

Чернігівський національний технологічний університет

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

ШКОЛА БІБЛІОТЕЧНОЇ ІННОВАТИКИ

***Матеріали
науково-практичних семінарів
2015 - 2017рр.***

Чернігів, 2017

УДК 027.7
ББК 78
Ш 67

Рекомендовано до друку методичною радою Наукової бібліотеки
Чернігівський національний технологічний університет.
Протокол № 08/17 від 04.12.2017 р.

Рецензент: Мороз Н. В., директор наукової бібліотеки
Чернігівського національного технологічного університету

Ш 67 Школа бібліотечної інноватики: матеріали науково-практичних семінарів / уклад. : М. В. Мамоненкова, Н. В. Мороз, Т. А. Сіденко. – Чернігів : Наукова бібліотека ЧНТУ, 2017. – 134 с.

У збірнику представлені матеріали науково-практичних семінарів «Школа бібліотечної інноватики» за 2015-2017 рр., які проводилися на базі Наукової бібліотеки ЧНТУ.

У виданні розміщені доповіді та виступи з досвіду роботи бібліотечних працівників Наукової бібліотеки ЧНТУ..

Збірник адресується бібліотекарям та бібліографам, які цікавляться інноваційними розробками та надбаннями, пошуком та впровадженням нових форм роботи в царині бібліотечної справи

ПЕРЕДМОВА

Наш час – це епоха інформаційно-комунікативних технологій, яка призвела до перевероту у процесах зберігання й передачі інформації. Модерні технології призвели до іншого характеру акумуляції та користування інформацією. Сьогодні за лічені секунди можна дістатися доступу до різноманітних джерел, а швидкість розповсюдження актуальної інформації фактично миттєва. В світлі цих подій бібліотека з місця зберігання та поширення знань перетворилася на пошуково-інформаційний центр з необмеженими інформаційними ресурсами.

Успішне вирішення задач, що постали сьогодні перед університетською бібліотекою пов'язане з використанням інноваційних технологій, що дозволяють організовувати інформаційне забезпечення навчального процесу та наукової діяльності, задоволення інформаційних потреб користувачів.

Відповідні вимоги висуваються й до бібліотечних фахівців. Високий професіоналізм та творчий потенціал працівників – запорука успішної діяльності наукової бібліотеки. У системі формування інноваційної культури та інноваційної бібліотечної політики провідна роль належить безперервній освіті персоналу бібліотеки, креативним формам навчання, серед яких є науково-практичні семінари.

В 2015 році на базі Наукової бібліотеки Чернігівського національного технологічного інституту розпочала роботу «Школа бібліотечної інноватики», яка стала продовженням раніш існуючої «Школи майстерності». Метою створення є підняття та вирішення проблемних питань бібліотечної галузі, та нашої наукової бібліотеки і обмін досвідом роботи: розробка та вивчення нових напрямків роботи, інформаційних технологій, технологічних процесів, що в кінцевому результаті призводить до підвищення професійної майстерності бібліотечних фахівців Наукової бібліотеки ЧНТУ.

В 2015 році на базі Наукової бібліотеки Чернігівського національного технологічного інституту розпочала роботу «Школа бібліотечної інноватики», яка стала продовженням раніш існуючої «Школи майстерності». Метою створення є підняття та вирішення проблемних питань бібліотечної галузі, та нашої наукової бібліотеки і обмін досвідом роботи: розробка та вивчення нових напрямків роботи, інформаційних технологій, технологічних процесів, що в кінцевому результаті призводить до підвищення професійної майстерності бібліотечних фахівців Наукової бібліотеки ЧНТУ.

У представлений збірник увійшли доповіді та виступи працівників Наукової бібліотеки Чернігівського національного технологічного

університету на науково-практичних семінарах, що охоплюють широке коло проблем, які стосуються питань:

- бібліотечної статистики;
- рекламування бібліотеки, функціонування та вдосконалення Веб-сайту, опанування новими інформаційними програмами та сервісами;
- створення університетського репозитарію та можливості переведення бібліотечного фонду на УДК;
- редакційно-видавничу діяльність бібліотеки;
- використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у роботі бібліотек;
- впровадження автоматизованої бібліотечно-інформаційної системи «Ірбіс-64»;
- рекламно-інформаційну діяльність бібліотеки.

Слід зазначити, що теми доповідей та виступів, які були представлені та обговорені в процесі роботи науково-методичних семінарів, стосуються актуальних проблем сьогодення сучасної бібліотеки, напрямків її діяльності.

У своїх доповідях та виступах бібліотечні працівники акцентують увагу не тільки на теоретичних засадах розгляду даних проблем, але й велику увагу приділяють практичному впровадженню та методичному забезпеченню нових технологічних процесів в роботу бібліотеки, які охоплюють дану проблематику.

Науково-практичні семінари є важливим елементом наукової роботи бібліотеки, сприяють підвищенню професійної кваліфікації співробітників, обміну досвідом і розширенню кола наукових інтересів.

Різноманітна наукова та практична проблематика, ґрунтовність доведень, нетрадиційні точки зору на існуючі проблеми – усе це дозволяє сподіватися, що збірник матеріалів науково-практичних семінарів буде корисним і цікавим не лише бібліотечним фахівцям нашої наукової бібліотеки.

Мамоненкова М.В.,
заступник директора
Наукової бібліотеки ЧНТУ

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “БІБЛІОТЕЧНА СТАТИСТИКА”

УДК 024:004.738.5

С. О. Виноградна,
зав. галузевим відділом
документів з менеджменту
та адміністрування НБ ЧНТУ

БІБЛІОТЕКА У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ. ВІДОБРАЖЕННЯ СТАТИСТИКИ ВІДВІДУВАНЬ

Соціальна мережа — соціальна структура, утворена індивідами або організаціями. Вона відображає різноманітні зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними зв'язками. Вперше термін було запропоновано в 1954 році Дж. А. Барнесом.

Дослідження в декількох академічних сферах показали, що соціальні мережі діють на багатьох рівнях, починаючи від родин, і закінчуючи цілими націями, та відіграють важливу роль в тому, як розв'язуються проблеми, працюють організації, та досягають успіху на шляху до власних цілей індивіди.

«ВКонтакте» (vk.com) — соціальна мережа, найбільша в Європі, належить Mail.Ru Group. По даним Similar Web, ВКонтакте є першим за популярністю сайтом в Росії і на Україні, 6-му — в світі.

Проект запущено 10 жовтня 2006 року. Спочатку ресурс показав себе в якості соціальної мережі для студентів і випускників російських вузів. Пізніше став називати себе «сучасним та швидким способом спілкування в мережі». В січні 2014 року щоденна аудиторія «ВКонтакте» складала близько 60 мільйонів чоловік, а в січні 2015 року вже 70 мільйонів чоловік в день.

Якщо бібліотека хоче бути сучасною і орієнтованою на користувача, вона повинна звернути увагу на соціальні медіа і роботу в них. На сьогодні соціальні мережі відіграють дуже важливу роль – послугами Інтернет користується кожен третій українець. В останні роки кількість користувачів національних і міжнародних соцмереж зростає стрибкоподібно.

Трансформація інформаційного масиву в цифрову форму призвела до глобальних змін всієї системи інформаційних комунікацій. Бібліотеки все активніше виходять у соціальні мережі.

У бібліотечному середовищі пов'язують участь бібліотек у соціальних мережах та блогах зі створенням нового іміджу бібліотек на інформаційне обслуговування, спричиненими якісними змінами у сфері виробництва та отримання будь-яких видів інформації.

Впровадження й комплексне використання бібліотечного сайту, блога, соціальних мереж і медіа дасть можливість грамотно й ефективно позиціювати бібліотеку в інформаційному просторі. Соціальні медіа можуть допомогти бібліотекам лобювати свої інтереси у суспільстві, залучити користувачів до обговорення й підготовки бібліотечних подій.

В 2013 році в соц. мережі «Вконтакте» мною була створена група наукової бібліотеки ЧНТУ корпусу № 23.

Отож, зараз я розповім що вона собою представляє. Коли ми заходимо на сторінку групи, то зверху одразу йде її назва. Потім йде опис групи. В нашому випадку там написаний розклад роботи та адреса нашої бібліотеки.

Як і на персональній сторінці, на сторінці групи є стіна де може залишати записи не лише адміністратор, а й всі бажаючі. На сьогоднішній день в групі 13 фотоальбомів, в яких фотографії зустрічей клубу «Радуга», які проходять в нашому читальному залі, також альбом «Наші надходження», в який я заносу фотографії нової літератури. З правого боку стіни є зовнішні посилання. Користувач може в будь який час перейти з нашої сторінки на сайт бібліотеки або на інші сторінки які є в посиланнях. Ведення цієї сторінки допомагає інформувати про новини бібліотеки, нові надходження та події.

На сьогоднішній день в групу входить 90 осіб. Найбільшу частину яких складають студенти і 10 % це аспіранти та співробітники.

Розділ «Статистика спільноти» дозволяє адміністратору:

- переглянути скільки користувачів відвідало нашу групу за день, місяць (Наприклад, в 2014 році в групу завітало 543 осіб)
- у вигляді діаграм або графіків побачити вік та стать гостя
- переглянути з якої країни та міста найбільше до нас заходять (як видно з графіків найбільше з України 95,02%, а місто це Чернігів 81,36%)
- пристрої з яких заходять мобільний або комп'ютер
- звідки прийшов користувач(найбільше через «мої групи»)
- переглянути кількість увійшовши та вийшовши з групи за день або весь час
- и останнє це кількість переглядів документів, фотоальбомів та обговорень.

Отже, на сучасному етапі особливого значення набуває представництво у віртуальному просторі бібліотечних установ як сучасних інформаційних центрів, що виступають одним із базових елементів формування інформаційного суспільства. Представництво бібліотек у віртуальному просторі здійснюється через спеціалізовані інтернет-сайти, які є характерною ознакою трансформації існуючої системи бібліотечного обслуговування та

функціонування яких створює умови для відповідності діяльності бібліотек новим суспільним потребам.

Список використаної літератури

1. Коткина, И. Школьная библиотека в блогосфере: субъективные заметки чумработницы / И. Коткина // Шкільна бібліотека плюс. – 2010. - № 21. – С. 26.

2. Огнева, Ирина. Эффект сарафанного радио. Стань своим в социальных сетях / И. Огнева // Библиотека. – 2013. – № 3. – С. 28-35.

3. Проців, О. Створюємо блог бібліотеки / О. Проців // Шкільна бібліотека. – 2012. - № 3. – С. 51-54.

4. Самсонов, М. Реклама бібліотек в онлайнних соціальних мережах / М. Самсонов // Наукові праці Національної бібліотеки ім. В. І. Вернадського, 2012. – Вип. 33. – С. 532-542

5. Юрик, И. В. Как продвигать библиотеку в Twitter: секреты кухни корпоративного микроблога / И. В. Юрик // Современная б-ка. - 2012. - № 1. - С. 22-29.

УДК 303.6

А. Н. Луговская,
зав. сектором научной
информации и научного
цитирования НБ ЧНТУ

СБОР ДАННЫХ С ПОМОЩЬЮ GOOGLE ANALYTICS

В наше время без интернет технологий почти невозможно представить себе жизнь как обычного человека, так и любой уважающей себя организации. Глобальная сеть, ее аппаратное и программное обеспечение позволяют нам хранить, находить, обрабатывать, передавать и видоизменять громадные объемы информации. Возникли целые науки, разделы знаний и группы специалистов поддерживающих и развивающих этот огромный мир. Миллионы организаций предлагающих свои услуги, товары или просто информацию заинтересованы в том, чтобы быть узнаваемыми, популярными и известными в этом огромном муравейнике. Лучший способ заявить о себе в интернете – это, конечно же, создать свой сайт. Но чтобы этот сайт не затерялся среди миллионов других и стал посещаемым и востребованным нужно знать и контролировать большое число показателей, говорящих о том, что наше детище выполняет свою функцию. Таких показателей очень много. Например: обращения, конверсии, подписчики, возвращающиеся посетители, среднее число просмотров на посетителя, время, проведенное на странице,

количество отказов, тепловые карты и т.д. Но всех их можно обозначить одним простым словом «ПОСЕЩАЕМОСТЬ».

Посещаемость, а точнее анализ ее статистики — это обратная связь, позволяющая оценить правильность ваших действий, направленных на развитие сайта.

Анализ статистики сайта проводится на основе данных о посетителях сайта. Наиболее часто используемый способ, позволяющий узнать, проверить и подвергнуть анализу посещаемость сайта, являются, так называемые счетчики и рейтинги на их основе (их еще называют клиентские системы статистики). По сути это практически одно и то же, и работают счетчики и рейтинги по довольно простому принципу.

Первые счетчики посещаемости были очень простыми и создавались самими разработчиками сайта. Они просто показывали количество посетителей за день и за весь период жизни сайта. Позже функцию отслеживания посещаемости переняли на себя поисковые системы. Первыми из них это делали:

Рамблер;

ЛайвИнтернет;

Mail.ru и пр.

Сейчас эти системы уже не очень популярны или вообще исчезли из просторов сети. Их место заняли Google и Yandex, обладающие просто огромным функционалом, особенно в области поддержки и раскрутки сайтов.

Так в поисковой системе Google есть целый пакет называемый «Инструменты для Веб-мастеров» и важным дополнением этого пакета является Google Analytics.

Главное преимущество веб-сервисов Google и Yandex в том, что они вообще не имеют никакого отношения к сайту. Задача разработчика при их использовании заключается только в правильной их установке — внедрении кода счетчиков во все без исключения страницы своего ресурса. Код счетчика может представлять из себя либо Html фрагмент, либо какой-нибудь скрипт.

Собранную информацию код отслеживания, который установлен на сайте, отправляет в аккаунт Аналитикса с целью их обработки и формирования отчетов. Привязка собранных данных кодом отслеживания к аккаунту осуществляется с помощью уникального идентификатора, вшитого в код.

В результате получается, что если браузер пользователя загружает какую-либо страницу ресурса, то он обязан будет обратиться к этому внешнему по отношению к нам серверу, либо для загрузки картинки информера, либо для загрузки скрипта. Ну, а

этот самый внешний сервер просто считает эти загрузки (отсюда и название — счетчики посещаемости).

И именно для анализа статистики захода пользователей, понимания источников трафика, оценивания заинтересованности аудитории материалами или предложениями и нужно будет погрузиться в тематику того, какие существуют способы узнать и проверить посещаемость сайта, какие данные мы сможем отследить и т.п.

Итак, как было сказано выше, наиболее полноценными системами учета и анализа посещаемости можно считать:

Счетчик Яндекс Метрика — позволяет не только узнать и проверить посещаемость, но и формировать желаемые цели и отслеживать их достижение.

Google Analytics — самая продвинутая из всех доступных бесплатных систем аналитики посещений и поведения пользователей на сайте.

Вообще, довольно давно Аналитикс назывался немного иначе и был платной системой (несколько сотен долларов в месяц за то, чтобы узнать посещаемость и сопутствующие ее параметры), но потом его купил Google и сделал доступным всем желающим.

С помощью Google Analytics можно собирать и анализировать данные различных устройств и цифровых средств.

Саму систему аналитики можно разделить на четыре блока, которые выполняют следующие функции:

- Сбор данных;
- Блок, позволяющий выполнить настройки;
- Блок обработки данных;
- Вывод отчетов в максимально наглядном виде.

Благодаря этим четырем компонентам вы можете собирать, настраивать и анализировать данные по своему сайту.

Давайте в общих чертах рассмотрим как Analytics собирает необходимые данные о сайте. Сама модель сбора учитывает три вещи — пользователей, сессии (сеансы) и взаимодействия.

Пользователь — это посетитель вашего сайта или мобильного приложения;

Сессия (более понятным является термин сеанс) — это время, проведенное на сайте или в приложении;

Взаимодействие — это действия пользователей на сайте.

Эта схема имеет иерархическую структуру, опускающуюся от пользователя до взаимодействия. Пользователей различают на тех, кто посещает наш сайт всего лишь раз, и тех, кто заходил на него несколько раз в день. В системе Google Analytics каждое посещение считается сеансом (сессией), что подразумевает способность

распознавания в рамках нескольких сеансов одного и того же пользователя (вернувшегося).

В свою очередь, сеанс, совершенный на вебсайте, состоит из отдельных взаимодействий. Например, пользователь может зайти на главную страницу и сразу же ее покинуть, что приведет к регистрации Гуглом только одного взаимодействия — просмотр главной страницы. В рамках другого сеанса (сессии) пользователь может посмотреть ролик, а также скачать нужную ему информацию. Получается три взаимодействия.

Эти отдельные взаимодействия в рамках одного сеанса (сессии) называются хитами, которые, в свою очередь, подразделяются на группы, относящиеся либо к хитам, связанных с просмотром страниц, либо с транзакциями, либо с событиями.

Итак, Гугл Аналитикс позволяет оценить посещаемость сайта группируя показатели в такие основные группы как:

- Обзор аудитории;
- Источники трафика;
- Поведение пользователей;
- Конверсия - % пользователей выполнивший ожидаемые нами действия (покупка, скачивание, отзыв и пр.).

Теперь рассмотрим эти показатели на примере статистики сайта библиотеки ЧНТУ.

Рассмотрим главную страницу

Навигационные ссылки

В верхней части каждого экрана в Google Analytics имеются навигационные ссылки. С их помощью организован доступ к четырем основным разделам:

Главная страница. На ней представлен список всех ваших аккаунтов и ресурсов, а также краткая сводка об их эффективности.

Отчеты. Эта страница предоставляет доступ к панелям инструментов и отчетам.

Настройка. На этой странице можно создавать специальные отчеты и просматривать отчеты без выборки (только в аккаунтах Google Analytics Премиум).

Администратор. На этой странице можно управлять элементами Google Analytics (создавать новые ресурсы, изменять права пользователей, добавлять связи с другими аккаунтами и т. д.).

Аккаунты, настройки и диагностика

На каждой странице в Google Analytics также отображается информация об активном в настоящее время аккаунте и предоставляется доступ к настройкам, справочным статьям и диагностическим сообщениям.

Навигация по отчетам

Здесь находится список всех отчетов.

Заголовок отчета

Заголовок отображается в верхней части каждого отчета Google Analytics. Заголовок включает название отчета и элементы управления, областью применения которых является непосредственно данный отчет.

Можно адаптировать стандартный отчет под свои потребности, нажав настроить. Эта функция доступна для многих отчетов.

С помощью кнопки Эл. Почта вы можете обмениваться отчетами с другими людьми, даже если они не зарегистрированы в Google Analytics.

Также можно экспортировать данные отчета для использования в другие приложения, например, в Excel.

Чтобы отчет был всегда под рукой, его можно Добавить в сводку.

При нажатии кнопки Ярлык создается ссылка на текущую конфигурацию отчета. Доступ ко всем ярлыкам предоставлен на панели навигации по отчетам.

Меню выбора диапазона дат позволяет изменить отрезок времени, для которого формируется статистика в отчете. Можно сравнить данные за две даты или за разные периоды.

С помощью регулировки размера выборки можно менять точность отчетов и скорость их создания. В этом меню отражается текущий размер выборки. Оно используем для выбора вариантов: "медленная обработка, более точно" и "быстрая обработка, менее точно".

Вкладки с отчетами

Здесь можно получить всю информацию об эффективности ресурсов. В отчетах Google Analytics данные отображаются в одной или нескольких вкладках, предоставляя возможность просматривать в одном месте сведения, организованные в разном порядке. Большинство (но не все) стандартные отчеты отображаются в Проводнике, в этом случае область просмотра разделяется на две части: график, построенный на основе сведений, полученных в выбранном периоде времени и с конкретным временным шагом (можно изменить над графиком справа), и таблицу с данными ниже. В некоторых отчетах отображаются дополнительные вкладки, например, с основными сведениями или с наложением данных на карту.

Просмотр диаграммы

На большей части вкладок Проводника данные отображаются в виде диаграммы. Доступны следующие элементы управления диаграммой:

Выбор показателя. Позволяет изменить показатели в диаграмме.

Выбор временной шкалы. Позволяет изменить масштаб времени на диаграмме. Можно выбрать день, неделю или месяц.

Тип графика. Имеется два варианта: линейный график и анимированный график.

Можно добавить заметку непосредственно в отчете.

Просмотр таблиц с данными.

В нижней части окна Проводника приводятся данные в табличном виде. Основные параметры и показатели, отражаемые в таблице, зависят от типа отчета и от выбранной группы показателей.

Для табличных данных доступны следующие элементы управления:

Ссылки. Основной параметр. С их помощью можно изменить основной параметр отчета.

Кнопка. Показать на диаграмме. Нажав на нее, вы добавите строки на диаграмму (для их выбора используйте флажки).

Меню. Дополнительный параметр. Позволяет добавить ещё один параметр в отчет.

Меню. Тип сортировки. С его помощью можно изменить порядок отображения строк с данными в таблице.

По умолчанию. Это основная буквенно-цифровая сортировка (в порядке уменьшения значений). Порядок можно изменить, нажав на заголовок нужного столбца.

Абсолютное изменение. Сортировка данных для их сравнения изменений во временных диапазонах, а не абсолютных значений.

Взвешенная. Сортировка данных в процентном соотношении в порядке значимости.

