сторінці *«Наш вернісаж»* [20], – на ресурсі **PinMe**. При цьому самі фото зберігаються на сайті, а PinMe, використовуючи посилання до них, стає інструментом перегляду.

З доказами результативності вказаних вище дій користувачі мережі Інтернет стикаються постійно: сторінки сайтів завантажуються помітно швидше, ніж сторінки перевантажених додатковими функціональними й інтерактивними елементами блогів. Однак інтерактивні елементи на блогах покращують навігацію, підвищують їх візуальну привабливість та інформаційність. Отже, швидкість не може бути основною метою адміністраторів ресурсів, а оптимізація не повинна негативно впливати на їх якість.

- *Коректність представлення сайту в основних браузерях (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome).*

Створивши сайт, ми перевіряли **коректність** його відображення в Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome, а також у нині популярному Яндекс Браузер. Оскільки **браузери** постійно оновлюються, і те, як вони сприймають сайти, все більше різниться, таку роботу необхідно проводити регулярно. Наприклад, окремі версії Internet Explorer не сприймають наше дворівневе меню: не висвітлюють кнопки підрозділів. Вирішення окремих проблем потребує додаткових знань, навичок і часу на їх отримання (у випадку з меню – ймовірно, роботи з CSS). Однак завжди можна знайти додатковий вихід з ситуації, який не тільки стане тимчасовим вирішенням проблеми, але буде в нагоді користувачам. Так, ми зараз працюємо над оформленням розгорнутої мапи сайту.

Додамо, що вкрай корисним є аналіз **відображення** сайту на різних комп'ютерах і моніторах:

- 1) налаштування конкретних **комп'ютерів** і браузерів може впливати на роботу сайту. Звісно, не можливо передбачити всі проблеми, з якими стикаються відвідувачі, однак таким чином можна виявити хоча б деякі з них;
- 2) розширення **екрану**, розмір і співвідношення його сторін

може впливати на візуальність сайту: на ширину блоків і, як наслідок, на відображення зверстаних певним чином матеріалів; на розмір шрифту та ілюстрацій; на співвідношення площі, яку займають на сторінці текстові матеріали, ілюстрації та інтерактивні елементи.

Щоб не залежати від екранів користувачів, адміністратори встановлюють фіксовану ширину окремих блоків сайту, спираючись, ймовірно, на досвід роботи з тими чи іншими моніторами або на ті показники, які вони вважають традиційними. Спеціалісти з юзабіліті, детально розглядаючи співвідношення розмірностей сайтів та екранів [31], зазначають, що результатом можуть стати **широкі бокові поля**, не наповнені даними. Їх можна прикрасити текстурним фоном, у т.ч. таким, щоб відображав тематику сайту. Однак при цьому корисний простір сторінок не завжди використовується ефективно: оформлені з дизайнерським смаком поля можуть покращити візуальне сприйняття, однак на деяких сайтах вони займають дві третини екрану. По-перше, це виглядає дещо не органічно, по-друге, збільшення горизонталі сторінок значно зменшило б їх довжину. Так, вважається, що зручна для перегляду **довжина сторінок** – 3-5 екранів. Та зрозуміло, що є винятки: якщо відвідувач сайту, наприклад, читає книгу, і йому не потрібно шукати певну інформацію або користуватись функціональними елементами на сторінці, тоді йому буде зручніше переглянути якомога більше екранів, не переходячи на інші сторінки.

Зазначимо також, що може бути і навпаки: сайт на стільки широкий, що з'являється ще одна **полоса прокрутки** – **за горизонталлю**. Це, як правило, також не зручно для користувачів, особливо коли сторінку треба прокручувати вліво-вправо не лише для того, щоб побачити бокові блоки сайту, а й під час читання тексту й переходу з одного рядка на інший.

Використовуючи *нефіксовану ширину колонок* сайту, ми винайшли для себе кілька правил, яких намагаємося дотримуватися:

1) різне *вирівнювання тексту* в основних блоках та використання *спеціальних символів* покращує його сприйняття. Окреме значення має і розміщення заголовків, підписів, тощо. Однак в даному випадку мова йде про те, щоб запобігти некоректному відображенню верстки у зв'язку із змінами ширини вікна сайту:

- новини вирівнюються за центром і розбиваються на рядки, які більш-менш співвідносяться з розміром ілюстрацій у них (це стосується і головної сторінки, і фрагментів тексту, розміщених між фотографіями, на сторінках з більш детальною інформацією). Якщо цього не робити, на широких екранах тексти «втягуються», інколи – лише в один-два довгих рядка, і важче сприймаються;
- великі за об'ємом текстові матеріали вирівнюються за шириною; відступ червоного рядка, якщо він наявний, вказується у відсотках від загальної ширини блоку, щоб у користувачів він коректно співвідносився з шириною тексту на екрані (ми зупинилися на 5%);
- для того, щоб запобігти помилковому відображенню у браузерях окремих знаків та некоректному розриву рядків, ми використовуємо *спеціальні символи* [17]. Наприклад, щоб не розривалися ініціали і прізвища, як і в офісних програмах, у тексті на сайті необхідно ставити нерозривні пробіли. Затверджені фрагменти html-коду (комбінація літер і символів, що під час перегляду сторінок автоматично замінюється на необхідний знак) є й для лапок, апострофів, тощо;

2) *розмір ілюстрацій* ми вказуємо у пікселях, однак інколи також використовуємо відсотки. Наприклад, якщо зображення на фото дрібне, або було логічним

розмістити кілька ілюстрацій в одному рядку, доречно, щоб користувач побачив їх на екрані у максимальному розмірі. У таких випадках ми виставляємо ширину як 80-100 % (браузери сприймають це як відсоток від ширини центрального блоку, тоді як бокові панелі сайту є фіксованими і не змінюються в залежності від розміру моніторів).

Стосовно останнього пункту необхідні деякі пояснення. Як правило, на сайтах відображаються маленькі зображення, які збільшуються після натискання на них. Однак ми маємо на увазі, перш за все, ілюстрації у розгорнутих текстах новин: так користувачі мають змогу читати їх, немов це – паперова газета, і збільшувати лише ті фото, що їх зацікавили. У загальному ж блоці новин і на початку інформативних сторінок розміщуються зменшені варіанти ілюстрацій.

- *Зручність навігації (наявність спільного меню, карти сайту, пошуку по сайту, кнопок повернення).*

Кажучи про **зручність навігації**, спеціалісти, як правило, аналізують на сайті внутрішні зв'язки. Банери, текстові й інші гіперпосилання на сторонні ресурси також є частиною навігації сайту, однак вони не стільки забезпечують її зручність, скільки розширюють функціональність. Як вказувалось на початку статті, на сайті НБ МДУ реалізоване **дворівневе меню**. Окрім того, останні два роки ми намагаємося максимально використовувати **текстові посилання** на інші сторінки сайту: це не лише полегшує доступ користувача до інформації, що також може бути йому цікава, а й збільшує, як сказали б SEO-спеціалісти, **«посилальну масу сайту»** [24], що позитивно впливає на його рейтинг.

Зазначимо, що особливо важливим ми вважаємо **логічне використання посилань**, розміщених у тексті:

вони повинні надавати користувачу інформацію, пов'язану з тим, про що він читає, а не просто рекламувати інші сторінки сайту. Наприклад, зі студентами було проведено низку занять, і на сайті необхідно розмістити новину про друге або третє з них. В даному випадку ми б оформили такі посилання:

- контакти, місцезнаходження структурного підрозділу бібліотеки, на території якого проходило заняття (якщо не поза межами бібліотеки – скажімо, в аудиторії);
- контакти, місцезнаходження структурного підрозділу бібліотеки, співробітники якого проводили заняття: у порівнянні з попереднім пунктом, додаткова користь у тому, що, наприклад, якщо куратори матимуть на меті організувати заняття і для своїх студентів, вони будуть знати, до кого звернутися;
- на електронні ресурси бібліотеки, які згадуються у тексті новини (тестові доступи, бази даних «Електронний каталог НБ МДУ» та «Електронна картотека статей НБ МДУ», тощо), та на додаткову корисну інформацію (наприклад, на інструкцію з користування електронною бібліотекою);
- на анонс або на текст новини про перше заняття – лише у тому випадку, якщо у них розміщено корисну розгорнуту інформацію (наприклад, повний перелік тем всього циклу).

Необхідно зазначити, що *на блозі* стало б доречним використання додаткових посилань – зокрема, слів та словосполучень, оформлених як *ярлики*. У вказаному прикладі це були б, як мінімум, слово «заняття» та назва спеціальності. За ними можна було б підібрати інші статті блогу і дізнатися, які ще заняття проводяться бібліотекою, або які заходи організовуються для конкретної спеціальності, оскільки тематика заходів доволі часто залежить від напряму фахової підготовки студентів.

На сайті подібні посилання не виправдовують себе. Технічна можливість створити подібну схему є: наприклад, натиснувши на назві спеціальності, користувачі потрапляють на окрему сторінку з переліком спеціальностей; на ній, під назвою кожної спеціальності, – посилання на сторінки з повними текстами новин, у яких згадується ця спеціальність. Однак це б виглядало, щонайменше, дивно і не було б достатньо інформативно: доречніше вказати теми занять на сторінці з переліком послуг, тощо.

Справа у тому, що перехід між інформаційними блоками повинен забезпечуватися, перш за все, **структурністю сайту**. Якщо ж цього замало, користувачі звертаються до спеціальних пошукових сервісів. Так, кожного року значно більше 50 % відвідувачів потрапляють на сайт з пошукових систем Яндекс та Google, і, зазначимо, – не тільки на головну сторінку: залежить від того, що вони шукали. У користувачів завжди є можливість налаштувати пошук: наприклад, вказавши, яким сайтом треба обмежитись. Найпростіше для цього заповнити необхідні поля на сторінках **розширеного пошуку Google** [5] або **Яндекс** [35]. До речі, якщо результати пошуку (стандартного або розширеного) не задовольняють, корисно звернутися до іншої пошукової системи: зокрема, Google і Яндекс формують пошукову видачу за різними принципами.

Однак, до розширеного пошуку пересічні користувачі звертаються не так часто. Багато хто вважає, що відвідувачі сайтів не будуть у чомусь розбиратися і здійснювати низку додаткових дій, якщо це не є для них вкрай необхідним та / або їм зручніше скористатись іншим сайтом [31]. Для цього і розміщують **поле для пошуку безпосередньо на сайтах**.

На нашому сайті ми встановили пагін **користувачького пошуку Google** (<https://cse.google.ru/cse/>), поле

якого висвітлюється поруч з Google-переклад, описаним вище. Він має низку параметрів, які можна обирати, редагувати: саме ця система пошуку працює у браузері, якщо здійснити персоналізацію [15]. Для встановлення плагіну і для налаштування параметрів пошуку (як у браузері, так і на сайті) необхідно увійти в акаунт Google.

Ще одна особливість – у тому, що користувацький та стандартний пошук Google (т.зв. «web-пошук») працюють за дещо різними механізмами, отже для підвищення ефективності необхідно детально вивчити особливості його налаштування. Офіційна інструкція – англomовна [38], однак можуть допомогти й інші статті, які висвітлюють різні поради стосовно того, як вбудувати пошук у сайт чи блог. Додатково зазначимо: перше, що привернуло нашу увагу, – це можливість вказати кілька Інтернет-посилань на ресурси, за якими буде працювати пошук. Отже, теоретично, можна об'єднати пошук за різними Інтернет-ресурсами бібліотеки, наприклад, за сайтом і блогами.

Повернемося до розгляду інших навігаційних елементів на нашому сайті. Поруч з основним меню і текстовими посиланнями ми широко використовуємо **візуалізовані посилання** (кнопки, банери, тощо).

Ще одним важливим інструментом навігації є мапа сайту. Мається на увазі не окремий файл **Sitemap**, який розміщуються у кореневій папці сайту для пошукових роботів. **Мапа сайту** – це окрема сторінка, призначена для користувачів. На ній відображене розгорнуте меню, що допомагає, за необхідністю, зорієнтуватися у структурі сайту та ознайомитись з усіма аспектами відображеної на сайті інформації. Працювати над оформленням мапи сайту ми почали з серпня 2015 року. На початку цієї роботи планувалося вказати у мапі тільки розділи, підрозділи, що в умовах нашого дворівневого меню є основними

сторінками сайту, та, за наявності, – підсторінки, посилання на які на даний момент оформлені лише зі сторінок, з якими вони тематично пов'язані. За таких умов оформлення фрагмент мапи виглядав би, наприклад, так:

БІБЛІОТЕКА

[Відомості про бібліотеку](#)

[Історія НБ МДУ](#)

Як вказувалось вище, така б мапа вирішила можливі проблеми з помилками у відображенні інтерактивного меню, а також частково розширила б його. Однак для повноти відображення інформації необхідно було б вказати й окремі аспекти змісту сторінок:

БІБЛІОТЕКА

[Відомості про бібліотеку](#)

Загальна характеристика

[Історія НБ МДУ](#)

Графік роботи

Загальні контакти

При цьому у такій детальній мапі сайту доречно оформити гіперпосилання з вказаних аспектів на конкретні фрагменти сторінки. Для цього нами на даному етапі проводиться активна підготовча робота з розробки детальної мапи сайту: редагування сторінок та оформлення додаткових фрагментів html-коду – т.зв. «*анкорів*» (від англ. «якір»), які і нададуть технічну можливість користувачам переходити за посиланнями не на початок сторінки, а переглядати її з того чи іншого необхідного фрагменту. Це особливо важливо у випадках, коли довжина сторінок перевищує 2-3 екрани (наприклад, «*Мережеві ресурси вільного доступу*» [16], «*Контакти*»). Окрім того, анкори вже використовуються нами у внутрішніх посиланнях на сторінках сайту.

Детальна мапа сайту, відображена на одній сторінці, надасть додаткові можливості пошуку: викликавши

спеціальне діалогове вікно, можна буде здійснити **пошук** ключового слова у тексті **на даній сторінці**. Нажаль, такий пошук не є популярним: «*Не думаю, що багато які відвідувачі знають, що інформацію на сторінці можна знайти за допомогою діалогу пошуку браузера, а вже про Ctrl+F, так взагалі можна і не питати*», – зазначав О. Страшко у курсі лекцій, присвячених юзабіліті сайтів [31]. Однак, користь і саму можливість використання відвідувачами сайтів такого пошуку не варто применшувати, особливо з урахуванням того, що *Ctrl+F* – загальноприйняте поєднання клавіш, яке можна використовувати у pdf-файлах (якщо у них наявний текстовий шар), у документах, таблицях, презентаціях, оформлених в офісних програмах, тощо.

Спеціалісти згадують й інші, додаткові інструменти навігації. Розглянемо їх детальніше, вказавши причини, з яких ми на даному етапі не використовуємо їх на нашому сайті.

Під шапкою сайту інколи розміщують елемент, схожий на **додаткове меню**: горизонтальну низку посилань, відображених у формі **вкладок** або **кнопок** (у т.ч. тих, які ще й розкриваються за вертикаллю). Але у таких випадках важко чітко вистроїти логічну систему розподілу посилань у співвідношенні з основним меню, особливо якщо цей додатковий блок по-різному наповнений на різних сторінках [31]. Відвідувачі сайту можуть не зорієнтуватися, яке меню – основне, і що треба шукати у додатковому. До того ж, оскільки ми відмовилися від традиційної шапки сайту, в нашому випадку додаткове меню було б розміщено безпосередньо вздовж верхнього краю сторінки – у тій площині, де зазвичай розташовані елементи, що не стосуються конкретних сайтів (панелі інструментів для роботи з браузерами, з конструкторами сайтів, з блогами, тощо). Однак в подальшому оформлення

додаткового меню на деяких сторінках може бути корисним: якщо розміщувати його під назвою сторінки або навіть після фрагменту тексту і використовувати для розподілу великих об'ємів інформації, розміщеної на сторінці, за окремими блоками.

Ще один елемент навігації – *глибиномір*, або «*хлібні крихти*» [24; 31]. Він відображає шлях за розділами і підрозділами від головної сторінки сайту до сторінки, яку переглядає користувач. Найчастіше приклад використання цього елемента можна побачити на форумах. Це допомагає користувачеві зорієнтуватися, зрозуміти, де він знаходиться у даний момент (особливо, коли відвідувач потрапляє з пошукових сервісів на одну з внутрішніх сторінок), а також надає можливість швидко переходити до будь-якого з вищих рівнів, що є елементами вказаного ланцюга. На нашому сайті, наприклад, шлях до інформації про етапи становлення бібліотеки [11], був би оформлений таким чином:

[Головна](#) >> [Відомості про бібліотеку](#) >> [Історія НБ МДУ](#)

Але робота з оформлення глибиноміру не виправдовує себе на сайтах з невеликою глибиною (на нашому – лише 2, інколи – 3 рівні). До того ж, викликає сумнів, що користувачам важливо, у якому саме розділі розташовано знайдену ними сторінку (особливо, враховуючи те, що загальна структура сайту час від часу нами змінюється). Якщо ж користувач потрапив на внутрішню сторінку за якимось посиланням і хоче знати, як знайти її наступного разу, він, скоріш за все, збереже посилання у закладках браузера. В окремих випадках можуть допомогти огляд структури меню або мапа сайту.

На даному етапі ми не використовуємо і *функції повернення до початку сторінки*, оскільки в більшості випадків намагаємося розбивати великі об'єми інформації на кілька сторінок. До речі, довжина сторінок обмежується і самим конструктором uCoz: сторінки з перевищеною

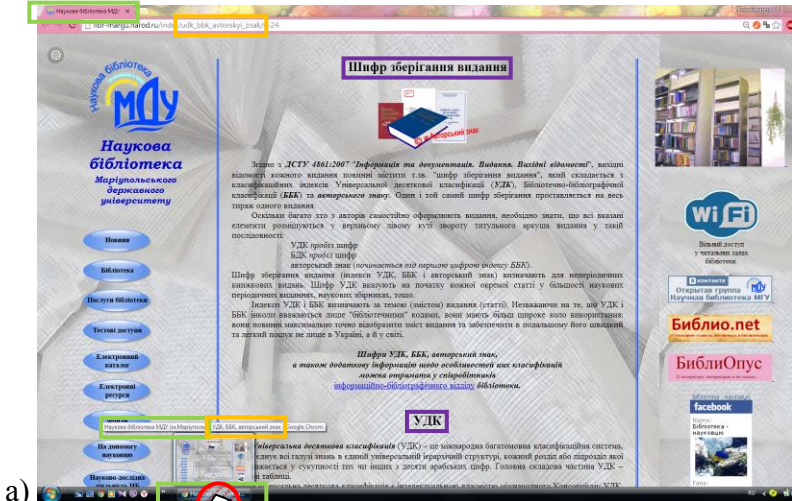
максимальною кількістю знаків не зберігаються. Однак питання про доречність кнопок повернення ще залишається відкритим. Зокрема, вони б полегшили доступ до основного меню на сторінках, довжина яких – більше 3-4-х екранів (наприклад, «Мережеві ресурси вільного доступу» [16], «Участь бібліотеки у роботі над виданням “Вісник Маріупольського державного університету”» [33]).

Експериментально, з метою отримання практичних навичок з оформлення необхідних фрагментів html-коду, ми оформили подібне посилання на «Сторінці для відповідання», де воно виправдано семантично [30].

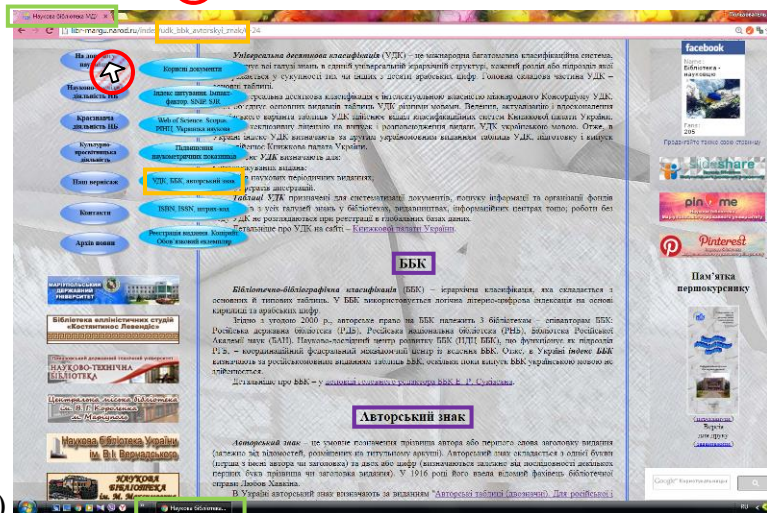
- *Наявність і коректність метаінформації (назва сторінки, ключові слова, опис, альтернативна інформація, опис Dublin Core тощо).*

Як правило, конструктори сайтів основні **метатеги** формують автоматично, необхідно лише заповнити конкретні поля (назва сайту, назва сторінки та ін.). Метаінформація є корисною не лише для коректного сприйняття сайту пошуковими роботами, а й для покращеного відображення його на технічних засобах користувачів. Наприклад, **назва сторінки**, що є звичайним текстовим фрагментом, відображається тільки у тексті, у верхній частині сторінки, а оформлена метатегами – ще і в інтерфейсі браузера, як і **назва сайту**. При цьому ми намагаємось, щоб назва сторінки співпадала з тим, що вказано у пункті меню, що полегшує користувачам орієнтацію на сайті, однак в окремих випадках назва сторінки у меню скорочується. На самій же сторінці розміщено заголовок, який, до речі, може бути не один. Яскравий приклад – сторінка, присвячена шифрам УДК, ББК, авторському знаку (рис. 2).

З 2015 року ми працюємо і з **додатковими метатегами**, вказуючи їх у загальному шаблоні сторінок (анотація, ключові слова та ін.).



a)



b)



Місце, на яке наведено курсор після чого випливає додатковий напис (а) або підрозділи меню (б)



Назва сайту



Назва сторінки



Заголовки тексту

Рис. 2. Приклад відображення у браузері назв сайту і конкретної сторінки, заголовків тексту

На початку шаблону вказано метатеги, що характерні для всього сайту, далі – для окремих сторінок (оформлюється між фрагментами html-коду

`<?if(URI_ID='pagexxx')?>...<?endif?>`,

де xxx – ID конкретної сторінки).

Метатеги Дублінського ядра (Dublin Core), як правило, використовують для повнотекстових електронних баз даних, зокрема під час оформлення документів в університетських репозиторіях, що працюють на платформі *DSpace*. Питання щодо сприйняття елементів Dublin Core різними пошуковими системами досі відкрите, однак на шляху України до євроінтеграції багато хто вважає їх особливо актуальними. Так, Кіровоградською обласною універсальною науковою бібліотекою було розроблено «Редактор - Конвертор Метаданих Dublin Core-UNIMARC» [26], оформлено зручний довідник «Каталогізація цифрових ресурсів Інтернет. Дублінське ядро метаданих» [4].