Фильтр. Если вы введете в него термин, то в таблице будут отражены только строки, соответствующие условию поиска.

Кнопки Вид таблицы. Служат для выбора способа отображения таблицы с данными.

Также существует несколько дополнительных элементов управления.

Разбиение на страницы

Ссылка обновить отчет.

В Гугл Аналитиксе существует огромное число вариантов настройки конфигурации. Но если среди них выделить наиболее важные группы инструментов, то получится не так уж и много:

Фильтры — с помощью них можно изменять данные, попадающие в отчеты (включать или исключать что-то), а также изменять их способ отображения в отчетах таким образом, чтобы они лучше подходили под стоящие перед вами задачи.

Цели — в процессе настройки целей в Гугл Аналитиксе создаются новые показатели для отчетов, например, конверсия или коэффициенты конверсии. Цели позволяют указать, какие хиты (к примеру, просмотры страниц или экранов) необходимо

использовать при расчете конверсии. Можно сделать целью, например, отслеживание подписок на новостные рассылки, и при каждой очередной подписке, совершенной пользователем на сайте в аккаунте будет зарегистрирована конверсия.

Группировка — еще один способ преобразования собранных кодом отслеживания данных, позволяющий соединять определенные фрагменты данных, чтобы проанализировать общую эффективность.

Все собранные кодом отслеживания данные, которые прошли обработку, будут доступны в виде отчетов в веб-интерфейсе Аналитика.

В основе всех отчетов лежат комбинации параметров и показателей:

| Страна или регион | Источники трафика | | | Действия | |
|--------------------|--|--|--|--|--|
| | Сессии | Новые сессии, % | Новые пользователи | Показатель отказов | Страницы/сес. |
| ktoNaNovenokogo.ru | 228 132 % от общего количества: 100,00 % (228 132) | 70,43 % В среднем по сайту: 70,39 % (0,06 %) | 160 678 % от общего количества: 100,06 % (160 579) | 79,78 % В среднем по сайту: 79,78 % (0,00 %) | 1,47 В среднем по сайту: 1,47 (0,00 %) |
| 1. Russia | 153 491 (67,28 %) | 70,94 % | 108 886 (67,77 %) | 80,02 % | 1,47 |
| 2. Ukraine | 40 900 (17,93 %) | 70,43 % | 28 639 (17,83 %) | 80,02 % | 1,47 |
| 3. Belarus | 13 741 (6,02 %) | 70,43 % | 9 830 (6,12 %) | 80,02 % | 1,47 |
| 4. Netherlands | 10 900 (4,78 %) | 70,43 % | 7 830 (4,88 %) | 80,02 % | 1,47 |
| 5. (not set) | 1 711 (0,75 %) | 77,73 % | 1 330 (0,83 %) | 76,98 % | 1,44 |
| 6. United States | 1 656 (0,73 %) | 84,42 % | 1 388 (0,87 %) | 86,76 % | 1,30 |
| 7. Moldova | 1 299 (0,57 %) | 70,44 % | 915 (0,57 %) | 81,06 % | 1,38 |
| 8. Germany | 805 (0,35 %) | 77,62 % | 624 (0,39 %) | 81,24 % | 1,41 |
| 9. Armenia | 771 (0,34 %) | 80,67 % | 622 (0,39 %) | 80,93 % | 1,58 |

Параметры

Показатели

Комбинируя разные параметры и показатели система Google Analytics может сформировать необходимый отчет.

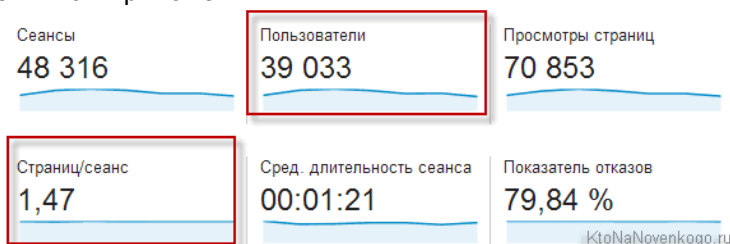
«Параметр» предназначен для описания характеристик данных. Например, параметром сессии может являться источник трафика, откуда на ваш сайт пришел посетитель:

| Источник или канал | Источники трафика | | |
|-------------------------|--|--|--|
| | Сессии | Новые сессии, % | Новые пользователи |
| | 228 132 % от общего количества: 100,00 % (228 132) | 70,43 % В среднем по сайту: 70,39 % (0,06 %) | 160 678 % от общего количества: 100,06 % (160 579) |
| 1. yandex / organic | 127 060 (55,70 %) | 73,50 % | 93 392 (58,12 %) |
| 2. google / organic | 55 916 (24,51 %) | 72,22 % | 40 381 (25,13 %) |
| 3. (direct) / (none) | 24 921 (10,92 %) | 52,31 % | 13 037 (8,11 %) |
| 4. go.mail.ru / organic | 8 635 (3,79 %) | 85,91 % | 7 418 (4,62 %) |
| 5. rambler / organic | 1 272 (0,56 %) | 88,13 % | 1 121 (0,70 %) |
| 6. e.mail.ru / referral | 805 (0,35 %) | 16,77 % | 135 (0,08 %) |
| 7. vk.com / referral | 664 (0,29 %) | 31,17 % | 207 (0,13 %) |

А примером параметра взаимодействия пользователя с нашим сайтом может служить название просматриваемой им страницы:

| Страница | Название страницы | Просмотры страниц | Уникальные просмотры страниц | Средняя длительность просмотра страницы |
|---|---|---|---|---|
| | | 70 853 % от общего количества: 100,00 % (70 853) | 63 477 % от общего количества: 100,00 % (63 477) | 00:02:53 В среднем по сайту: 00:02:53 (0,00 %) |
| 1. / | KtoNaNovenkogo.ru - создание, продвижение и заработок на сайтах | 4 513 (6,37 %) | 3 878 (6,11 %) | 00:01:35 |
| 2. /zarabotok_na_saite/monetizaciya/zarabotok-v-internete-kak-zarabotat-v-seti-bez-vlozhenij-sob-dengi.html | Заработок в интернете — 17 популярных способов заработать деньги в сети без вложений KtoNaNovenkogo.ru - создание, продвижение и заработок на сайте | 2 727 (3,85 %) | 2 483 (3,88 %) | 00:04:02 |

«Показатели» — это количественное измерение данных, которые могут использоваться для подсчета частоты происходящих событий, например, общего количества пользователей на сайте или в мобильном приложении.



В качестве показателей могут использоваться и средние значения, например, среднее количество страниц просмотренных пользователем на сайте в рамке одного.

Чаще всего параметры и показатели отображаются в отчетах Гугл Аналитикса в виде таблиц, в первом столбце которого содержится значение конкретного параметра, а в остальных столбцах — соответствующие показатели.

Есть основные параметры посещаемости сайта, которые позволяют нам узнать и проверить практически любые средства мониторинга:

1. Хиты — чаще всего хитом называют загрузку одной страницы с сайта, т.е. фактически одно обращение к серверу. Перезагрузка одной и той же страницы будет считаться еще одним хитом. Счетчики и другие системы сбора статистики посещений обычно отображают количество хитов сделанных в течении дня.

2. Хосты — это подсчет уникальных сетевых адресов (IP), с которых происходила загрузка страниц вашего сайта. Но один и тот

же мобильный пользователь может в течении дня работать с вашим ресурсом с десятков различных IP, а если ваш проект будет ориентирован на корпоративных пользователей, то велика вероятность того, что многие из посетителей будут сидеть в сети под одним IP адресом.

3. Посетители — сколько уникальных людей посетило ваш ресурс.

4. Сессии — это процесс непрерывной работы пользователя с сайтом. Допустим, если один и тот же посетитель три раза за день заходил к вам через приличные промежутки времени, то это будет засчитано, как один посетитель и три сессии. Для определения сессий просто измеряют время между загрузками страниц вашего ресурса, и если оно превысит 30 минут, то будет зафиксирован разрыв сессии.

Сессии — это одни из самых важных и значимых параметров, который позволяет узнать и проверить качество сайта, опираясь на собранную статистику.

Основные параметры, по которым оценивается поведение пользователей на сайте, являются производными от такого понятия, как сессия в статистике посещаемости:

1. Время сессии — сколько пробыл посетитель на сайте, пока он не сделал перерыва в открывании страниц более 30 минут или не закрыл браузер.

2. Глубина сессии — сколько страниц просмотрел пользователь за один сеанс работы.

3. Точка входа — первая просмотренная посетителем страница за время его сессии. По этому показателю, полученному при анализе посещаемости, можно узнать и проверить качество оптимизации сайта.

4. Точка выхода — последняя просмотренная страница в сессии.

5. Показатель отказов — это параметр статистики посещаемости, который показывает отношение сессий с единичной глубиной (точка входа совпадает с точкой выхода) к общему их числу.

Итак почему нужно пользоваться сервисом Гугл Аналитикс:

1. Мы получаем в использование готовый и профессионально написанный инструмент позволяющий собирать статистику с нашего ресурса.

2. Мы получаем этот мощный инструмент абсолютно бесплатно.

3. Функционал данного сервиса просто огромен и подойдет практически всем.

4. От нас не требуется особых навыков программиста или администратора чтобы подключить к данному сервису наш сайт.

5. Данный сервис обладает внушительным и хорошо написанным хелпом.

6. Данный сервис можно довольно просто связать с другими инструментами гугл, такими как гугл вебмастер и пользоваться этими инструментами одновременно.

7. Данный сервис постоянно обновляется и усовершенствуется. Пользуясь им мы получаем эти нововведения автоматически.

УДК 004:02

І. Ф. Бистрова

зав. сектору відділу інформаційних
технологій та комп'ютерного
забезпечення НБ ЧНТУ

GOOGLE ANALYTICS ЯК ЗАСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ САЙТУ

Вступивши в еру інформаційних технологій, ми вийшли на більш складний етап - принципово новий спосіб комунікації між бібліотеками і користувачами, де в основі лежать віртуальні технології. Це прекрасний спосіб популяризувати, розвивати і просувати ресурси бібліотек. Але просувати ресурси і події бібліотек необхідно продумано і сучасно. Ми робимо те, що в наших силах, можливо, помиляємося, але ми шукаємо нові шляхи, які будуть зрозумілі і цікаві різним аудиторіям, особливо молодіжній.

У нашому випадку, за рахунок безкоштовного рішення «хмарних» технологій, ми намагаємося популяризувати власні фонди, привертати увагу до новинок літератури, до подій соціокультурного життя бібліотеки. Якщо говорити про сервіси, то це Wix.com - міжнародна хмарна платформа для створення і розвитку інтернет-проектів, яка дозволяє будувати професійні сайти на HTML5 за допомогою інструментів drag-and-drop. У перекладі з англійської означає буквально «Тягни-і-Кидай» «Бери-і-Кинь». Wix призначений для створення невеликих сторінок, візиток і може задовольнити потреби простих сайтів. Частково ця проблема вирішується за допомогою Wix App Market - магазину додатків, призначених для користувача, віджетів і плагінів для конструктора сайтів і пропонує чималу кількість рішень для збільшення можливостей. Тут є всі розширення для цього онлайн конструктора, створені сторонніми розробниками і розроблені Wix.

Wix працює по бізнес-моделі Preemium, пропонує можливість створювати сайти безкоштовно і розвивати їх, купуючи корисні поліпшення. Для нас платформа виявилася інтуїтивно зрозумілою і швидкою, не потребувала особливих знань у верстці і

програмуванні. Ми скористалися ключовими можливостями Wix для створення «Бібліодайджеста». Спочатку він створювався як сторінка відділу соціально-правових документів і його головним завданням була реклама книжкового фонду. На даний момент ми змінили структуру і наповнення сайту, постійно займаємося його удосконаленням. Зручна і проста навігація по сайту, присутність закликів до дії (наявність кнопок, посилань), частота оновлення сторінок і різноплановість пропонованої інформації, на нашу думку, повинні привернути увагу відвідувачів сайту, дати можливість збільшити аудиторію і підтримувати її в курсі подій і ресурсів бібліотеки, прищепити любов до читання книг.

Дуже важливо зробити якісний ресурс, але не менш істотно запропонувати користувачам те, що їм потрібно, і в той момент, коли вони готові це прийняти. Щоб цього домогтися, нам потрібно оцінити свої можливості. Найпоширеніша інформація, яку має власник сайту - це кількість відвідувань. Але цього недостатньо для того, щоб оцінити ефективність сайту. Необхідно ще визначити, які сторінки дійсно працюють, а що можна помінати або видалити, тому що відвідувачі туди не заходять. Для цього існує зручний сервіс, який дозволяє нам знати про свої сайти все. Google Analytics - це безкоштовний набір сучасних інструментів веб-аналітики, що надається відомою корпорацією Google для створення детальної статистики відвідувачів сайтів. Вся статистика збирається на спеціальному сервері компанії за допомогою спеціального лічильника Google Analytics. Лічильник має велику кількість інструментів, які дають можливість отримання важливої та корисної інформації про відвідуваність сторінок сайтів, збирає дані про всі переходи на сайт з різних джерел. Система може визначати за яким пошуковим запитом прийшов відвідувач, скільки часу він провів на сайті, скільки сторінок переглянув тощо. Так само можливо відстежити шляхи руху відвідувачів всередині сайту - найбільш відвідувані сторінки, сторінки входу і виходу, найбільш клікабельні посилання. Завдяки багатьом можливостям, сервіс допомагає аналізувати різні характеристики і параметри відвідування, дає можливість оцінити, як взаємодіють відвідувачі з елементами сайту. Регулярний аналіз даних про аудиторію допоможе визначитися, в якому напрямку рухатися і над якими проблемами працювати в першу чергу.

Ключові показники для сайту:

- Кількість відвідувань
- Унікальні відвідувачі
- Кількість сторінок за відвідування
- Середня тривалість перебування на сайті
- Показник відмов.

Відвідування - або сесія - це час взаємодії користувача і сайту. Відсоток нових відвідувань відображає відсоток відвідувачів, які відвідали сайт вперше за час його існування. Чим вище відсоток нових відвідувачів, тим вище здатність вашого сайту залучати нових відвідувачів. Але зростання нових клієнтів може відобразитися негативно. Це може також означати, що відвідувачі рідко повертаються на ваш сайт. Важливим показником також є "унікальні відвідувачі". Їх кількість складається з відвідувачів, які були пораховані тільки раз, незалежно від кількості їх відвідувань за обраний період. 1 унікальний відвідувач може відвідати сайт 2 рази і переглянути 5 сторінок. Загалом, показник унікальних відвідувачів буде менше ніж відвідувань і в свою чергу відвідувань буде менше ніж переглядів сторінок. Число сторінок за відвідування - середня кількість сторінок, переглянутих в ході одного сеансу (середня глибина перегляду).

Середня тривалість перебування на сайті - визначається шляхом ділення сумарної кількості днів перебування користувачів на сайті на кількість сеансів. Показник відмов показує, скільки користувачів відвідали тільки одну сторінку і відразу ж покинули сайт, іншими словами, "відмовилися" від подальшого перегляду.

Показник відмов фіксується у наступних випадках:

1. При закритті вкладки або браузера.
2. Коли користувач скористався кнопкою «Назад».
3. Коли минула сесія - 30 хвилин бездіяльності (терміни дії сесії вказуються в налаштуванні ресурсу: «Ресурс - Код відстеження - Налаштування сеансу»).
4. При переході на новий URL (наприклад, зовнішнє посилання).

Якщо даний показник високий для конкретно взятої сторінки, то вона, швидше за все, не відповідає запитам користувача, і тому потрібно попрацювати над її якістю. Високий показник відмов у Аналітиці означає проблеми в плані поведінкових факторів, що може залежати від безлічі причин. Високий показник відмов не завжди є проблемою, наприклад, користувачі просто часто відкривають ті чи інші сторінки по закладці, не переходячи в інші розділи. Такі ситуації реєструються як відмова, але в них немає нічого поганого. Щоб зменшити показник відмов, найчастіше досить змінити оформлення сайту і настройки коду відстеження в індивідуальному порядку, попрацювати над посилальною структурою сайту, або оптимізувати кнопку з закликом до дії. Поліпшення цього показника (чим менше, тим краще) позитивно вплине на конверсію, і інші показники ефективності.

Основні можливості в роботі з Аналітикою:

Існує можливість самостійно налаштувати персоналізований звіт. У ньому можна вибрати необхідні показники (наприклад, користувачі

і сеанси по містах, країнам) і параметри (наприклад, перегляди сторінок і показник відмов), які будуть представлені в зручному вигляді. Звіти можна отримувати регулярно: за день, тиждень, місяць або будь-який інший період. У будь-який момент їх можна налаштувати так, щоб отримувати тільки ту інформацію, яку необхідно знати про свій сайт.

Сеанс - це період часу, протягом якого користувач активно працює з веб-сайтом.

Місцезнаходження - накладення даних на карту про географічне розташування відвідувачів. Ви можете переглянути статистику з розподілом за параметрами «Країна», «Місто» і «Континент».

Активні користувачі - це сума нових і старих користувачів. Час відвідування - кількість відвідувань, тривалість яких дорівнює зазначеного часу або перевищує його.

Сторінок / відвідування - кількість сторінок, переглянутих користувачем за одне відвідування. Також лічильник має можливість відстеження цілей. Цілями можуть бути як переходи на конкретні сторінки, так і певні дії на цих сторінках.

Цілі - напевно, один з найбільш потрібних і ефективних інструментів. Завдяки їм можна дійсно відстежувати ту статистику, яка потрібна саме вам. Визначаємо для себе, які дії на сайті є найважливішими. Під час налаштування цілей в Google Analytics можна задавати послідовність переходів до мети, тобто шлях, який, на ваш погляд, повинен виконати користувач, щоб досягти цілі, вигідною для вас. Відстеження складової цілі дозволить підвищити ефективність різних сторінок сайту. Наприклад, якщо після відвідування певної сторінки ваші відвідувачі йдуть з сайту, ви можете допрацювати її, щоб не втрачати цінні конверсії. Поділяючи цілі за звичайними категоріями, ви можете ефективно управляти кожною з них окремо. Наприклад: якщо ви поліпшили інтерфейс сайту та користувачі стали більше часу проводити в вивченні вашого продукту, то це буде відмінним результатом.

При досягненні користувачем потрібної вам цілі Google Analytics зараховує конверсію. Якщо для цілі вказана цінність (в грошовому вираженні), то в звіті буде відображатися цінність всіх отриманих конверсій. Присвоївши цілі грошову цінність, ви зможете оцінювати конверсії, що не відбулися, в грошовому еквіваленті. Це дозволить переосмислити оптимізацію конверсійної воронки. Чи потрібно скоротити шлях відвідувача до мети? Або змінити навігаційне меню, щоб утримувати відвідувачів від відходу з сайту? Чи треба спростити дизайн посадкової сторінки? Побачити показники досягнутих конверсій можна в розділі «Переходи». Після того, як ви дізнаєтеся, хто відвідує ваш сайт, скільки часу вони проводять на ньому і що роблять, можна починати роботи по підвищенню рівня

конверсії, тобто зробити так, щоб користувачі більше часу перебували на сайті, робили більше кліків, більше переглядів. Якщо ваш сайт пов'язаний з соціальними мережами, Аналітика допоможе побачити, наскільки така робота проводиться ефективно і скільки трафіку з них наводиться на сайт. Тут можна побачити, скільки відвідувачів прийшло через Twitter або Facebook і проводити експерименти з впровадження різних нововведень, щоб залучити ще більше трафіку. Для більш ефективної роботи сайту, він повинен бути доступний для мобільних пристроїв (планшета, мобільного телефону), через який відвідувачі захочуть зайти на нього. Якщо ваш сайт не надає достатніх функціональних можливостей для користувачів через мобільні пристрої, це може вплинути на його конверсію. Google Analytics надає можливість побачити, скільки людина заходить на сайт за допомогою планшета або мобільного телефону. За допомогою статистики сторінки можна візуально оцінити, як користувачі взаємодіють зі сторінками вашого сайту, і відповісти на наступні питання:

- Чи оптимально оформлено сторінки для досягнення бажаного результату?

- Чи бачать користувачі той контент, який ви хочете їм показати?
- Чи знаходять користувачі те, що вони шукають, на цій сторінці?
- Наскільки ефективні заклики до дії і чи добре їх видно?
- На які посилання натискають користувачі?

Ви можете дізнатися, на які посилання натискали користувачі, починаючи з головної сторінки вашого сайту. Переходити зі сторінки на сторінку можна прямо в інтерфейсі звіту Статистика сторінки: натисніть на будь-яке посилання, і як тільки завантажиться нова сторінка, ви побачите відповідні їй дані.

Швидкість завантаження сторінок сайту - дуже корисна опція GA. Ви побачите, на які сторінки варто звернути увагу, і які заходи вжити для прискорення роботи сайту. Найбільш розповсюджені причини з яких користувачі залишають сайт, не переглянувши більше однієї сторінки – це повільне завантаження сторінки або невідповідність контенту сподіванням користувача. Затримка завантаження сторінки на 1 секунду в середньому знижує коефіцієнт конверсії на 7%. Висока швидкість завантаження сторінок порадує відвідувачів і може збільшити позиції сайту в пошуковій видачі алгоритму Google .

Відстеження подій - це будь-яка взаємодія користувача з контентом сайту, яке необхідно відстежити (натискання на кнопку, перегляд відео, перемикання зображень, скачування з сайту і т.д.).

Звіти в реальному часі надають вам інформацію про відвідувачів, які в даний момент знаходяться на сайті. Можна побачити інформацію про те, скільки відвідувачів зараз знаходиться на сайті,

які сторінки вони переглядають, звідки вони прийшли і їх фізичного знаходження.

Джерела трафіку. За допомогою інструментів від GA можна швидко і легко відстежувати трафік Вашого сайту за конкретний день або певний період. У Google Analytics будь-який звіт можна експортувати в форматах PDF, CSV, TSV. Також їх можна відразу ж відправляти по електронній пошті. На жаль, для нашого сайту, створеного на платформі Wix, немає можливості на даний момент повністю налаштувати систему веб-аналізу. Google Analytics використовується не на повну силу і судження про ефективність веб-ресурсу і прийняття рішень не може відбуватися на основі невірної інформації, що надходить. Для використання Google Analytics необхідна наявність власного домену. Таким чином, Google Analytics доступний тільки тим користувачам, які придбали план Premium і підключили домен, що в подальшому дає можливість підключення інструментів збору статистики Google Analytics або Yandex Metrika. Це є для нас важливим недоліком. Ми не можемо повністю відстежувати відвідуваність користувачами сайту і щоб якимось орієнтуватися в їх кількості, ми додатково встановили лічильник Wix Hit Counter з програми Wix App Market, розроблений Wix. Він, звичайно, не дає нам ніякої інформації, крім кількості відвідувань. Тому, Google Analytics є дійсно потужним інструментом, за допомогою якого можна проаналізувати всі нюанси поведінки відвідувачів сайту, зрозуміти як вони реагують на ті чи інші зміни, а також зрозуміти як можна поліпшити і оптимізувати веб-ресурс, і виробити довгострокову стратегію, спрямовану на реалізацію цієї мети.

Список використаної літератури

1. Знакомимся с Гугл Аналитикс [Электронный ресурс] / М. Довженко // Workformation. – Режим доступа : <http://www.workformation.ru/google-analytics.html>.
2. Wix — популярный бесплатный онлайн-конструктор сайтов с богатыми возможностями [Электронный ресурс] // Интернетные штучки. Режим доступа : http://internetno.net/category/obzoryi/wix_besplatnyj_onlajn_konstruktor_sajtov/
3. Что такое Google Analytics? Сервис, который знает о ваших сайтах всё [Электронный ресурс] / Л. Половинкина // Школа Жизни. ru. – Режим доступа : <http://shkolazhizni.ru/computers/articles/24847/>.

НАУКОВА ПЕРІОДИКА УКРАЇНИ. СТАТИСТИЧНІ ДАНІ

На сьогоднішній день Інтернет-обслуговування користувачів починає перетворюватися з другорядної форми бібліотечної роботи в повноправний вид бібліотечного сервісу. Все більше уваги приділяється обслуговуванню читачів через Інтернет.

Наукові журнали університету підтримують політику відкритого доступу щодо своїх наукових ресурсів. Бібліотека не тільки опікується сайтом бібліотеки, а і формує, оновлює, розміщує кожен окрему статтю наукового видання університету на сайтах. Зовнішні користувачі можуть зайти на сайт бібліотеки, електронного архіву і скопіювати електронне джерело. Для формування сайтів наукових журналів університету та викладки журнальних статей бібліотека витрачає свій трудовий ресурс. Виникає питання, яким чином ми можемо відобразити статистику скачаних документів з цих сайтів? Якщо біля кожної статті стоїть кількість переглянутих та завантажених файлів, чи можна вважати це як кількість виданих мережних документів? На які нормативні акти можна спиратися, щоб не втрачати статистичні дані скачаних документів через мережу Інтернет?

Задаючись цим питанням ми звернулися до Якуніної Наталії Вікторівни завідувача відділу Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, координатора з науково-методичної роботи бібліотек вищих навчальних закладів України.

На що ми одержали наступне роз'яснення:

Можна вважати завантажені файли, як видачу бібліотеки, оскільки бібліотека сама витрачала свій час на цю роботу, а не університет. Якщо бібліотекарі виконували роботу по наповненню сайту університету конкретними документами то це також враховується як діяльність вашої бібліотеки. Нормативні документи стосуються тільки фізичних носіїв (ГОСТ 7.20-2000), але бібліотеки давно вже мають локально на своїх серверах купу документів і цю роботу треба показати тому і зробили в статистичному звіті пункт про кількість документів які обробляють, зберігають, видають локально в бібліотеці.

Розглянемо, що собою представляє база даних «Наукова періодика України».

Проект “Наукова періодика України” (<http://journals.uran.ua>) - це загальнодержавна технологічна платформа на базі Open Journal Systems (OJS), яка забезпечує для наукових періодичних видань України наступні процеси:

- приймання рукописів статей від авторів
- рецензування поданих матеріалів
- редпідготовку та верстку статей
- публікацію журналу
- після публікаційне обслуговування
- підготовку даних для наукометрії
- збір і представлення статистичних даних

Ресурс розвивається на засадах добровільного взаємовигідного партнерства видавців, які бажають, здатні та готові працювати у високотехнологічному веб-орієнтованому середовищі, а також наукових бібліотек та інформаційних центрів України.

Розглянемо статистику та звіти журналу “ Науковий вісник ЧДІЕУ”.

OJS вираховує наступну статистику по кожному журналу. Період "днів до рецензування" вираховується від дати подання рукопису до прийняття початкового рішення редактором; період "днів до публікації" позначає термін від початкового вивантаження автором рукопису до остаточної публікації.

Генератор звіту

OJS генерує звіти, які відслідковують дані щодо обробки подань до журналу за певний період часу. Звіти генеруються у форматі CSV, для перегляду якого необхідне програмне забезпечення для роботи з електронними таблицями.

- Статистика COUNTER
- Звіт про рецензування
- Звіт про передплати
- Звіт про перегляди
- Звіт про використання за період часу
- Звіт про статті
- Звіт про використання OJS
- Генерувати користувачький звіт

Розглянемо користувачький звіт по кількості завантажень

Обираємо параметри які нас цікавлять, в даному випадку я обрала кількість завантажених файлів, вказуємо додаткові параметри, такі як: країна, регіон, місто, місяць, день. Та вказуємо період, за який ми хочемо отримати данні. Розглянемо статистику завантажених файлів з 2012 по 2015 рік.

В результаті ми отримали користувачький звіт в якому бачимо кількість завантажених файлів за весь період, назву статті, яка була

завантажена, скільки разів її завантажили та дату операції. За весь період було завантажено 998 файлів.

Існують і інші методи обліку статистики. Наприклад можна встановити графічний лічильник на сторінці.

На сторінці Наукового вісника встановлено графічний лічильник.

Проект MyCounter спочатку розроблявся як графічний лічильник відвідувань сайту, що дає можливість користувачам самим розробляти дизайн свого лічильника. Однак накопичується статистика відвідування сайту зберігалася не більше одного місяця, а надається статистика, чесно кажучи, була переповернена зайвими подробицями і не давала можливості користувачам швидко знайти цікаву для них інформацію.

Логічним продовженням розвитку проекту MyCounter стала робота над наданням користувачам статистики відвідування сайту в компактному і зручному для сприйняття вигляді. З величезної кількості інформації, що збирається, слід вибрати тільки ту, яка не була б перевантажена зайвими подробицями, і в той же час, надавала якомога більше інформації про відвідувачів сайту. Зараз над цим MyCounter активно і працює!

На даному етапі MyCounter доступні наступні звіти:

- відвідуваність (зведена числова статистика);
- аудиторія сайту (оцінка розміру постійних відвідувачів сайту);
- рекорди сайту (максимальні зареєстровані числові показники);
- активність сайту (розподіл основних числових параметрів відвідуваності протягом доби);
- тижнева активність (розподіл основних числових параметрів відвідуваності протягом тижня);
- операційні системи;
- браузерери;
- параметри екрана;
- підтримка cookies, Java, JavaScript;
- версії flash player;
- годинні пояси (розподіл аудиторії сайту за годинними поясам);
- популярні сторінки сайту;
- домени сайту;
- сторінки що посилаються (сторінки, з яких були переходи на ваш сайт);
- чужі сторінки (сторінки, з яких були зроблені запити вашого лічильника, не є сторінками вашого сайту);
- сторінки накруток (сторінки, які використовуються для накруток лічильника);
- точки входу (сторінки, на які заходять відвідувачі при перегляді вашого сайту в перший раз);

- точки виходу (сторінки, з яких відвідувачі залишають сайт);
- шляхи по сайту послідовність переходу кожного відвідувача між сторінками сайту);
- глибина перегляду (кількість сторінок сайту, переглянутих за кожну сесію);
- час перегляду сайту (час, протягом якого відвідувач проводить на сайті);
- пошукові системи та пошукові фрази список пошукових систем і фраз, за якими відвідувачі знайшли ваш сайт і перейшли на нього);
- країни.

На сайті можна побачити відображення популярних статей, які з авторів користуються успіхом. Окрім статистичних даних можна переглянути цитування тієї чи іншої статті за допомогою Гугл Академії. Розглянемо на прикладі статі Аслан Ольги Вікторівни «МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ», ми бачимо що цю статтю процитували 4 рази.

Робимо висновок, що нинішні читачі, сформовані в умовах техногенного суспільства, які вирости в іншому інформаційному середовищі, мимоволі порівнюють бібліотечні можливості з можливостями інших інформаційних джерел, переважно, не на користь перших. Можливість долучитися до будь - якої інформації, не виходячи з дому, знижує мотивацію до відвідування бібліотек.

Все це потребує переосмислення місця і ролі бібліотек, перебудови їх функцій, виходячи з нових умов. Активний розвиток Internet-технологій відкриває нові можливості для ефективної роботи бібліотечних систем інформаційного обслуговування користувачів в режимі online. І вже зараз можна вважати, що бібліотека може в повній мірі обслуговувати і задовольняти потреби користувачів в мережі Internet.

Список використаної літератури

1. MyCounter [Електронный ресурс]. - Режим доступу : <http://mycounter.ua>
2. Google Analytics [Електронный ресурс]. - Режим доступу : http://www.google.com/intl/ru_ALL/analytics/

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “ПРАКТИЧНІ ПИТАННЯ БІБЛІОТЕЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ”

УДК 021.4

І. Ф. Бистрова,
зав. сектору відділу інформаційних
технологій та комп'ютерного
забезпечення НБ ЧНТУ

БУКТРЕЙЛЕР – СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ПРОПАГУВАННЯ КНИГИ

Вивчаючи інноваційний досвід інших бібліотек, серед нових форм пропагування та рекламування книги, останнім часом активно використовуються буктрейлери.

Буктрейлер – це невеликий відеоролик, який в дозвільній художній формі розповідає про будь-яку книгу.

Перші промо-ролики з'явилися в 2002 році США, коли видавці побачили необхідність у додаткових засобах реклами книжок. Перший офіційний буктрейлер було представлено в 2003 році на книжному ярмарку в Луїзіані (США). Це був ролик до роману «Темна симфонія» — десятої частини багатотомної вампірської саги Крістін Фіхан. З того часу популярність буктрейлерів стала зростати. Їх стали використовувати не тільки в рекламних кампаніях видавництва для підвищення рівня продаж, але і в бібліотеках з метою просування читання книг.

Ціль таких роликів в бібліотеці – пропагувати читання, привернути увагу до книг, зацікавити та заінтригувати читача за допомогою візуальних засобів, характерних для трейлерів та кінофільмів. спонукати до читання. Зазвичай, довжина демонстрації буктрейлера складає не більше 3-х хвилин, щоб не навантажувати глядачів і втримати увагу. Звісно, виготовлення промо-ролика співробітниками бібліотеки має аматорський характер, тим не менше, це подобається читачам більше, ніж традиційна текстова реклама.

При створенні буктрейлера важливим завданням є вибір книги. Мотивацій у виборі книг може бути безліч. Це реклама нових книг, класичної літератури, просування книг-ювілярів, створення буктрейлерів, приурочених до дат і подій або може бути буктрейлер книжкових виставок. Але головне - обрану книгу треба любити, щоб як найкраще її презентувати.

Наступним етапом є створення сценарію, до якого треба ретельно підготуватися. Продумати захоплюючий сюжет, побудувати його таким чином, щоб читачеві було цікаво дізнатися, що буде далі, внести інтригу.

Вибір матеріалів для відеоряду майбутнього буктрейлера теж має неабияке значення. Можна підібрати малюнки, ілюстрації, знайти відео в Інтернеті або зняти власними силами. Головне, щоб це було цікаво. Музика для буктрейлера повинна відображати загальний настрій твору.

Для створення буктрейлера необхідно обрати програму для роботи з відео. Можна використовувати програми Windows MovieMaker або Sony VegasPro.

Для початківців краще взяти Windows MovieMaker. Ця програма здатна брати і обробляти відеофайли з цифрової відеокамери, створювати із зображень слайд-шоу, додавати до відео заготовки, титри, звук, вирізати необхідні фрагменти і склеювати їх, створюючи при цьому ефектні переходи від фрагмента до фрагмента. MovieMaker широко використовується для створення кліпів, відеопрезентацій та обробки аматорського відео. Мінуси програми - одна звукова доріжка, тобто не можна одночасно загрузити два звукових файли (музику і голос).

При використанні цієї програми перше, що ми робимо – імпорт зображень. Вибираємо ті кадри, які ми будемо використовувати в своєму відео та завантажуюмо їх у збірники. Потім власноруч переміщуємо на шкалу часу.

Наступний етап – імпорт звука або музики. Аналогічно завантажуюмо обрану музику або голосове супроводження до збірника.

Для більш плавного переходу кадрів використовується набір відео переходів. Черговість, довжину кадрів ми маємо можливість змінювати за потребою. Наступне, що ми робимо – додаємо назву фільму. Обираємо будь-яку анімацію, шрифт та колір фона і тексту. Також додаються назви на обраному кліпі, титри в кінці фільму. В титрах бажано зазначити, які кадри були використані (якщо це відео з Інтернету) та яка музика.

Заключним етапом створення фільму є його збереження на жорсткому диску ПК,

Після створення відеоролику залишається головне завдання – донесення його до цільової аудиторії. Варіантів може бути декілька : презентувати під час літературних вечорів, зустрічей з письменниками, розмістити на You Tube, Facebook, Twitter або блозі.

Сьогодні бібліотеки повинні бути постійно присутніми у інформаційному просторі та нагадувати про себе широкому загалу користувачів, привертати увагу цікавими презентаціями, відеороликами та іншими засобами з використанням сучасних мультимедійних технологій.

Список використаних джерел

1. Максимова, Н. В. Создаем буктрейлер / Н. В. Максимова // Современная библиотека. - 2013. - № 5. - С. 32-35.

2. Из всех искусств для нас важнейшим является... БУКТРЕЙЛЕР! [Электронный ресурс] // Роза ветров. Север: неофициальный блог библиотеки-музея им. Н. Блинова. — Электрон. дан. — 11 нояб. 2011 г. - Режим доступу : http://murmansk-nordika.blogspot.ru/2011/11/blog-post_2309.html.

3. Поціпух, О. Буктрейлер по-українськи : додаткова промоція книги чи забавки для видавця? / О. Поціпух, О. Хмельовська // Читомо : культурно-видавничий проект. - Режим доступу : <http://www.chytomo.com/news/buktreyleyler-po-ukrayinsky-dodatкова-promotsiya-knyhy-chy-zabavky-dlya-vydavtsya>.

4. Філатов, А. Буктрейлеры : від реклами до нового виду мистецтва / А. Філатов // Літакцент. — Електрон. дан. — 23 січ. 2013 р. — Режим доступу: <http://litakcent.com/2013/01/23/buktrejleriy-vid-reklamy-do-novoho-vydu-mystectva>.

УДК 025.45

К. М. Кілочицька,
бібліотекар I категорії
галузевого відділу документів
з юридичних наук НБ НТУ

ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕВОДУ КНИЖКОВОГО ФОНДУ НА ТАБЛИЦІ УДК

Бібліотека, як багатоступенева структура опрацювання, зберігання та представлення інформації, виражає свій зміст засобами системи каталогів. У даному випадку, систематичний каталог будь-якої бібліотеки не просто каталог, що забезпечує зручність у користуванні фондом, а, насамперед, представлення змісту всього фонду бібліотеки. Він фактично є «паспортом» такого фонду. Без систематичного каталогу немає порядку. Адже порядок визначається тільки організованою системністю, коли є певна змістовна структура організації. Тому можна погодитися з визначенням, що систематичний каталог - це бібліотечний каталог, в якому бібліографічні записи розташовані за галузями знань відповідно до певної системи бібліотечно-бібліографічної класифікації.

Десяткові класифікаційні системи, від своєї появи і до сьогодні, завжди були не тільки інформаційним продуктом прикладного характеру, а й об'єктом дослідження багатьох науковців. Не є винятком і Універсальна десяткова класифікація (УДК), змістова основа і складова якої не раз підпадала під пильне дослідницьке око аналітиків, істориків, бібліографознавців.

У 2000 році вийшло друком україномовне еталонне видання «Універсальна десяткова класифікація», у двох книгах. Перша книга

- це безпосередньо таблиці, а друга – АПП (алфавітно предметний покажчик).

Книга 1 - це зібрання основних таблиць класифікації, допоміжних таблиць та методичні вказівки. Основні таблиці класифікаційної системи представлено десятима розділами.

Універсальна десяткова класифікація (УДК) є міжнародною системою класифікації творів друку й документальних матеріалів. Вона відповідає найістотнішим вимогам до класифікації: міжнародність, універсальність, мнемонічність та надає можливість відображення новітніх досягнень науки та техніки без будь-яких суттєвих змін у її структурі. Такої гнучкості немає жодна з існуючих систем класифікації.

УДК використовується для організації як вузькоспеціалізованих довідково-інформаційних фондів, так і багатогалузевих. Можливість єдиної систематизації інформаційних матеріалів робить систему УДК найзручнішою в процесі обміну інформацією між країнами.

В основі структури УДК - принцип десяткових дробів. Для позначення відділів застосовуються арабські цифри, зрозумілі у всіх країнах, що робить УДК загальнодоступною міжнародною системою. Десятковий принцип структури дозволяє безмежно розширювати її шляхом додавання нових цифрових позначень до існуючих, не змінюючи системи в цілому.

Індекси УДК побудовані так, що кожна наступна цифра, що приєднується до індексу, не змінює попереднє значення, а лише уточнює, визначаючи більш конкретне поняття.

Наприклад, індекс поняття "система PAL" 621.397.132.125 складається так:

6 Прикладні науки. Медицина. Техніка

62 Машинобудування. Техніка в цілому

621 Загальне машинобудування

621.3 Електрика. Електротехніка

621.39 Телекомунікація

621.397 Телевізійна техніка

621.397.1 (вільний)

621.397.13 Телебачення

621.397.132 Кольорове телебачення

621.397.132.1 Системи з одночасною передачею кольорів

621.397.132.12 Із спільним каналом для передачі сигналів

основних кольорів

621.397.132.125 Системи із зміною фази по рядкам (PAL)

За таким же ієрархічним принципом побудовано і допоміжні таблиці загальних і спеціальних визначників.

Розподіл таблиць на основні та допоміжні базується на особливостях понять, які в них відображені.

Основна таблиця містить у собі поняття, специфічні для певних галузей науки, техніки, мистецтва.

Відповідно до десяткової системи всю сукупність знань розділено на десять основних класів:

- 0 Загальний відділ
- 1 Філософія. Психологія
- 2 Релігія. Теологія
- 3 Суспільні науки. Статистика. Політика. Економіка тощо
- 4 (вільний)
- 5 Математика та природничі науки
- 6 Прикладні науки. Медицина. Техніка
- 7 Мистецтво. Декоративно-прикладне мистецтво. Ігри. Спорт
- 8 Мова. Мовознавство. Художня література. Літературознавство
- 9 Географія. Біографії. Історія

Кожен з цих класів підрозділяється на 10 розділів, кожен з яких у свою чергу підрозділяється на 10 підрозділів.

Для полегшення читання і для кращої наочності після кожного третього знака ставиться крапка.

| | | | |
|----|-----|-------|--------|
| 60 | 620 | 621.0 | 621.31 |
| 61 | 621 | 621.1 | 621.32 |
| 62 | 622 | 621.2 | 621.33 |
| 63 | 623 | 621.3 | 621.35 |
| 64 | 624 | 621.4 | 621.36 |
| 65 | 625 | 621.5 | 621.37 |
| 66 | 626 | 621.6 | 621.38 |
| 67 | 627 | 621.7 | 621.39 |
| 68 | 628 | 621.8 | |
| 69 | 629 | 621.9 | |

Крім ієрархії, в УДК використано метод фасетного аналізу. Прикладом слугує побудова розділу 667.6 Покриття і технологія їхнього нанесення. Лакофарбові засоби. Оліфи. Лак, який підрозділяється за фасетами:

- 667.633 Покриття за складом
- 667.634 Покриття за способами нанесення
- 667.635 Покриття за засобами висушування
- 667.636 Покриття за типом підкладки
- 667.637 Покриття за їх властивостями і використанням

В УДК, крім основної, є допоміжні таблиці визначників, котрі використовуються для подальшої деталізації індексу. Наявність визначників, які додають системі гнучкості та багатоаспектності є головним надбанням УДК. Визначники підрозділяються на дві групи: спеціальні (аналітичні) та загальні.