На нашому сайті ми також розмістили окремі елементи *Dublin Core* (назва сторінки, анотація, ключові слова, копірайт, мова сайту, тощо), однак результативність їх використання оцінити важко.

На даному етапі ми почали редагувати сторінки, додаючи *метатеги* ще однієї групи – тих, що *використовуються у соціальних мережах*. Це потребує додаткових навичок. Зокрема, ще не вирішена проблема відображення конкретної ілюстрації, якщо їх на сторінці – декілька (приклад – блок новин на головній сторінці сайту). Однак вже було виявлено окрему користь від них: можна вказувати соціальним мережам на ілюстрації, які не відображаються на сайті. Наприклад, на сторінці «*Тестові доступи*» [32] висвітлюються банери окремих описаних ресурсів, а під час розшарювання додається єдина ілюстрація – логотип даної сторінки (рис. 3). Таке зображення корисно використовувати, посилаючись на кілька ресурсів.

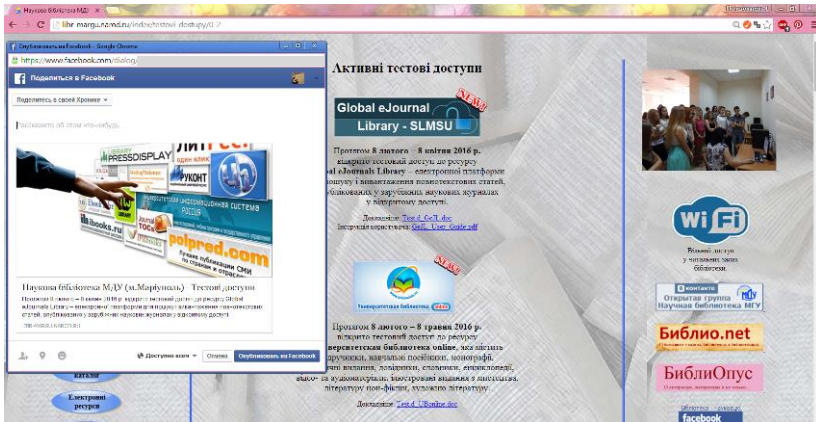


Рис. 3. Приклад реалізації роботи метатегів, використаних під час публікації інформації з сайту у соціальних мережах [32]

- *Відвідуваність сайту (кількість хостів, переглянутих сторінок).*

Популярність сайту збільшує його цінність в очах користувачів. Основними показниками вважається **кількісна характеристика відвідувачів і перегляду сторінок**. Зазначимо, що присутність на сайті незалежного **лічильника відвідуваності** та відкритої інформації про статистику відвідувань були вказані УБА у п. 2.3 положення про згадуваний на початку статті конкурс як обов'язкова умова участі [25].

З моменту створення сайту ми детально аналізуємо статистичні показники, які надає встановлений нами лічильник від сервісу «Яндекс.Метрика». Це допомагає не тільки оцінити поточний стан сайту, але й визначити окремі напрями роботи з його редагування. Оскільки деталізована статистика є доступною тільки для адміністраторів сайту, з 2013 року лічильник від Яндекс з основними щоденними показниками відображається у правому блоці сайту (рис. 4). Наприкінці липня 2015 року було

оформлено додатковий лічильник від *FlagCounter*, що яскраво візуалізує географію відвідувачів [37]. Нажаль, статистика у ньому неповна: кількість переглянутих сторінок вказана з моменту встановлення лічильника на сайт, отже показники за минулі три роки не враховано.



Рис. 4. Фрагмент інтерфейсу сайту НБ МДУ

Не можна не згадати ще один популярний сервіс, що використовується для аналізу роботи сайтів, – *Google Analytics*. Але робота з *Яндекс.Метрикою* стала для нас традиційною, оскільки сайт створювався на конструкторі від Яндекс і працював на ньому до автоматичного переходу всіх сайтів *Народ.ру* на *uCoz* [6; 7; 9].

Додатковою характеристикою успішності сайту є показники *tIЦ* (*Тематичний індекс цитування Яндексу*) та *PR* (*Google Pagerank*, який залежить від посилань на сайт з інших ресурсів).

На початок 2016 року *показник tIЦ* нашого сайту дорівнює 20. Для порівняння: *tIЦ* сайту Маріупольського державного університету (<http://mdu.in.ua/>) – 130. Зазначимо, що *tIЦ* не враховує посилання «з форумів, блогів ... та інших ресурсів, до яких хто завгодно може додавати посилання без контролю з боку власника ресурсу», а також «посилання з сайтів, розташованих на безкоштовних хостингах, у випадку якщо вони не описані у *Яндекс Каталозі*» [13]. Однак з моменту встановлення на сайті НБ

МДУ інформеру тІЦ та PR [10] у липні 2015 року (рис. 4), показник тІЦ збільшився вдвічі.

Показник PR сайту НБ МДУ – 5 з 10. Вважається, що в середньому добре оптимізовані (і внутрішньо, і зовнішньо) ресурси мають PR головної сторінки рівний 4 або 5. Показники 6–7 зустрічаються дуже рідко, а від 8 до 10 доступні тільки глобальним проектам (сайт Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, Microsoft, Google та ін.) [23; 34]. Сайт НБ МДУ можна віднести до категорії регіональних проектів, отже показник PR, що дорівнює 5, ймовірно, є для нас максимальним з можливих.

Зауважимо, що, встановлюючи на сайті **інформер тІЦ та PR**, необхідно час від часу впевнюватись у його коректній роботі. Так, перший варіант інформеру через кілька днів після встановлення відображав показник PR як 0, а під час детального аналізу повідомляв, що цей показник для даного сайту не визначений [29]. Оскільки помилка часто повторювалась, ми замінили інформер на інший, який на даний момент і представлено на сайті [10].

У зв'язку з аналізом показників **тІЦ** та **PR** необхідно розглянути ще одне питання: відображення сайту у різних сервісах і каталогах. Створивши сайт, ми зареєстрували його у **пошукових системах** [7]: це не є обов'язковим, однак, на думку фахівців, сприяє більш швидкому доступу роботів пошукових систем до даного Інтернет-ресурсу. Реєстрації у **каталогах**, як правило, заважає розташування сайтів на безкоштовних хостингах (uCoz, Народ.ру, тощо) і недотримання всіх вказаних у каталогах правил (наприклад, російськомовний варіант сайту, наповнення ресурсу великими об'ємами інформації, що відсутня на інших ресурсах такого ж типу, та ін.). Однак перехід на **інший домен**, як правило, викликає багато проблем: щорічна оплата, поступова заміна всіх наявних

посилань на нові, перехід користувачів на сайт, розташований за новою адресою, ймовірно, повторна робота щодо підвищення індексу PR, тощо. Отже, вважається, що реєстрація у каталогах не повинна бути першочерговим завданням, якщо це може завдати шкоди поточній роботі більш-менш успішного ресурсу. Однак все це не заважає надавати заявки на реєстрацію власного сайту, навіть якщо є підозри, що їх не буде прийнято.

Так, з 2015 р. сайт НБ МДУ зареєстровано на сторінці *«Вебометрика бібліотек України»* на сайті науково-технічної бібліотеки Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя [1]. Окрім того, ми вже кілька років спостерігаємо за позитивними моментами реєстрації нашої бібліотеки, у т.ч. з вказівкою посилання на сайт, на ресурсі *Яндекс.Довідник*. Завдяки цьому у результатах пошуку на Яндекс під головною сторінкою бібліотеки вказано додаткові дані: графік роботи, місце розташування організації та ін. (рис. 5).

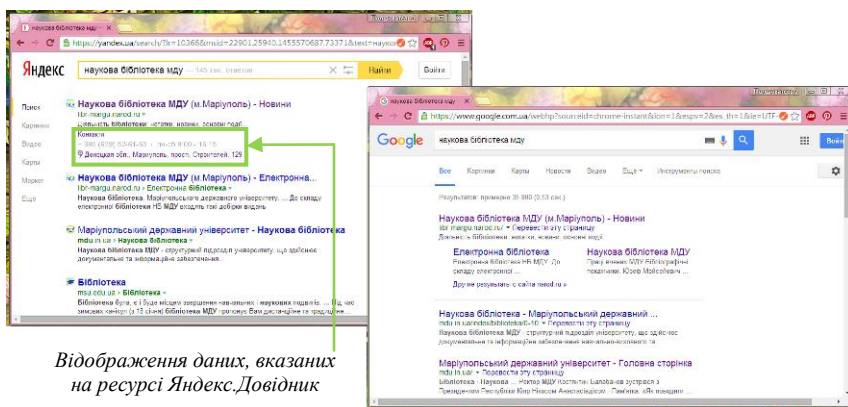


Рис. 5. Сайт НБ МДУ у результатах пошуку Яндекс та Google

• *Наявність додаткових сервісів для користувачів (програми для перегляду файлів .pdf, .djvu та ін., можливість перегляду сайтів користувачами з вадами зору, тощо).*

Проаналізувавши кілька інших сайтів, у т.ч. тих, що протягом минулих років приймали участь в організованому УБА конкурсі сайтів бібліотек, ми розмістили у правій колонці сайту НБ МДУ блок **«Додаткові можливості для користувачів»**.

1. Для перегляду наявних на сайті файлів різних типів оформлено посилання на офіційні сайти розробників **програмного забезпечення**, яке розповсюджується у **вільному доступі**. За цими посиланнями користувачі зможуть завантажити і встановити на власні комп'ютери *LibreOffice, Foxit Reader, DjVu reader*.
2. Для збільшення зображень і зручнішого сприйняття дрібного шрифту в більшості випадків, як нам здається, користувачі просто змінюють масштаб відображення сторінок у вікні браузерів. Та затребуваним додатковим інструментом може стати **«Екранна лупа»**, яка використовується для збільшення виділеного фрагменту екрану: у Windows посилання на неї надається у загальному меню програм (Пуск – Всі програми – Стандартні – Спеціальні можливості). Однак стандартна екранна лупа вважається не дуже зручною, отже ми додатково оформили посилання на одну з рекомендованих програм, наявних у вільному доступі (*Virtual Magnifying Glass*), та на інструкцію щодо роботи з нею.
3. Ще одне посилання надано на офіційну інструкцію з користування **голосовим пошуком у Google Chrome**. Також можливість голосового пошуку ми зазначили у параметрах користувацького пошуку Google, панель якого було встановлено на сайт (нагадаємо, що вище особливості цього пошуку розглядалися детальніше).

4. Додатково надано посилання на спеціально оформлену сторінку з добіркою *корисних Інтернет-сервісів для редагування й налаштування сайтів* [3]. Подана інформація постійно поповнюється, але містить тільки ті сервіси, до яких ми звертаємось у роботі з власним сайтом. Отже ця сторінка активно використовується нами для швидкого доступу до вказаних ресурсів, але може бути корисна й іншим, особливо вважаючи той факт, що користувачі можуть побачити реалізацію тих чи інших елементів на сайті НБ МДУ.
5. З метою надання відвідувачам сайту можливості релаксу додано посилання на «*Сторінку для відпочинку*» [30]. Під час її оформлення на меті стояло залишити користувачів на нашому сайті. Отже, з розглянутих нами ресурсів ми на даному етапі відмовились від сайтів з добірками музичальних композицій або голосів природи, з online-пазлами та розмальовками-антистрес та ін. Ця сторінка містить або вбудовані на сайт елементи, або посилання на інші наші сторінки, які, до речі, налаштовані на відкриття у новому вікні. Єдиний виняток – ресурс з кнопкою «Все буде добре», оскільки він не містить інших сторінок для перегляду, і, закривши вікно, користувачі знову повертаються на сайт НБ МДУ.

У вересні 2015 року конкурс бібліотечних сайтів проходив за дещо іншими умовами, оскільки основна увага приділялась популяризації читання. Однак це не зменшує значення вказаних вище параметрів, дотримування яких, безумовно, сприяє успішності сайтів.

Зазначимо також, що ми не охарактеризували реалізацію на нашому сайті ще двох параметрів із вказаного положення [25]: *візуальна зручність відображення інформації та стильова єдність розділів*. Їх буде

розглянуто у наступній статті, присвяченій візуальним особливостям Інтернет-ресурсів нашої бібліотеки.

Список використаної літератури та джерел

1. Вебометрика бібліотек України // Науково-технічна бібліотека. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя : офіційний сайт. – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua:8080/webometric/libraries_sites_webometric_table.html.
2. Видання бібліотеки // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/index/0-17>.
3. Використання інтернет-сервісів під час оформлення й редагування сайту : добірка посилань // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/korysni_internet_servisy/0-97.
4. Волохіним О. М. Каталогізація цифрових ресурсів Інтернет. Дублінське ядро метаданих : довідкове електронне видання / О. М. Волохін ; Кіровоградська ОУНБ ім. Д. Чижевського. – Режим доступу: http://library.kr.ua/dc/DC_Volokhin.pdf.
5. Google. Расширенный поиск. – Режим доступа: https://www.google.ru/advanced_search.
6. Дейниченко Е. В. Библиотечный сайт использование информационных технологий (из опыта создания сайта НБ МГУ: решение основных проблем) / Е. В. Дейниченко // Использование современных технологий для создания библиотечного информационного продукта : материалы III городской научно-практической конференции библиотек г. Мариуполя. 31 октября 2013 г. / под ред. А. П. Шакулы. – Мариуполь : МДУ, 2014. – С 20–28. – Режим доступа к сб.: http://libr-margu.narod.ru/olderfiles/vudannja/mat_III_gor_conf_2014.pdf.
7. Дейниченко Е. В. Сайт библиотеки – руками библиотечарей. Из опыта создания сайта НБ МГУ / Е. В. Дейниченко

- // Науково-дослідна діяльність наукової бібліотеки Маріупольського державного університету : матеріали І науково-методичного семінару. 29 листопада 2012 р. / ред. А. П. Шакула. – Маріуполь : МДУ, 2013. – С 63–81. – Режим доступу до перегляду збірника матеріалів конференції: http://libr-margu.narod.ru/olderfiles/vudannja/ndd_NB_MDU_2013.pdf.
8. Дейниченко О. З досвіду проведення краєзнавчих екскурсій / О. Дейниченко // Бібліотечний форум України. – 2015. – № 1. – С. 29–31.
 9. Дейниченко О. З досвіду створення сайту наукової бібліотеки Маріупольського державного університету / О. Дейниченко // Бібліотечний форум України. – 2014. – № 1. – С. 11–13.
 10. Инструменты : Счетчики тИЦ и PR. Информеры для сайтов : [Интернет-сервис, генерирующий html-код для установки счетчиков] // CY-PR.com. – Режим доступа: <http://www.cy-pr.com/tools/informer/>.
 11. Історія бібліотеки // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/istorija_biblioteki/0-99.
 12. Как добавить плагин «Переводчик сайтов» // Справка – Google Translate. – Режим доступа: <https://support.google.com/translate/answer/2534601?hl=ru>.
 13. Как измеряется тИЦ // Яндекс. Помощь. – Режим доступа к справочной статье: <https://yandex.ru/support/catalogue/citation-index/tic-calculated.xml>.
 14. Краєзнавча діяльність НБ // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу до сторінки: http://libr-margu.narod.ru/index/kraeznavcha_dijalnist_nb_mdu/0-45.
 15. Кутовенко А. Персональний поиск Google / А. Кутовенко // Компьютерная газета. – 2010. – № 8. – Режим доступа: <http://www.nestor.minsk.by/kg/2010/08/kg00801.html>.
 16. Мережеві ресурси вільного доступу // Наукова бібліотека

- Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/index/0-19>.
17. Мержевич В. Самоучитель по HTML : Спецсимволы / В. Мержевич. – Режим доступа: <http://htmlbook.ru/samhtml/tekst/spetsssimvoly>.
 18. Мержевич В. Справочник по HTML : Теги HTML / В. Мержевич. – Режим доступа: <http://htmlbook.ru/html>.
 19. Наукова бібліотека Маріупольського державного університету. Новини : офіційний web-сайт, головна сторінка. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/>.
 20. Наш вернісаж // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/nash_vernizazh/0-76.
 21. Нові надходження до бібліотеки // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/index/0-12>.
 22. Особливості маріупольської архітектури (пішохідна екскурсія для гостей міста) // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/2015_07_12/0-95.
 23. PageRank – что это такое и от чего зависит PR / Дмитрий // KtoNaNovenkogo.ru. Все о создании сайтов : авторский проект. – 2010. – 20 марта. – Режим доступа к ст.: <http://ktonanovenkogo.ru/seo/tic-pr-alexa/google-pagerank-pr-vliyaet-na-polozhenie-v-poiskovoj-vydache-google-informery-pagerank-dlya-sajta.html>.
 24. Повловский А. Внутренние ссылки. Ссылки на внутренние страницы / А. Повловский // Web-Profy.com : онлайн-журнал для вебмастеров и блоггеров. – Режим доступа к ст.: <http://web-profy.com/vnutrennie-ssylki-cssylki-na-vnutrennie-stranicy.html>.
 25. Порядок проведення Всеукраїнського конкурсу бібліотечних інтернет-сайтів // Українська бібліотечна асоціація : офіцій-

ний сайт. – Режим доступу до док.: <http://ula.org.ua/ua/257-konkursi/konkurs-internet-saytiv/553-poryadok-provedennya-vseukrayinskogo-konkursu-bibliotechnih-internet-saytiv>.

26. Редактор-Конвертор Метаданих Dublin Core-UNIMARC / О. М. Волохін ; Кіровоградська ОУНБ ім. Д. Чижевського // Проект METADATA Кіровоградської ОУНБ. – Режим доступу: <http://library.kr.ua/dc/dccedituni.html>.
27. Рекомендации по поиску журналов в Наукометрических базах данных : Как найти журнал и опубликоваться в нем / сост. И. Булова. – Режим доступа к презентации: http://www.slideshare.net/NB_MDU/ss-54636037.
28. Сабадаш Ю. С. Значення наукових бібліотек України: культурологічний вимір (на прикладі наукової бібліотеки Маріупольського державного університету) / Ю. С. Сабадаш, Г. Р. Іванова // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : зб. наук. праць. – Вип. XXX. – К. : Міленіум, 2013. – С. 88–95. – Режим доступу до статті: http://libr-margu.narod.ru/olderfiles/statti/2013-v30_s88-94_APIPHK_um.pdf.
29. SEO-інструменти. Счетчик тИЦ и PR : [Интернет-сервис, генерирующий html-код для установки счетчиков] // Seogift.ru. – Режим доступа: <http://seogift.ru/seo-counter/>.
30. Сторінка для відпочинку // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний сайт. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/index/vidpochunok/0-135>.
31. Страшко А. Юзабилити : практический курс с детальным анализом [Авторские исследования в области построения и удобства использования Web-интерфейсов] / А. Страшко // Руководства и секреты Web-технологий. – Режим доступа: <http://www.web.starport.ru/usability/index.php>.
32. Тестові доступи // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/testovi_dostupy/0-2.
33. Участь бібліотеки у роботі над виданням «Вісник

Маріупольського державного університету» // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libmargu.narod.ru/index/robota_z_visnykom_mdu/0-18.

34. Что такое ТИЦ, ВИЦ, PR / PRSITERUN // Как создать свой сайт самому : информационный проект. – Режим доступа к ст.: <http://www.prsiterun.com/tiz.html>.
35. Яндекс. Расширенный поиск. – Режим доступа: <https://yandex.ru/search/advanced?&lr=10366>.
36. A Giant. July 12, 2015 by AU / Izolytsia. Platform for cultural initiatives // Architecture Ukraine (residency program). AU Diary. – Режим доступа: <http://izolyatsia.org/au/july-12-a-giant/>.
37. FlagCounter : [англомовний сервіс, який генерує html-код лічильника відвідувачів сайту, відображаючи їх країни на мапі світу]. – Режим доступу: <http://s06.flagcounter.com/index.html>.
38. Google Developers. Custom Search : Custom Search Element Control API (руководства) ; API Reference (справочники). – Режими доступа: <https://developers.google.com/custom-search/docs/element> ; <https://developers.google.com/custom-search/json-api/v1/reference/>.

УДК 021.7:004.738.5

О. В. Дейниченко, зав. відділу інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення.

Інформаційне представництво НБ МДУ в мережі Інтернет: особливості розміщення ілюстративного матеріалу

У статті розглянуто особливості оформлення і розміщення ілюстративного матеріалу на Інтернет-

сервісах, які адмініструють співробітники НБ МДУ. Особлива увага приділяється поняттю «юзабіліті» і реалізації його принципів на сайті, а також питанням візуалізації, зав'язків між окремими ресурсами, розширення кола потенційних користувачів.

Ключові слова: сайт бібліотеки, юзабіліті, візуалізація, фавіконка, кнопки, банери, лічильники, лінійки виміру часу, PinMe, Pinterest.

Візуальні характеристики Інтернет-ресурсів мають не менше значення, ніж їх інформаційне наповнення, оскільки в першу чергу, потрапляючи на сайт чи блог, користувач сприймає його на зорово-емоційному плані, так би мовити, «оцінює книгу за обкладинкою», а вже потім знайомиться зі змістом. Таким чином, візуальне виходить на перший план, а зручне розміщення елементів управління й інформації на сайті, зручні пошук та інший функціонал, зрозуміла навігація, швидке завантаження сторінок є вторинними. Навіть у випадках, коли зміст є для користувача важливішим, ніж зовнішня привабливість, візуальність теж має значення: наприклад, якщо текст важко читається на обраному авторами фоні, відвідувач може покинути сайт у пошуках аналогічного ресурсу.

Отже, саме **візуальні особливості** допомагають надати Інтернет-ресурсам ту чи іншу міру індивідуальності і привернути до них увагу. Найяскравіше це виявляється в оформленні сайтів, оскільки, на відміну від блогів і сторінок у соціальних мережах, вони мінімально обмежені загальними шаблонами і обов'язковими структурними елементами (наприклад, сайт-візитка може існувати навіть без такого важливого, на перший погляд, елементу, як загальне меню, обмежившись однією сторінкою або кількома внутрішніми текстовими посиланнями).

Характерні риси оформлення ілюстративного матеріалу для наповнення сайту нашої бібліотеки розглядалися в інших статтях [6; 7], але погляд на сайт з позицій «юзабіліті» надає нові можливості для аналізу. У попередній статті ми вже згадували цей термін, однак розглянемо його докладніше.

Поняття «юзабіліті» було зафіксоване у міжнародних *стандартах ISO* [35; 36] та останнє десятиліття привертає увагу спеціалістів, які оцінюють практичність та зручність для користувачів інтерфейсів програмного забезпечення [12; 27]. У зв'язку з можливими варіантами перекладу англomовних стандартів, надамо визначення юзабіліті, запропоновані у статті А. А. Орехової, Т. П. Погребняк [27]:

- практичність або зручність використання: міра, з якою продукт може бути використаний певними користувачами у певному контексті використання для досягнення певної мети з належною ефективністю, продуктивністю і задоволеністю (за ISO 9241-11 [36]);
- спроможність програмного продукту бути осмисленим, вивченим і бути привабливим для користувача у певних умовах експлуатації (за ISO 9126-1 [35]).