Загальні визначники відображують загальнопоширені характеристики, тобто ті, що застосовуються в усіх або багатьох розділах таблиць.

Загальні визначники можна приєднувати до будь-якого індексу основної таблиці УДК.

Існує дві групи загальних визначників: незалежні та залежні. У разі необхідності незалежні визначники, а саме визначники мови, форми, місця, народів та часу, можна використовувати як самостійні індекси, зокрема, якщо потрібно визначити тільки аспекти місця під час складання картотеки.

Наприклад: (477) Україна

Залежні визначники завжди мають приєднуватись до індексу - це визначники

- 02 Властивості, - 03 Матеріали, - 04 Процеси та - 05 Особи.

Загальні визначники мови містять класифікацію мов. Їх використовують також для позначення багатомовних документів і перекладів з різних мов. Їх розпізнавальний символ =... (знак рівності), наприклад:

=161.2 Українська мова

398=133.1 Фольклор французькою мовою

53(035)=111=161.2 Англо-український довідник з фізики

Загальні визначники рас, народів та етнічних груп створюють із загальних визначників мови, взятих у круглі дужки, та використовують для позначення національностей, народностей або етнічних груп.

Наприклад:

| | |
|------------------------|--------------------------------|
| =111 Англійська мова | (=111) Англійці |
| =161.2 Українська мова | (=161.2) Українці |
| =161.2 Українська мова | 398(=133.1) Фольклор французів |

Загальні визначники форми документів мають символ (0...).

Їх застосовують для класифікування документів за формою і характером викладу: підручник, стаття, довідник, словник, звіт, патент тощо. Наприклад:

54(075.8) Підручник з хімії для ВНЗ

77(091) Фотографія, історія питання

331(094.4) Кодекс законів про працю

Загальні визначники місця мають символ (1/9). Їх застосовують для відображення географічного або територіального аспекту, в якому розглядається тема. Вони дають змогу позначати місце і простір взагалі, фізико-географічні області та зони, ріки, моря, океани, країни й території сучасного та стародавнього світу.

Загальні визначники місця приєднуються до індексу будь-якого розділу, якщо необхідно відобразити матеріал в зазначеному аспекті.

Наприклад:

55(477) Геологія України

69(213.5) Будівництво у тропіках

913(100) Регіональна географія світу

Загальні визначники часу мають символ "...". Їх застосовують для створення підрозділів за хронологічним принципом.

Тисячоліття позначається однією цифрою, століття - двома, десятиліття - трьома, рік - чотирма. Перше століття нашої ери позначено двома нулями "00", тому кожне цифрове позначення визначника є на одиницю меншим за цифрове позначення століття.

Наприклад:

"16" XVII століття

61(52)"08" Японська медицина у IX столітті

Для позначення періоду часу вказуються роки початку і кінця періоду через навскісну риску. Наприклад:

"04/14" період з V по XV століття

"1941/1945" період з 1941 по 1945 рік

Загальні визначники з дефісом мають символ -0. Існує чотири види таких визначників:

- 02 Властивості

- 03 Матеріали

- 04 Процеси

- 05 Особи. Особисті характеристики

Таблиця -02 Загальні визначники властивостей загалом замінює вилучену таблицю визначників точки зору. Вона містить групи властивостей існування, відношення, простору, якості, походження, величин, розмірів, форми, руху, розвитку, послідовності.

Наприклад:

-027.2 Властивості функції

-027.22 Прикладний

51-027.22 Прикладна математика

-022.5 Властивості розміру

-022.51 Маленький

81'24-022.51(076.3) Малоформатні розмовники

Визначники -03 Матеріали застосовують для позначення матеріалів або компонентів, з яких виготовлено предмети або вироби. Їх використовують в усіх розділах УДК, коли аспект матеріалу є другорядною ознакою щодо змісту предмета.

Наприклад:

621.798.1 Тара

621.798.1-033.5 Скляна тара

621.798.1-036.5 Пластмасова тара

Визначники -04 Процеси містять часто вживані загальні поняття, які поки що розміщені в усіх розділах класифікації у вигляді спеціальних визначників з дефісом та з крапкою нуль, наприклад:

| | |
|------------------|--|
| -047.44 Аналіз | 681.5.012 Аналіз (автоматика) |
| -049.5 Безпека | 62-785 Безпека (техніка), 621.039.68 Безпека (ядерна техніка) |
| -047.64 Контроль | 334.02 Контроль (економіка) |

Визначники -05 Особи містять характеристики осіб залежно від посади, роду діяльності, віку, статі тощо. Наприклад:

24-05 Буддисти

616-083-055.1 Санітари-чоловіки

Загальні визначники -05 не можна використовувати як видоутворювальний засіб. Наприклад:

Індекс 687-055.2 може мати тільки одне значення - Жінки у швейній промисловості, але ні в якому разі не Жіночий одяг (це поняття має індекс 687.12).

Індекс 82-053.2 може мати тільки одне значення - Дитяча літературна творчість (або діти-письменники), але ні в якому разі не Дитяча література (індекс 82-93).

Спеціальні визначники відображають локально розповсюджені характеристики, тобто ті, що застосовані в одному або кількох розділах основної таблиці.

Спеціальні визначники розрізняють за їхніми символами:

-1/'9 - визначники з дефісом (крім -0 - Загальні визначники з дефісом);

.01/.09 - визначники з крапкою нуль;

'1/'9 - визначники з апострофом.

Для наочності спеціальні визначники виокремлюють вертикальною рисою на полях таблиць.

Спеціальні визначники найчастіше розробляються і використовуються в основній таблиці та наводяться безпосередньо у розділі, в якому застосовуються.

У допоміжних таблицях загальних визначників спеціальні визначники розробляються та застосовуються рідше, переважно їх використовують у визначниках форми та місця.

Спеціальні визначники з дефісом та крапкою нуль виконують подвійну роль:

1) спеціальний визначник у поєднанні з індексом розділу, в якому його наведено, позначає загальне поняття певної галузі знання, якщо це поняття відсутнє серед основних індексів розділу, наприклад:

62-66 Тверде паливо як джерело теплоти машин та установок

66.022 Технологічні методи обробки

2) той самий визначник як переміщувана частина індексу (у поєднанні з будь-яким індексом певного розділу) виконує аналітичну функцію, уточнюючи конкретне поняття, яке позначено цим індексом, наприклад:

621.43-66 Двигуни внутрішнього згоряння на твердому паливі

664.78.022 Технологічні методи обробки зернових

Предметна деталізація, запозичена з інших джерел (не УДК) визначає засоби приєднання до індексу УДК запозичень з інших систем позначень за допомогою * (зірочка-астериск) та алфавітних підрозділів.

Наприклад:

546.42.027*90 Стронцій 90 (атомне масове число ізотопу)

597.53 Ніпросампус Морський коник

821.133.1 Мольєр Твори Мольєра

УДК має великий набір різних знаків (символів). Їх основне призначення - фіксування відношень між поняттями, що відображені в документах, і утворення правильного пошукового образу, що забезпечує повноту та точність пошуку інформації.

Знак приєднання + (плюс) означає наявність в документі двох і більше незалежних одна від одної тем або формальних особливостей. Його застосовують для об'єднання як основних індексів, так і визначників. Знак має властивість зворотності. Це означає, що індекси зі знаком "плюс" можна писати у будь-якому порядку. Знак приєднання потребує дублювання у каталозі.

Наприклад:

622+669 Гірнична справа та металургія

669+622 Металургія та гірнична справа

669(44+460) Металургія Франції та Іспанії

Знак приєднання не можна замінювати ні знаком поширення, ні знаком відношення. Індекси, утворені знаком приєднання, називаються складеними.

Знак "плюс" застосовують в усіх розділах таблиць УДК.

Знак поширення / (навскісна риска) призначений для скорочення нотації (умовних позначень) зі збереженням логічності поділу і для узагальнення ряду послідовних індексів, які не мають у таблиці загального (родового) індексу. Застосування знака поширення призводить до розширення значення індексу УДК. Завдяки цьому знаку відбувається злиття кількох окремих понять, розміщених одне за одним, у загальне.

Наприклад:

011/016 Бібліографії

011 Універсальні і загальні бібліографії

012 Бібліографії творів окремих авторів і окремих творів невідомих авторів

014 Бібліографії праць за певними особливостями

015 Бібліографії за місцем видання

016 Галузеві бібліографії

017/019 Каталоги

Знак поширення часто зустрічається в самій таблиці, а також може застосовуватись на розсуд бібліотекаря. У разі самостійного використання знака необхідно переконатись в наявності такої умови: загальної побудови ряду індексів, які об'єднуються. Після індексу зі знаком / (навскісна риска) можна використовувати загальні та, за необхідності, спеціальні визначники, а також знаки : (двокрапка) та + (плюс) за загальними правилами.

Цей вид об'єднання індексів є незворотним. Індекс зі знаком поширення називається складним.

Знак відношення : (двокрапка) об'єднує між собою індекси двох понять (предметів, тем), взаємопов'язаних за суттю; при цьому утворюється складений індекс зі значенням, яке не збігається зі значенням кожного з них окремо, - якісно новий індекс.

621.384.634:621.318.3 Сінхротрони - електромагніти (Електромагнітні сінхротрони)

635.965:632.38 Кімнатні рослини - вірусні хвороби (Вірусні хвороби кімнатних рослин)

678.01:536 Властивості високомолекулярних речовин - теплота (Теплові властивості високомолекулярних речовин)

821.111:27-23 Англійська література - Біблія (Вплив Біблії на англійську літературу)

"Двокрапка" є потужним інструментом, проте досить невизначеним, бо вказує, що відбувається зв'язок, але не вказує ні на тип зв'язків, ні на їх послідовність.

Складені індекси з двокрапкою можуть бути зворотні (інверсовані).

Методи утворення складених індексів зі знаком відношення детально викладені у шостому правилі індексування.

Знак подвійного відношення :: (подвійна двокрапка) закріплює певний порядок двох і більше компонентів у складеному індексі, що робить його незворотним. Він має важливе значення для машинного пошуку, централізованої каталогізації. Наприклад:

575::576.3 Цитогенетика

Квадратні дужки [...] - знак, який використовують в складних та складених індексах усіх розділів УДК. За квадратні дужки виносять визначники, що є спільними для двох і більше індексів, а також виносять індекс, який повторюється.

Наприклад:

[622+669](477) Гірнична справа та металургія України
[004.42:7.05]-051 Комп'ютерні програми - дизайн - особа
(програміст-дизайнер)

Квадратні дужки використовуються також для запобігання непорозумінням у деяких комбінаціях з двокрапкою. Наприклад:

27:24(540) "Християнська релігія" щодо "Буддизму в Індії"

[27:24](540) "Християнська релігія щодо буддизму" в Індії

Коли в індексі є два й більше знаки відношення, і необхідно показати, що один з індексів стосується сукупності інших, теж використовують квадратні дужки.

Наприклад: 004:[621.771.016.3:669.14] Застосування ЕОМ при холодній прокатці сталі

Якщо індекс зі знаком відношення або зі знаком приєднання не можна вмістити в один рядок, то необхідно перенести його на наступний, при цьому обов'язково повторювати знак + або :, який стоїть перед наступним індексом.

Апостроф ' розглянуто в характеристиці спеціальних визначників.

В УДК є ще один засіб деталізації — це підрозділення за аналогією, тобто паралельне підрозділення. У таблицях воно позначається "підрозділяти як". Застосування такого виду підрозділення базується на формальному збігу основи двох і більше розділів. Паралельне підрозділення подано як примітку до багатьох розділів основних і допоміжних таблиць. Наприклад:

611.2 підрозділяти як 616.21/.26, тобто підрозділи 616 є вихідними індексами, закінчення яких можна приєднувати до потрібних індексів у розділі 611

| | | |
|---------------|------------|---------------|
| 611.21 Ніс | відповідає | 616.21 Ніс |
| .22 Гортань | —"— | .22 Гортань |
| .23 Трахея | —"— | .23 Трахея |
| .24 Легені | —"— | .24 Легені |
| .25 Плевра | —"— | .25 Плевра |
| .26 Діафрагма | —"— | .26 Діафрагма |

Різнця полягає лише у тому, що індекси у лівому стовпчику означають поняття анатомії, а у правому - патології.

Методика індексування — це сукупність заходів та правил побудови індексів УДК для понять, які відображають основний зміст документа або запита.

Основним завданням методики є забезпечення одноманітності підходу до створення індексів.

Для виконання цього завдання розроблено правила індексування за УДК.

Правило перше

Індексувати документ за його основним змістом.

Наприклад, заробітна плата на будь-якому підприємстві буде 658.32 по відношенню до конкретної галузі.

Правило друге

Чітко визначити предмет та аспект його розгляду.

Наприклад:

канали

(аеродинаміка) 533.697.3

(гідродинаміка) 532.537

(гідрологія) 556.53

(гідротехніка) 626

кабельні (будівництво) 692.77 тощо

Правило третє

Загальні визначники з дефісом -02, -03, -04 і -05 не можуть використовуватись як самостійні індекси.

Загальні визначники мови, форми, місця, народів та часу також не рекомендується використовувати як самостійні індекси. Проте при організації спеціальних каталогів та картотек можливо використовувати їх як основні індекси, зокрема в картотечі за формою видань.

У разі відсутності в таблицях УДК основного індексу на поняття та при необхідності відобразити загальні питання або тему в цілому, можна використовувати спеціальні визначники в комбінації з індексом основної таблиці як основні. До того ж, спеціальні визначники застосовуються у даному випадку тільки у рамках розділу, де вони розроблені.

Наприклад:

62-192 Надійність

616-001 Травми

Правило четверте

При індексуванні документів рекомендується така послідовність пошуку складових індексу:

0/9 (індекс основної таблиці)

'1'/9 (спеціальні визначники з апострофом)

.01/.09 (спеціальні визначники з крапкою нуль)

-1/-9 (спеціальні визначники з дефісом)

-02 (загальні визначники властивостей)

-03 (загальні визначники матеріалів)

-04 (загальні визначники процесів)

-05 (загальні визначники осіб)

інші загальні визначники

Правило п'яте

Утворення складних індексів.

Складні індекси - це індекси, що утворюються сполученням основного індексу із загальним або спеціальним визначником, а

також індекси, що утворюються за допомогою "косої риски" (/). Для побудови складних індексів застосовують таку послідовність приєднання визначників до індексу або до спеціального визначника, який використовують як основний індекс:

'1/9; .01/.09; -1/-9; -02, -03, -04, -05; (0...); (1/9); '...'; =...; (=...).

Наприклад:

622.341.1'17.002.67(477)"18"=112.2 Залізорудна гірнична
промисловість - відходи - побічна продукція - Україна - 19 сторіччя -
німецька мова

Якщо зміст документа вимагає цього, то послідовність приєднання визначників може бути порушено.

Наприклад:

622.33(477)Вугільна промисловість України
(477)622.33 Україна. Вугільна промисловість

Правило шосте

Утворення складених індексів УДК.

Складені індекси утворюються із двох і більше простих або складних індексів за допомогою знаків відношення та подвійного відношення. Значення складеного індексу завжди більш вузьке, ніж значення його основних складових частин. На перше місце ставиться індекс, який відображає основну тему документа. Індекси, що приєднуються за допомогою двокрапки тільки уточнюють, деталізують основне поняття, яке відображене в першому індексі.

Наприклад:

621.74:669.2/.8 Лиття кольорових металів, де...

621.74 Лиття

669.2A8 Металургія кольорових металів

Правило сьоме

Правило першого згадування.

Якщо тема в цілому не може бути відображена одним індексом УДК, а лише кількома, то роботи загального характеру, в яких розглядається ця проблема, групуються під індексом, в якому тема згадується вперше, тобто під індексом найменшої абсолютної величини.

Наприклад:

Посібник з обробки металів отримає індекс 621.7(075), незважаючи на те, що для обробки металів є два індекси 621.7 Обробка в цілому та 621.91 Обробка різанням.

Правило восьме

Алгоритм практичного індексування за УДК.

Процес індексування можна подати у вигляді переліку операцій, які виконуються послідовно:

- ознайомлення із змістом документа;
- формулювання основного змісту або відбір понять, які

відображають основний зміст документа;

- аналіз семантичної ролі понять основного змісту документа (поділ на

- основні й допоміжні поняття);

- визначення тематичного розділу таблиць УДК, в якому необхідно шукати поняття, що індексується, шляхом пошуку індексу в АПП;

- визначення індексів для понять, які індексуються, або їх складових;

- перевірка відповідності значень отриманих індексів і понять;

- визначення відношень між поняттями основного змісту для відбору знаків з'єднання індексів цих понять в єдиний індекс документа;

- компонування індексу як результат використання правил.

У ході аналізу документа бібліотекар має з'ясувати тему документа, встановити, з погляду якої галузі знання вона розглядається, в яких саме аспектах визначити наукову і художню цінність твору. Крім того, з'ясовуються формальні ознаки документа - його форма, цільове і читацьке призначення, мова викладу матеріалу. Щоб з'ясувати всі необхідні відомості, слід детально ознайомитися з документом безпосередньо. Навіть детальна анотація не може замінити такого ознайомлення. Для цього немає необхідності читати документ повністю, досить здійснити його бібліографічний перегляд, тобто детально ознайомитися з елементами твору. Починають перегляд з титульного аркуша, на якому подано основні відомості про автора і назву твору, його жанр і читацьке призначення, назву серії та видавництво, інші відомості, що допоможуть з'ясувати основний предмет розгляду, галузь знання, в аспекті якої він досліджується. Велику допомогу може надати бібліотекаря видавнича анотація, надрукована на звороті титульного аркуша або на останній сторінці книги. Проте обмежуватися анотацією не можна, оскільки через свою лаконічність вона не в змозі абсолютно повно передати всі аспекти змісту, до того ж вона може бути просто невдалою, однобічною. Розміщений у науковій книзі "Зміст", у якому подано і перелік усіх розділів, глав тощо, добре розкриває сутність документа, дає змогу виявити його найголовніші питання. Корисно ознайомитися з передмовою і післямовою, в яких розглядаються й оцінюються як твір у цілому, так і основні аспекти його змісту. Певну допомогу можуть надати додатки, покажчики, список використаної літератури. Проте головне джерело інформації про зміст документа - його текст. Склавши загальне уявлення про твір, бібліотекар має переглянути його текст. По-перше, слід ознайомитися зі вступом або першими рядками тексту, із висновками або резюме, адже тут сам автор формулює

тему роботи, її основні напрями, називає методи дослідження, робить висновки. Нарешті, вибірково переглядається текст, звертається увага на виділені шрифтом рядки, абзаци.

Іноді зміст документа буває надто складним, вузькофаховим, не досить добре зрозумілим бібліотекарю. У такому разі звертаються до довідкових матеріалів, бібліографічних покажчиків, навчальної та програмно-методичної літератури тощо. Буває, що й це не задовольняє бібліотекаря, наприклад, якщо тема нова і недостатньо відображена в літературі. Доцільно в такому разі звернутися до фахівців з числа користувачів інформацією або навіть у відповідні галузеві наукові установи.

Тільки маючи досить повне уявлення про документ, можна приступати до визначення, які саме ознаки змісту і формальні ознаки документа доцільно відобразити в ПОД, та до прийняття класифікаційного рішення, тобто до визначення індексу. Розшукувати індекс основної таблиці можна двома шляхами. По-перше, послідовно переходячи від більш загальних ділень таблиць до більш конкретних. Такий багатоступінчастий пошук можна обмежити двоступінчастим, якщо скористатися абетково-предметним покажчиком до таблиць класифікації, знайти в ньому індекс потрібного ділення, а потім цей індекс знайти в основній таблиці.. Другий ступінь обов'язково потрібний, не можна надавати індекс документу з алфавітно предметного покажчика (АПП), його слід перевірити в таблиці, звернути увагу на посилання й методичні вказівки до відповідного ділення. Слід зазначити, що методичні вказівки для бібліотекарів, посилання, що є в таблицях, надають велику допомогу в процесі систематизації, забезпечують правильність індексації.

В УДК формул немає, тут визначено лише шлях пошуку індексів: спочатку визначають індекс основної таблиці, якщо його недостатньо, використовують спеціальні визначники зі знаком апостроф ('), якщо немає відповідного визначника, застосовують спеціальні визначники зі знаком "крапка нуль" (.0); якщо і такого немає, застосовують спеціальні визначники з дефісом потім загальні визначники з дефісом і, нарешті, інші загальні визначники. Фіксувати знайдені індекси можна в тому порядку, який відповідає потребам конкретного пошукового масиву. Важливо враховувати, що деякі визначники допомагають поглибити розкриття теми, інші - уточнюють формальні ознаки документа. Як правило, саме спеціальні визначники і поглиблюють розкриття теми, конкретизують її у змістовому плані, тому завжди розташовуються після індексу основи її таблиці.

Загальні визначники дають змогу групувати матеріал за однією специфічною ознакою, і ознака ця може проявлятися на різних

рівнях. Наприклад, усі документи з історії математики можуть бути зібрані разом, і тоді вони матимуть індекси:

51(09)2 Історія алгебри;

51(09)3 Історія геометрії

Але можна ці ж документи включити у ділення конкретних дисциплін:

512(09) Історія алгебри;

513(09) Історія геометрії.

Загальний визначник може бути винесений і на початок індексу, якщо саме він передає основну комплексоутворювальну ознаку:

(051)63 Реферативні журнали з сільського господарства.

=20(031)61 Довідкові матеріали з медицини, надруковані англійською мовою.

(477.9)634.8 Виноградарство в Криму.

Після визначення класифікаційного індексу необхідно здійснити оформлення класифікаційних рішень на титульному аркуші, на оправі документів, у книжкових формулярах, на картках каталогів, картотек.

Завершальним етапом систематизації є редагування прийнятого рішення і його оформлення, тобто перевірка правильності. Для забезпечення належного рівня редагування бажано, щоб його здійснювала інша особа (редактор, керівник відділу). Якщо це неможливо, то сам бібліотекар редагує прийняті рішення, але коли мине певний час, наприклад, наступного дня.

Бібліотекар, здійснивши аналіз документа, розібравшись у змісті та інших його ознаках, має змогу без зайвих витрат часу сформулювати предметну рубрику для абетково-предметного покажчика до систематичного каталогу або картотеки, до змісту бібліографічного посібника. Тому в разі потреби процес систематизації доповнюється предметизацією.

Індексування документів забезпечує розкриття змісту первинних документів». Видами індексування виступають предметизація, систематизація і координатне індексування, в основі яких лежать різні види інформаційно-пошукових мов.

Предметизація і систематизація - найпоширеніші процеси аналітико-синтетичної обробки документів, які забезпечують організацію і пошук первинних документів у фондах, традиційних і автоматизованих пошукових системах і мережах. Ці види обробки здійснюються на основі ІПМ предметного і класифікаційного типу. Предметизація і систематизація дають характеристику документів за змістом, формуючи їхні пошукові образи у вигляді предметних рубрик і класифікаційних індексів.

Мова предметних рубрик має у своїй основі природну мову, формалізовану за певним і правилами. Мовами класифікаційного

типу, які використовуються в Україні, є УДК, ББК, МПК. І мова предметних рубрик, і УДК, й ББК потребують сьогодні пристосування до потреб українських користувачів.

Незважаючи на наявність таблиць класифікації та рубрикаторів, процеси систематизації і предметизації трудомісткі й доволі суб'єктивні. Перспективним шляхом забезпечення їхньої високої продуктивності, якості й глибини відображення ознак первинних документів з одночасним усуненням суб'єктивності є автоматизація. Особливо важливо забезпечити предметизацію й автоматизацію документів в автоматизованому режимі для автоматизованих інформаційних мереж, оскільки це дає змогу оперативно обробляти значно великі об'єми документів за єдиними методичними положеннями.

Список використаної літератури

1. ГОСТ 7.90-2007. Универсальная десятичная классификация : [Электронный ресурс] : Структура, правила ведения и индексирования. – Изд. офиц. – 22 с. – Режим доступа : Интернет. – (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).

2. Універсальна десяткова класифікація [Текст] у 2 кн. Кн. 1 Таблиці: пер. з англ. / гол. ред. М. І. Сенченко, USD Consortium, Кн. палата України. – К. : Кн. палата України, 2000. – 932 с.

3. Ахвердова, М. Універсальна десяткова класифікація. Підготовка другого видання [Текст] / М. Ахвердова, Н. Чунакова // Вісник Кн. палати. – 2008. – № 1. – С. 20–23.

4. Кушнарєнко, Н. М. Наукова обробка документів [Текст] : підручник / Н. М. Кушнарєнко, В. К. Удалова. – К : Вікар, 2004 – 328 с.

5. Сєрбін, О. Історико-технологічні особливості еволюції систематичного каталогу бібліотеки: досвід майбутнього у новизні минулого [Текст] / О. Сєрбін // Бібліотечний вісник. – 2012. - № 4. – С. 3-12.

6. Сєрбін, О. „Таблиця відповідності скорочених варіантів УДК і ББК” як приклад консолідації різноструктурних класифікаційних систем [Текст] / О. Сєрбін // Бібліотечний вісник. – 2011. - № 4. – С. 29-37.

7. Сєрбін, О. УДК українською мовою: історичні аспекти створення та аналітичний огляд структури [Текст] / О. Сєрбін // Бібліотечний вісник. – 2008. - № 5. – С. 10-16.

ЯКІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО, НАУКОВОГО ТА ВИХОВНОГО ПРОЦЕСІВ

На сучасному етапі в умовах розвитку інформаційно-комунікативних технологій та інтенсивного зростання інформаційних ресурсів від бібліотек вимагається постійне оновлення традиційних функцій та впровадження інноваційних форм і засобів задоволення потреб та надання необхідних послуг користувачам.

Головним напрямком інформаційно-бібліографічного забезпечення навчального, наукового та виховного процесів є забезпечення доступності документів, інформації для ефективного розвитку освітньої та наукової діяльності на основі повного задоволення інформаційних потреб науковців, викладачів та студентів на базі новітніх інформаційних технологій.

Інформаційно-бібліографічне забезпечення це супутник освіти, помічник тих, хто веде цілеспрямований пошук інформації, оволодіває раціональними методами роботи над книгою і текстом. Це необхідний інструмент в роботі науковця, студента, викладача.

Сьогодні інформаційно-бібліографічне забезпечення в значній мірі визначає характер бібліотеки як науково-освітнього, інформаційного та культурного центру.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій впливає на зміст та форми інформаційно-бібліографічної роботи. Інформаційно-бібліографічний фонд в його звичайному вигляді доповнюється і замінюється електронними джерелами, які створюють основу для виконання різноманітних запитів користувачів.

Для ефективного виконання інформаційно-бібліографічного обслуговування користувачів бібліотека відділу соціально-правових документів використовує:

- система традиційних каталогів та картотек;
- фонд довідково-інформаційних видань;
- електронний каталог;
- пошукові системи Інтернет;
- електронний фонд бібліотеки;
- видання ЧНТУ: журнали, учбово-методичні матеріали, матеріали конференцій, круглих столів;
- повнотекстову базу даних – використовувати можна тільки з сервера (АРМ – повнотекстова база є).

На сьогодні залишаються актуальними традиційні методи обслуговування за допомогою алфавітного, систематичного каталогів, довідкового фонду бібліотеки.

Автоматизація бібліотек прискорила застосування нових форм інформування користувачів веде до нового рівня інформаційно-бібліографічного забезпечення, що дозволяє мінімізувати затрати часу на отримання якомога більш інформації.

На потребу студентам, науковців і викладачів відділом нашої бібліотеки університету пропонується автоматизована система «Ірбіс» на базі якої було сформовано дві інформаційні бази

- БД «JORN - База даних періодичних видань»

та

- БД «BOOK – База даних книг»

Електронні каталоги це достойний помічник у пошуку інформації
Для отримання інформації можливо скористатися різними пошуковими способами:

- Поиск по словарю
- Комплексный поиск
- Для «умников»
- Последовательный поиск
- Поиск по связи
- Отбор по основному словарю

Електронний каталог бібліотечної системи «Ірбіс» передбачає представлення бібліографічної інформації для всіх типів документів і вирішує такі основні завдання:

- забезпечення нового, рівня якості каталогізації та одночасно полегшує процес бібліографічного опису;
- задоволення інформаційних потреб науковців та студентів, також підготовка бібліографічних списків.

наприклад:

«оптимизированный формат»

349.2

Б 73

Богдан, Ірина.

Поняття "творчість" як категорія трудового права [Текст] / І. Богдан // Юридична Україна : щомісячний науковий журнал. - 2012. - № 5(113). - С. 61-68. - Бібліогр.: с. 61, 62, 67, 68

(Шифр в БД ЮУ001/2012/5(113))

ГРНТИ

УДК

10.63

349.2

Рубрики:

Трудове право

Україна

Присутні екземпляри у відділах: _усього 1 : КНЮЛ (1)

Вільні: КНЮЛ (1)_

«для просмотра персоналій документа»

Персоналія Корецький В.М. (Володимир Михайлович) (1890-1984) (о нем)

340

Д 33 Денисов, В.

Володимир Михайлович Корецький - видатний вітчизняний юрист - міжнародник [Текст] / В. Денисов // Право України = Юридичний журнал : науково-практичне фахове видання. - 2012. - **№ (3-4)**. - С. 529-533. - ISSN 0132-1331(Шифр в БД ПУ003/2012/(3-4))

ГРНТИ

13.41

УДК

340

016

Рубрики: Право в цілому. Методи та допоміжні правничі науки
Галузева бібліографія
Україна

Дод. точки доступу: Корецький, Володимир Михайлович (1890-1984) \о нем\

Присутні екземпляри у відділах: усього 2 : КНЮЛ (1), КХ_ЧЗ_1 (1)Вільні: КНЮЛ (1), КХ_ЧЗ_1 (1)

Для полегшення оволодіння програмою були створені інструкції з різних процесів. За потребою ведеться роз'яснювальна та практична індивідуальна робота з кожним користувачем.

Співробітники бібліотеки допомагатимуть своїм користувачам у пошуку необхідної інформації як в традиційному так і в автоматичному режимах.

Досить об'ємна робота ведеться по індивідуальному інформуванню користувачів. Саме тому однією із основних форм інформаційно-бібліографічної роботи є надання довідок. Довідки, спрямовані на допомогу науково-дослідницькій роботі студентів, викладачів та науковців.

Головними каналами інформування і надалі будуть виставки нових надходжень до фонду бібліотеки: постійно діюча виставка «Нові надходження», Користується великим попитом «Поличка науковця». Підбірка інформації яка представлена у вигляді тематичних виставок, виставок до дня кафедр віртуальних виставок: це ті краплинки, які виливаються у море інформації, яка направлена на забезпечення начального, наукового та виховного процесів.

Кількість користувачів, зацікавлених цією інформацією, зростає за рахунок того, що інформація розміщена на сайті бібліотеки, з якими зможуть ознайомитись віддалені користувачі, що дозволить більш оперативно й візуально ознайомитись з новою літературою, визначити інформаційну цінність окремих документів для теми дослідження.

Традиційний напрямок наукової роботи бібліотек ВНЗ – створення бібліографічних покажчиків як в друкованому так і в електронному вигляді:

Працівниками відділу нашої бібліотеки були створені такі покажчики:

В друкованому вигляді:

- Біобібліографічний покажчик «Шашків Богдан Іванович».
- Бібліографічний покажчик «Вища освіта – Болонський процес».

В електронному вигляді:

- Бібліографічний покажчик «Філософські дисципліни» з розміщенням на сайті бібліотеки.
- Бібліографічний покажчик «Праці викладачів» доопрацьовується.

Для забезпечення процесу найбільш якісного бібліотечно - бібліографічного забезпечення інформацією є заходи по проведенню «Днів інформації», комплексні заходи по ознайомленню студентів, викладачів вузу з новими надходженнями літератури до фонду бібліотеки, а також «Дні кафедр».

Для потреб користувачів ведеться реєстраційна картотека періодичних видань, база даних наукових праць викладачів вузу.

З метою оперативного задоволення інформаційних запитів користувачів в відділі нашої бібліотеки діє система доставки документів на електронні адреси структурних підрозділів університету. Така форма заходу є дуже зручна особливо зручна щодо інформування кафедр університету.

Стрімкий розвиток нових інформаційних технологій виступає потужним фактором росту інформаційної культури студентів в навчанні. Тому так важливо навчити їх працювати з інформаційними потоками, електронним каталогом, інформаційними бібліотечними ресурсами.

Безперечно, ефективність інформаційної підготовки студентів багато в чому залежить від розуміння її як викладачами, так і студентами. Тому підвищення рівня інформаційної культури читачів залишається однією з основних функцій бібліотеки.

Інформаційно-бібліографічна робота спрямована на формування бібліотечно-бібліографічних знань серед студентів I курсу. Насамперед це екскурсії, консультації, бесіди, заняття із студентами з питань використання довідкового апарату проводяться ще й безпосередньо біля карткових каталогів та картотек. Також розроблені спеціальні заходи, спрямовані на відпрацювання навичок самостійної роботи з довідково - пошуковим апаратом бібліотеки, здійснення автоматизованого інформаційного пошуку та оформлення наукових робіт, з правилами бібліографічного опису.

Для підвищення професійного рівня всі співробітники бібліотеки відділу соціально-правових документів постійно беруть участь у науково – практичних заходах та науково - практичних конференціях, присвячують час на самоосвіту, за допомогою фахових друкованих та Інтернет – видань.

Якість та ефективність інформаційно-бібліографічного забезпечення напряду залежить від матеріально-технічного забезпечення.

Ми живемо в надзвичайно динамічному інформаційному світі, розвиток якого залежить від кількості і якості знань. Університетська бібліотека має бути інформаційним центром для максимального задоволення потреб користувачів. За умови спільної координованої діяльності ми зможемо досягти поставленої мети.

Список використаної літератури

1. Варакин, Володимир. Инновационные технологии в управлении ресурсами ЦБС БЕН РАН [Текст] / В. Варакин, Н. Калёнов // Бібліотечний вісник : наук.-теорет. та практ. журн. - 2013. - № 4(216). - С. 9-16. - Бібліогр. в кінці ст.

2. Дубровіна, Любов. Пріоритетність розвитку довідково-бібліографічної сфери [Текст] / Л. Дубровіна // Бібліотечний вісник : наук.-теорет. та практ. журн. - 2013. - № 4(216). - С. 54-55.

3. Смаглова, Наталія. Сучасна бібліотека: тенденції та перспективи розвитку в електронному середовищі [Текст] / Н. Смаглова // Бібліотечний вісник : наук.-теорет. та практ. журн. - 2013. - № 4(216). - С. 56-60.

УДК 004:02

Т. М. Моргацька,
бібліотекар II кат.
галузевого відділу документів
з юридичних наук НБ ЧНТУ

ПРОГРАМА «GOOGLE PİKASA»: ДЕВ'ЯТЬ ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ, ПРО ЯКІ КОРИСНО ЗНАТИ

Сьогодні особливої актуальності набула робота з цифровими фото. Обробка, додавання рамок, створення колажів тощо – важливі навички як у повсякденному житті для свого користування, так і в професійному середовищі для створення презентацій та креативних проєктів. Різноманітність таких програм досить широка. Серед яких популярності зараз набуває інструмент Google - програма для роботи з цифровими фотографіями – Picasa.

Назва «Picasa» є грою слів: імені іспанського художника Пабло Пікассо, фрази «мій дім» (ісп. mi casa) і «фотка», «картинка».

Компанія Google в кожній версії своєї програми Picasa додає нові можливості, поступово перетворюючи її у справжній комбайн для роботи з цифровими зображеннями.

Основне призначення Picasa – перегляд і організація колекції цифрових фотографій. Крім того, програма тісно інтегрована з онлайновим сховищем зображень з такою ж назвою, що дозволяє без проблем публікувати знімки в Інтернеті і ділитися ними з друзями, родичами і іншими користувачами. Проте цим даний перелік завдань, розв'язуваних з допомогою Picasa, далеко не обмежується.

Головне вікно Google Picasa

Відразу після запуску Google Picasa запитає, де саме шукати фотографії — на всьому комп'ютері або тільки в папках «Фотографії», «Зображення» і аналогічних в «Мої документи». Також буде запропоновано встановити Picasa Photo Viewer (вьювер) в якості використовуваного за замовчуванням програми для перегляду фото (дуже зручною, до речі) і, нарешті, підключитися до облікового запису Google для автоматичної синхронізації.

Відразу ж почнеться сканування і пошук всіх фото на комп'ютері, і сортування їх по різним параметрам. Якщо фотографій багато, це може зайняти і півгодини і годину, але чекати закінчення сканування необов'язково — можна починати дивитися, що є в Google Picasa.

Для початку потрібно пробігтися по всіх пунктах меню, і подивитися, які там є підпункти. Всі основні елементи управління знаходяться в головному вікні програми:

- зліва — структура папок, альбоми, фотографії з окремими людьми і проекти;
- по центру — фотографії з обраного розділу;
- у верхній панелі є фільтри для відображення лише фото з особами, тільки відео або фотографій з інформацією про розташування.

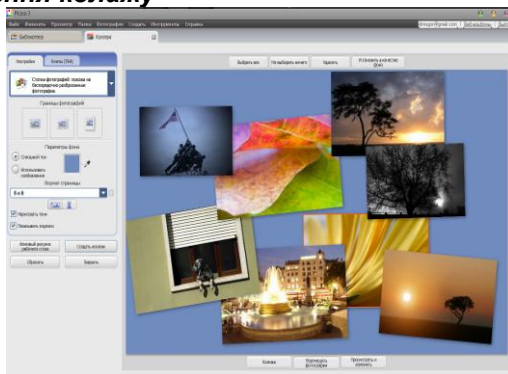
Я хочу представити список додаткових цікавих функцій, які вам можуть стати в нагоді.

1. Відправка повнорозмірних фотографій



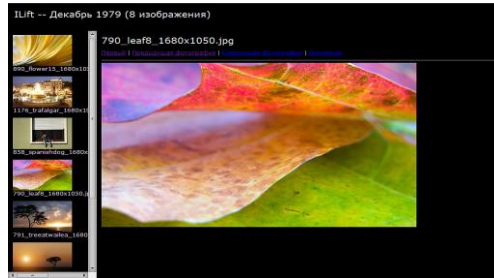
З Picasa дуже легко відправити фотографії по електронній пошті – для цього треба лише виділити потрібні файли і натиснути кнопку **«Електронна пошта»** на нижній панелі інструментів. Однак за замовчуванням програма стискає зображення до 480 пікселів. Якщо вам потрібно переслати повнорозмірні картинки, зайдіть у налаштування Picasa (**«Інструменти»→«Параметри»→«Електронна пошта»**) і відзначте пункт **«Початковий розмір»**.

2. Створення колажу



Створення колажів в програмі Picasa нічим не поступається багатьом платним конкурентам. Цей інструмент **може працювати в автоматичному режимі** або надати вам повну свободу дій: **вибір шаблону, настройка розміру і розташування зображень, колір фону, рамка і багато інших параметрів**. Одержаний колаж можна зберегти у форматі JPG або встановити в якості шпалер Робочого столу.

3. Створення веб-галереї



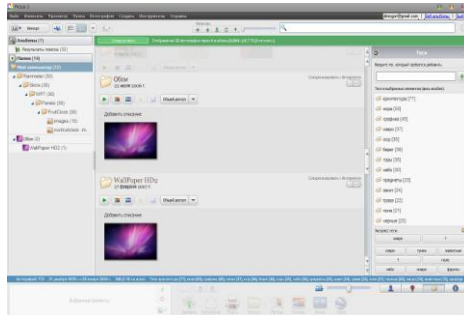
За допомогою Picasa дуже легко підготувати фотографії для демонстрації на своєму сайті у вигляді веб-галереї. Для цього необхідно виділити потрібні файли, а потім вибрати пункт **«Експорт у вигляді HTML-сторінки»** у меню **«Папка»**. Далі цього вказуємо у діалоговому вікні заголовок, розміри картинок, вибираємо шаблон, і всього через кілька хвилин готова галерея буде збережена на жорсткому диску.

4. Створення плакату

Якщо вам потрібно перетворити зображення в великий плакат, слід скористатися відповідним інструментом Picasa (**«Створити→Створити плакат»**).

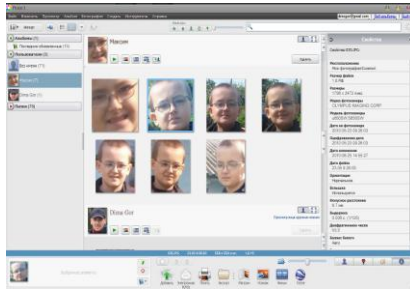
Ця функція дозволяє розділити фотографію на кілька частин і роздрукувати кожну з них окремо. Потім можна з'єднати отримані фрагменти разом і зробити з вихідної фотографії одне масштабне полотно. Розмір плаката і його складових задаються в налаштуваннях.

5. Пошук дублікатів



У вашій колекції зображень напевно знайдуться повторювані файли. Відшукати такі збіги допоможе спеціальна функція програми, розташована в меню **«Інструменти→Експериментальні→Показати повторювані файли»**. Вона не має ніяких налаштувань ступеня відповідності, але працює досить впевнено і дуже швидко – всього за кілька секунд Picasa знаходить дублікати навіть в найбільшій колекції.