Поняття юзабіліті все активніше використовується і для оцінки інтерфейсів сайтів [11; 31], оскільки у роботі з Інтернет ресурсами також певне значення мають згадувані у вказаних визначеннях простота й ефективність використання, зрозумілість для нових відвідувачів, тобто зручність у всіх її аспектах. Так, *«програмісти* розглядають поняття зручності з погляду ефективності та функціональності сайту, *web-дизайнери* – з погляду композиції і краси, *психологи* – з погляду впливу інформації на людину, а *юзабіліті-фахівці* повинні проводити дану оцінку з усіх боків» [31]. Таким чином, в межах тематики нашої статті максимально інформативним є визначення, запропоноване

О. Страшко: *юзабіліті* – це один з напрямів ергономіки, що вивчає зручність й ефективність роботи людини з електронною інформацією у процесі візуальної взаємодії [31].

«*Візуальну зручність відображення інформації*» як один з важливих критеріїв оцінки сайтів бібліотек зазначено і в одному з документів Української бібліотечної асоціації [28]. Доречно згадати й інший, вказаний у даному положенні, критерій – «*стильова єдність розділів*». Безумовно, окреме значення має стильова єдність текстового шару сайтів (ми приділяли увагу цьому аспекту у попередній статті, розглядаючи досвід оптимізації сайту НБ МДУ). Але саме стильова єдність візуального плану не тільки забезпечує сприйняття сайту користувачами як єдиного цілого, а й сприяє його зрозумілості.

Оскільки взаємодія відвідувача з сайтом відбувається візуально, *зручність* визначається природою візуального сприйняття людини, а *зрозумілість* – візуальною пам'яттю і знаннями [31]: користувачі сприймають функціональні особливості тих чи інших елементів, спираючись на власний досвід. Ситуація дещо ускладнюється тим, що відображення ресурсів в Інтернет мінімально уніфіковано й регламентовано, отже у кожного користувача – свій досвід. До того ж, на відміну від програмного забезпечення, сайти не передбачають наявності інструкцій з користування, приєднаних до них файлів з детальною довідкою, тощо: максимум, у наявності може бути розділ **ЧАВО** (від рос. «Частьте Вопросы»), або, як його називають останнім часом, **FAQ** (від англ. *Frequently Asked Questions* – *часто поставлені, поширені питання*). Однак ці розділи, як правило, розповідають не про роботу з сайтом, а про особливості послуг, що надає організація.

Спираючись на приклади, викладені присвячених юзабіліті сайтів у роботах Л. Йоонас та О. Страшко [11; 31], проаналізуємо *візуальну складову нашого сайту*.

Стильова єдність сторінок забезпечується їх зовнішнім оформленням та відображенням основних елементів на всіх сторінках сайту [18]. **Структура шаблону** сторінок – один з традиційних варіантів оформлення сайтів: у двох **бокових колонках** – елементи навігації і додаткова інформація, **центральна колонка** – основне текстове й ілюстративне наповнення сайту, у нижньому блоці, т.зв. «**підвалі**», – копірайт, посилання на використовуваний нами конструктор, тощо. Відмовившись від шапки сайту як окремого блоку, логотип і назву ми розмістили у «**зоні первинної уваги**» (у попередній статті цей аспект було розглянуто докладніше). Елемент, що не є окремим блоком, але за функціональністю нагадує **шапку сайту**, розміщено тільки на головній сторінці; на інших сторінках блок у центрі починається із заголовку та (або) ілюстрацій.

Під час роботи з оптимізації сайту ми намагались, як сказали б спеціалісти, «*не порушуючи базових принципів будування інтерфейсу, підвищити зручність й ефективність роботи постійних користувачів*» [31]. Більшість **загальних посилань**, не обмежених тематикою окремих сторінок, було згруповано за кількома аспектами і розміщено у бокових блоках сайту (*рис. 1*). Вважається, що саме видимі на екрані бокові колонки користувачі сприймають як ділянки для посилань, т.зв. «робочі поля» [31].

Загальна структура інтерфейсу сайту може здаватися «нецікавою», «неоригінальною», однак спеціалістами з юзабіліті традиційність у даному аспекті, як правило, здається привабливою. О. Страшко порівнює сайт з паперовою книгою: читач може знайомитись з новим виданням у будь якій послідовності (з анотації, перегляду ілюстрацій, з фрагментів тексту, оцінюючи стиль автора, тощо), але ніхто не шукає анотацію або зміст у середині, між главами. Оскільки наш сайт – це сайт бібліотеки, порівняння з книгою є для нас особливо цікавим.

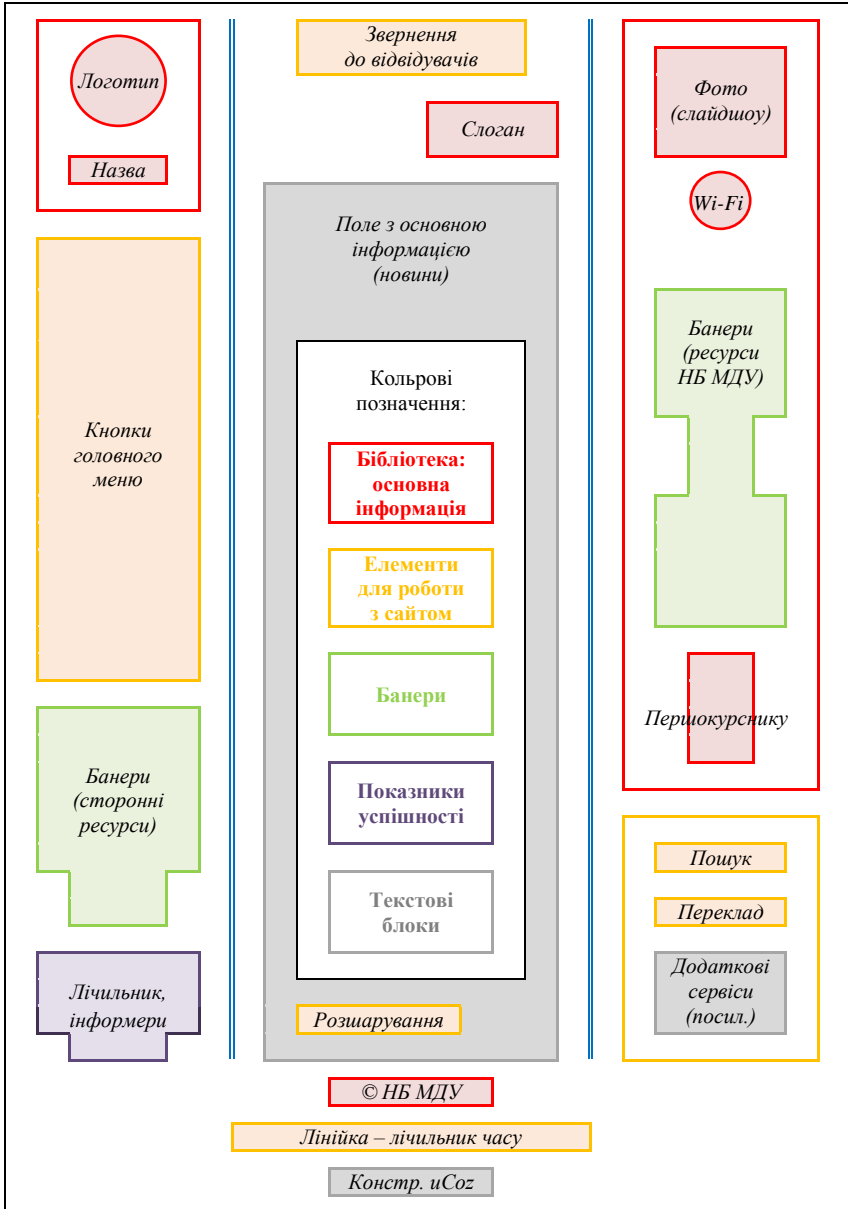


Рис. 1. Схеми головної сторінки сайту НБ МДУ

Зазначимо, що саме так ми обирали фон сайту та шрифт текстових блоків. Так основним **фоном** стало знебарвлене і дещо освітлене зображення розгорнутих книжок, що відповідає тематиці сайту. Інший важливий для сучасних бібліотек тематичний компонент – інформаційні технології – ми у фоні не відображали, оскільки це – наскрізна тема більшості ілюстрацій на сайті. Світло-сірий колір фону було обрано як найбільш вдалий для розміщення інших яскравих елементів (навіть у порівнянні з білим він здається бліднішим). **Шрифт основного тексту** (*Times New Roman*), можливо, був би оцінений спеціалістами як не дуже вдалий: він з зарубками, достатньо дрібний, не контрастує з кольором фону. Однак подібне оформлення текстів є традиційним не тільки для багатьох видань, а й для наукових праць, тобто легко ідентифікується цільовою аудиторією сайту – викладачами, аспірантами, студентами університету.

Традиційним ми залишили також **кольорове оформлення текстових посилань**: стандартний для офісних програм синій колір, який змінює відтінок, якщо вказані сторінки, ресурси користувач вже відвідував. На даний момент важко згадати, обиралась дана кольорова схема вручну, або залишилась та, що була запропонована конструктором сайтів. Однак змінювати її не має потреби, особливо враховуючи чорний колір основного тексту.

Ще один аспект, у якому порівнюють сайти і книги, – це «**динаміка інформаційної структури**», яка забезпечує певну послідовність перегляду детальної інформації [31]. Так, взявши книгу, знайомитись з нею ближче потенційний читач починає **від загального до конкретного**:

розділ → частина → окрема глава → параграф.

Отже, інформаційна ієрархія характерна і для Інтернет-сторінок. Це не лише ієрархічна структура, відображена у меню, а вся загальна система окремих елементів:

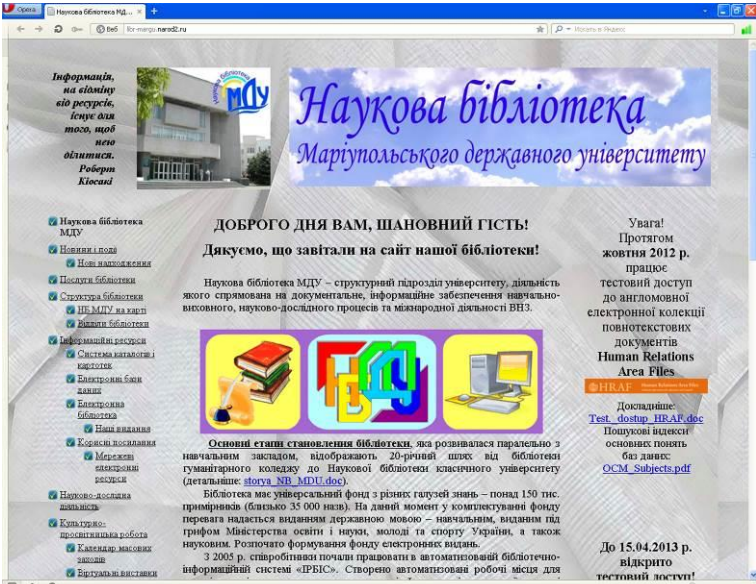
логотип як впізнавальний знак і сайту, і реальної організації → назва сайту, слоган → назва сторінки, заголовки → навігація: меню, банери → візуально виділений текст → стандартний текст → копірайт.

Не всі вказані елементи – обов'язкові. Однак необхідно пам'ятати, що ієрархічність інформаційної структури забезпечується не тільки наявністю, а й місцем знаходження елементів у просторі сторінки: від лівого верхнього кута (найважливіші) до нижнього блоку сайту (причини такого напрямку зорового сприйняття інформації детальніше розглядалися у попередній статті). Саме так і розташовані вказані елементи на сайті НБ МДУ (рис. 1).

Зворотного варіанту інформаційної динаміки, **від конкретного до загального**, рекомендовано дотримуватись під час «детальної обробки окремих гілок загальної структури». Прикладом може слугувати формування окремих блоків, пов'язаних з бібліотекою як організацією, з роботою з сайтом, з посиланнями на інші ресурси: у вказаній схемі вони різняться кольором (рис. 1).

Меню сайту розташовано у робочому полі, найближчому до зони первинної уваги: воно починається одразу під логотипом і назвою. До генерального оновлення сайту на початку 2014 року воно складалося з текстових посилань (рис. 2 а); каскадність і виокремлення розділів й підрозділів забезпечувалась тільки варіантами вирівнювання тексту. Оформлюючи нове меню, ми ставили на меті виконати такі завдання:

- скоротити блок меню, переглянувши ієрархічну структуру сайту та використавши т.зв. «випадаючі» блоки підрозділів, що з'являються, коли на них наведено курсор;
- індивідуалізувати основний елемент сайту, розрахований на першочергове візуальне сприйняття користувачами.



а)



б)

Рис. 2. Інтерфейс головної сторінки сайту НБ МДУ: а) початковий варіант (2012 – 2013 рр.); б) сучасне оформлення (2014 р.): фавіконка, впливаюче підменю

Обраний варіант ілюстративного оформлення *нового меню* на той час просто здавався нам оригінальним (форма кнопок, тінь, імітація відблиску), а кольори органічно вписувались у загальний дизайн. Шапки сайту на той момент вже не було, отже доволі крупні елементи не викликали почуття візуального перевантаження сторінки. Проаналізувавши візуальні особливості даного блоку згідно з вимогами юзабіліті, ми виявили ще кілька позитивних моментів.

По-перше, вважається незручним, коли, щоб перейти до підрозділів *вертикального меню*, необхідно перемістити курсор за горизонталлю [31]. Ймовірно, всі неодноразово стикалися на різних сайтах з тим, що під час швидкого пересування курсор з'їжджає трохи в сторону, і треба знову повертатися до назви розділу. Однак в нашому випадку форма й розмір кнопок розділів, розташування кнопок підрозділів у значній мірі компенсують можливі незручності (рис. 2 б).

По-друге, важливим є правильне перше сприйняття візуальних елементів відвідувачами сайтів. *Кнопки* і банери повинні зовнішньо різнитися між собою: і ті, і інші є графічними посиланнями, однак функції у них різні. Також користувач повинен максимально легко здогадуватись, які з ілюстрацій є посиланнями, а які – ні. За твердженням спеціалістів, перше, що бачить відвідувач, особливо на незнайомому сайті, – це єдине цілісне зображення [31]. І саме елементи з імітацією об'єму (ті, що мають псевдотрьохвимірний, випуклий вигляд) сприймаються як основний навігаційний елемент і спонукають до дії. Отже, обране нами оформлення головного меню сайту є достатньо ефективним.

Л'ЮОНАС пропонує для оцінки зручності роботи користувачів з графічними елементами використовувати «*теплову мапу*», або «*мапу кліків*», а також «*мапу*

посилань» [11]. Вони відображають взаємодію користувачів з інтерфейсом сайту. Подібні мапи надає, зокрема, ресурс Яндекс.Метрика, лічильник якого вбудовано і до нашого сайту. Адміністратори даного сервісу такожзначають роль теплової мапи в оцінці юзабіліті: відображаючи всі кліки, у т.ч. на тих елементах, що не є посиланнями, мапа допомагає виявити як найбільш «клікабельні» елементи, так і ті, що вважаються посиланнями помилково [15].

На подібних мапах найпопулярніші елементи висвітлюються більш теплими кольорами, починаючи з червоного. Аналіз мапи кліків і мапи посилань нашого сайту (рис. 3) виявили окремі неточності інтерфейсу, який в цілому є доволі зручним, що довели і дані цих мап. Так, ми додали кілька *підписів*, що з'являються після підведення курсору до конкретних елементів.

Раніше подібні написи були тільки на банерах великих бібліотек – як пояснення того, чому оформлено банери саме на них (вони – координаційні, науково-методичні центри для бібліотек нашої галузі). Нині було додатково підписано банер всесвітнього каталогу: ми припустили, що читачі не користуються ним, не розуміючи його цінності щодо уточнення даних під час оформлення бібліографії.

Ще один підпис було оформлено на *слайдшоу*: рік тому здавалося логічним, що, натиснувши на добірку фото, можна перейти до наших фотоальбомів у ВКонтакті. Але з часом стало зрозуміло, що користувачі очікуватимуть побачити не більше, ніж кілька фото, представлених у цьому слайдшоу, і тому майже не будуть користуватися посиланням.

Необхідно зазначити ще кілька фактів стосовно *мапи посилань*. Так, найактивніше відвідувачі переходять до електронного каталогу. На другому місці – сторінка «*Контакти*», на третьому – «*Новини*» і «*Наш вернісаж*».

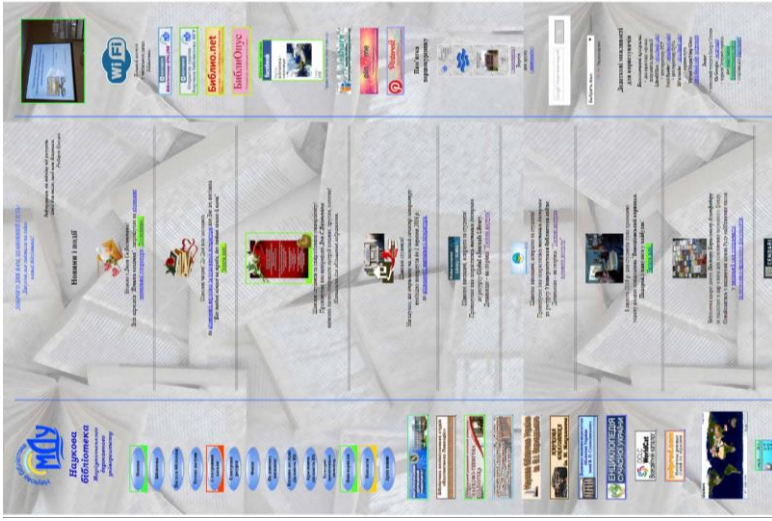


Рис. 3. Мапа кліків (зліва) та мапа посилань (справа) за даними Яндекс.Метрики

Однак ця мапа не висвічує роботу з розділами меню, які не є посиланнями, а тільки містять у собі кнопки підрозділів, тому не можна стверджувати, що інші розділи меню – непопулярні. Викликає питання і відсутність кольорів навколо кнопки «*Тестові доступи*»: згідно з *мапою кліків*, вона – найпопулярніша з усього меню.

Окрім кнопок меню і банерів, розташованих у бокових колонках, ми в окремих випадках використовуємо й інші *графічні посилання*. Однак важливим фактом є те, що «за інших рівних умов графічне посилання та звичайна ілюстрація виглядають однаково» [31] і, як наслідок, можуть не розрізняватися користувачами. Отже, вони на сайті – мінімалізовані. *Логотипи тестових доступів* (офіційні або, за відсутністю, оформлені нами згідно з корпоративними кольорами вказаних баз даних) також клікабельні, тому вони оформлюються зовнішньо максимально наближеними до інших банерів.

Інколи виникає необхідність оформлення посилань на *збільшені ілюстрації* – зокрема, у блоках новин, коли ми розміщуємо кілька слів привітання і відскановані дипломи, грамоти: традиційне для сайту посилання «Читати далі...» в даному випадку некоректне, отже, натиснувши на зменшене зображення, можна розгледіти деталі документу. Зручно, що зображення можуть бути різні: скажімо, на головній сторінці – невеличкий колаж з накладених один на одного документів, а за посиланням – збільшене зображення, на якому вони розташовані поруч.

У роботі з посиланнями на збільшене зображення ми час від часу порушуємо одне з правил юзабіліті: зовнішньо таке графічне посилання не відрізняється від ілюстрацій в інших текстах новин. Отже, можна сказати, у таких випадках ми надіємося на те, що користувачі самі наведуть курсор і побачать стандартний значок клікабельності – долоню з притиснутими один до одного пальцями.

Так оформлюються посилання, розміщені на зображеннях, що можуть бути прочитаними, якщо їх збільшити (грамоти, дипломи). Отже ми немов підштовхуємо користувача до бажання клікнути на зображенні, щоб прочитати дрібний текст. Але, якщо інформація, з нашого погляду, вкрай важлива (наприклад, кольорові об'яви), ми додатково розміщуємо пояснення у тексті: *натисніть для збільшення зображення*.

У зв'язку з цим виникає питання про доречність використання *пiктограм*: наприклад, стрілочка, спрямована у всі чотири сторони, – можливість збільшити зображення. Однак піктограми повинні бути однозначними, легко зрозумілими [11; 31]. Але така ж саме стрілочка все частіше позначає не збільшення, а можливість пересування (у панорамах, інтерактивних віртуальних турах, тощо).

Є й інші приклади подібної неточності. Для завантаження файлів на комп'ютер, як і для збереження, використовували піктограми із зображенням дискети; нині ж, коли дискети – у минулому, це, як правило, стрілочка донизу, що спирається на горизонтальну рисочку. Замість згаданої вище чотирибічної стрілочки використовують лупу, а стрілочка вказує на переміщення не стільки користувача у віртуальній площині простору, скільки на пересування конкретного об'єкту; до того ж на неї схожа піктограма синхронізації. Піктограма *домашньої сторінки* (будиночок) є фіксованою, але саме поняття – двозначне: це – і головна сторінка сайту, і стартова сторінка у браузері користувача.

На даний момент на сайті з усіх широкоживаних піктограм використовуються тільки ті, що позначають соціальні мережі – це зображення на *«кнопках розширення інформації»*, які були вставлені нами під основними блоками тексту на більшості сторінок сайту, у т.ч. під основним блоком новин на головній сторінці (рис. 1).



Рис. 4. Приклади використовуваних на сайтах піктограм: а) збереження / завантаження файлів; б) збільшення об'єктів; в) домашня сторінка; г) переміщення об'єктів / синхронізація; д) соціальні мережі

Ще одна піктограма, яку ми використовуємо (точніше, зображення анаграми) прийнято називати терміном **фавіконка**. Це – значок веб-сайту, т.зв. *favicon* (від *англ. FAVorite ICON – значок для вибраного*). За змістом вона нагадує логотип, однак створюється в особливих програмах і має максимально просте зображення, оскільки її розмір – всього кілька пікселів [33]. Файл фавіконки зберігається у кореневій папці сайту [14], і через кілька днів вона починає відображатися у браузерях: у верхній панелі вікна, на вкладці біля назви сайту (рис. 2 б), а також у вікні з результатами пошуку Яндекс – як зменшений варіант логотипу сайту (див. рис. 5 до попередньої статті). Таким чином, фавіконка сприяє «впізнанню» сайту користувачами і є одним з важливих елементів його **індивідуалізації**.

Використання піктограм на сайтах розглядається спеціалістами з юзабіліті як вживання метафор [11]. Однак піктограми – не єдиний засіб метафоризації, як і індивідуалізації контенту. Отже, доречно приділяти увагу й іншим ілюстраціям, що супроводжують текстові матеріали, особливо коли це – не тільки фотографії, а й інші

типи зображень. Як згадувалось в інших статтях, на сайті НБ МДУ ми широко використовуємо колажі [7; 8]. Саме їм і характерна значна ступінь метафоризації.