6. Визначення особи за обличчям



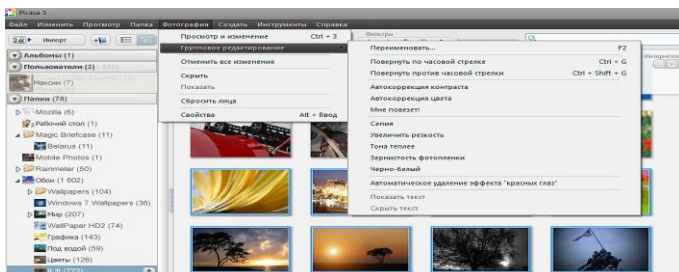
Функція розпізнавання осіб є фірмовою технологією Google, в розробку якої було вкладено чимало коштів і часу. З'явившись кілька років тому як смілива інновація, сьогодні вона дозволяє впевнено знаходити людей на фотографії і присвоювати їм імена. Поступово, по мірі накопичення даних, програма самонавчається і може вже самостійно дізнатися, хто зображений на знімку.

7. Фільтр за кольорами

Існує багато видів сортування фото: за часом знімка, події, розміром, дійовим особам, географічним розташуванням. Програма Picasa на додаток до настільки великого списку пропонує ще один вид фільтрації – за кольорами. Для цього перейдіть в «Інструменти→Експериментальні→Пошук» і виберіть потрібний колір. В результаті відобразяться всі зображення з вашої колекції, що мають відповідну кольірну гаму.



8. Групове перейменування, редагування



Незважаючи на те, що програма містить все необхідне для ручної корекції фотографій, іноді доводиться долати одні й ті ж операції з сотнями і навіть тисячами файлів. У цьому випадку прийде на допомогу інструмент під назвою **«Групове редагування» у меню «Малюнок»**. З його допомогою ви зможете перейменувати файли, повернути, змінити колір і контраст, накласти деякі ефекти і т. д.

9. Створення фільму і завантаження його на YouTube



Якщо ви хочете створити фільм з ефектним відеорядом ваших улюблених фотографій і фоновою музикою, то Picasa Movie Maker допоможе вам у цьому. На відміну від інших програм з нею на це піде всього кілька хвилин, необхідних для того, щоб вибрати музичний трек, вказати набір знімків і стиль переходів між ними, а також додати титри і заставки. Коли все буде готово, можна одним кліком опублікувати ролик на YouTube.

Варто відмітити ще один позитивний момент. Маючи у своєму розпорядженні такі проекти, як Google Earth (ерз) і Google maps (мепс), розробники не забули додати картографічні можливості і Picasa. З їх допомогою ви можете вказати місце зйомки будь-якої фотографії. Для цього відкриваємо натисканням на відповідну кнопку на панелі інструментів «Панель місць», яка працює на основі Google maps, і перетягуємо фотографії в ту точку на карті, де вони були створені.

Отож, підсумуємо, чому саме Google Picasa має з'явитися на вашому персональному комп'ютері. Тому що можна:

- 1) легко завантажувати фотографії в комп'ютер зі сканера та камери;
- 2) автоматично індексувати фотографії на жорсткому диску комп'ютера;
- 3) переглядати фотографії у звичайному і повноекранному режимах, в тому числі у вигляді слайд-шоу;
- 4) редагувати фотографії, включаючи ретушування, кадрування та вирівнювання;
- 5) застосувати до фотографій різні ефекти, у тому числі, корекцію ефекту червоних очей;
- 6) присвоювати фотографіям ярлики і ключові слова;

- 7) друкувати фотографії;
- 8) створювати колажі з фотографії.
- 9) відправляти фотографії по електронній пошті і публікувати їх у мережі Internet;
- 10) створювати на основі фотографій екранні заставки;
- 11) при редагуванні зображення зберігати його оригінал у прихованій папці, папці знаходження редагованого файлу.
- 12) завантажити цю програму безкоштовно!!!

Список використаної літератури

1. Скрылина, С. Цифровое фото, видео и звук на компьютере для ваших родителей [Електронний ресурс] // Журнал «КомпьютерАрт». - Режим доступу : <http://www.bhv.ru/books/book.php?id=189444>

УДК 025.321

А. В. Ковбас,
редактор I кат. науково-методичного відділу НБ ЧНТУ

АПА СТИЛЬ ПРИ ОПИСІ ПРИСТАТЕЙНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Посилання дозволяють вашому професору, або тому, хто читає вашу роботу, знайти елемент, який ви використовували у своєму дослідженні. Ключем до успішного цитування є надання всієї інформації, для того щоб ваш читач міг знайти книгу, статтю, або інший елемент на який ви посилаетесь.

Посилання формує вашу достовірність і показує, що ваші ідеї поділяють й інші вчені, які проводять дослідження в тій же сфері науки. Посилання на наукові рецензовані джерела надає додаткову переконливість вашої роботи.

Стиль АПА (англ. American Psychological Association (APA) Style) - форма оформлення академічних робіт, що широко поширена в суспільних науках на Заході, розроблена Американською Асоціацією психологів. Керівництво по публікації американської психологічної асоціації (англ. Publication Manual of the American Psychological Association) містить рекомендації щодо організації статті, а також рекомендації щодо оформлення цитат, виносок, таблиць, шрифту і структури статті.

Застосовується в англійськомовних науково-дослідних публікаціях у таких сферах, як психологія, бізнес, кримінологія, економіка, педагогіка (у тому числі прикладна лінгвістика), соціологія.

Робота, написана відповідно до рекомендацій АПА, містить:

1. Заголовну сторінку

2. Анотацію
3. Основну частину
4. Джерела літератури
5. Висновок
6. Виноски
7. Таблиці на окремих сторінках кожна
8. Графіки на окремих сторінках кожен

В англomовній науковій та спеціальній літературі найбільш поширені наступні стилі (скорочене найменування, повне найменування, сфера застосування):

- AIP - American Institute of Physics - фізика
- ALWD - Association of Legal Writing Directors - правові джерела США (менше поширений, чим Bluebook)
- AMA - American Medical Association - медицина
- AMS - American Mathematical Society - математика
- AP - Associated Press - журналістика, реклама, PR
- APA - American Psychological Association - психологія, бізнес, кримінологія, економіка, педагогіка (у тому числі прикладна лінгвістика), соціологія
- Bluebook - найбільш відомий довідник оформлення юридичних посилань в США
- Gregg Reference Manual - бізнес
- Harvard Business School - бізнес
- Maroonbook - юридичні посилання, США та Великобританія; спрощена версія Oxford Standard of Citation of Legal Authorities
- MLA - Modern Language Association - літературознавство, філософія, гуманітарні дисципліни
- Oxford Guide to Style, The (= New Hart's Rules)
- Turabian - різні гуманітарні дисципліни, заснований на Chicago
- USGPO - Unites States Government Printing Office - офіційні публікації США.

Microsoft Word, починаючи з версії 2007 року, включає автоматичне форматування виносok і бібліографії за стандартами APA (6 видання) і MLA (7 видання). Тим не менш, виноски в форматі APA містять помилку - рік виноситься в кінець, тоді як у стандарті APA він йде в дужках після імен авторів.

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ БІБЛІОТЕЧНОГО СЕРВІСУ”

УДК 02:004.9

И.Ф. Быстрова,
зав. сектором отдела інформаційних
технологій и комп'ютерного
обеспечения НБ ЧНТУ

АРМ «ЧИТАТЕЛЬ» КАК СРЕДСТВО ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ БИБЛИОТЕКИ

Компьютерные технологии и Интернет открыли новую страницу в развитии библиотек. Сегодня сотрудники НБ не вправе отставать от уровня знаний пользователей в освоении новых информационных технологий. Тем более, что современные средства автоматизации позволяют найти кратчайший путь к содержанию книги, сделать ее более доступной для чтения и, как следствие, эффективнее использовать заложенные в ней знания.

Система автоматизации библиотек ИРБИС позволяет нам соответствовать современным требованиям.

В отличие от традиционных, электронный каталог предоставляет более широкие возможности для поиска документов, т.к. позволяет применять разнообразные виды поиска, уточнять, объединять результаты поиска. Для того, чтобы результаты поиска были адекватны запросу, необходимо, прежде чем начать поиск, четко представлять, что нужно искать. И уже в зависимости от этого применять различные возможности ЭК.

АРМ «ЧИТАТЕЛЬ» - рабочее место конечного пользователя Электронного каталога, предназначенное для всеобъемлющего поиска в Электронном каталоге, просмотра/печати найденной информации и формирования заказа на выдачу найденной литературы.

Основные характеристики АРМа «Читатель»:

- Комфортный, дружелюбный интерфейс, рассчитанный на пользователя, который не обладает никакими специальными знаниями.

- Наличие широкого спектра поисковых средств, обеспечивающих быстрый (путем прямого доступа через словари) поиск в БД Электронного каталога по всем основным элементам библиографического описания и их сочетаниям.

- Возможность работы с несколькими базами данных, составляющими Электронный каталог.

Чтобы приступить к работе в АРМ «Читатель», необходимо сначала зарегистрироваться.

Процесс регистрации читателя начинается с нажатия кнопки «Регистрация». При этом возникает специальная форма.

В случае, если введенное имя - идентификатор отсутствует в базе данных зарегистрированных пользователей, вход в АРМ блокируется. В качестве идентификатора может использоваться номер читательского билета или Ф.И.О. полностью и на украинском языке.

Для начала поиска в ЭК необходимо нажать кнопку «Начать работу».

Рассмотрим несколько вариантов поиска документов:

Общий вид пользовательского интерфейса АРМа «Читатель»:

В верхней левой части интерфейса выбираем Базу данных, нажать «Открыть» Выбираем нужную базу данных, например «JORN - База данных периодических изданий», или «BOOK - База данных книг». Нажимаем «Поиск». Выбираем любой вид поиска. Поиск может быть по одному заданному элементу (автор, ключевое слово), по нескольким элементам одного вида (ключевые слова), поиск по «Тематическому рубрикатору», «Комплексный поиск», «Последовательный поиск», «Поиск по связи».

Также есть «Поиск для Чайников» и для «Умников».

Режим «**Для чайников**»

Режим «Для чайников» реализует упрощенный поиск, ориентированный на начинающих пользователей. При выборе данного режима или нажатии соответствующей кнопки на панели инструментов возникает форма.

В редактируемую строку **Я ищу** в произвольной форме вводятся термины, которые описывают информационную потребность читателя.

Кнопка **Выполнить** служит для выполнения поиска на основании введенных терминов.

Кнопка **Просмотр** служит для возврата к основной форме и просмотра найденных в результате поиска документов. Кнопка становится доступной только после результативного (ненулевого) поиска.

Предлагается расширение поискового режима «**ДЛЯ ЧАЙНИКОВ**» - когда пользователь получает возможность вводить в качестве терминов поисков не только ключевые слова, но и любые текстовые данные (такие, как фамилии авторов, названия видов документов, языков, стран и др.).

Режим «**Для умников**»

Режим «Для умников» включает в себя специальные виды поиска, которые строятся на основе использования таких

информационно-лингвистических ресурсов, как Авторитетные файлы, Алфавитно-предметные указатели или БД УДК/ББК, Тезаурус, иерархические классификаторы (справочники).

Данные виды поиска реализуются на основе ИРБИС-Навигатора.

Режим «**Комплексный поиск**»

Данный вид поиска предназначен для реализации сложных запросов - а именно, для выполнения одновременного поиска по различным элементам описания (видам терминов). Для выполнения комплексного поиска служит соответствующая форма.

Форма состоит из двух основных рабочих областей:

Область **Сценарий поиска** - служит для формулировки комплексного запроса.

Область **Словарь** - служит для представления словаря соответствующих терминов с целью их отбора для поиска. Данная область полностью аналогична одноименной области основного интерфейса АРМа «Читатель».

Основным элементом области Сценарий поиска является таблица, с помощью которой формулируется собственно комплексный запрос. Каждая строка таблицы служит для описания одного вида поиска и включает пять элементов (соответствующих колонкам таблицы):

Вид поиска - определяет элемент описания, по которому необходимо провести поиск (ключевые слова, автор, и т.п.). Элемент выбирается с помощью ниспадающего меню, содержащего все элементы, по которым возможен поиск по словарю. Выбор определенного элемента приводит к тому, что соответствующий словарь отображается в области СЛОВАРЬ.

Термин - содержит собственно поисковый термин в соответствии с выбранным видом поиска. Термин может вводиться с клавиатуры или выбираться из словаря. На одной строке может указываться единственный термин (одно ключевое слово, один автор, одно заглавие и т.п.).

Усечение - определяет, должен ли использоваться аппарат усечения при поиске по данному термину .

Контекст - используется только для вида поиска КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Определяет, в каких элементах данных должен находиться заданный термин. Вводится с помощью ниспадающего меню.

Логика - определяет логический оператор, с помощью которого данный термин должен объединяться со следующим термином). Вводится с помощью ниспадающего меню.

Одноименные виды поиска следует указывать последовательно (друг за другом) - при этом они будут объединяться в одну логическую группу.

Кнопка **Удалить** служит для очистки текущей строки таблицы комплексного запроса.

Кнопка **Новый** служит для очистки всей таблицы запроса.

Для выполнения сформулированного запроса следует нажать кнопку **Выполнить**.

В случае ненулевого результата комплексного поиска можно перейти к просмотру полученных результатов, нажав кнопку **Просмотр**.

Для возврата к основной форме необходимо нажать кнопку **Выход**.

Последовательность работы:

В меню «База данных» выбираем нужную базу.

В меню «Вид поиска» выбираем «Комплексный».

В появившемся новом окне необходимо задать «Сценарий поиска».

В первой строке «Сценария» задаем:

«Вид поиска» - выбираем из меню «Ключевые слова».

«Термин» в окне «Словарь», воспользовавшись вводом через «Ключ», находим нужное слово. Нажатием кнопки «Отбор» или с помощью зеленой галочки переносим его в «Сценарий поиска»

«Усечение» - применяем «Да»

«Контекст» - «в любом поле»

«Логика» - «И».

Во второй строке задаем :

«Вид поиска» - «Характер документа»

«Термин» - выбираем из «Словаря» нужный и переносим в «Сценарий поиска».

В третьей строке:

«Вид поиска» - «Язык»

«Термин» - выбираем из «Словаря»

«Логика» - «И»

Четвертая строка:

«Вид поиска» - «Год издания»

«Термин» - можно ввести с клавиатуры не вводя последнюю цифру года, например «200».

В последней строке «Логика» не задается.

Нажать кнопку «Выполнить».

При результативном поиске появится надпись «Найдено документов».

Переходим на плоскость «Просмотр», нажав на одноименную кнопку.

Режим «Последовательный поиск»

Последовательный поиск является специальным видом поиска, ориентированным на библиотечного работника или

квалифицированного читателя. Данный режим предназначен для поиска документов, отвечающих специфическим требованиям. Поиск осуществляется путем последовательного просмотра документов базы данных, вследствие чего является достаточно медленным.

«Последовательным» поиск называется потому, что позволяет шаг за шагом уточнять предыдущие запросы.

Поиск по «Всем элементам» означает, что можно искать не только по тем элементам, которые предусмотрены в меню «Вид поиска», а по всем элементам, входящим в описание (например: кол-во страниц, место хранения, формат документа, носитель и т.д.)

Уточнять запрос можно только в том случае, если в окне «Выполненные запросы» на плоскости «Поиск» сохранять все результаты поисков, проведенных за один сеанс, т.е. не нажимать кнопку «Новый». Рассмотрим пример последовательного поиска «Все элементы» **с применением режима «Наличие/ Отсутствие».**

Последовательность работы:

На плоскости «Поиск» задаем «Вид поиска» - «Все элементы(последовательный поиск)». Появляется специальная форма.

В строку «Уточняемый запрос» из меню выбираем «Комплексный поиск».

В области «Шаблон - поиск» в строку «Поле» вводим из меню элемент поиска. В области «Наличие/Отсутствие» отмечаем элемент «Наличие».

Нажимаем кнопку «Выполнить». Результаты поиска отражены в надписи «Найдено документов». Для их просмотра переходим на плоскость «Просмотр». Для дальнейшего уточнения переходим на плоскость «Поиск», нажав кнопку «Выход».

Последовательный поиск «Все элементы» с применением режима «Содержит».

При поиске в режиме «Содержит» нужно точно задавать элемент, по которому осуществляется поиск, соблюдая все пробелы, знаки препинания и принятые сокращения, т.е. нужно точно знать, как данный элемент введен при описании.

Последовательность работы:

На плоскости «Поиск» задаем «Вид поиска» - «Все элементы (последовательный поиск)».

В появившемся окне выбираем из меню «Уточняемый запрос» - Последовательный поиск и предыдущий элемент поиска.

Задаем «Элемент поиска-«Поле» - выбираем из меню (напр. сведения об экземплярах). Задаем «Элемент поиска - «Подполе» - выбираем из меню (напр., место хранения).

Выбираем режим «Содержит».

Появляется дополнительная строка - меню «Значение». В нее с клавиатуры вводим «Б-ка».

Нажимаем «Выполнить».

Результаты поиска отражены в надписи «Найдено документов», далее «Просмотр» и для возврата на плоскость «Поиск» нажимаем «Выход».

Последовательный поиск «Все элементы» с применением режима «Больше/Меньше».

Применяется только для чисел (напр. найти документы с таким-то количеством страниц).

Применяется такая же форма поиска. В «Уточняемый запрос» задается предыдущий запрос.

«Элемент поиска» - «Поле» из меню выбрать- «Количественные характеристики».

Задаем «Элемент поиска» - «Подполе» - изменю выбираем «Объем (цифры)».

Вызываем режим «Больше / Меньше»

Задаем «Значение».

«Тип данных» - «Число».

«Оператор» - «Больше».

Нажимаем «Выполнить».

Поиск по «Тематическому рубриктору» с применением выделения элемента.

В отличие от поиска по ключевым словам, «Тематический рубриктор» позволяет найти документы, в которых может не встречаться слово, которое ищем, но относящееся к этой теме.

Последовательность работы:

На плоскости «Поиск» выбираем из меню «База данных» нужную базу.

Задаем в меню «Вид поиска» - «Тематический рубриктор».

Появится специальная форма :

Тематический рубриктор в форме иерархического дерева.

Далее применяем область «Навигации».



- **кнопка раскрытия / закрытия тематических рубрик.**

Кнопка работает в зависимости от формы представления Тематического рубриктора.

В случае если Тематический рубриктор представлен в форме иерархического дерева, щелчок по данной кнопке приводит к тому, что текущая рубрика Тематического рубриктора, имеющая нижестоящие рубрики, меняет свое состояние: закрывается, если была раскрыта, и раскрывается, если была закрыта.



- **кнопка перехода к ссылочным рубрикам** предназначена для показа рубрик, связанных ссылками типа "смотри также..." с текущей рубрикой Тематического рубриктора. Ссылочные рубрики

представляются в форме таблицы. Если текущая рубрика не имеет ссылок, нажатие данной кнопки не имеет смысла.



кнопка фрагментирования тематического рубрикатора предназначена для выделения фрагмента Тематического Рубрикатора.

Фрагмент выделяется путем задания ключевого термина в специальной форме, возникающей после нажатия данной кнопки. Ключевой термин может состоять из одного или нескольких слов, разделенных знаком пробел.

В возникшем окне в строку «Ключевые слова» пишем слово без окончания.

Рубрикатор русский и все слова вводим только на русском языке. Поиск будет производиться на любом языке.

Нажимаем кнопку «Выполнить».

Окно «Словарь» приобретает вид таблицы

Выделяем в «Словаре» нужный элемент и нажимаем «Отбор».

В «Термины запроса» можно перенести из «Словаря» и несколько терминов поочередно.

Нажимаем кнопку «Выполнить».

Режим «Поиск по связи»

Режим запускается путем выбора соответствующего пункта главного меню и предназначен для проведения поиска документов, связанных с текущим документом, т.е. с тем документом, чье полное описание представлено в окне полного описания (т.е. данный режим не доступен, если результат предыдущего поиска нулевой). При этом возникает форма со списком элементов описания, в котором надо выбрать тот, что определяет требуемую связь:

Автор - найти документы, имеющие того же автора, что и данный;

Заглавие - найти документы, имеющие то же заглавие, что и данный;

Коллектив / Мероприятие - найти документы, имеющие того же коллективного автора, что и данный;

Тематический рубрикатор - найти документы, имеющие те же коды Тематического Рубрикатора, что и данный (т.е. совпадающие с ним по тематике); и т.д.

В случае если поиск по связи дает ненулевой результат, в меню ТЕКУЩИЙ РЕЗУЛЬТАТ ПОИСКА (на панели инструментов) устанавливается выполненный запрос, а в рабочей области КОРОТКИЕ ОПИСАНИЯ представляются найденные документы.

Режим предназначен для работы с документами, которые связаны с текущим.

Режим «Печать»

Режим предназначен для печати документов, найденных по текущему запросу, а также сохранения в файле. После выбора пункта главного меню или нажатия соответствующей кнопки на панели инструментов возникает специальная форма, которая содержит компоненты, предназначенные для выполнения операции печати документов.

В окне, которое появилось после нажатия кнопки «Печать», в рабочей области «Исходные документы» выбираем «Все», «Отмеченные» или «Кроме отмеченных».

Есть несколько форматов сохранения списка найденных документов. Рассмотрим некоторые.

Из меню «Выходной формат» выбираем - например, «Оптимизированный».

В рабочей области «Выходной носитель» выбираем - «Файл».

Нажимаем «Выполнить».

Появится окно «Файл для сохранения результатов».

Выбираем в выпадающем меню «Папка» - Рабочий стол, мои документы или др.