Використання власних колажів сприяє не тільки яскравому оформленню сайту, а й створенню унікального контенту. Так, на даний момент у результатах пошуку за малюнками висвічуються і ті, що розміщені на нашому сайті. Певним чином це залежить від постійної роботи з сайтом та індивідуалізації параметрів пошуку, однак те, що нерозміщені на інших сайтах матеріали є для пошукових робіт більш привабливими, – безумовно.

На сучасному етапі розвитку сайту *ілюстрацій-колажі* використовуються нами у таких аспектах:

- оформлення новин:
 - а) маленькі ілюстрації, що привертають увагу до тексту;
 - б) значимі у стильовому плані елементи, що є основними у конкретному тексті новин або повністю заміщують його (вітання зі святами, грамоти й дипломи, кольорові об'яви, зменшені зображення яких інколи прикрашаються додатковими тематичними об'єктами);
- розгорнуті варіанти піктограм на окремих сторінках, зокрема – у переліку запропонованих користувачам культурно-масових заходах [16] (за формою та функціональністю вони близькі до вказаних у попередньому пункті);
- логотипи сторінок сайту.

Колажі для сайту створюються в одному «ключі», що також сприяє *стильовій єдності сторінок*. Особливої уваги заслуговують *логотипи сторінок*. Раніше ми розміщували окремі колажі у нижній частині сторінок, текстові блоки яких були значно меншими за довжиною, ніж бокові колонки. Однак з розширенням діяльності бібліотеки у соціальних мережах постала необхідність розробити невеличкі ілюстрації до всіх сторінок, розташовуючи їх на

початку, під заголовком. Це повинно було сприяти відображенню на сторінках соцмереж не логотипу бібліотеки, а тематичних колажів, які б органічно співвідносились із скопійованими фрагментами тексту.

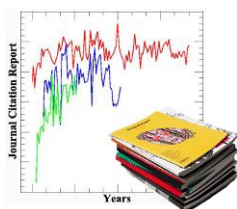
Протягом 2015 року всі необхідні колажі були розроблені. Навіть на сторінці «Наші видання» [2], на якій, на перший погляд, під заголовком розміщено фотографію, також – колаж. Завдяки збереженому файлу-чернетці ми маємо можливість протягом року додавати нові обкладинки, більш-менш швидко оновлюючи зображення.

Однак під час оформлення метатегів виникли проблеми з автоматичним відображенням розширеної інформації на сторінках соцмереж. Як згадувалось вище, більшість з цих проблем на даний момент вирішено, однак сторінки потребують додаткового редагування. В результаті у соціальних мережах будуть висвітлюватися ті ілюстрації, які ми обираємо, навіть якщо вони не відображені на сторінці сайту (приклад – «Тестові документи», див. рис. 3 до попередньої статті).

Зазначимо і те, що саме у логотипах сторінок **метафоричність** виявляє себе максимальною мірою. У кожен з таких колажів вкладено основну ідею сторінки, в окремих випадках – з тематичним підґрунтям до перегляду інших сторінок. Так, на сторінці з інформацією про авторський знак відображено і значок копірайту, оскільки, оформлюючи власні видання, не всі автори розуміють, що «авторський знак» та «знак авторського права» – це різні поняття (рис. 5).

Логотипи сторінок використовуються і в основному блоку новин. Наприклад, пропонуючи ознайомитись з бюлетенем нових надходжень [23], ми ставимо на початку текстового фрагменту логотип відповідної сторінки. Отже, такий підхід не потребує додаткових витрат часу на оформлення щокварталу нових колажів даної тематики. А

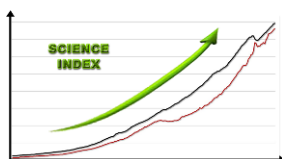
найважливіше те, що тематичний аспект новини також стає *візуально впізнаним*. Однак, якщо у *дублюванні колажів* не має функціональної складової, ми їх не повторюємо (наприклад, вітаючи зі святом, ми не надіємося, що користувачі не бачили або забули тогорічну ілюстрацію).



а) «Основні наукометричні показники»



в) «Регістрація видань, копірайт»



б) «Шляхи підвищення наукометричних показників»



г) «УДК. ББК. Авторський знак»

Рис. 5. Приклади логотипів сторінок розділу «На допомогу науковцю»

Створюючи колажі, ми отримали досвід роботи і з *хмаринками тегів*. Оскільки більшість сервісів працюють з англomовним контентом, а ті, що біли рекомендовані авторами статей з даної теми, або не працювали, або не підтримувалися оновленими браузерми, найскладнішим стало знайти ресурс, який би сприймав український текст. Нами було обрано *WordItOut* [37]. Експериментальну хмаринку було створено для сторінки «*Мережеві електронні ресурси вільного доступу*». Щоб запобігти додаванню незначних для нас слів (прийменники, тощо),

скопійований з сайту текст додатково редагувався, зайве видалялось. Хмаринку було вбудовано у колаж (рис. 6): таким чином вона втратила інтерактивність, але була оформлена у стилі, подібному до логотипів інших сторінок. Однак, у зв'язку з великим об'ємом даної сторінки, з великою кількістю заголовків на ній та з постійним оновленням, логотип було вирішено не розміщувати.

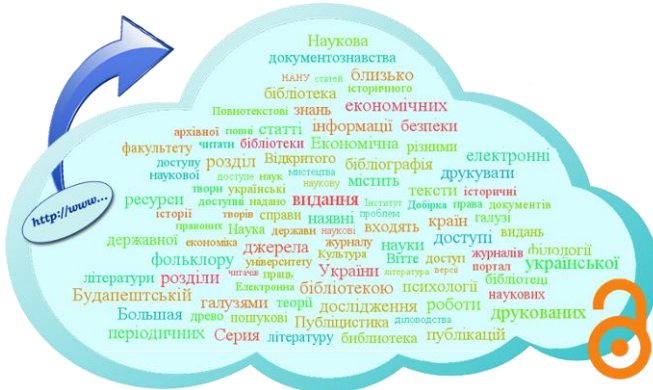


Рис. 6. Приклад оформлення логотипу сторінки на основі хмаринки тегів («Мережеві електронні ресурси вільного доступу»)

В окремих випадках розміщені на сайті ілюстрації виконують ту чи іншу роль, не пов'язану з їх основною функціональністю. Так, в одному з завдань організованого для студентів *квесту* кульмінацією став перехід на сторінку сайту, логотип якої і надавав останню підказку [3]. Прочитавши у листі з завданням, що «те, що вам потрібно, – під подякою», і потрапивши на дану сторінку, учасники на кілька секунд замислювались, однак доволі швидко їм вдалося співвіднести зображення на екрані з тим, що їх оточувало у реальності: фрагменти ключів для кожної з команд біли наклеєні знизу на клавіатури комп'ютерів (рис. 7).

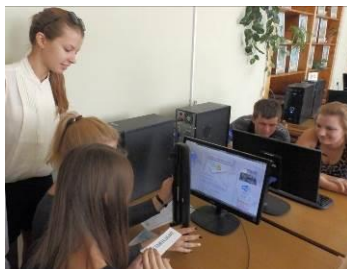


Рис. 7. Приклад використання логотипу сторінки під час проведення квесту

Деякі сторінки сайту доповнені *схемами*, які за розміром значно перевищують логотипи сторінок, оскільки, доповнюючи текст, є рівноцінним інформаційним наповненням. На початок 2016 року це такі сторінки:

- «*Структура бібліотеки*» (ієрархічна схема структурних підрозділів);
- «*НБ МДУ на мапі*» (схема розташування структурних підрозділів на мапі м. Маріуполя, за корпусами університету);
- «*Фонд рідкісних та цінних книг*» (логотипи колекцій);
- «*Краєзнавча діяльність НБ*» (схема основних напрямів роботи).

Основним параметром індивідуалізації сайту є наявність відомостей про авторство ресурсу. Так, роки, протягом яких працює сайт, а також аббревіатуру повної назви бібліотеки зазначено нами і у рядку з позначкою *копірайт* у нижньому блоці сайту (рис. 1).

Рядок копірайту може містити додаткову інформацію про розробників ресурсу [31]. В нашому випадку під ним розміщено посилання на використовуваний нами *конструктор сайтів* – uCoz. Це є обов'язковою вимогою, однак ігнорувати її причин у нас немає. Звісно, конструктори мають свої мінуси, і вкрай корисним було б вивчення особливостей створення сайту «з нуля». Однак завдяки

конструкторам можна отримувати нові знання і навички поступово, удосконалюючи вже наявний і працюючий Інтернет-ресурс.

Нещодавно між нашим копірайтом і посиланням на uCoz ми встановили *лінійку-лічильник*, яка вимірює час від дня народження сайту (точніше, від дня його оприлюднення, оскільки попередня робота над структурою і змістом сайту, над оформленням і наповненням сторінок тривала майже півроку). Отже лінійка, привертаючи до себе увагу, характеризує цей період більш наочно, ніж цифри у копірайті. Таким чином користувачі мають змогу оцінити, протягом якого часу ми працюємо над тим результатом, який вони бачать у вікні браузера за адресою сайту [18]. А нас, співробітників бібліотеки, дні, що спливають, підштовхують до постійної динаміки і нових звершень.

Зазначимо, що *лінійку часу* було оформлено за допомогою Інтернет-сервісу, що надає можливість додавати до шаблонних фонів та бігунків власні зображення [29]. Це сприяє можливому широкому використанню даного сервісу у роботі бібліотек: наприклад, для відображення у блогах, форумах і на сторінках соціальних мереж часу, що залишився до кінцевого строку повернення літератури або до завершення конкурсу, тощо. Зокрема, на сторінці «*Історія бібліотеки*», після текстового блоку, також було додано лінійку, що вказує період від дня заснування бібліотеки [10]. На фоні даної лінійки розміщено висвітлені і зменшені фотографії нашого університетського парку у різні пори року.

Ще одним аспектом *індивідуалізації сайту* стала заміна стандартної сторінки «*Помилка 404 – сторінку не знайдено*», яка була заповнена відомостями про конструктор uCoz (рис. 8), нашою власною. Зазначимо, що створення таких сторінок не є порушенням правил користування конструктором: навпаки, у мануалах надається інструк-

ція щодо створення і розміщення на сайті власного варіанту сторінки [24].

В оформленому нами варіанті ця сторінка повністю відповідає загальному дизайну сайту з окремими уточненнями (рис. 8):

- бокові колонки відображено фрагментарно: зліва – логотип і назва бібліотеки, одразу під якими – лічильники відвідувачів та інформер тПЦ і PR, які особливо яскраво виділяються на неперевантаженій кнопками і банерами сторінці [9; 34]; справа – тільки банери з посиланнями на інші ресурси бібліотеки;
- основний блок доповнено банером з посиланням на головну сторінку сайту, полем для пошуку за сайтом і повідомленням про інші можливості роботи з інформацією, розташованою на сайті;
- нижній блок повністю співпадає з іншими сторінками.

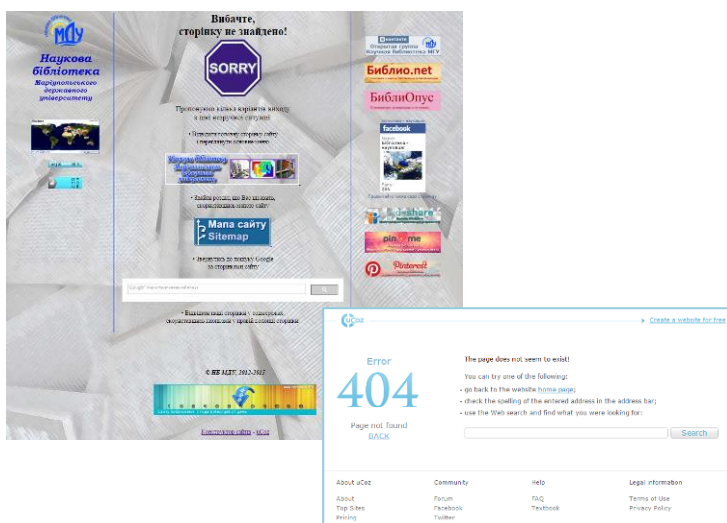


Рис. 8. Інтерфейс сторінки «Помилка 404 – сторінку не знайдено»: наш варіант (зліва) і стандартна сторінка uCoz (справа)

В аспекті аналізу ілюстративного наповнення сайту бібліотеки зауваження потребує ще один аспект: ми майже відмовились від використання *анімаційних ефектів*. Вважається, що вони – відволікають, а іноді навіть нервують користувача, особливо коли розташовані поруч з текстовими блоками, оформленими більш-менш дрібним шрифтом. Це пов'язано з тим, що швидкість реакції зору на об'єкти, що рухаються, значно більша, ніж на статичні [31]. Отже, ми залишили тільки один подібний елемент у верхньому правому куті сайту – це *слайдшоу* фотографій, що відображають життя бібліотеки та оновлюються кілька разів на рік (рис. 1).

Отже, чи підвищило ефективність сайту використання вказаних у даній статті елементів згідно з правилами юзабіліті? Безумовно, сайт повинен бути *інтуїтивно зрозумілим*, і його зрозумілість можна випробовувати на друзях і колегах. Адміністратор сайту знає, що як працює, і тільки спостереження за користувачами дає можливість побачити, де вони можуть «заблукати» [31]. До того ж вважається, що 3-5 користувачів можуть виявити до 85 % помилок у роботі сайту [11]. Нажаль, ситуацій, у яких можна спостерігати за тим, як сайтом самостійно користуються *читачі бібліотеки*, небагато. Як правило, або вони звертаються до сайту не на території бібліотеки, а вдома, коли немає можливості щось уточнити у реальному режимі, або співробітники бібліотеки демонструють їм, де знайти необхідну інформацію.

Однак необхідні умови можна спровокувати. Так, в одному з організованих нами квестових завдань (саме цей квест вже згадувався у статті) учасникам необхідно було перейти на сайт з будь якої пошукової системи, знайти необхідні розділ, підрозділ і, згідно з викладеною у ньому інструкцією, попрацювати з електронною бібліотекою. Отримана таким чином цифра вказувала, на якій конкрет-

ній сторінці сайту [3] була підказка щодо місця знаходження фрагменту, необхідного для проходження останнього завдання квесту [17]. Зазначимо, що всі команди не тільки змогли майже без підказок виконати завдання, а й доволі швидко зорієнтувалися у структурі сайту.

Звернемо увагу і на особливості розміщення ілюстративного матеріалу на інших Інтернет-ресурсах, які адмініструються співробітниками бібліотеки.

Один з сервісів, з яким ми почали працювати ще з 2014 року, – **PinMe**. Пізніше було створено акаунт і на іншому подібному ресурсі, аналогом якого і є PinMe, – на **Pinterest**. Ці сервіси надають можливість створювати віртуальні «дошки», «закріплюючи» на них зображення (від англ. *to pin – додати*), знайдені у мережі Інтернет або завантажені з комп'ютера.

Оскільки обидва вказаних сервіси мають багатий додатковий функціонал для спілкування між учасниками (можливість підписуватися на інші колекції, ставити лайки, писати коментарі, копіювати зображення з інших колекцій), їх все частіше називають соціальними мережами. Цікаво, що використовують їх з різною метою, що відображається і в тому, як характеризуються PinMe та Pinterest у статтях різних авторів. У складеному переліку курсивом виділено аспекти, які, на нашу думку, є найважливішими для авторів:

- сервіси для створення *тематичних фотоколекцій*, для *накопичення та угруповання* фотоконтенту, «як книжка для нотаток, тільки у зображеннях»; мають розвинуту соціальну складову [25];
- *соціальний сервіси*, у яких користувачі обмінюються зображеннями; також *зображення розширюються* без участі авторів дощок [30];





- сервіси, створені для того, щоб робити *візуальні закладки* з коротким описом на ресурси з корисною інформацією [13; 26; 30];
- сервіси для розміщення зображень, завдяки яким користувачі будуть *переходити на сайт* автора дошок [13; 26].

Ми звернулися до PinMe та Pinterest, перш за все, для того, щоб мати можливість оформити своєрідне **портфоліо бібліотеки**.

На особливості нашої роботи з цими сервісами вплинуло те, що вони здаються однотип-ними, але все ж таки доволі сильно різняться між собою. Основні аспекти, з якими ми стикнулися, викладено у порівняльній таблиці.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика PinMe та Pinterest

Реєстрація й подальше використання (основні аспекти)	PinMe	Pinterest
1. Можливість реєстрації, використовуючи акаунти соціальних мереж		
2. Можливість реєстрації за e-mail	так	так
3. Обов'язкова підписка: - на обрані колекції - на дошку, запропоновану сервісом	не обов'язково автоматично	обов'язково ні
4. Можливість в подальшому відмовитись від підписки або видалити автоматично створені колекції («Колажі», «Бажання»)	так	так
5. Можливість додати зображення профілю	так	Так
6. Відображення зменшеного зображення профілю, т.зв. аватарки		
7. Відображення збільшеного зображення на сторінці профілю	так	ні
8. Можливість додати посилання на власний сайт у даних профілю	так	так
9. Додавання зображення з профілю на піни, що додано з власного сайту (після підтвердження прав на сайт)	ні	так
10. Налаштування кнопки для браузерів для швидкого додавання пінів	так	так

11. Додавання нових або редагування дощок (колекцій): поля для заповнення	назва опис категорія «тільки для мене»	назва опис категорія «секретна» «на мапі»
12. Можливість заповнення колекцій у співавторстві з іншими користувачами	ні	так
13. Додавання нових або редагування пінів: поля для заповнення	колекція опис посилання ключові слова настрій	дощка опис сайт місце
14. Можливість додавати не тільки зображення, а й відео	так	так
15. Можливість обрати з однієї сторінки сайту одразу кілька зображень для додавання	так	ні
16. Можливість відредагувати посилання на сайт, з якого збережено зображення	так	так
17. Можливість відредагувати посилання на сайт у пінах, скопійованих з колекцій інших користувачів	так	ні
18. Можливість оформити віджет, у якому висвітлюються всі піни з колекцій	ні	так
19. Доступність для перегляду користувачам, незарєстрованим на даному сервісі	так	ні
20. Можливість перегляду детальних статистичних даних	ні	так (якщо змінено тип акаунту як «Pinterest для бізнесу»)

Окремі пункти таблиці потребують уточнення.

Враховуючи особливості відображення *фото профілю* (п. 6, 7), на Pinterest ми розмістили наш логотип, а на PinMe – більш розширений варіант: зменшений логотип додано до фотографії корпусу університету, у якому знаходяться більшість із структурних підрозділів бібліотеки.

Посилання на власний сайт (п. 8) зберігається у даних профілю без підтвердження прав на нього. А підтвердження прав на сайт у профілі Pinterest (необхідно буде вставити метатеги на сторінки або додати файл у кореневу папку сайту) надає додаткові можливості зв'язку пінів з профілем (див п. 9). Нажаль, нам не вдалося

перевірити, як реалізується дана функція: якщо додаються піни з сайту, вказується, що «вони не знайдені». Це – поширена проблема, з якою стикаються ті, хто намагається додати зображення з інших соціальних мереж, з сайтів, що працюють на безкоштовних хостингах, тощо.

Зазначимо, що *кнопки для браузерів* (п. 10) можна додати не тільки під час реєстрації на сервісах, а й пізніше – за посиланнями з вікон, у яких обирається функція додавання нового піну з мережі Інтернет [30]

Розглянемо, як працює функція Pinterest «*на мапі*» (п. 11). Створюючи або редагуючи дошку, у даному пункті можна обрати «так» або «ні». Якщо обрати «так», створена дошка буде т.зв. «*дошкою місць*», і додаючи новий або редагуючи наявний пін можна буде вказати місце на мапі, з яким він пов'язаний. У вікні редагування пінів, розміщених на стандартних дошках, це поле також наявне, але наведена у ньому інформація не зберігається. Необхідне місце обирається з переліку, що висвічується у результатах пошуку; додати нове місце Pinterest не пропонує. Однак Pinterest працює, як вказано у наданій на їх сайті інструкції [5], з сервісом *Foursquare* (<https://ru.foursquare.com/>). Отже, після реєстрації на ньому можна буде, здійснивши пошук за назвою необхідного місця, додати своє: вказується адреса, тип (наприклад, «Вищий навчальний заклад» – «Студентська бібліотека»), у коментарях – свої враження, додаткова інформація, тощо. Одразу після *додавання місця* на Foursquare, його можна буде обрати і у полі редагування пінів на Pinterest. Дошки місць висвічуються нестандартним, у порівнянні із звичайними дошками, способом: більшість екрану займає мапа з позначеннями місць, піни ж розташовано вздовж нижнього краю вікна, як фотографії у Google.Maps. У будь який момент тип дошки можна змінити: відредагувати, обравши «ні» у полі «На мапі» (після цього дошка відображається, як всі інші,

однак інформація про місця, якщо її не було видалено, також вказується в описі пінів).

Коли власникам сайтів рекомендують використовувати вказані сервіси для **популяризації ресурсів** (п. 16), особливо – наповнених графікою, зазвичай згадують і про нарощування кількості зворотних посилань [26]. Це вважається корисним, хоч посилання можуть і не бути доступними для індексації пошуковими роботами: питання це на даний момент – спірне, зокрема, Google зображення з Pinterest індексує, але чи ідентифікує він **посилання на сайт-джерело**? Також автори зазначають, що посилання «навічно» прикріплено до зображення, однак на PinMe посилання на сайт у скопійованих пінах можна редагувати (п. 17).

У вказаних сервісах різняться ще два аспекти, що не були відображені у таблиці, оскільки вони потребують більш детального розгляду:

1. Створення **нових колекцій** і додавання **нових пінів** без використання кнопки для браузерів:
 - PinMe: на верхній панелі, біля кнопки профілю є кнопка «Додати», що надає можливість зберегти пін з Інтернету, завантажити з комп'ютера, або створити нову дошку;
 - Pinterest: на сторінці з відображенням колекцій, на першому місці поруч з іншими дошками – пусте поле для створення нової; так само на сторінках колекцій – поле для додавання нового піну, з мережі Інтернет або з комп'ютера (не має значення, у якій колекції знаходиться користувач, – додаючи пін, можна обрати будь яку з них);
 - обидва сервіси пропонують створити нову дошку і під час додавання піну, у полі вибору колекцій;
2. Доступ до **інформації профілю** та до **даних про наповнення сторінки**:

- PinMe: з будь якої сторінки сервісу, підвівши курсор до кнопки профілю, можна перейти до власних сторінок «Колекції», «Піни», до налаштувань аканту та ін.;
- Pinterest: тільки натиснувши на кнопку профілю, можна перейти до сторінки «Дошки», з якої доступні сторінка «Піни», налаштування аканту та ін.