Заполнить «Имя Файла» - любое название на ваше усмотрение.

«Тип файла» - система заполняет автоматически.

Нажать «Сохранить». Появится форма просмотра файла.

Нажать «Да». Потом - «Выход».

Оптимизированный формат

ЗАПРОС - держава і право

Имя исходной Базы данных - JORN

67.0С 77Старицька, Ольга.

Проблемні питання довіри до державної влади в сучасній Україні
[Текст] / О. Старицька // Підприємництво, господарство і право : щомісячний науково-практичний юридичний журнал. - 2011. - № 1(181). - С. 71-75. - Бібліогр. в кінці ст.

(Шифр в БД ПГП004/2011/1(181))

ГРНТИ : 10ББК : 67.0

Рубрики: Загальна теорія держави і права Україна **Присутні екземпляри у відділах:** усього 2 : КНЮЛ (1), КХ_ЧЗ_1 (1) Вільні: КНЮЛ (1), КХ_ЧЗ_1 (1)

Информационный формат

ЗАПРОС - держава і право

Имя исходной Базы данных - JORN

Вид документа : Стаття из журнала

Шифр издания : 67.0/С 77 **Автор(ы) :** Старицька, Ольга

Заглавие : Проблемні питання довіри до державної влади в сучасній Україні

Место публикации : Підприємництво, господарство і право: щомісячний науково-практичний юридичний журнал. - Київ: ТОВ "Гарантія", 2011. - N 1(181). - С. 71-75 (Шифр ПГП004/2011/1(181))

Примечания : Бібліогр. в кінці ст.

ГРНТИ : 10ББК : 67.0

Предметные рубрики: Загальна теорія держави і права

Географич. рубрики: Україна

В форме короткого библиописания

ЗАПРОС - держава і право

Имя исходной Базы данных - JORN

Старицька, Ольга. Проблемні питання довіри до державної влади в сучасній Україні [Текст] / О. Старицька // Підприємництво, господарство і право : щомісячний науково-практичний юридичний журнал. - Київ : ТОВ "Гарантія", 2011. - N 1(181). - С. 71-75

АРМ «Читатель» представлен для пользователей нашей библиотеки в читальном зале №3. АРМ «Читатель» повторяет базы данных АРМ«Каталогизатор» с другим уровнем доступа и исключением возможности корректировки элементов библиографической записи.

Учет обращения читателей к электронному каталогу показывает востребованность АРМа «Читатель».

Список використаної літератури

1. «Ищу то, не знаю что» : методическое пособие по поиску документов в электронном каталоге / сост. Т. Березная, С. Павлюк. - К. : ЧП «Фирма Матрикс Пресс», 2006. – 38 с.

2. Молодова, Т. А. Электронный каталог ЦНБ УрО РАН как составная часть информационных ресурсов библиотеки / Т. А. Молодова // Новые технологии в информационно-библиотечном обеспечении научных исследований : сб. науч. тр. Екатеринбург, 2010. - С. 121-132.

3. Система автоматизации библиотек ИРБИС64. Общее описание системы. — М. : ГПНТБ России, 2004. — 259 с.

4. Юшковец, В. Организация, ведение и использование электронных каталогов в работе библиотек / В. Юшковец // Бібліотечний форум України. – 2011. - № 4. – С. 18-19.

5. Алексеева, М. Д. Автоматизированные технологии в обслуживании читателей [Электронный ресурс] / М. Д. Алексеева. - Режим доступа : http://www.nbchr.ru/PDF/alekseeva_m_d.pdf

6. АРМ «Читатель» АБИС «ИРБИС» [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://gigabaza.ru/doc/28040.html>

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БИБЛИОТЕЧНОГО СЕРВИСА: БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ В АБИС “ИРБИС 64”, КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ РЕЛЕВАНТНОСТИ ПОИСКА В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

Если сказать, что Система автоматизации библиотек ИРБИС предназначена для автоматизации всех принятых (традиционных) технологий, связанных с созданием и ведением электронного каталога в библиотеках любого уровня и профиля, то это значит не сказать ничего. Система развивается вместе с библиотечной наукой и тенденциями развития общества. Не даром одним из девизов разработчиков является: «Мы опережаем Ваши желания».

В настоящее время Система работает в сотнях библиотек, среди которых библиотеки самого разного масштаба - начиная со школьных и кончая национальными, и разного профиля - от специализированных до универсальных.

Отличительной особенностью системы является то, что с одной стороны она является готовым законченным продуктом, для ввода в эксплуатацию которого не требуется привлечение специалистов высокого уровня в области вычислительной техники, т.е. в системе реализованы все основные требования международных и отечественных стандартов, и в том виде, в котором она поставляется пользователю, она готова к использованию без каких-либо предварительных настроек или конфигурирования; с другой стороны - система располагает широким набором инструментальных средств, которые позволяют подготовленному пользователю перестраивать ее в практически неограниченных пределах: начиная с изменения входных экранных форм, структуры данных и форматов их представления и кончая созданием собственных оригинальных модулей и приложений.

В системе реализованы все основные библиотечные технологии, включая технологии комплектования, систематизации, каталогизации, читательского поиска, книговыдачи и администрирования, на основе взаимосвязанного функционирования шести типов автоматизированных рабочих мест (АРМ): «Комплектатор», «Каталогизатор», «Читатель», «Книговыдача», «Книгообеспеченность», «Администратор».

Причины выбора система Ирбис:

1. Позволяет создавать и поддерживать любое количество баз данных, составляющих Электронный каталог (ЭК) или представляющих собой проблемно-ориентированные библиографические базы данных (БД).

2. Предлагает технологию автоматического формирования словарей, на основе которых реализуется быстрый поиск по любым элементам описания и их сочетаниям.

3. Предлагает средства для ведения и использования таких информационно-лингвистических ресурсов как базы данных основных классификаторов (УДК/ББК), рубрикатор ГРНТИ, Тезаурус, авторитетные файлы индивидуальных авторов, коллективов, заглавий и предметных заголовков.

4. Система поддерживает традиционные «бумажные» технологии, предоставляя возможности для получения широкого спектра выходных форм: начиная с каталожных карточек и кончая оригинал-макетами таблиц и указателей.

5. Система включает технологии, ориентированные на использование штрих-кодов и радиометок на экземплярах изданий и читательских билетах, что позволяет, в частности, особо эффективно организовать процессы книговыдачи.

6. Система включает средства, которые позволяют использовать в качестве иллюстративного материала любые внешние по отношению к библиографическому документу объекты, такие как полные тексты, графика, таблицы, аудио- и видеоматериалы, а также ресурсы Интернет.

7. Система поддерживает многоязычие на основе UNICODE, т.е. обеспечивается ввод данных на любых языках.

8. Система предлагает большой набор сервисных средств, обеспечивающих удобство и наглядность пользовательских интерфейсов, упрощающих процесс ввода, исключающих ошибки и дублирование информации. В частности – в системе работает орфографический контроль.

В настоящее время основными являются АРМ Комплектатор», «Каталогизатор», «Читатель», «Администратор».

1. АРМ «Администратор» - рабочее место специалиста, выполняющего системные операции над базами данных в целом, направленные на поддержание их актуальности, целостности и сохранности.

2. АРМ «Каталогизатор» позволяет производить обработку любых видов изданий, включая добавление содержания документа. Имеется возможность формировать банк полнотекстовых материалов с привязкой к электронному каталогу. Также осуществляется регистрация поступлений журналов, частичная аналитическая роспись статей.

3. АРМ «Читатель» предусматривает работу пользователей с различными уровнями подготовки. Предоставлена возможность работы с несколькими базами данных, составляющими электронный каталог. Широкий спектр поисковых средств, обеспечивающих быстрый поиск по любым элементам описания и их сочетаниям. Также предусмотрена безбумажная технология формирования заказа на выдачу литературы. Читатель может получить информацию о выданных ему изданиях, сроках сдачи и задолженности.

Работая с базой данных статей из периодических изданий, пользователь может увидеть глубину архива хранящихся комплектов журналов, перейти к конкретному номеру и просмотреть его оглавление.

4. АРМ «Книговыдача» предоставляет оперативную информацию о свободных экземплярах заказанной литературы, о выданной литературе и читателях, имеющих ее на руках. Предусмотрена технология учета сведений о выдаче/возврате литературы в индивидуальных карточках читателей, возможность получения статистики о задолженностях и востребованности литературы.

Информационно-библиографическое обслуживание пользователей – важнейшая функция библиотеки. Замена традиционных библиотечных процессов информационными технологиями дает возможность организовать эту работу на качественно новом уровне. А применение автоматизированных библиотечных информационных систем (АБИС), позволяет повысить скорость поиска информации. Для полноценного информационно-библиографического обслуживания студентов и профессорско-преподавательского состава ВУЗа большое значение имеет своевременное отражение в электронном каталоге актуальной информации

АРМ «Каталогизатор» обеспечивает максимально полное описание всех видов и типов документов – однотомных, многотомных, сериальных, периодических изданий, или статей из любого из перечисленных видов документов. Подробная детализация элементов БО дает возможность при однократном их введении многократно использовать для получения различных выходных и просмотрных форм, сценариев поиска. При вводе автоматически осуществляется формально логический контроль части данных и сверка на дублетность вновь вводимых документов в ЭК, что помогает избежать дублирования библиографического описания на уже имеющиеся в фонде библиотеки документы и добавлять сведения о вновь поступивших экземплярах в созданные ранее записи. ИРБИС содержит такое удобное средство исправления ошибок ввода, как корректировка по словарю, когда

одновременно с исправлением ошибочного поискового термина исправляются и все документы ЭК, связанные с этим термином.

Приступая к работе в ИРБИС, мы пытались изучить как можно полнее возможности системы. Практически сразу возник вопрос о формировании авторитетных файлов предметных рубрик.

Существенным моментом является осмысление того, что, сохраняя основную идеологию, автоматизированная технология может существенно отличаться от традиционной. Яркий пример – «безбумажная технология», т. е. такая технология, при которой не существует традиционных каталожных карточек и многих других выходных форм. Однако, понятно, что не каждая библиотека сможет быстро отказаться от каталожных карточек и традиционных картотек, а это, значит, что в функции системы должна входить возможность напечатать весь существующий набор **каталожных карточек**. ИРБИС поддерживает традиционные бумажные технологии, предоставляя возможности для получения широкого спектра выходных форм: начиная с листов заказа и книгами суммарного учета и кончая указателями и всеми видами каталожных карточек. Для пользователей АРМ «Каталогизатор» разработана технология получения каталожных карточек и формуляров для книг и журналов в пакетном режиме. Для задания параметров печати служит специальная форма, которая возникает после нажатия кнопки ПЕЧАТЬ. В настоящее время мы создаем электронную запись для новых поступлений. А из нее делаем печатную карточку для каталогов (алфавитного читательского и систематического).

Описание журнала начинается с выбора базы данных. АРМ Каталогизатор состоит из различных, нами используются такие БД как:

1. JORN – база данных периодических изданий.
2. BOOK - база данных книг.
3. TEXTBASE – полнотекстовая база данных.
4. RDR – база данных читателей.

Для описание журналов мы выбираем ДБ периодических изданий.

Для того чтобы описать журнал при первом поступлении нужно выбрать рабочий лист «ОJ51 – Описание журнала и ввод сведений о первом поступлении». При первом поступлении журнал описывается в полном объеме, в дальнейшем осуществляется только последующая регистрация номеров и аналитическое описание статей.

При регистрации журнала мы заполняем такие основные страницы как:

1. Основное БО – заполнение полей заглавие, коллектив, выходные данные(издательство);

2. Коды – поля содержат информацию типа документа (рукопись, ноты, аудио-видеоматериалы, карты и др.) – может не заполняться для традиционных печатных материалов, в остальных случаях его заполнение обязательно; Код вида документа (моноиздание, продолжающееся издание и др.) – обязательный ЭД; Код характера документа, определяющий основной вид напечатанных в документе материалов (например, Нормативно-технический материал, Сборник трудов и т. п.) – ЭД не обязательный, Тип, Вид, Характер документа (до 4-х значений) и Код целевого назначения (до 3-х значений) включаются в поисковые словари.

3. Расширенное. Изменения

4. Систематизация – заполнение полей Индексов ББК/УДК, авторский знак, раздел знаний, индекс ГРНТИ, предметная рубрика, географическая рубрика, издательский индекс

Когда описание журнала завершено, осуществляется регистрация поступивших номеров периодических изданий. В поле номер вносится номер журнала и дата, все остальные поля заполняются автоматически. После того как журнал будет зарегистрирован, заполняется страница оглавление. В оглавлении вносится такая информация как: автор, название статьи, страницы, библиография, издательский индекс.

При помощи копирования все статьи из оглавления можно переместить в любую из баз данных. Это осуществляется с легкостью при нажатии на панели инструментов кнопки копирования мы можем перенести как все оглавление так и отдельные статьи.

После того как все статьи успешно перенесены, появляется возможность росписи статей. При этом заполняем последовательно поля: индексы ББК/УДК, авторский знак, раздел знаний, индекс ГРНТИ, предметная рубрика, географическая рубрика, ключевые слова, персоналия.

Вывод Каталожных карточек происходит непосредственно в процессе ввода/корректировки документов, при этом карточка появляется в окне просмотра (правый нижний угол). При завершении работы с документом можно вывести каталожные карточки всех видов (в нужном количестве экземпляров) непосредственно на печать.

При нажатии кнопки ПЕЧАТЬ КК происходит формирование комплекта КК для текущего документа ввода. При выборе какого-либо вида КК на экране показывается сформированный в Microsoft Word макет. Редактор может отредактировать макет (текст, расположение, шрифт, стиль и средствами стандартного

Редактора) изменить физические размеры КК по ширине и высоте, а также горизонтальные и вертикальные поля. При нажатии кнопки ПЕЧАТЬ можно установить количество копий и страницы для печати.

Развитие системы ИРБИС связано с постоянным совершенствованием сервисных средств. ИРБИС полностью оправдывает свое название – интегрированная расширяемая библиотечно-информационная система. По сути в ней можно успешно автоматизировать все традиционные технологии специальной научной библиотеки, а наличие значительного количества вспомогательных справочников, возможность проверки на дублетность вводимой информации, подробные инструкции для пользователя позволяют успешно овладеть первоначальными навыками создания электронных записей для каталогов библиотечным работникам.

Список використаної літератури

1. Аналитическая роспись статей периодических изданий в программе ИРБИС 64 через регистрацию периодического издания: практическое пособие / Волгогр. ОУНБ им. М. Горького, Отдел создания электронных ресурсов; [сост. Л. А. Овод; ред. Т. И. Климова; отв. за вып. О. А. Лященко]. – Волгоград, 2012. – 9 с.

2. Ігнатюк, М. В. Методика заповнення полів в автоматизованій бібліотечній системі «ІРБИС»: метод. реком. і прикл. / М. В. Ігнатюк. – Житомир : ЖОУНБ ім. О. Ольжича, 2009. – 50 с.

3. Ігнатюк, М. Упровадження АІБС «ІРБИС 64» у практику роботи бібліотек (з досвіду Житомирської універсальної наукової бібліотеки ім. О. Ольжича) / М. Ігнатюк // Бібліотечний вісник : наук.-теорет. та практ. журн. - 2010. - N 6. - С. 18-26.

4. Молодова Т. А. Электронный каталог ЦНБ УрО РАН как составная часть информационных ресурсов библиотеки / Т. А. Молодова // Новые технологии в информационно-библиотечном обеспечении научных исследований: сб. науч. тр. - Екатеринбург, 2010.- С. 121-132.

5. Робота в програмі ІРБІС (АРМ "Каталогізатор"): метод. поради / Хмельниц. ОУНБ ім. М. Островського; авт.-уклад. В. І. Ткачук, ред. В. В. Маковська. – Хмельницький, 2010. – 20 с. – (Сер. "Бібліотечному фахівцю").

6. Система автоматизации библиотек ИРБИС 64. АРМ «Каталогизатор». Аналитическая роспись статей из периодических изданий: методическое пособие / Волгогр. ОУНБ им. М. Горького, Отдел создания электронных ресурсов; [сост. Л. А. Рубцова; ред. Т. И. Климова]. – Волгоград, 2011. – 13 с.

7. Система автоматизации библиотек ИРБИС64. Общее описание системы. — М. : ГПНТБ России, 2004. — 259 с.

АРМ «КАТАЛОГІЗАТОР» (БД «BOOK»): РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ

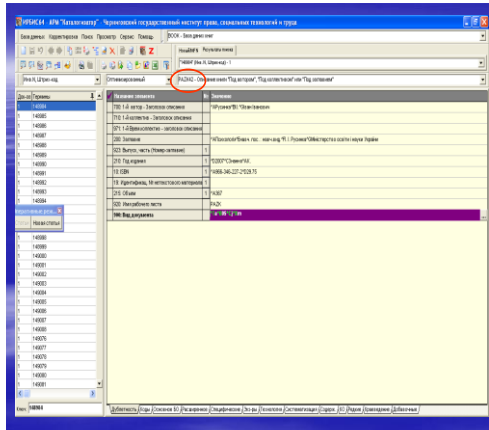
Електронний каталог об'єднує в собі функції традиційних бібліотечних каталогів, якісно доповнюючи їх. В електронному каталозі можливості пошуку суттєво збільшується, але при цьому підвищуються вимоги до правильності вводу інформації. Інформація заноситься один раз, а використовуватися може в різних цілях, замінюючи інформацію цілої системи традиційних карткових каталогів і картотек: алфавітного, систематичного.

Бібліографічний опис — це сукупність бібліографічних відомостей про документ, його складову частину чи групу документів, які наведені за певними правилами, необхідні та достатні.

Для уніфікації складання бібліографічного опису на міжнародному рівні, забезпечення можливості обміну результатами каталогізації розроблено новий національний стандарт ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 "Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання", який набув чинності 1 липня 2007 року. Він є базовим для системи стандартів, правил, методичних посібників зі складання бібліографічного опису. Дані для складання описів беруться безпосередньо з видання. Опис складається з обов'язкових елементів: основний заголовок, автори, повторність видання, рік видання, обсяг. На каталожній картці в лівому верхньому кутку розташовується шифр, що визначає місце книги на полиці. Чисельник дробу позначає відділ класифікації до якого книга відноситься по змісту. Знаменник - авторський знак, умовна позначка першого складу прізвища автора або першого складу назви книги.

Бібліографічний опис є головним елементом бази даних електронного каталогу. Саме якісний, правильно створений бібліографічний опис дозволяє реалізувати функції алфавітного та систематичного каталогів, а також здійснювати функцію обліку та реєстрації документів. Центральною складовою бібліографічного опису є бібліографічний запис. Наведемо приклад бібліографічного запису книги *Русинка, І. І. Психологія [Текст] / Русинка І. І. – К. : Знання, 2007. – 367 с.* в БД «Book».

Для бібліографічного запису книги обирають робочий лист PAKK 42.



Як бачимо обов'язковими елементами є:

1. Автор
2. Назва
3. Видавництво
4. Рік видання
5. ISBN
6. Відомості про те, що це навчальний посібник, навчальне видання.

ЗАКЛАДКА «ДУБЛЕТНІСТЬ»

Заповнюємо такі поля як:

700: 1-й автор

200: Заголовок

210: Рік видання

10: ISBN

215: Обсяг

900: Вид документа

Розглянемо детальніше заповнення кожного поля.

Поле 700: 1-й автор. Заповнюємо:

Прізвище: **Русинка**

Ініціали: **I. I.**

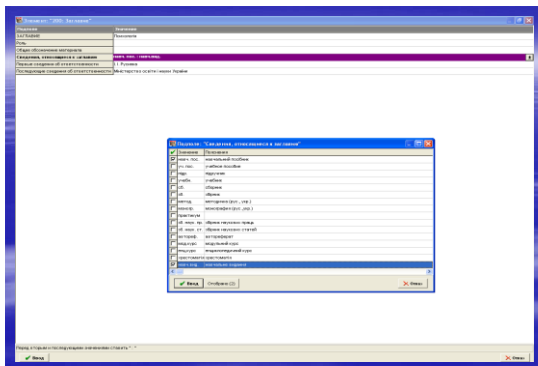
Розширення ініціалів: **Іван Іванович**

Введену інформацію закріплюємо кнопкою **Ввод**, яка знаходиться в лівому нижньому куті.

Поле 200: Заголовок. Заповнюємо:

Заголовок: **Психологія**

Відомості, які відносяться до назви: **навч. пос.: навч. вид.** (вибираємо зі словника і підкріплюємо Вводом).



Поле 210: Рік видання. Заповнюємо:

Рік видання: 2007

Видавництво (організація, що видає): Знання

Місто 1: Київ (вибираємо зі словника, підкріплюємо Вводом).

Поле 10: ISBN. Заповнюємо:

ISBN: (якщо в значенні ISBN є букви, то підполе заповнюється англійською мовою).