Розглянемо докладніше, як саме використовуються нами PinMe та Pinterest.

Оскільки сторінки на *PinMe* можуть переглядати і незареєстровані на цьому ресурсі користувачі, ми почали роботу з нього, створивши колекції, що відображають роботу бібліотеки у добірках наданих *на нашому сайті* ілюстрацій. На початок 2016 року було оформлено такі колекції [21]:

- «*Ілюстративна мозаїка*» (колажі, створенні для загального оформлення сайту – новин, логотипів сторінок, ін.);
 - «*Тестові доступи*» (логотипи баз даних архівних і дійсних доступів);
 - «*НБ МДУ в мережі Інтернет*» (банери інформаційних ресурсів бібліотеки);
 - «*Наші вернісаж*» (авторські фотовиставки, добірки картин, використаних для оформлення інтер'єру бібліотеки).
- У лютому 2016 року було розпочато роботу із ще однією колекцією – «*Віртуальні виставки*», яка містить обкладинки тематичних книжкових віртуальних виставок.

З доданими з сайту НБ МДУ зображеннями проводиться додаткова робота. По-перше, *оформлюється лексичне забезпечення* колекцій та окремих зображень. Автоматично сервіси зберігають дані з метатегів, зокрема назви зображень, вказані у фрагменті коду `alt="..."`, отже ми вказуємо розгорнуту назву, ключові слова, за необхідністю – додаткові дані в поле «опис». По-друге, *редагуються посилання* з кожної ілюстрації – так, щоб

вони вказували на конкретні сторінки сайту або на інші Інтернет-ресурси бібліотеки, з якими пов'язане зображення. Редагування URL потрібно, оскільки ми завантажувемо зображення на PinMe не зі сторінки сайту, а за посиланням, за яким відкривається конкретне зображення.

Також зазначимо, що **поповнення колекцій поточними матеріалами** здійснюється не в повному об'ємі. Окрім того, що проблемою може стати обмаль часу і небажання розміщувати зображення без своєчасної обробки, є важливим ще один факт. Як показав досвід, ілюстрації з новин доречно розміщувати після того, як новини переміщено до архіву, щоб потім не редагувати посилання на них. Посилання завжди оформлюються на сайт бібліотеки, навіть у колекціях, що могли б стати винятком. Так, наші **віртуальні виставки** розміщено на *SlideShare*, де для кожної з виставок можна вказати окреме посилання [20]. Однак виставки переглядаються і безпосередньо на сайті [4]. На відповідній сторінці ми додали до кожної виставки **анкори**, завдяки чому у PinMe надаємо посилання на конкретне місце на сторінці. Ще один подібний приклад – колекція **«Наш вернісаж»**. Вона посилається на однойменну сторінку сайту [22]. Однак безпосередньо на сайті розміщено тільки обкладинки фотовиставок, а вже за посиланнями з них можна переглянути відповідні колекції на PinMe. Оскільки ресурс не дозволяє створювати підрозділи у колекціях, ми оформили ще один акуант: саме на ньому розміщені колекції для сторінки «Наш вернісаж», і, до речі, тільки вони [1]. Логотип профілю «Вернісаж НБ МДУ» додано до колекції «Ілюстративна мозаїка» у профілі «НБ МДУ». Схематично зв'язок між сайтом та акаунтами PinMe відображено на *рис. 9*; до схеми додано також логотипи PinMe різних років. Найновіший з них, вказаний у верх-ньому полі, за своїми кольорами ще більше наблизив PinMe до Pinterest.



Рис. 9. Зв'язок сайту із сторінками НБ МДУ на PinMe

Pinterest є, як нам здається, більш поширеним. Принаймні, ілюстрації з нього доволі часто випадають у результатах пошуку за зображеннями. Отже, PinMe ми використовуємо як рекламу сайту, а Pinterest – як рекламу бібліотеки взагалі.

Розпочинаючи роботу з ним, ми скористались порадою спеціалістів: створили спочатку колекції, тематика яких наближена до нашої тематики. Вважається, що, якщо зображення, пов'язані з однією організацією, розміщувати *поруч з іншими добірками*, наповнюючи дошки у рівній мірі, це привертає більше відвідувачів і викликає довіру до ресурсу [13].

Так, сторінку було наповнено зображеннями загальнобібліотечного характеру, які працюють на привернення уваги користувачів до новоствореного ресурсу. Чорнові варіанти колекцій в подальшому перейменовувалися і редагувалися. Нині їх п'ять; назви – російськомовні, що сприяє збільшенню кількості потенційних користувачів:

- «Книга в живописи»,
- «Необычные книги»,
- «Образы книг вокруг нас»,
- «Реклама чтения»,
- «Читающая молодежь».

Пізніше почали створюватися колекції, присвячені традиційним книжковим виставкам, проведеним культурно-просвітницьким заходам, тощо [19]. Оскільки *Pinterest* планується використовувати, в першу чергу, як рекламу *діяльності саме нашої бібліотеки*, вказані вище загально бібліотечні колекції можуть бути видалені, а можуть залишатися на сторінці і надалі: вирішення цього питання залишено на розгляд співробітників абонементу навчальної літератури, які адмініструють сторінку на цьому Інтернет-ресурсі. Також на даний момент не вирішено ще одне питання: залишити дрібні колекції, присвячені конкретним виставкам або заходам, щоб максимально наочно відображати все на одному ресурсі, чи об'єднати їх у кілька крупних і додавати 1-2 піни, що будуть посилатися, наприклад, на відповідні фотоальбоми у *ВКонтакті*.

Згадаємо ще одну пораду, що надають спеціалісти з роботи у *Pinterest*. Зображення на цьому сервісі у повному розмірі висвічуються з шириною у 736 пікселів, отже ілюстрації, що розміщуються, доречно наближати до цих розмірів, при цьому довжина може будь якою. Оскільки *вертикальні зображення* довше залишаються перед очима, коли користувач переглядає сторінку з новими або знайденими за пошуком пінами, спеціалісти радять об'єднувати кілька ілюстрацій в одну, використовувати інфографіку, тощо [13]. З окремими проблемами відображення горизонтальних пінів ми стикнулися на *PinMe*: логотипи більшості тестових доступів на сторінці з обкладинками колекцій займають половину відведеного їм місця (рис. 9).

З 2015 року було розпочато роботу з сервісом *SlideShare* [20], на якому ми розміщуємо архівні і поточні віртуальні виставки, презентації доповідей співробітників НБ МДУ на конференціях і семінарах. В аспекті даної статті необхідно зробити лише одне зауваження щодо даного ресурсу. Завантаживши презентації, ми обов'язково їх перевіряємо, і, за необхідністю, кілька разів редагуємо та «перезаливаємо» на SlideShare наново, оскільки інколи змінюються пропорції віртуальних сторінок, що призводить до помилок у розміщенні окремих елементів на слайдах. Всі розміщені файли поповнюються *розширеними лексичними даними* (назва, ключові слова, опис), як і зображення на PinMe.

Інші бібліотечні Інтернет-ресурси не потребують додаткової роботи з ілюстративним матеріалом. Це – сторінки у соціальних мережах та авторські блоги:

- *Facebook*, «Бібліотека – науковцю» (<https://www.facebook.com/biblio.nauk/>),
- *ВКонтакте*, відкрита група «Наукова бібліотека МДУ» (http://vk.com/club_libmargu),
- блог *Бібліо.net* (<http://biblioobzor.blogspot.com/>),
- блог *БібліОнус* (<http://literaturhjjobzor.blogspot.com/>).

Розповсюджуючи підібрану за тією чи іншою темою інформацію, адміністратори вказаних ресурсів використовують наші власні фотографії або зображення, наявні у вільному доступі. В окремих випадках на них розміщуються спеціально створені зображення, що характеризують матеріали з сайту НБ МДУ: обкладинки наших видань, віртуальних виставок, тощо.

Посилання на всі наші ресурси були оформлені у вигляді *банерів* і розміщені у правій колонці сайту бібліотеки та у відповідній колекції у профілі «НБ МДУ» на PinMe (рис. 9). Окремі з них додано до наших блогів і до сторінки бібліотеки на сайті університету.

Список використаної літератури та джерел

1. Вернісаж НБ МДУ : добірки зображень до сторінки сайту «Наш вернісаж» // PinMe. – Режим доступу до сторінки: <http://pinme.ru/u/nb-nv/>.
2. Видання бібліотеки // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/index/0-17>.
3. Використання інтернет-сервісів під час оформлення й редагування сайту : добірка посилань // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу до сторінки з посиланнями: http://libr-margu.narod.ru/index/korysni_internet_servisy/0-97.
4. Віртуальні виставки // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/virtualni_vystavky/0-7.
5. Все, что нужно знать о досках // Основы Pinterest : справочный центр. – Режим доступа к ст.: https://help.pinterest.com/ru/articles/all-about-boards?qa=4&source=board_create.
6. Дейниченко Е. В. Библиотечный сайт использование информационных технологий (из опыта создания сайта НБ МГУ: решение основных проблем) / Е. В. Дейниченко // Использование современных технологий для создания библиотечного информационного продукта : материалы III городской научно-практической конференции библиотек г. Мариуполя. 31 октября 2013 г. / под ред. А. П. Шакулы. – Мариуполь : МДУ, 2014. – С 20–28. – Режим доступа к сб. мат.: http://libr-margu.narod.ru/olderfiles/vudannja/mat_III_gor_conf_2014.pdf.
7. Дейниченко Е. В. Сайт библиотеки – руками библиотекарей. Из опыта создания сайта НБ МГУ / Е. В. Дейниченко // Науково-дослідна діяльність наукової бібліотеки Маріупольського державного університету : матеріали I науково-методичного семінару. 29 листопада 2012 р. / ред. А. П. Шакула. – Мариуполь : МДУ, 2013. – С 63–81. – Режим доступу

- до перегляду збірника матеріалів конференції: http://libr-margu.narod.ru/olderfiles/vudannja/ndd_NB_MDU_2013.pdf.
8. Дейниченко О. З досвіду створення сайту наукової бібліотеки Маріупольського державного університету / О. Дейниченко // Бібліотечний форум України. – 2014. – № 1. – С. 11–13.
 9. Инструменты : Счетчики ТИЦ и PR. Информеры для сайтов : [Интернет-сервис, генерирующий html-код для установки счетчиков] // CY-PR.com. – Режим доступа: <http://www.cy-pr.com/tools/informer/>.
 10. Історія бібліотеки // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/istorija_biblioteki/0-99.
 11. Йоонас Л. Internet rakenduste arhitektuur ja realiseerimine. Usability = Интернет-приложения, архитектура и реализация. Юзабилити : [Особенности юзабилити информационных сайтов и Интернет-магазинов: презентация к докладу (основной язык текста – русский)] / Л. Йоонас. – Режим доступа к презентации: <http://data.vk.edu.ee/RDIR/Internet%20rakenduste%20archtektuur/IRAR6.ppt>.
 12. Йоонас Л. Метрики юзабилити / Л. Йоонас // Научни трудове на Русенския университет. – 2009. – Т. 48 ; сер. : 6.1. – С. 61–65. – Режим доступа к копии статьи: <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp09/6.1/6.1-13.pdf>.
 13. Как использовать возможности Pinterest в вашем eCommerce бизнесе / авт. не ук. // SMMproject.com. Продвижение и заработок в социальных сетях : авторский блог. – Режим доступа к ст.: <http://smmproject.com/kak-ispolzovat-pinterest-dlya-razvitiya-biznesa/>.
 14. Как поменять иконку сайта? Инструкция, как сделать и установить иконку для сайта самостоятельно / авт. не ук. // Seokleo.ru : SEO оптимизация для начинающих. – Режим доступа к статье: <http://seokleo.ru/kak-pomenyat-ikonku-sajta-kak-sdelat-i-ustanovit-ikonku-dlya-sajta-samostoyatelno/>.

15. Карта кликов // Яндекс. Помощь. – Режим доступа к ст.: <https://yandex.ua/support/metrika/behavior/click-map.xml>.
16. Культурно-просвітницька діяльність : перелік заходів, що пропонує бібліотека // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/kulturno_masovi_zahody/0-5
17. Назарьева С. Как мы играли в квест в библиотеке / С. Назарьева // Бібліо.net : авторский блог. – 2015. – 30 сент. – Режим доступа к ст.: http://bibliobzor.blogspot.com/2015/09/blog-post_77.html.
18. Наукова бібліотека Маріупольського державного університету. Новини : офіційний web-сайт, головна сторінка. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/>.
19. Наукова бібліотека МДУ : тематичні добірки зображень // Pinterest. – Режим доступу: <https://www.pinterest.com/slibrmdu/>.
20. НБ МДУ : добірка презентацій, розроблених співробітниками бібліотеки // SlideShare. – Режим доступу: http://www.slideshare.net/NB_MDU?utm_campaign=profiletracking&utm_medium=sssitere&utm_source=ssusersearch&qid=660ec2bb-672e-4ac3-a689-1d2755395a20&v=default&b=&from_search=1.
21. НБ МДУ : тематичні добірки зображень з сайту // PinMe. – Режим доступу: <http://pinme.ru/u/nbmdu/>.
22. Наш вернісаж // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/nash_vernisazh/0-76.
23. Нові надходження до бібліотеки // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: <http://libr-margu.narod.ru/index/0-12>.
24. Ошибка 404 или Not Found / uCoz Web Services // Мануалы. Инструкции по системе. – Режим доступа к ст.:

<http://manual.ucoz.net/board/33-1-0-240>.

25. Pinme.ru – социальная сеть в картинках / Mages Queen // LiveInternet : Интернет-портал блогов. – 2014. – 29 янв. – Режим доступа к ст.: <http://www.liveinternet.ru/users/3999278/post310416198/>.
26. PinTerest и русский PinMe — как пользоваться социальными фото-сетями и как добавить кнопки Пинми и Пинтереста на свой сайт / Дмитрий // KtoNaNovenkogo.ru. Все о создании сайтов : авторский проект. – 2010. – 20 дек. – Режим доступа к ст.: <http://ktonanovenkogo.ru/seo/smo/pinterest-com-russkij-pinmi-pinme-ru-socialnye-setia-fotografii.html>.
27. Погребняк Т. П. Оценка качества интерфейсов программных систем: модель и элементы методики / Т. П. Погребняк, А. А. Орехова // Радиоэлектронні і комп'ютерні системи. – 2009. – № 7. – С. 250–254. – Режим доступа до ст.: <http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/REKS/2009/REKS709/Pogreb.pdf>.
28. Порядок проведения Всеукраїнського конкурсу бібліотечних інтернет-сайтів // Українська бібліотечна асоціація : офіційний сайт. – Режим доступа до док.: <http://ula.org.ua/ua/257-konkursi/konkurs-internet-saytiv/553-poryadok-provedennya-vseukrayinskogo-konkursu-bibliotechnih-internet-saytiv>.
29. Сервис создания бесплатных линеек и метриков // Artvolg.ru : сайт фотообработки и web-дизайна. – Режим доступа к сервису: <http://www.artvolg.ru/lines/>.
30. Смирнова Н. Пинми и Пинтерест / Н. Смирнова // Интернет для начинающих. Полезные программы. Заработок в сети. Блогосфера : авторский блог / Н. Смирнова. – Режим доступа к ст.: <http://internetdlyachainikov.ru/pinmi-pinterest/html>.
31. Страшко А. Юзабилити : практический курс с детальным анализом [Авторские исследования в области построения и удобства использования Web-интерфейсов] / А. Страшко // Руководства и секреты Web-технологий. – Режим доступа: <http://www.web.starport.ru/usability/index.php>.

32. Тестові доступи // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: http://libr-margu.narod.ru/index/testovi_dostupy/0-2.
33. Favicon.ru : сервіс для створення й редагування фавіконок, іконок сайту. – Режим доступу: <http://favicon.ru/>.
34. FlagCounter : [англомовний сервіс, який генерує html-код лічильника відвідувачів сайту, відображаючи їх країни на мапі світу]. – Режим доступу: <http://s06.flagcounter.com/index.html>.
35. ISO 9126. Software Quality Characteristics = Программное обеспечение. Характеристики качества, 1999 : [на англ. яз.]. – Режим доступа к док.: <http://www.sqa.net/iso9126.html>.
36. ISO 9241. Эргономические требования к офисной работе с визуальными дисплейными терминалами (VDTs). – Часть 11 : Руководство по юзабилити, 1998. – Режим доступа к док.: <http://it-gost.ru/content/view/18/44/>.
37. WordItOut : [англомовний сервіс оформлення хмаринки тегів, що сприймає і україномовний текст]. – Режим доступу: <http://worditout.com/word-cloud/make-a-new-one>.

УДК 021.7:004.738.5

*Н. Г. Силенко, бібліотекар І категорії
абонементна учебної літератури*

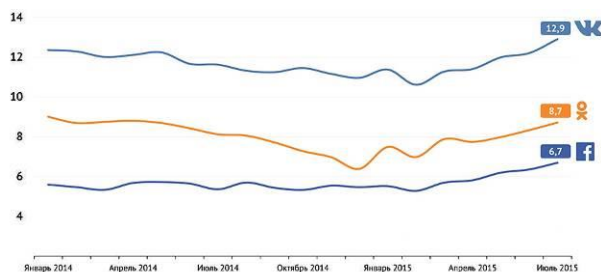
Социальная сеть «ВКонтакте» как платформа для продвижения деятельности библиотек

В статье рассматривается социальная сеть «ВКонтакте» как одна из популярных платформ для внедрения инновационных форм работы современной библиотеки.

Ключевые слова: социальная сеть, «ВКонтакте», библиотеки, продвижение библиотечной деятельности, инновационные формы работы

Преобразование информационных потоков в обществе и распространение коммуникативного пространства в социальных сетях способствуют расширению платформ деятельности современных библиотек. Появление и популяризация социальных сетей изменили динамику коммуникаций: они обеспечили оперативность двусторонней связи. Новые технологии открывают перед библиотекам большие возможности для налаживания отношений с читателями.

Социальная сеть «ВКонтакте» – крупнейшая в Европе – является первой по популярности в Украине. Согласно данным, основанным на результатах исследования Opinion Software Media от Factum Group, по украинскому сегменту пользователей «ВКонтакте» насчитывается около 13 млн. человек. Если рассматривать активность, то за ноябрь 2014 года за сутки в сеть зашло 12,1 млн. пользователей из Украины, а уже в июле 2015 года среднесуточное количество пользователей «ВКонтакте» в Украине составило 12,9 млн. пользователей (рис. 1).



Источник: Factum Group, июль 2015, Украина (0+, без учёта АР Крым, 15+ лет), МАУ, только десктопы, млн человек.

Рис. 1. Аудитория социальных сетей (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook)

В настоящее время ошибочно считать, что *целевая аудитория* «ВКонтакте» подходит, в основном, для детских и юношеских библиотек. Если верить анализу данных Factum Group, гендерно-возрастное распределение существенно меняется. Украинская аудитория «ВКонтакте» взрослеет, доля 12-летних подростков почти полностью размылась, им на смену пришли люди, которым за сорок. Самые большие возрастные категории – 25-34 года и 45-46 лет.

Информация, публикуемая пользователями в социальных сетях, в краткие сроки вышла за рамки личной. В настоящее время любое, значимое для социума событие, комментируется и оценивается в социальных сетях [1].

Модель, учитывающая возможности социальной сети «ВКонтакте», основана на принципе «обратной связи», что позволяет регулярно оперативно получать информацию от пользователя. Дистанционный характер общения и возможность анонимного общения, удовлетворяющие базовую потребность в безопасности, а так же возможность общаться со многими людьми одновременно, физически находясь у себя дома, произвольно устанавливая режим общения, при необходимости прерывать общение, – все это делает общение более комфортным [2].

Для библиотек социальная сеть «ВКонтакте» является экономичным и при этом эффективным способом информирования общественности о своей деятельности, изучения мнений о библиотечных услугах, формирования положительного имиджа, налаживания эффективных коммуникаций с реальными или потенциальными читателями [4].

Библиотекам в «ВКонтакте» доступен характерный для многих социальных сетей *набор возможностей*: создание профиля с информацией о себе, производство и распространение контента, гибкое управление настройками доступа, взаимодействие с другими пользователями приватно (через личные сообщения) и публично (с помощью

записей на «стене», через механизм групп и встреч).

При разработке *концепции страницы* многие библиотеки, как правило, опираются на собственное представление о том, что может быть интересно читателю. Основная задача – создать ощущение постоянного движения, обновления, событийности. Информационные поводы для публикаций и встреч могут быть самые разные: новинки литературы, встреча с интересными людьми, обучающие семинары и др. [4].

Помимо сервисов, характерных для других аналогичных сайтов, социальная сеть «ВКонтакте» предоставляет ряд *уникальных возможностей*, выделяющих её среди конкурентов. К примеру:

- сервис «*Микроблог*» (рис. 2). Это лента записей группы, расположенных в обратном хронологическом порядке. К записям можно прикрепить фотографии, аудио- или видеофайлы, документы, заметки, опрос или граффити. Для библиотек это возможность информирования читателей об оказываемых услугах, акциях, конкурсах, новых книжных поступлениях в библиотеку, о проведении массовых мероприятий, о тематических и других выставках;

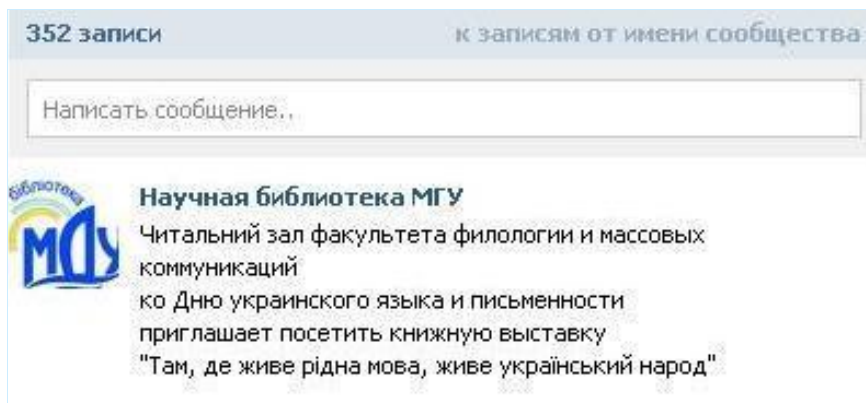


Рис. 2. Сервис «Микроблог»

- сервис «**Новости**» (рис. 3). Это лента сообщений группы. Подписанным читателям лента доступна на вкладке «Мои новости» в меню слева. Прямо в ленте можно писать комментарии и прикреплять к ним медиафайлы и документы. Отдельно могут быть показаны фотографии;



Рис. 3. Сервис «**Новости**»

- кнопка «**Мне нравится**» (рис. 4). Эта кнопка позволяет добав-лять отмеченные сообщения, документы, фото-, аудио-, видеофайлы в закладки, делиться ими с друзьями;

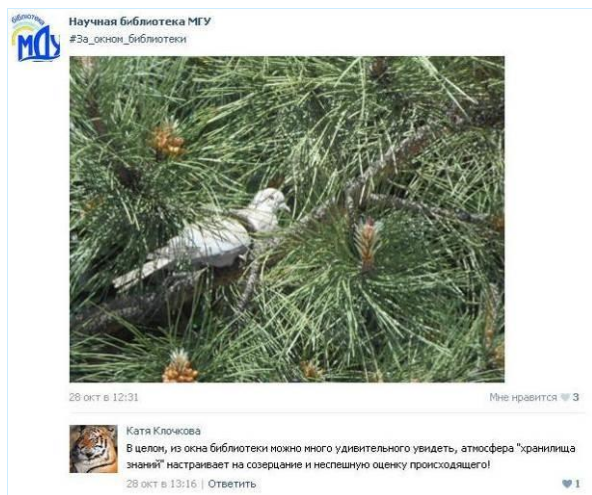


Рис. 4. Кнопка «**Мне нравится**»

- сервис «**Фотографии**» (рис. 5). Фотографии можно разобрать по альбомам. Снимки можно редактировать, отмечать на них людей, отправлять друзьям. Максимальное количество фотографий в альбоме – 10 000. Здесь также имеется встроенный фоторедактор с автоматической коррекцией, пятнадцатью фильтрами, кадрированием, настройкой параметров фотографий (таких, как изменение уровня экспозиции, контраста и насыщенности фото), также есть возможность накладывать на фото текст, поворачивать фото и др. Этот сервис дает возможность библиотеке собирать фотографии для фотоотчетов, структурировать фотографии библиотечной тематики;

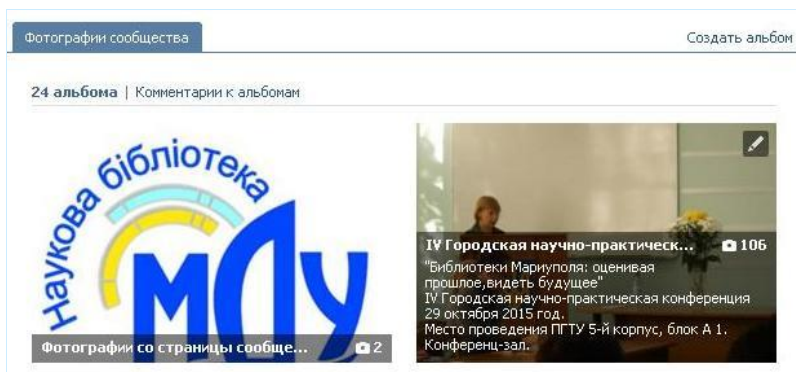


Рис. 5. Сервис «**Фотографии**»

- сервис «**Аудио**». «ВКонтакте» предоставляет своим пользователям возможность загружать аудиофайлы размером до 200 Мб в формате *mp3*. Аудио-, как и видеофайлы «ВК», имеют систему «цифровых отпечатков», которая позволяет правообладателям пресечь загрузку нелегального содержания в социальную сеть. Сервис «Аудио» может заинтересовать библиотеку в качестве собрания аудиокниг, аудиозаписей;
- сервис «**Видео**». Это сервис хранения и просмотра видео.

Есть возможность загружать файлы размером до 2 Гб в таких форматах: *avi, mp4, 3gp, mpeg, mov, mp3, flv*. Здесь можно хранить видеозаписи проведенных массовых мероприятий, встреч, роликов о библиотеке, буктрекеров; - сервис «Документы» (рис. 6). Этот сервис дает возможность бесплатного хранения документов различных форматов (*doc, docx, xls* и др.). Здесь могут быть размещены правила пользования библиотекой, списки должников, положения о проведении мероприятий и т.д.



Рис. 6. Сервис «Документы»

Таким образом, динамика распространения данной социальной сети «ВКонтакте» указывает на реальную перспективу охвата этим средством в недалеком будущем всего украинского общества, а рост её популярности среди населения открывает перед библиотеками большие перспективы по внедрению инновационных форм работы и расширению платформ их деятельности.

Список использованной литературы

1. Библиотеки в соцмедиа: куда двигаться дальше? // Университетская книга. – 2013. – № 7/8. – С. 56–57.
2. Кутюгин Д. И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества : автореф. дис. ... канд. соц. наук: спец. 22.00.04 / Д. И. Кутюгин ; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2009. – 22 с.

3. Синковская Е. В. Вузовская библиотека в «виртуальной» жизни студента [Электронный ресурс] / Е. В. Синковская // Крым-2014: Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса : мат. XXI Междунар. конф., г. Судак, 7–15 июня 2014 г. – Режим доступа к статье: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2014/disk/058.pdf>.
4. Усатый С. В. Социальные сети и блогосфера как инструменты для продвижения книжной продукции / С. В. Усатый // Университетская книга. – 2011. – № 9. – С. 23–25.
5. Фёдоров А. О. Продвижение библиотек в социальных сетях / А. О. Федоров // Университетская книга. – 2012. – № 2. – С. 56–59.
6. Хвостова С. Ю. Библиотеки в социальных сетях: зачем мы сюда пришли и что продвигаем? / С. Ю. Хвостова // Медиатека и мир. – 2013. – № 1. – С. 13–16.

РОЗДІЛ ІІІ БІБЛІОТЕЧНІ ФОНДИ

УДК 025.85

*С. В. Натяма,
зав. отделом сохранности фонда*

Методические рекомендации по изучению физического состояния документального фонда библиотеки

В статье приведены методические рекомендации по изучению физического состояния документального фонда библиотеки; рассмотрено изучение физического состояния фонда как одно из ключевых направлений работы библиотеки по его сохранности.

Ключевые слова: *документальный библиотечный фонд, исследование физического состояния документального фонда, методические рекомендации, паспорт физического состояния документа; паспорт сохранности фонда.*

Одна из основных функций библиотек – обеспечение длительного хранения накопленных в фондах документов, поэтому вопросы сохранности библиотечных фондов всегда остаются актуальными. Под **сохранностью фонда** понимается система мероприятий по обеспечению целостности и нормального физического состояния документов. От степени сохранности сформированного библиотекой фонда в большей степени зависят полнота удовлетворения читательских запросов, уменьшение числа отказов, сокращение затрат на преждевременный ремонт, переплет и реставрацию изданий. Физическая сохранность

включает такие вопросы, как создание оптимальных условий хранения, поддержание необходимого светового, температурно-влажностного, санитарно-гигиенического режимов, регулярные профилактические осмотры, систематическая гигиеническая очистка фонда, своевременная реставрация, воспитание у читателя бережного отношения к книге.

Изучение физического состояния фонда является одним из традиционных и ключевых направлений работы по его сохранности [2].

Целью исследования является:

- выявление общей картины состояния документального фонда библиотеки;
- определение объема и степени его повреждения;
- определение объема нужных мероприятий по восстановлению документов и их очередность (ремонт, переплет, реставрация, списание).

Исследования физического состояния фонда должны носить плановый характер и быть тщательно подготовлены. Определяется объем документов, подлежащих исследованию, сроки проведения исследования и его участники [4].

Методы проведения исследования:

- сплошной просмотр – просмотр каждого документа фонда без исключения;
- выборочный просмотр – просмотр документов определенных отделов книжного фонда.

Порядок обследования.

Повреждение документа (частичная утрата эксплуатационных свойств) является следствием воздействия повреждающих факторов: естественного старения, нарушения режима хранения и использования. Идентифицировать повреждения можно чаще всего при визуальном осмотре документа, поэтому обследование фонда начинается с вне-

шнего осмотра каждого документа. В процессе осмотра сотрудники должны просмотреть каждую книгу на полке, зрительно оценить физическое состояние переплета и блока, определить виды и степень повреждений. Полученную информацию о состоянии экземпляра заносят в **паспорт физического состояния документа**. После того, как исследуемый фонд осмотрен, идет обработка полученных данных. На последнем этапе заполняется **паспорт сохранности фонда** [1].

Таким образом, процесс оценки физического состояния фонда включает в себя следующие операции:

- 1) заполнение паспорта физического состояния на обследуемый экземпляр;
- 2) обработка данных;
- 3) заполнение паспорта сохранности фонда.

Паспорт **физического состояния документа** содержит следующие поля (*табл. 1*):

- библиографическая характеристика документа – шифр и инвентарный номер, библиографическое описание документа;
- материаловедческая характеристика документа (информация о конструкции переплета и блока);
- характер повреждений документа;
- степень повреждения документа и оценка их в баллах;
- рекомендации по мероприятиям, необходимым для восстановления документа.

Анализируя заполненные паспорта физического состояния документов, структурные подразделения обработанные данные вносят в таблицу (*табл. 2*), заполняя такие графы:

- общий фонд библиотеки (*экз.*);
- фонды структурных подразделений (*экз.*);
- % документов в хорошем состоянии;
- % документов, отремонтированных;

Таблица 1

Паспорт физического состояния документа

<i>Дата заполнения</i> _____	<i>Библиографическая характеристика документа</i> (шифр и инвентарный номер, библиографическое описание документа)	
ПЕРЕПЛЕТ Тип (<i>твердый / мягкий</i>), Материал покрытия / основы (<i>бумага, ткань, кожа, картон</i>)	БЛОК Связь блока с переплетом (<i>сохранилась / отсутствует</i>)	
ХАРАКТЕР ПОВРЕЖДЕНИЙ		
МЕХАНИЧЕСКИЕ Переплет (<i>сохранился / утрачен</i>) Материал покрытия (<i>поврежден/ утрачен</i>) Корешок (<i>поврежден / утрачен</i>)	МЕХАНИЧЕСКИЕ Шитье (<i>сохранилось / повреждено</i>) Листы (<i>выпадают, повреждены,</i> <i>отсутствуют</i>)	
ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ затеки / деформации ломкость / хрупкость осыпания	ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ ломкость изменения цвета затеки / деформации	
БИОЛОГИЧЕСКИЕ плесень, насекомые	БИОЛОГИЧЕСКИЕ плесень, насекомые	
СТЕПЕНЬ ПОВРЕЖДЕНИЯ (<i>оценивается в баллах</i>)		
высокая – 3 балла средняя – 2 балла низкая – 1 балл повреждений нет – 0 баллов	высокая – 3 балла средняя – 2 балла низкая – 1 балл повреждений нет – 0 баллов	
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ДОКУМЕНТА		
Ремонт Реставрация	Списание Не требуется	

- % документов, требующих ремонта;
- % документов, требующих реставрации;
- % документов, требующих списания (*неисправимо поврежденных*).

Используется формула, где общий фонд библиотеки принимается за 100 %, и % документов, требующих восстановления (условно обозначим как N %) высчитывается от общего фонда библиотеки:

$$N \% = \frac{\text{Исследуемые документы (экз.)} * 100 \%}{\text{общий фонд (экз.)}}$$

Таблица 2

Результаты анализа физического состояния документов (форма для заполнения)

Дата	Общий фонд библиотеки (экз.)	Фонды структурных подразделений библиотеки (экз.)	В том числе (% от общего фонда библиотеки)				
			% документов в хорошем состоянии	% документов отреставрированных	% документов требующих ремонта	% документов требующих реставрации	% документов требующих списания (неисправимо поврежденных)

Суммируя результаты структурных подразделений, заполняется **паспорт сохранности фонда** (табл. 3) библиотеки.

Таблица 3

Паспорт сохранности фонда

Фонд _____	
Дата обследования _____	
Обработанные документы	Экз. / %
документы в хорошем состоянии	
документы, отреставрированные	
документы, требующие ремонта	
документы, требующие реставрации	
документы, требующие списания (неисправимо поврежденные)	
документы с высокой степенью повреждений	
документы со средней степенью повреждений	
документы с низкой степенью повреждений	

Паспорт сохранности фонда библиотеки и его данные позволяет получить сведения о физическом состоянии как отдельных документов, так и фонда в целом, прогнозировать дальнейшее планирование мероприятий по сохранности документов и оценивать материальные затраты на их реализацию.

Список использованной литературы

1. Добрусина С. А. Паспорт сохранности документа / С. А. Добрусина // Добрусина С. А. Экспертиза состояния и паспортизация библиотечных фондов : учеб. пособие / С. А. Добрусина, В. И. Саноцкий, Е. С. Чернина. – СПб. : РНБ, 2005. – С. 164–173.
2. Лапшина Н. С. Режим хранения документов в библиотеках / Н. С. Лапшина // Обеспечение сохранности документов в библиотеках : сб. метод. и практ. материалов / под ред. Г. Д. Куцева. – Челябинск : ЧУНБ, 2005. – С. 19–22.
3. Перевірка бібліотечних фондів : метод. рекомендації / упоряд. А. М. Доркену. – К. : Нілан-ЛТД, 2012. – 48 с.
4. Привалов В. Ф. Оценка физического состояния документов. Способ малой выборки : пр. пос. / В. Ф. Привалов, В. Н. Бобкова, Л. В. Куроедова. – М. : ВНИИДАД, 1998. – 46 с.

УДК 025.22

Л. С. Андреева, зав. відділу комплектування та наукової обробки документів

Вивчення оновлення та використання фонду НБ МДУ за 2012–2014 рр.

Розглянуто питання оновлення та використання фонду наукової бібліотеки Маріупольського державного

університету на прикладі його аналізу за 2012–2014 роки.

Ключові слова: наукова бібліотека Маріупольського державного університету, оновлення фонду, використання фонду, порівняльний аналіз, комплексний аналіз, динамічний аналіз.

Під вивченням фонду розуміється наукове пізнання складу, використання, динаміки бібліотечного фонду з метою підвищення його відповідності завданням бібліотеки та інформаційним потребам користувачів, а також ефективності використання.

Дослідження дають змогу бачити тенденції розвитку фонду, проблеми у його формуванні та використанні, приймати управлінські рішення. З цією метою було проведено вивчення оновлення та використання фонду наукової бібліотеки Маріупольського державного університету (далі – НБ МДУ) у період з 2012 по 2014 роки.

Мета нашого дослідження – аналіз фонду НБ МДУ за 2012 – 2014 рр.

Задача дослідження – оцінити якість комплектування фонду, визначити проблеми, пов’язані з формуванням фонду.

Об’єкт дослідження – фонд НБ МДУ.

Предмет дослідження – статистичні показники фонду за 2012–2014 роки.

В ході дослідження застосовувались різні види аналізу: порівняльний, комплексний, динамічний.

Порівняльний аналіз.

Оновлення фондів за встановлений період відображає відношення об’єму надходжень до об’єму фонду на кінець періоду, який досліджується, у відсотках і є одним з важливих аргументів в обґрунтуванні фінансових витрат на комплектування бібліотечних фондів.

Ми можемо бачити, що при нормі у 10 % показники двох попередніх років менші за норму: у 2012 р. – в 6 разів, у 2013 р. – у 9 разів; а у 2014 р. знову, як і у 2012 р., менші за норму у 6 разів (табл. 1).

Таблиця 1

Показники оновлення фондів

Рік	Норма, %	Показник, %
2012	10	1,64
2013	10	1,10
2014	10	1,58

Оновленню фонду сприяли надходження з МОНУ, але з 18 квітня 2014 року було видано наказ Міністерства освіти і науки України за № 486 «Про деякі питання скасування процедури надання Міністерством освіти і науки грифів навчальної літератури для вищих навчальних закладів», згідно з яким було визнано таким, що втратив чинність, наказ Міністерства освіти і науки України від 27.06.2008 «Щодо видання навчальної літератури для вищої школи». Це означає, що Міністерство відмовляється від грифування (тобто від схвалення безпосередньо міністерством) підручників та посібників для вищих навчальних закладів. Надалі вони схвалюватимуться до друку вченими радами вищих навчальних закладів чи академічних установ, в яких пишуться підручники. Відтак, вищі регально зможуть самостійно обирати книжки за якими вчитимуться студенти, не озираючись на схвалення Міністерства.

Основне джерело поповнення фонду – це закупівля нової літератури за замовленнями кафедр за кошти університету (рис. 1). На придбання книг протягом досліджуваних було виділено:

- у 2012 році – 19 613 грн.
- у 2013 році – 28 664,76 грн.
- у 2014 році – 54 179 грн.

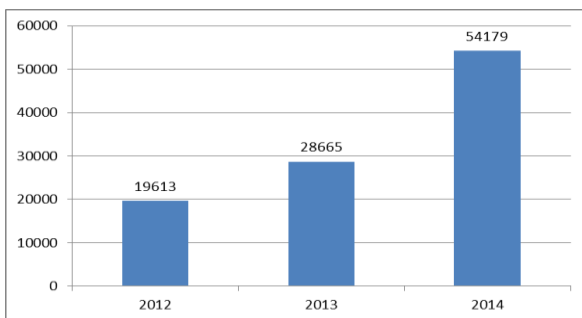


Рис. 1. Витрати на придбання літератури (грн.)

Норма *нових надходжень* за рік обчислюється з розрахунку 250 нових видань на 1 000 читачів (контингент користувачів за єдиним обліком за рік):

- у 2012 році надійшло 1 099 назв (норма – 1 043 назв) – норма надходжень нових назв на одного читача виконана
- у 2013 році надійшло 1 065 назв (норма – 1 103 назв) – норма надходжень нових назв на одного читача виконана
- у 2014 році надійшло 1 478 назв (норма – 922 назв) – норма надходжень нових назв на одного читача виконана.

Особлива увага надається комплектуванню фонду науковими документами та документами українською мовою.

Наукові видання закупаються бібліотекою за профілем. У наукових бібліотеках норма комплектування науковими документами складає до 40 %. Показники свідчать про стабільний відсоток надходжень наукової літератури до фондів НБ МДУ в останні 3 роки. Фонд наукової літератури складає:

- 2012 р. – 30,6 % від загального фонду;
- 2013 р. – 30,8 % від загального фонду;
- 2014 р. – 30,6 % від загального фонду.

Документи *українською мовою* у фонді станом на початок року:

- на 01.01.2013 – 15 351 назва / 70 202 прим. (45,5 %);
- на 01.01.2014 – 15 988 назв / 71 283 прим. (45,8 %);
- на 01.01.2015 – 16 614 назв / 71 774 прим. (46,2 %).

Наявність документів *українською мовою* у фондї, як ми можемо бачити з наведених даних, складає досить стабільний відсоток протягом останніх 3-х років (приблизно 46 % від загального фонду) і не залежить від об'єму надходжень.

Надходження документів *українською мовою* протягом 3-х років (рис. 2):

- за 2012 р. – 443 назви / 1 284 прим.;
- за 2013 р. – 637 назв / 1 081 прим.;
- за 2014 р. – 626 назв / 1 384 прим.

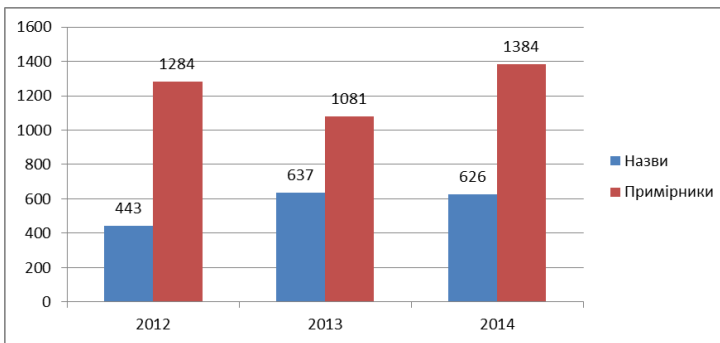


Рис. 2. Надходження документів українською мовою

Комплектування документами *українською мовою* зростає тоді, коли фонд поповнюється літературою за кошти університету та перевага надається документам державною мовою. Комплектування тільки подарованими документами в силу об'єктивних причин призводить до зменшення надходжень українською мовою.

Складність процесу *формування фонду* полягає у тому, що бібліотечний фонд має постійно якісно оновлюватися, майже не змінюючись кількісно. Це стає можливим

завдяки вилученню літератури, яке набуває не меншого значення, ніж її придбання. Об'єм фонду на кінець досліджуваного періоду якраз і відображає стан фондів з урахуванням літератури, що надійшла і вибула. У нас через нестачу фінансування оновлення фонду практично загальмовано, ще й зменшення об'єму фонду сприймається як катастрофа. При цьому фонди «застарівають» за змістом, містять баласт невживаної літератури або літератури, яку не запитують. Саме ці чинники впливають на зниження обертаності фонду та інші показники.

За рекомендаціями ІФЛА норма щорічного *вибуття* повинна складати 8 % від загального фонду. Показники цього дослідження говорять про дуже низькі показники процесу вилучення з фонду НБ МДУ:

- у 2012 р. вилучено 0,35 % від загального фонду;
- у 2013 р. вилучено 0,18 % від загального фонду;
- у 2014 р. вилучено 1,7 % від загального фонду.

У 2014 р. простежується тенденція зростання вибуття літератури, що надає чітке уявлення про кількісну сторону фонду та свідчить про те, що робота бібліотеки спрямована на поліпшення складу фонду.

Широта тематики, різноманіття видів документів, а також суттєві відмінності у запитах читачів бібліотек зумовлюють необхідність створення і постійного удосконалення *довідково-бібліографічного апарату бібліотек*, найважливішою частиною якого є система бібліотечних каталогів, що розкривають склад та зміст бібліотечних фондів.

Коефіцієнт відображення фонду у каталозі – це відношення кількості назв документів, які знаходяться на обліку, до кількості назв документів, відображених у каталогах; за нормою він повинен дорівнювати 1. У наведеній нижче таблиці (*табл. 2*) можна побачити, що на сьогодні каталоги не відображають фонд у повному обсязі, але з кожним роком коефіцієнт відображення наближається до 1.

Таблиця 2

Коефіцієнт відображення фонду у каталогах

Назва каталогу	2012	2013	2014
Систематичний каталог	1,13	1,15	1,08
Алфавітний каталог, АК (законсервовано)	---	---	---
Службовий алфавітний каталог, САК (ведеться з 2005 р.)	2,03	2,07	1,79
Електронний каталог, ЕК (ведеться з 2000 р.)	1,98	1,73	1,64

Всього на 01.01.2015 у бібліотечному фонді на обліку – 34 486 назв. Сектор каталогізації не тільки стабільно поповнює каталоги новими даними, але й планово проводить їх методичне редагування (звірка топографічного каталогу з САК, СК та ЕК в «ІРБІС»). Читацький АК законсервовано з 2012 р.

Комплексний аналіз ефективності використання фонду. Показниками цього виду аналізу є обертаність, читаність та книгозабезпеченість фонду.

Обертаність фонду – це відношення об’єму фонду до книговидачі; вона є показником інтенсивності використання бібліотечного фонду. Є два показники норм:

- за Ю. Столяровим верхня межа приймається за 3, нижня межа – за 1,4;
- за Н. Бубекіним коливається між верхнім показником 5 та нижнім – 7.

Згідно з нормами Ю. Столярова, обертаність фондів НБ МДУ відповідає нормі, а згідно з Н. Бубекіним, – не відповідає (табл. 3).

В обох випадках спостерігається тенденція зниження показників обертаності.

Таблиця 3

Коефіцієнт обертаності фонду

Рік	Показники	Норма (за Ю. Столяровим)	Норма (за Н. Бубскінім)
2012	2,04	1,04–3	5–7
2013	2,02	1,04–3	5–7
2014	1,95	1,04–3	5–7

Читаність – це відношення книговидачі до кількості читачів за єдиним обліком. Норма відносно стабільна за обсягом у бібліотеках будь якого типу та виду і складає від 17 до 23. Показники протягом 3-х років з невеличкою перевагою у 2013 р. достатньо високі:

- у 2012 р. – 57,65;
- у 2013 р. – 74,46;
- у 2014 р. – 64,44.

Книгозабезпеченість – це відношення об’єму фонду навчальної літератури до кількості користувачів за єдиним обліком:

- 2012 р. – 28,21;
- 2013 р. – 36,89;
- 2014 р. – 33,05.

Показники за всі 3 роки демонструють достатній рівень книгозабезпечення та тенденцію зростання.

Динамічний аналіз.

В основі динамічного аналізу лежить вивчення темпових рядів. *Темп зростання* – це відношення рівнів поточного і попереднього періодів. Темп зростання у виразі простих відношень називається коефіцієнтом зростання. *Коефіцієнт зростання* відображає загальну ступінь зростання показників за визначений період.

Коефіцієнт зростання фонду – це відношення об’єму фонду поточного року до об’єму фонду минулого року.

Норма повинна перевищувати 1,03.

Коефіцієнт зростання фонду НБ МДУ:

- за 2012 р. – 1,01;
- за 2013 р. – 1,01;
- за 2014 р. – 1,00.

Можемо бачити, що показники, на жаль, тільки знижуються.

Коефіцієнт зростання кількості читачів – це відношення кількості читачів поточного року до кількості читачів минулого року.

Коефіцієнт зростання кількості читачів НБ МДУ:

- за 2012 р. – 1,02;
- за 2013 р. – 0,77;
- за 2014 р. – 1,12.

У зв'язку із демографічною ситуацією показник за 2013 р. помітно зменшився, але ситуація виправилася у 2014 р.

Коефіцієнт зростання книговидачі – це відношення показників книговидачі поточного року до показників книговидачі минулого року. Норма повинна бути більше 1 або дорівнювати 1.

Коефіцієнт зростання книговидачі:

- за 2012 р. – 0,91;
- за 2013 р. – 1,03;
- за 2014 р. – 0,97.

На жаль, у нашому випадку ми спостерігаємо коефіцієнт зниження книговидачі.

За результатами динамічного аналізу ми маємо такі показники (*тз* – *темпи зростання*):

- показники 2012 р.: $тзВ 0,91 > тзЧ 1,02 = тзФ 1,01$;
- показники 2013 р.: $тзВ 1,03 > тзЧ 0,77 < тзФ 1,0$;
- показники 2014 р.: $тзВ 0,97 < тзЧ 1,12 > тзФ 1,00$;
- коефіцієнт зростання книговидачі (*В*) – 0,97;
- коефіцієнт зростання кількості читачів (*Ч*) – 1,12;
- коефіцієнт зростання фонду (*Ф*) – 1,00 (*норма* $\geq 1,03$).

Проаналізуємо вказані показники. У 2012 р. темпи зростання фонду не відставали від зросту читачів; це було позитивне явище. Відповідно, зростала книговидача. Але ситуація зростання книговидачі при зниженні темпів зростання фондів говорить про надмірну інтенсивність його використання.

У 2013 р. спостерігалось ефективне використання фонду. Однак книжковий фонд зростав значно більше, ніж кількість читачів та книговидача. Збереження таких темпів могло призвести до збільшення неживаної частини фонду. Необхідним було збільшення кількості читачів (що природним чином відбулося у наступному році), удосконалення інформаційної роботи, покращення якості фонду.

У 2014 р. темпи зростання книговидачі відстають від темпу зростання читачів. Кількість читачів збільшується швидше, ніж об'єм фонду та книговидача.

Прогноз: зберігання таких темпів може призвести до недостатньої книгозабезпеченості, збільшення незадоволених запитів, зниження читаності.

Таким чином, за результатами проведеного дослідження, ми можемо зробити певні **висновки**.

Головною причиною зниження всіх основних показників бібліотечної діяльності є недостатнє фінансування (постійно зростаючі ціни на книжкову продукцію, на передплату періодичних видань сильно гальмують поповнення фонду) та політична ситуація в країні (російські видавництва не хочуть працювати з українськими ВНЗ). Зазначені вище причини впливають на динаміку руху бібліотечного фонду НБ МДУ; цього недостатньо для якісного та повного формування бібліотечного фонду, що тягне за собою невідповідність фонду все зростаючим інформаційним потребам читачів. Однак, бібліотека не має свого кошторису, щоб планувати поповнення фонду необхідною літературою, тому воно здійснюється епізодично і подекуди

стихійно. У придбанні наукових видань бібліотеці необхідно дотримуватись підходу, спрямованого на збільшення кількості назв придбаних книг.

Потрібно посилити роботу з популяризації книг. Необхідно нарощувати об'єм фонду за рахунок збільшення щорічних надходжень до бібліотеки, своєчасно звільняти фонд від застарілих видань, покращувати якість складу фонду, вчасно реставрувати потрібні, але зношені книги, покращувати як індивідуальну, так і масову роботу з читачами, вдосконалювати інформаційну роботу.

Ефективною формою розкриття та популяризації бібліотечного фонду були і залишаються бібліографічні огляди літератури, дні інформації, книжково-ілюстративні виставки, моніторинг видавничої продукції, робота з кафедрами університету щодо замовлення літератури, потрібної для тієї чи іншої спеціальності. Розвиток інформаційних технологій надає широкий спектр інструментів для здійснення подібних видів діяльності і в електронних варіантах. А саме, це можуть бути: віртуальні виставки презентації видань фонду бібліотеки за окремими темами, електронні розсилання «Бюлетенів нових надходжень» та «Презентацій нових надходжень». Також вчасне поповнення та редагування Електронного каталогу НБ МДУ надає змогу читачам отримати максимально повну інформацію про видання фонду бібліотеки.

Список використаної літератури

1. Библиотечные фонды / под ред. В. А. Недзвецкого. – М. : Просвещение, 1967. – 201 с.
2. Евстигнеева Г. А. О критериях комплектования традиционного библиотечного фонда и фонда электронных публикаций в единой системе формирования библиотечно-информационного фонда библиотеки / Г. А. Евстигнеева // Научные и технические библиотеки. – 2010. – № 10. – С. 23–30.

3. Савина Е. А. Система источников комплектования документальных фондов региональных вузовских библиотек на рубеже XX и XXI вв. / Е. А. Савина // Научные и технические библиотеки. – 2011. – № 7. – С. 27–35.
4. Слащева Н. А. Анализ информационно-библиотечной деятельности библиотек ЦБС БЕН РАН / Н. А. Слащева, Н. В. Миронова // Научные и технические библиотеки. – 2008. – № 11. – С. 12–23.
5. Столяров Ю. Н. Библиотечный фонд / Ю. Н. Столяров. – М. : Книжная палата, 1991. – 271 с.
6. Столяров Ю. Н. Производные принципы функционирования библиотечного фонда / Ю. Н. Столяров // Научные и технические библиотеки. – 2011. – № 4. – С. 30–48.

РОЗДІЛ IV

СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

УДК 024

А. П. Шакула,
директор

Проведення анкетування у бібліотеці: деякі методичні аспекти

У статті надані методичні рекомендації з проведення у бібліотеках соціологічних досліджень методом анкетного опиту.

Ключові слова: *бібліотека, науково-дослідна діяльність, соціологічні дослідження, метод, анкета, анкетування.*

Соціологічні дослідження є одним з напрямків науково-дослідної діяльності сучасних бібліотек та являють собою комплекс логічно послідовних методологічних, методичних та організаційно-технічних засобів, спрямованих на отримання достовірних даних про явища або процеси, що відбуваються у бібліотечній практиці. Вони спрямовані на своєчасне виявлення проблем, тенденцій, протиріч та послідовне використання отриманих результатів у подальшому успішному розвитку бібліотеки. Напрямки соціологічних досліджень у кожній окремій бібліотеці можуть бути самими різноманітними та охоплювати всі сфери професійної діяльності. Найбільш поширені з них:

- бібліотечне та інформаційно-бібліографічне обслуговування різних груп користувачів;
- комплектування та каталогізація;

- використання фондів на різних носіях інформації;
- використання інформаційних технологій;
- рекламна діяльність та бібліотечний маркетинг;
- управління бібліотекою та бібліотечними кадрами.

Проведення соціологічних досліджень є достатньо складним процесом, що потребує витрат часу, фінансів і творчих здібностей, теоретичних знань, володіння дослідницькими технологіями та навичками. Тому необхідність проведення соціологічних досліджень має бути обґрунтованою та доцільною. Відсутність необхідних знань з питань теорії та методології проведення соціологічних досліджень може самим негативним чином сказатися на рівні його проведення та отриманні достовірних результатів.

Традиційно основними методами соціологічних досліджень у бібліотеках є спостереження, вивчення документальних джерел, опит та експеримент. Слід враховувати, що не існує методів, які дозволяють отримати абсолютно достовірну інформацію в силу різних причин: це й так званий «феномен соціальної доброзичливості», загальна культура і суб'єктивне бачення реалій респондентами або недостатня їх поінформованість та ін. Найчастіше у якості метода проведення дослідження бібліотеками використовується опит, який може здійснюватися у вигляді проведення інтерв'ю або анкетування. *Анкетування* приваблює бібліотечних працівників своєю не дуже складною організацією, оперативністю, незначними витратами фінансів та часу. Як і будь яке інше соціологічне дослідження, анкетування повинно бути ретельно сплановано та дотримуватися чіткого послідовного порядку виконання всіх його етапів.

За формою проведення анкетування може бути *прямим, заочним, електронним (віртуальним)*. На цей час, за рядом обставин, найбільш ефективним залишається

прямий опит, коли респондент безпосередньо отримує анкету та відповідає на її питання.

Починати процес дослідження за методом анкетування треба з розробки програми проведення анкетування, яка регламентує всі його стадії та етапи і є теоретико-методологічним обґрунтуванням даного дослідження. Програма передбачає теоретичний та практичний етапи.

Теоретичний етап складається з таких елементів:

- визначення та формулювання проблеми дослідження;
- визначення та формулювання мети, цілей, предмету та об'єкту анкетування;
- визначення вибіркової сукупності;
- визначення необхідного на анкетування часу та уточнювання основних понять.

Практичний етап складається:

- з розробки анкети;
- із збору інформації (тобто, безпосереднього проведення анкетування; ще це називають польовим етапом);
- з обробки отриманих в процесі анкетування даних; їх інтерпретація;
- із звіту та науково обґрунтованих рекомендацій.

Основними цілями проведення анкетування в бібліотеках, зазвичай, є:

- визначення проблемної ситуації, реального стану окремого напрямку діяльності, процесу, відношень та ін.;
- визначення проблем та причин, що негативно впливають на організацію роботи бібліотеки стосовно окремих напрямків, процесів, відношень та ін.;
- визначення основного кола заходів, які дозволять покращити організацію роботи бібліотеки стосовно окремих напрямків, процесів, відношень та ін.

Об'єктом анкетування в бібліотеці, у більшості випадків, є реальні групи користувачів, бібліотечні праців-

ники, але це можуть бути і будь які процеси, явища та відношення. *Предметом* виступає безпосередньо те, що підлягає дослідженню.

Проведення анкетування не може тривати необмежений час і повинно бути регламентовано. Приблизний *розподіл часу* на організацію анкетування:

- теоретичний етап + розробка анкеті – 30 % від загального часу, що відведено на анкетування;
- безпосереднє проведення анкетування (збір інформації) – 20 % часу;
- обробка, аналіз отриманих даних – 40 % часу;
- оформлення звіту – 10 % часу.

Анкетування, що проводять бібліотеки, у своїй більшості мають вибіркового характер, тобто дослідженню підлягає не об'єкт у цілому (генеральна сукупність), а його науково обґрунтована *вибіркова сукупність*, яка дозволяє результати проведеного дослідження розповсюдити на весь об'єкт (генеральну сукупність). Від кількісного та якісного складу сформованої вибіркової сукупності у значній мірі залежить репрезентативність всього дослідження, і це є одним з головних вимог стосовно проведення досліджень.

Основними методами формування вибіркової сукупності є механічний, основного масиву, серійної, гніздової, та квотної вибірки.

- *механічний*, або випадковий, коли за рівним проміжком відбирається запланована кількість респондентів з генеральної сукупності;
- *основного масиву*, коли анкетуванню підлягають 60-70 % генеральної сукупності;
- *серійної вибірки*, коли з генеральної сукупності за рівними проміжками відбирається необхідна кількість рес-

- пондентів;
- *гніздової вибірки*, коли одиницями відбору є не окремі респонденти, а групи;
 - *квотної вибірки* (застосовується при наявності великої генеральної сукупності; обов'язково передбачає урахування не менш 4 ознак, таких як стать, вік, освіта, професія та ін.).

Інструментом проведення анкетного опиту є *анкета*, яка має вступну, змістовну та заключну частину. До *вступної частини* належить:

- звертання до респондента;
- назва теми дослідження, його цілі та виконавці;
- кратка інструкція стосовно заповнення анкети;
- зазначається анонімність опиту або конфіденційність даних про респондента;
- висловлюється подяка за участь в анкетуванні.

Змістовна частина складається з трьох блоків питань:

- *перший блок* містить прості питання, що призвані встановити контакт з респондентом, допомогти йому психологічно настроїтися на процес опиту;
- *другий блок* містить складні питання, які потребують міркувань, аналізу; відповіді на цей блок питань будуть містити основну інформацію за змістом дослідження;
- *третій блок* складається з контрольних питань, які уточнюють отриману інформацію, та з простих заключних питань, які призвані усунути психологічну напругу респондента.

Заключна частина анкети містить так звану «паспортичку» респондента, яка має бути доволі стислою та не викликати сумніву у респондента стосовно дотримання анонімності.

Ефективність проведення анкетування та отримання необхідної інформації напряму залежить від уміння правильно означити питання. Питання можуть бути *відкритими* (респондент дає відповідь у вільній формі), *закритими* (варіанти відповідей вже надаються), *напівзакритими* (складаються з комбінацій відкритих та закритих варіантів).

Також є *питання-пастки*, завдяки яким можна визначити достовірність відповідей. Ці питання розподіляються рівномірно по всій анкеті. Оскільки заповнення анкети – це процес не досить легкий для респондентів, доцільно дотримуватися таких правил розподілу питань в анкеті: прості – поступове збільшення складності – невеликий спад складності – найбільш складні – різке зменшення складності.

Відкриті та закриті питання мають як переваги, так і недоліки. *Переваги відкритих питань*:

- надають респонденту можливість самостійно відповісти на питання у зручній для нього словесній формі;
- виявляють різноманіття точок зору респондентів стосовно предмету дослідження.

Недоліки відкритих питань:

- респонденти не завжди зацікавлені відповідати на цей вид питань, оскільки вони потребують більше часу та певної розумової напруги;
- складно проводити аналіз неструктурованих відповідей.

Переваги закритих питань:

- не займає багато часу у респондентів;
- вони більш надійні та зручні у процесі аналізу.

Недоліки закритих питань:

- не завжди можливо передбачити всі варіанти відповідей;
- вибір респондента обмежено, він змушений мислити у відповідному напрямку.

Складання закритих питань потребує від дослідника певних навичок та знань. *Основні правила складання закритих питань:*

- питання повинні бути короткими та простими, сформульовані доступно для респондента мовою;
- структура питання не повинна об'єднувати декілька різних питань;
- перелік варіантів відповідей повинен відображати усі їх можливі варіанти;
- першими розташовують найменш вірогідні варіанти відповідей;
- там, де це обґрунтовано, включають такі варіанти відповідей, як «не знаю», «важко сказати», «не маю певної думки» та ін.

Останнім часом дослідники часто звертаються до *напівзакритих питань*, оскільки респондент має можливість не тільки вибрати відповідь із вже запропонованих, але й висловити свою думку, для чого наприкінці переліку відповідей залишають вільне місце.

Найпоширенішою формою розміщення питань в анкеті є лінійна, але також питання можуть бути розміщені у вигляді таблиць або у вигляді шкали.

Після того, як складено анкету, необхідно провести *кодування* питань. Це потрібно для подальшої обробки комп'ютером отриманої у процесі анкетування інформації.

Основні види кодів:

- двозначні (01, 02, 03...);
- трьохзначні (001, 002, 003...).

Перше питання анкети отримує код 01 або 001, усі варіанти відповідей на нього кодуються наступними цифрами, наприклад:

1. (01) Питання
(02) відповідь
(03) відповідь

2. (04) Питання

(05) відповідь

(06) відповідь

Головне – дотримуватися основного принципу кодування: усі без виключення питання та відповіді повинні мати свій код. Наразі, якщо анкету складено у формі таблиці, код надається кожній позиції.

Важливою складовою організації анкетування є *апробація анкети*, або пілотажний опит. Як правило, його проводять досвідчені бібліотечні працівники на виборці до 50 респондентів, структура якої повинна відповідати параметрам запланованої вибіркової сукупності. Метою проведення пілотажного опиту є визначення відповідності анкети задачам дослідження, виявлення недоліків у складеній анкеті та їх усунення. Пілотажний опит дає змогу відповісти на запитання:

- чи відповідає вимогам мовний рівень анкети?
- зрозумілі для респондентів питання та запропоновані варіанти відповідей, компетентні вони у цих питаннях?
- не забагато варіантів відповідей на запитання?
- не виникає у респондентів негативних емоцій або почуття дискомфорту, втоми?

Після збору інформації приступають до її обробки та аналізу. На початку здійснюють перевірку всіх анкет та виявляють такі, які не будуть підлягати подальшій обробці (зіпсовані, частково заповнені та ін.). Результати перевірки фіксуються у спеціальній відомості за такими параметрами:

- строки проведення анкетування;
- кількість розповсюджених анкет;
- кількість зіпсованих анкет;
- кількість анкет, що підлягають подальшій обробці.

Після цього починають комп'ютерний підрахунок відповідей на питання анкет, що обробляються,

використовуючи їх кодування. Результати підрахунків вміщують у зведену таблицю для розрахунку середніх показників. Після цього дослідник починає безпосередній їх аналіз, у результаті якого можливе виявлення якихось моментів, непередбачених при складанні запитань анкети, здійснює коректування та пропонує практичні рекомендації з усунення виявлених недоліків.

Звіт є головним підсумковим документом, який містить в собі змістовну інформацію, отриману в процесі анкетування. Структура звіту, зазвичай, складається з двох частин.

Перша частина має такі відомості:

- назва бібліотеки; відділ бібліотеки, який проводив анкетування;
- тема анкетування; ціль, предмет, об'єкт дослідження;
- строки проведення анкетування;
- обґрунтування вибіркової сукупності;
- визначення погрішності вибірки.

Друга частина звіту містить:

- аналіз отриманої інформації;
- надання найбільш цікавих результатів;
- підсумки;
- рекомендації.

Складання підсумків та рекомендацій потребує виконання наступних вимог:

- складаються тільки на підставі аналізу інформації, отриманої за результатами анкетування;
- викладення інформації має носити строго неупереджений, прогностичний, пояснювальний характер;
- неприпустимими є судження, що пов'язані з особистими соціальними переконаннями, власним життєвим досвідом та ін.;
- не повинні носити характеру директив та однозначних рішень.

Звіт проведення анкетування розглядається на бібліотечних нарадах, після чого, виходячи з цілей проведення дослідження, розробляються необхідні конкретні практичні заходи.

Список використаної літератури

1. Исаев Б. А. Социология : краткий курс / Б. А. Исаев. – Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2010. – 224 с.
2. Использование методов социологического исследования в практике работы библиотеки : сборник научно-методических материалов по итогам зональных семинаров в библиотеках Ставропольского края / сост. Г. М. Павлова ; ред. Ю. В. Николаев ; отв. за вып. З. Ф. Долина ; Ставропольская гос. краевая универсальная научная библиотека им. М. Ю. Лермонтова. – Ставрополь, 2009. – 56 с. – Режим доступа: http://www.ekimovka-x.ru/files/sociolog/ispolzov_metodov.pdf.
3. Самохина М. М. Социолог в библиотеке, или Библиотекарь как социолог : практическое пособие для тех, кто хочет и любит исследовать / М. М. Самохина. – Москва : Российская гос. юношеская библиотека, 2008. – Режим доступа: <http://www.library.ru/1/sociolog/docs/samokhina.pdf>.
4. Селиванова Т. Ф. Опыт проведения социологических исследований библиотеками Чувашской Республики / Т. Ф. Селиванова // Чтение в библиотеках России. – Вып. 7 : Исследовательские проекты библиотек по чтению. – Санкт-Петербург, 2007. – С. 70–78.
5. Слющинський Б. В. Соціологія : навчально-методичний посібник для студентів ВНЗ / Б. В. Слющинський, П. М. Іванов. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2011. – 148 с.
6. Васильев И. Г. Социологические исследования в библиотеках : практическое пособие / И. Г. Васильев, М. Е. Илле, Д. К. Равинский. – Санкт-Петербург : Профессия, 2002. – 176 с. – (Библиотечный практикум). – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/UiTLzcNf8mw/all.html>.

О. И. Таранова,

библиотекарь I категории отдела обслуживания

**Удовлетворенность качеством обслуживания
в читальных залах НБ МГУ
(по материалам социологического
исследования)**

В статье рассмотрены результаты социологического исследования, проведенного на базе НБ МГУ. Проанализированы данные, показывающие степень удовлетворенности читателей услугами, предоставляемыми читальными залами библиотеки университета. Озвучены критерии, которые могут способствовать более высокому уровню эффективности услуг НБ.

Ключевые слова: *научная библиотека, социологическое исследование, анкетирование, услуга, качество, читальные залы.*

С ноября 2014 г. по январь 2015 г. в НБ МГУ проводилось **социологическое исследование** «Удовлетворенность качеством обслуживания в читальных залах научной библиотеки Мариупольского государственного университета». Оно носило описательный характер и включало следующие этапы: подготовку к исследованию, сбор первичной информации и ее обработку, анализ полученных данных с определением выводов.

Целью данного исследования было выявление уровня удовлетворенности читателей качеством обслуживания в читальных залах. Приоритетной **задачей** был сбор и анализ данных для последующего улучшения предоставляемых услуг читателям НБ.

Объектом исследования были студенты 24-х специальностей 5-ти факультетов, с первого по пятый курс всех форм обучения. Из них 81,1 % – девушки, 13,6 % – юноши; 5,3 % не указали свой пол. Возраст респондентов колебался от 17 до 46 лет, в подавляющем большинстве – от 17 до 23 лет.

Общее количество студентов МГУ на момент исследования составляло 3 690 человек. Всего в исследовании приняли участие 322 студента. Учитывая, что при анализе анкет точность полученных данных составила 90 %, а погрешность – 5 %, то данное количество анкет является репрезентативным.

Предмет исследования: удовлетворенность читателей услугами, предоставляемыми читальными залами НБ МГУ.

В исследовании был применен один из самых распространенных **методов** сбора первичной информации – анкетирование. Опрос носил локальный характер, т.к. проводился лишь внутри отдела обслуживания и охватывал все читальные залы: экономико-правового и исторического факультетов, факультета иностранных языков, факультета филологии и массовых коммуникаций. Исследование носило кратковременный характер, данные собирались в течение 3-х месяцев.

Анкета состояла из 17 вопросов и включала открытые, закрытые, полузакрытые. Часть закрытых вопросов предполагала выбор нескольких вариантов ответов. В анкете предпочтение отдавалось полузакрытым вопросам, где был пункт «Ваш вариант», который предоставлял студенту возможность высказать свое мнение более точно. Статистическая обработка анкет проведена библиотекарем читального зала факультета филологии и массовых коммуникаций.

Рассмотрим **результаты анкетирования**.

Из 100 % анкет, полученных для обработки, 39,8 % содержат ответы на все 17 вопросов и 60,2 % не имеют ответы на 1 и более вопросов. На первый вопрос анкеты о читательском стаже в НБ МГУ предоставлялись варианты ответа: менее года, от 1 года до 2-х лет, от 2-х до 5-ти лет. Были получены результаты, которые демонстрируют тенденцию к уменьшению количества посещений у студентов старших курсов.

На вопрос «Как часто Вы посещаете читальные залы нашей библиотеки?» большинство респондентов ответили, что посещают читальные залы с разной периодичностью (94,7 %). Соотношение распределения ответов указано в *таблице 1*.

Таблица 1

Частота посещения и причины непосещения читальных залов НБ МДУ

Посещают с разной частотой	Не посещают по разным причинам
практически каждый день – 5,9 % несколько раз в неделю – 20 % как правило, 1 раз в неделю – 14 % несколько раз в месяц – 28 % несколько раз в год – 20% в период сессии – 6,8%	живу за пределами города – 2,5 % не вижу необходимости – 2,8 %

Большинство наших читателей пребывают в читальных залах от нескольких минут до 3-х часов, причем более половины (52,5 %) укладываются во временном промежутке до 1-го часа. Графически полученные результаты отображены на *рисунке 1*. В плане выбора времени посещения читальных залов респонденты отдают предпочтение второй половине дня (46,9 %). В первой половине дня услугами читальных залов пользуются 37,6 % опрошенных, а 15,5 % предпочитают приходить во время перемен, как в первой, так и во второй половине дня (*рис. 2*).

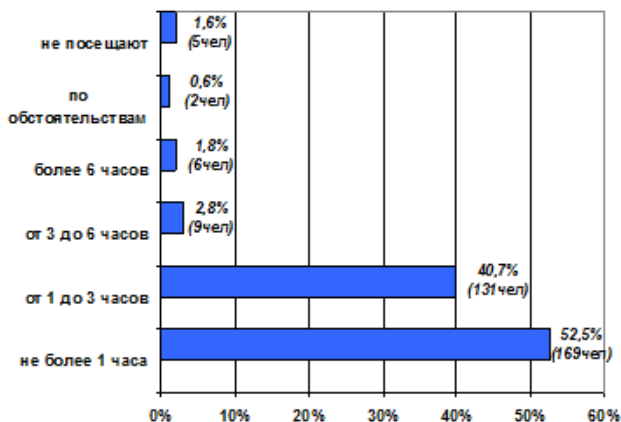


Рис. 1. Продолжительность посещения читального зала

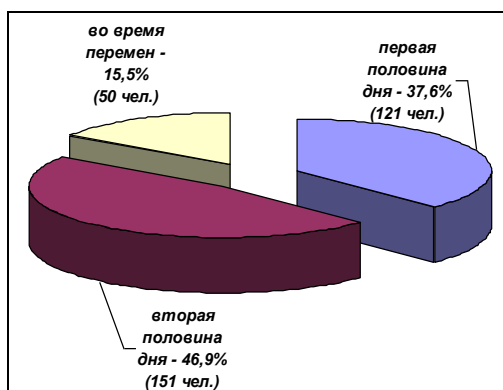


Рис. 2. Время посещения читальных залов

Полученные данные показывают, что график работы читальных залов удовлетворяет студентов не зависимо от того, в какую смену они учатся, а предоставляемые услуги востребованы в течение всего рабочего дня.

Благодаря следующим ответам удалось выявить, в какие дни недели читатели чаще всего посещают читальные залы НБ МГУ. Соотношение полученных ответов отражает *рисунки 3*.

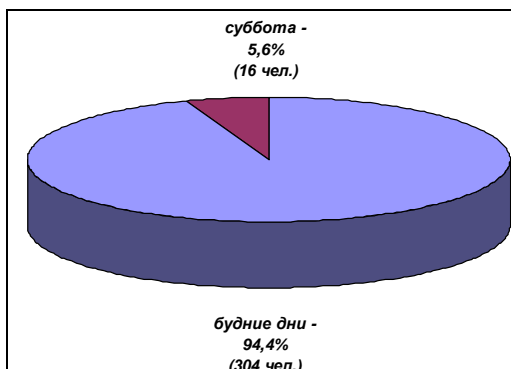


Рис. 3. Дни посещения читальных залов НБ МГУ

Видим, что среди респондентов услуги, предоставляемые читальными залами, чаще всего востребованы в будние дни.

Ответы на следующий вопрос показали, с какой областью знаний связаны читательские запросы. Здесь один респондент мог дать несколько ответов. Всего было получено 347 ответов, которые распределились в таком соотношении:

- 55,6 % ответов – в графе «литература и искусство»;
- 27,7 % ответов – в графе «социальные и экономические науки»;
- 16,7 % ответов – в графе «естественные науки».

С июля 2012 года у НБ существует свой сайт, доступ к которому в библиотеке обеспечивают компьютеры, расположенные на территории читальных залов. Информация на сайте оперативно пополняется и охватывает разные сферы деятельности библиотеки, в том числе и читальных залов. Так, пользователи этого ресурса могут узнать анонс проводимых мероприятий, посетить виртуальные выставки, получить информацию о тех книжных выставках, которые на данный момент представлены в читальных залах.

Для популяризации сайта были разработаны визитки, содержащие все необходимые данные о библиотеке, в т.ч. и адрес сайта. Они раздавались студентам и преподавателям МГУ. На информационных стендах библиотеки размещены объявления, приглашающие воспользоваться этим ресурсом. В социальной группе «ВКонтакте» содержится большое количество статей, которые оснащены активными ссылками, ведущими на сайт НБ. С сайтом библиотеки знакомят первокурсников на вводной лекции, во время ознакомления с правилами пользования библиотекой. Отвечая на вопрос «Как часто Вы посещаете сайт нашей библиотеки?», можно было отметить лишь 1 вариант. *Рисунок 4* наглядно показывает полученные результаты.

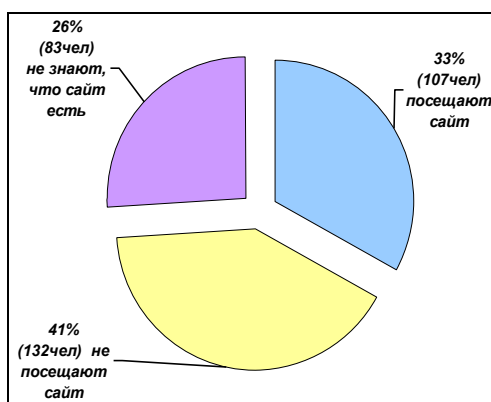


Рис. 4. Частота посещения сайта НБ МГУ

Приведем полный перечень ответов тех респондентов, которые посещают сайт НБ МГУ:

- практически каждый день – 3;
- несколько раз в неделю – 16;
- несколько раз в месяц – 59;
- несколько раз в год – 28.

Также был получен 1 развернутый ответ: «когда нет доступа к библиотеке».

Из числа опрошенных 26 % респондентов не знают, что у библиотеки есть сайт. Этот показатель является достаточно высоким. Было бы целесообразно на развороте самого читательского билета поместить информацию с указанием адреса сайта НБ МДУ. Также постоянное устное информирование о наличии и содержании сайта повысит его посещаемость и поможет большему количеству студентов в процессе обучения.

Ответы на следующий вопрос показали, что определенное количество респондентов посещают другие библиотеки. На данный вопрос ответили 211 человек, что составляет 65,5 % от количества респондентов. Из них 29,8 % ответили, что не пользуются услугами других библиотек, а 35,7 % сказали, что прибегают к их помощи (рис. 5).

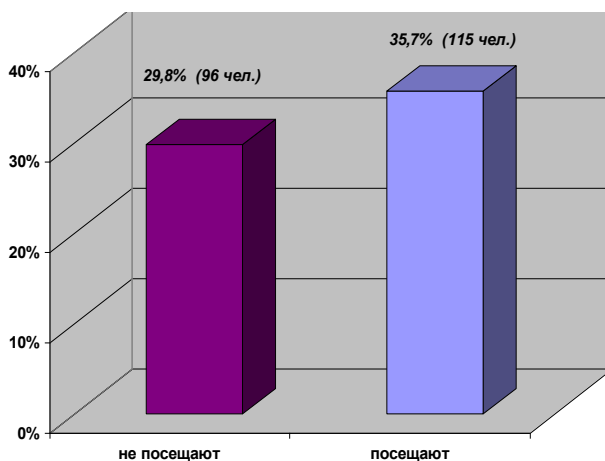


Рис. 5. Посещение респондентами других библиотек города

Причины посещения других библиотек:

- 19,6 % респондентов назвали возможность воспользоваться большим количеством литературы (художественной – 8, периодическими изданиями – 2, отсутствие необ-

- ходимой учебной и научной литературы – 48, поиск дополнительной литературы – 5);
- 5 % указали, что библиотека находится ближе к дому;
 - 4,7 % назвали посещаемые ими библиотеки (им. В. Г. Короленко – 14, им. Н. А. Гурова – 1);
 - 1,5 % ходят туда в выходные дни НБ МДУ;
 - 1,5 % – по причине того, что из читальных залов НБ книги домой не выдаются;
 - 3 % указали другие причины (хожу с детьми – 3, для общего развития – 3, по учебе – 3, если необходимо – 1).
- Ответы показали, что необходимо увеличить перечень научной и учебной литературы по специальностям университета, современной художественной литературы, а также периодических изданий.

Далее мы поинтересовались, насколько для читателей важны перечисленные ниже библиотечные услуги, предоставляемые читальными залами НБ МГУ. Данные для наглядности представлены в *таблице 2*. Не в каждом пункте этой таблицы студенты оставляли свои пометки, что сказалось на общем количестве полученных результатов. Но, даже при наличии этих данных, можно проследить тенденцию. Варианты ответов были объединены в 2 категории: «нет мнения или не знаю» и все варианты с пометкой «важно». Подсчитав сумму результатов с вариантом «важно» в 2-х колонках таблицы, можно сделать вывод, что все предложенные пункты данного вопроса набрали от 80,1 % до 95,3 % голосов. Также можно отметить, что данные показатели отражают общую тенденцию времени, направленную на компьютеризацию. Так, в приоритетах респондентов «бесплатный доступ к сети Интернет» стоит выше, чем «подбор литературы по темам» (322 и 319 голосов соответственно). Это показывает перспективность развития таких услуг, как электронная доставка документов, сайт НБ, электронный каталог и др.

Таблица 2

**Важность предоставляемых читателям
библиотечных услуг (количество ответов)**

Услуги	Нет мнения или не знаю	Пожалуй, важно	Очень важно
Бесплатный доступ к сети Интернет	20	161	141
Выполнение сложных библиографических и фактографических справок	28	232	62
Подбор литературы по теме	12	206	101
Консультации по оформлению списка литературы	23	223	76
Консультации по пользованию каталогами и картотеками читальных залов	30	191	101
Проведение по запросам читателей культурно-массовых мероприятий	54	211	51
Наличие информации об услугах, предоставляемых читальными залами - на информационных стендах; - на сайте библиотеки; - в группе «ВКонтакте»	64	222	36

Целью следующего вопроса была оценка респондентами удовлетворенности перечисленными ниже условиями обслуживания в читальных залах (табл. 3).

Данные, полученные в этом вопросе, показывают высокий уровень удовлетворенности услугами и обслуживанием, которые читатели могут получить в НБ МГУ. Также хотелось бы отметить, что «Компетентность сотрудников» удовлетворяет респондентов на 94,4 %. А вопросом, которому на данном этапе развития читальных залов следует уделить внимание, является «Освещение, температура, вентиляция». Это условие обслуживания, как удовлетворяющее, отметило лишь 67,7 % от общего количества респондентов.

Таблица 3

**Удовлетворенность условиями обслуживания
в читальных залах НБ МГУ (количество ответов)**

Условия обслуживания	Нет мнения или не знаю	Пожалуй, не удовлетворён	Вполне удовлетворён
Режим работы читальных залов	7	39	255
Тишина в читальных залах	2	25	292
Освещение, температура, вентиляция	3	101	218
Наличие Интернета и зон Wi-Fi	10	36	274
Полнота фонда	21	43	258
Наличие справочного аппарата (традиционные и электронные каталоги и картотеки)	36	20	248
Внимательное отношение персонала к пользователям	3	7	299
Компетентность сотрудников	2	5	304

Далее студентам была предоставлена возможность ответить на ряд открытых вопросов.

Так, респонденты могли назвать какое-либо одно условие работы читальных залов НБ МГУ или услугу, которые им наиболее всего нравятся. В данном вопросе было получено 248 ответов, что составляет 77 % от общего количества опрошенных. Полученные ответы касались всех сфер услуг, предоставляемых читателям в читальных залах. Студенты высоко отметили качество обслуживания, которое они получают в читальных залах. Так, ответы, касающиеся этого пункта, в процентном соотношении набрали 41 % от количества полученных на данный вопрос. Менее всего ответов касалось культурно-просветительской работы. Для наглядности полученные ответы приводим в *таблице 4*.

Таблица 4

**Услуга или условие работы в читальных залах
НБ МГУ, которые наиболее нравятся
(количество ответов)**

Качество обслуживания	Внимательный персонал – 55 Компетентность сотрудников – 42 Помощь в подборе литературы – 4 Быстрое обслуживание – 1	102
Информационно-техническое обеспечение	Доступ к сети Интернет – 50 Электронный каталог – 7 Наличие зоны Wi-Fi – 3 Сайт библиотеки – 2 Наличие ПК – 1	63
Организация работы читальных залов	Тишина в читальных залах – 21 Режим работы – 18 Наличие (состояние) каталогов и картотек – 8 Возможность знакомства с фондом – 3 Ясная и точная информация об услугах – 2 Вызов сотрудника при помощи звонка – 1	53
Состояние традиционного фонда	Полнота фондов – 20 Доступность научной литературы и периодики – 5	25

Следующий открытый вопрос предоставлял респондентам возможность назвать какую-либо одну услугу или условие работы читальных залов НБ МГУ, которые им не нравятся. Здесь было получено 127 ответов, что составляет 39,4 % от количества опрошенных. Данные помещены в таблицу 5 и объединены по таким же принципам, как и в предыдущем вопросе.

На данный вопрос анкеты ответило 110 человек, что составило 34,2 % от количества респондентов. Отметим, что 15,7 % опрошенных заявили, что их «все устраивает».

Таблица 5

**Услуга или условие работы в читальных залах
НБ МГУ, которые не нравятся
(количество ответов)**

<p align="center">Организация работы читальных залов</p>	<p>Режим работы – 18 Холод в читальных залах – 16 Проведение лекций на территории читальных залов – 14 Книги не выдают домой – 6 Суббота-выходной – 5 Тишина в читальных залах – 5 Полнота карточных каталогов – 3 Ясная и точная информация об услугах – 1</p>	<p align="center">68</p>
<p align="center">Информационно- техническое обеспечение</p>	<p>Медленный Интернет – 7 Мало ПК – 6 Доступ к сети Интернет – 5 Плохое состояние ПК – 2 Полнота электронного каталога – 1</p>	<p align="center">21</p>
<p align="center">Состояние традиционного фонда</p>	<p>Укомплектованность книжных фондов – 13 Мало новой литературы – 4 Отсутствие некоторых худ. произведений – 1 Мало необходимой периодики – 1</p>	<p align="center">19</p>
<p align="center">Качество обслуживания</p>	<p>Компетентность сотрудников – 2</p>	<p align="center">2</p>

Исходя из ответов, можно внести ряд предложений по устранению озвученных моментов:

- приобретение дополнительных ПК;
- увеличение финансирования для комплектования фонда новой литературой;
- регулярное оформление подписки на периодику;
- своевременное пополнение карточных каталогов;
- завершение ретроконверсии фонда;
- постоянное поддержание тишины в читальных залах.

Справедливости ради хотелось бы отметить, что по всем вышеназванным направлениям ведется постоянная работа. А часть решения вопросов зависит не только от руководства библиотеки, но и от руководства университета. Одним из таких вопросов является температурный режим в читальных залах, который обусловлен экономической ситуацией в стране. Форма обслуживания в читальных залах не предполагает выдачу документов домой, но как альтернативу можно рекомендовать обращение к электронной библиотеке НБ МГУ, а также возможность воспользоваться услугами абонентов. Относительно выходного дня в субботу: это касается лишь одного читального зала из 3-х. В тестовом режиме в читальном зале факультета иностранных языков было введено обслуживание по субботам, но оно не имело массового спроса.

Особенно интересно было узнать у студентов, какую еще услугу они хотели бы получить в читальных залах НБ. В анкете этот вопрос получил 297 ответов. Полученные данные были обработаны и для наглядности отражены в *таблице 6*.

Студентам важно, чтобы фонд НБ пополнялся. Хотим отметить, что среди традиционных ответов были получены и новые. Это «оцифровка актуальных материалов», «электронный читательский билет». Также был ответ, который уточнял, что, наряду с бумажными вариантами книг, хотелось бы использовать и аудиокниги. Отделам, которые принимают участие в комплектовании фонда, необходимо обратить внимание на возможность предоставлять и эту услугу. Также читатели хотели бы пользоваться и электронными ресурсами. Большое количество опрошенных заявляет о желании пользоваться литературой из читальных залов в домашних условиях, что противоречит правилам пользования библиотекой и современному законодательству. Кроме того, 58,7 % респондентов хотели бы видеть

Таблица 6

**Услуги и условия, предложенные респондентами
(количество ответов)**

<p align="center">Досуговые мероприятия</p>	<p>Подвижные игры – 9, из них: - «Бильярд» – 3 - «Дартс» – 2 - «Твистер» – 2 - «Теннис» – 2 Настольные игры – 34, из них: - «Шахматы» – 12 - «Шашки» – 9 - «Монополия» – 5 - «Нарды» – 1 - «Домино» – 1 - познавательные и логические игры в тестовом варианте – 1 - на иностранных языках – 1 - экономические игры – 1 - головоломки – 1 - «Чапаев» – 1 - «Книга-игра» Д. Браславского – 1 Любые игры – 9 Расширенный репертуар мероприятий – 19, из них: - Литературный кружок – 4 - Вечер поэзии – 3 - Литературный круглый стол – 3 - Познавательные мероприятия – 2 - Встречи авторов с читателями – 2 - Ознакомление с трудами преподавателей МГУ – 2 - Живая музыка – 1 - Просмотр фильмов – 1 - Презентации – 1</p>	<p align="center">71</p>
<p align="center">Организация работы читальных залов</p>	<p>Возможность брать книги домой – 20 Продажа канцтоваров на территории читальных залов – 2 Свободный доступ к фондам – 1 Обслуживание без читательского билета – 1</p>	<p align="center">24</p>
<p align="center">Информационно-техническое обеспечение</p>	<p>Электронные варианты книг – 2 Аудиокниги – 1 Оцифровка актуальных материалов – 1 Электронный читательский билет – 1 Копировальный аппарат – 1</p>	<p align="center">6</p>

зоны отдыха на территории читальных залов. Этот показатель очень высокий. Необходимо рассмотреть варианты того, что в условиях МГУ можно предложить пользователям, чтобы эта потребность была удовлетворена.

Сотрудники НБ МГУ уже имеют небольшой опыт проведения игр в читальном зале. Полученный перечень настольных игр поможет разнообразить досуг студентов. Тем не менее, среди всех высказанных мнений 2 респондента придерживаются того, что «библиотека нужна для работы с литературой, а не для отдыха и игр». Отметим также, что среди названных форм досуговых мероприятий студентами были предложены и те, которые являются новыми для НБ. Среди них – ознакомление с трудами преподавателей МГУ, живая музыка, просмотр фильмов.

Также респондентам была дана возможность оценить условия работы и качество услуг, которыми они воспользовались в тот день, когда им была вручена данная анкета. Здесь ответ дали 309 человек, что составляет 96 % от количества опрошенных. *Рисунок 6* наглядно показывает полученные результаты ответов на данный вопрос.

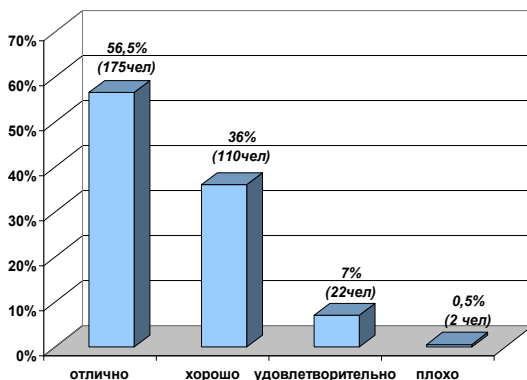


Рис. 6. Сводная оценка условий в читальных залах и качества услуг, полученных в день заполнения анкеты

Видим, что большинство опрошенных студентов остались довольны качеством услуг и условиями в читальных залах в день заполнения анкеты. Напомним, что опрос проводился в течение 3-х месяцев.

Сделав выводы из замечаний и пожеланий респондентов, можно выделить следующие направления и виды работы, которым необходимо уделить особое внимание в нашей библиотеке:

- информирование о сайте НБ МГУ в читательском билете;
- приобретение дополнительных ПК;
- комплектование фонда новой литературой;
- регулярное оформление подписки на периодику;
- своевременное пополнение традиционных и электронных каталогов;
- консультации и библиотечные уроки относительно пользования каталогами;
- завершение ретроконверсии фонда библиотеки;
- расширение репертуара досуговых мероприятий;
- организация зон отдыха.

Проанализировав результаты анкетирования, можно сделать вывод, что в целом библиотека развивается в правильном направлении и удовлетворенность качеством обслуживания читателей в читальных залах НБ МГУ достаточно высока.