Ціна, загальна для всіх екземплярів: **29.75**

Ввод

Поле 215: Обсяг. Заповнюємо:

Обсяг: 367 (тільки цифри)

Ввод

Поле 900: Вид документа. Всі поля цієї закладки заповнюються тільки з використанням списку. Заповнюємо:

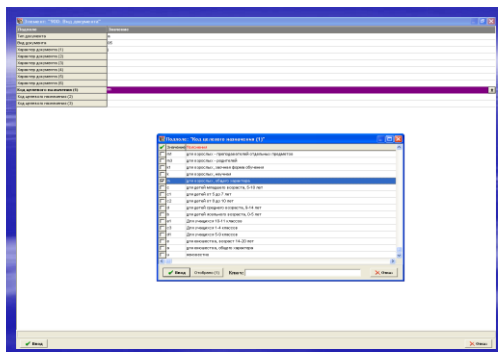
Тип документа: **a** (текстові матеріали, крім рукописних, у тому числі друковані матеріали).

Ввод

Вид документа: **05** – одностомне видання (програма виставляє автоматично сама).

Характер документа: **j** – навч. пос.

Ввод



Код цільового призначення: *m* (для дорослих, загального характеру)

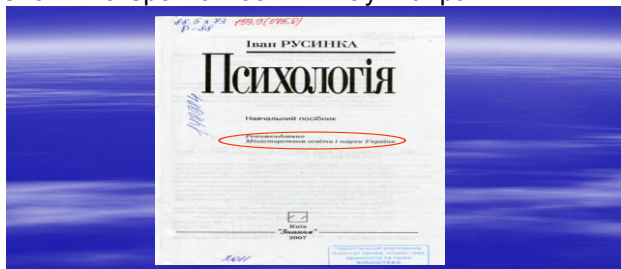
Ввод

ЗАКЛАДКА «Основний бібліографічний опис»

Заповнюється:

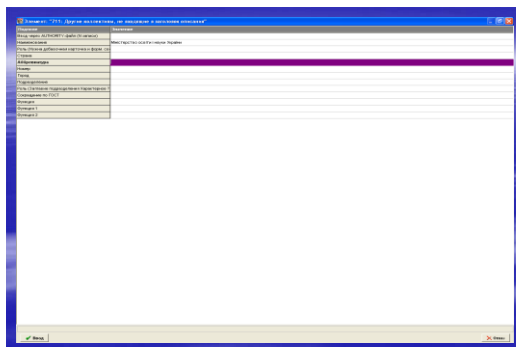
Поле 711: Інші колективи, які не входять до заголовка опису.

На титульній сторінці бачимо, що навчальний посібник затверджено Міністерством освіти і науки України.



Отже в підполі найменування пишемо Міністерство освіти і науки України.

Ввод.



ЗАКЛАДКА «Розширений»

Заповнюємо:

Поле 320: Примітки про наявність бібліографії.

В змісті навчального посібника бачимо, що бібліографія на 357 сторінці.

Зі списку вибираємо: **Бібліогр.: с.** Ввод. При потребі обирають декілька значень зі списку приміток. Цифри вводимо з клавіатури.

Ввод.

ЗАКЛАДКА «ЕКЗЕМПЛЯРИ»

Поле 910: Відомості про екземпляри.

Заповнюємо:

Статус: вибираємо зі списку **R** (для ЕК – група екземплярів. Розмноження з занесенням інвентарних номерів).

Ввод.

Інвентарний номер екземпляра: **30/148991** (в даному випадку маємо 30 екземплярів, то перед початковим інвентарним номером спочатку пишуть кількість екземплярів через похилу).

Дата надходження: **20081231** (дату проставляють у такому форматі: РРРРММДД).

Місце зберігання: **KX_AB** (вибирають зі списку).

Ввод.

Штрих-код/Радіомітка: зчитується сканером.

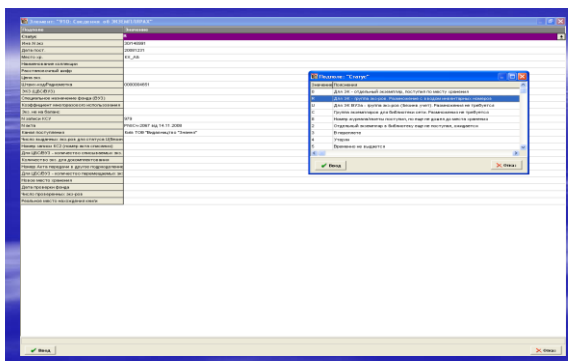
№ запису КСО: **979** (інформацію отримують з документів).

№ акта: **PN№Сч-2067 від 14.11.2008** (інформацію отримують з документів).

Канал надходження: **Київ ТОВ «Видавництво «Знання»** (інформацію отримують з документів).

Ціну вказують у тому випадку, якщо вона відрізняється від загальної (Поле 10).

Ввод.



Перевіряють правильність бібліографічного запису, зберігають документ. Отримують потрібну кількість екземплярів з повним обсягом інформації.

Якщо маємо один екземпляр, то в статусі вибираємо зі списку **0** (для ЕК – окремий екземпляр надійшов за місцем зберігання). В підполі Інвентарний № екз. пишемо інвентарний номер, та всі інші підполя заповнюються як попередньо було сказано.

ЗАКЛАДКА «СИСТЕМАТИЗАЦІЯ»

Заповнюємо поля:

675: Індекси УДК

621: Індекси ББК

908: Авторський знак

60: Розділ знань

964: Індекси ДРНТІ (державний рубрикатор науково-технічної інформації)

606: Предметна рубрика

610: Ненормовані ключові слова

Отже **Поле 621: Індеси ББК: 88.5я73**. Для визначення індексу використовують Бібліотечно-бібліографічну класифікацію.

Ввод.

Поле 675: Індеси УДК: 159.9(075.8). Для визначення індексу використовують Універсальну десяткову класифікацію.

Ввод.

Поле 908: Авторський знак: P88. Вибираємо зі списку або після збереження документа авторський знак формується автоматично. Між літерою та числом не повинно бути пробілу.

Ввод.

Поле 60: Розділ знань: 14 (вибирають зі списку розділів знань відповідно до ББК або УДК).

Ввод.

Поле 964: Індеси ДРНТІ: 15 (вибирають рубрику зі списку).

Ввод.

Поле 606: Предметна рубрика. Заповнюємо:

Код системи предметизації: **ПО** (вибирають зі словника навчальних дисциплін).

Ввод.

Предметний заголовок: **Психологія особистості** (вибирають зі словника, орієнтуючись на таблиці ББК або УДК).

Ввод.

Поле 610: Ненормовані ключові слова: (ключове слово (КС) – це найбільш значуще слово (або словосполучення) з тексту. КС пишуть великими буквами, вони не повинні повторювати назву документа).

МОЗОК

УЯВА

СВІДОМІСТЬ

ТЕОРІЇ

ЕВОЛЮЦІЯ

ПСИХІКА

ЗАКЛАДКА «ЗМІСТ»

Поле 330: Зміст. Як бачимо зміст містить розділи. Їх ми вводимо в 330 поле. Заповнюємо:

Заголовок: **Психологія як наука**

Сторінки: **15-44**

Ввод.

Перевіряють правильність бібліографічного запису, зберігають документ.

Після закінчення бібліографічного запису можемо подивитися як виглядає карточка. Тут є вся необхідна інформація: шифри ББК,

УДК, сам бібліографічний опис навчального посібника, рубрики, ДРНТІ, кількість екземплярів та їх місце знаходження.

Електронний каталог є базовим модулем для роботи в АРМ «Каталогізатор», його перевагами є: доступність, оперативний пошук, більш повна інформація про фонд бібліотеки, поєднання спрощеного та багатоаспектного пошуку, отримання різних довідок про джерела інформації, наочність (за рахунок автоматичної вибірки матеріалів та виведення результатів на одну сторінку).

Сьогодні користувачеві можуть бути надані як структуровані, відповідно до запиту, тематичні інформаційно-аналітичні матеріали за будь-який відрізок часу, аналітичні та статистичні результати досліджень, так і доступ до бази даних у середовищі «ІРБІС-64».

| Поле | Підполе | Приклад | Коментарі |
|--|-------------------------------------|---------------|--|
| Закладка «Дублетність» | | | |
| Поле 700: 1-й автор | Прізвище | Русинка | |
| | Ініціали | І.І. | |
| | Розширення ініціалів | Іван Іванович | |
| Поле 200: Заголовок (назва) | Заголовок (назва) | Психологія | |
| | Відомості, що відносяться до назви | навч.пос. | Якщо слово є одним членом речення (відомості, що відносяться до назви), його не скорочують (згідно ДСТУ 3582-97 п. 4.14.5) |
| Поле 210: Вихідні дані | Рік видання | 2007 | |
| | Видавництво (організація, що видає) | Знання | |
| | Місто 1 | К. | |
| Поле 10: ISBN | ISBN | 966-346-227-2 | Якщо в значенні ISBN є букви, то підполе заповнюють англійською мовою |
| | Ціна, загальна для всіх примірників | 29.75 | Заповнюють у форматі NNN.NN |
| Поле 215: Обсяг | Обсяг (цифри) | 367 | |

| Увага! Всі поля цієї закладки заповнюються тільки з використанням словника. | | | |
|--|-------------------------------|-------------------------------------|---|
| Поле 900: Вид документа | Тип документа | a | Вибирають зі списку значення a – текстові матеріали, крім рукописних, у т.ч. друковані матеріали |
| | Вид документа | 05 | Вибирають зі списку значення 05 – однотомне видання |
| | Характер документа (1) | j | Вибирають зі списку j – навчальний посібник |
| | Код цільового призначення (1) | m | Вибирають зі списку m – для дорослих, загального характеру |
| Закладка «Основний бібліографічний опис» | | | |
| Поле 711: Інші колективи, які не входять до заголовка опису | Найменування | Міністерство освіти і науки України | Це поле заповнюється, якщо на титульній сторінці вказується, що книжка затверджується міністерством, а при наявності інформації про навчальний заклад – пишеться його назва |
| Закладка «Розширений» | | | |
| Поле 320: Примітки про наявність бібліографії | | Бібліогр.: с. 357-361 | При потребі обирають декілька значень зі списку приміток |
| Закладка «Екземпляри» | | | |
| Поле 910: Відомості про екземпляри | Статус | R | Вибираємо зі списку R – для ЕК – група екземплярів. Розмноження з занесенням інвентарних номерів. А 0 – для ЕК – окремий екземпляр надійшов за |

| | | | |
|---|-------------------------------|--|---|
| | | | місцем зберігання |
| Інвентарний № екз. | 30/148991 | | Якщо декілька екземплярів, то перед початковим інвентарним номером спочатку пишуть кількість екземплярів через похилу |
| Дата надходження | 20081231 | | Дату проставляють у такому форматі: РРРРММДД |
| Місце зберігання | КХ_АБ | | Вибирають зі списку |
| Штрих-код/Радіомітка | 0000004651 | | Зчитується сканером |
| № запису КСО | 979 | | Інформацію отримують 3 документів |
| № акта | Р№Сч-2067 від 14.11.2008 | | Інформацію отримують 3 документів |
| Канал надходження | Київ ТОВ «Видавництво»Знання» | | Інформацію отримують 3 документів |
| Ціна екземпляра | | | Ціну вказують у тому випадку, якщо вона відрізняється від загальної (Поле 10). У форматі NNN.NN |
| Перевіряють правильність бібліографічного запису, зберігають документ. Отримують потрібну кількість екземплярів з повним обсягом інформації. | | | |

| | | | |
|--------------------------------------|------------|--------------|---|
| Закладка «Систематизація» | | | |
| Поле 675: Індекси УДК | Індекс УДК | 159.9(075.8) | Для визначення індексу використовують Універсальну десяткову класифікацію |
| Поле: 621: Індекси ББК | Індекс ББК | 88.5я73 | Для визначення індексу використовують Бібліотечно-бібліографічну класифікацію |
| Поле 908: Авторський знак | | P88 | Після збереження документа авторський знак формується |

| | | | |
|---|---------------------------|--|---|
| | | | автоматично. Між літерою та числом не повинно бути пробілу |
| Поле 60: Розділ знань | | 14 | Вибирають зі списку розділів знань відповідно до ББК або УДК |
| Поле 964: Індекси ДРНТІ | | 15 | Вибирають рубрику зі списку |
| Поле 606: Предметна рубрика | Код системи предметизації | ПО | Вибирають зі словника навчальних дисциплін |
| | Предметний заголовок | Психологія особистості | Вибирають зі словника, орієнтуючись на таблиці ББК або УДК |
| Поле 610: Ненормован і ключові слова | | МОЗОК УЯВА СВІДОМІСТЬ ТЕОРІЇ ЕВОЛЮЦІЯ ПСИХІКА | Ключове слово (КС) – це найбільш значуще слово (або словосполучення) з тексту. КС пишуть великими буквами, вони не повинні повторювати назву документа. |
| Закладка «Зміст» | | | |
| Поле 330: Зміст | Заголовок | Психологія як наука | |
| | Сторінки | 15-44 | |
| Перевіряють правильність бібліографічного запису, зберігають документ. | | | |

Список використаної літератури

1. Бібліографічний опис електронних видань в АБІС «ІРБІС» [Текст]: метод. поради / Харк. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка; уклад.: Л. О. Мартовицька, О. А. Поліщук. – Х. : ХДНБ, 2013.

2. Ігнатюк, М. В. Методика заповнення полів в автоматизованій бібліотечній системі «ІРБІС»: методичні рекомендації і приклади / М. В. Ігнатюк. – Житомир: ЖОУНБ ім. О. Ольжича, 2009. – 50 с.: табл. – (Ресурси та послуги сучасної бібліотеки; вип. 5).

3. Ігнатюк, М. В. Упровадження АБІС «ІРБІС-64» у практику роботи бібліотек (з досвіду Житомирської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. О. Ольжича) / М. В. Ігнатюк // Бібліотечний вісник. – 2010. - № 6. – С. 18-26.

4. Карпенко, О. О. Аналітико-синтетична переробка документної інформації: бібліографічний опис [Текст]: навч. посіб. / О. О. Карпенко. – Х. : ХАІ, 2009.- 70 с.

5. Сукиасян, Э. Р. Введение в современную каталогизацию [Текст]: пособие для проф. самообразования / Э. Р. Сукиасян. – Москва : Література, 2012. – 318 с.

Ю. В. Гаркун,
бібліотекар II категорії галузевого
відділу документів з юридичних
наук НБ ЧНТУ

АБИС «ИРБИС-64»: МЕТОДИКА РАБОТЫ В БАЗЕ ДАННЫХ «ВООК» АРМ «КАТАЛОГИЗАТОР

АРМ (автоматизированное рабочее место) "Каталогизатор"- представляет собой автоматизированное рабочее место библиотечного работника, выполняющего все функции по формированию и ведению баз данных, составляющих информационное обеспечение системы IRBIS таких как: БД Читателей (RDR), баз данных Электронного каталога.

Обновление ЭК осуществляется постоянно:

- пополнение ЭК новыми библиографическими записями;
- удаление библиографических записей на документы, списанные из фонда библиотеки;
- редактирование элементов библиографических записей.

Для формирования БД Электронного каталога АРМ "Каталогизатор" предлагает технологию, в которой можно выделить следующие основные характеристики:

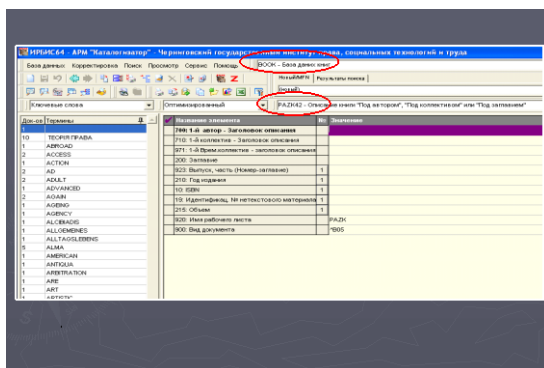
- структура библиографического описания, основанная на ГОСТ 7.1-2003;
- импорта/экспорта БО (библиографического описания) через Интернет;
- Автоматизированная технология лингвистической обработки;
- оригинальная технология описания периодических изданий (журналов);
- упрощенная обработка многотомных (продолжающихся) изданий;
- широкий набор сервисных средств ввода данных;
- система формально-логического контроля данных;
- автоматическая сверка на дублетность;
- подключение графических данных, полных текстов исходных документов и других внешних объектов;
- автоматизированное получение полного комплекта каталожных карточек;
- поиск БО (библиографического описания) с целью их дальнейшей корректировки или копирования.

Наша работа по созданию ЭК (электронного каталога) начинается с проверки на наличие карточек в алфавитном и

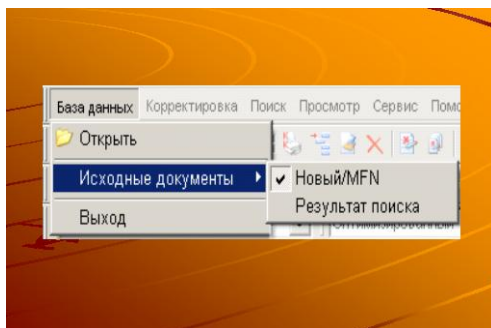
систематическом каталогах. На них ставится пометка, чтобы в дальнейшем знать, что эта книга уже занесена в базу.

Необходимо проверить книгу на списание инвентарного номера. Затем эта же книга должна быть нами отмечена и в инвентарной книге галочкой в графе «Примечания» (методическое решение). Если данная книга была получена в количестве больше одного экземпляра, то соответственно и в инвентарной книге должны быть отмечены все номера.

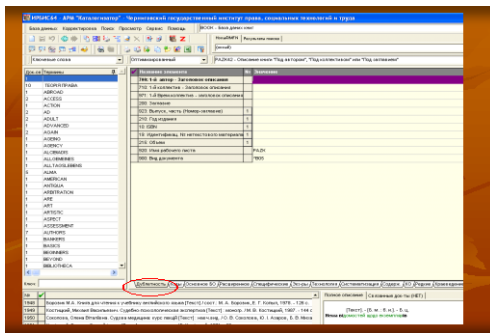
Итак, открываем интересующую нас базу данных книг **BOOK**. В меню «Список рабочих листов» выбираем рабочий лист **PAZK42**. Для ввода нового документа мы осуществляем переход на новый контент. У нас появились пустые поля для ввода информации.



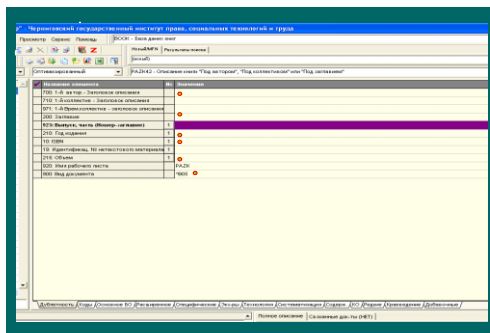
Закладка **НОВЫЙ/MFN** содержит редактируемую строку с выпадающим меню. Строка содержит MFN (внутренний системный номер) текущего документа и текст «(новый)», если создается новый документ. При переходе на новый контент порядковый номер появляется автоматически. Номера (MFN) всех документов текущей БД, подвергавшихся корректировке (до момента переключения на другую БД или до завершения работы программы), запоминаются в виде пунктов выпадающего меню - таким образом пользователь может оперативно вернуться к документам, которые он корректировал в течение сеанса работы.



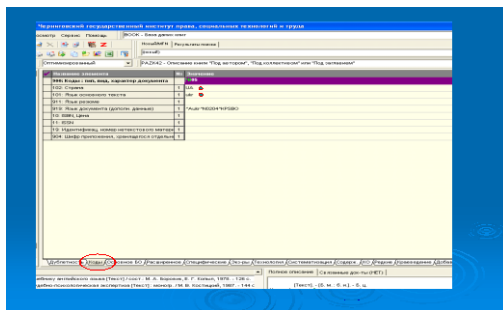
Первая закладка, которую мы заполняем, это «Дублетность».



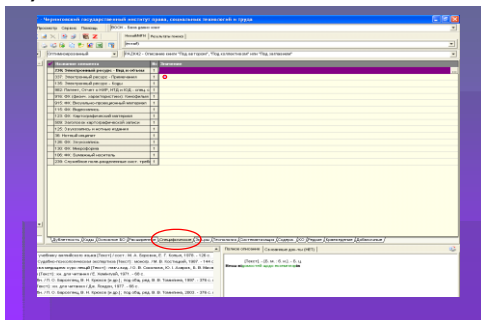
Здесь вводим автора, заглавие, год издания и город издательства, ISBN, цена и объем издания. Имя рабочего листа уже выбрано автоматически. Указываем также вид документа, т.е. для какой категории читателей предназначена книга.



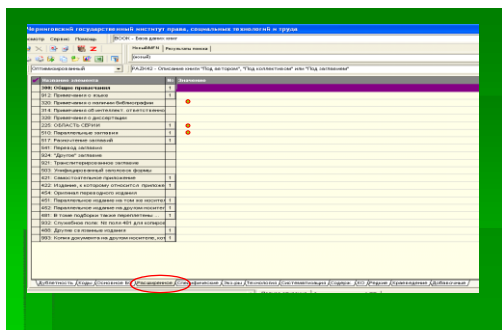
Если книга иллюстрированная, то это обязательно необходимо указать. В следующей закладке «Коды» уже автоматически выбрана страна издания и язык основного текста, которые при необходимости можно изменить.



Закладка «Основное библиографическое описание» («Основное БО»).

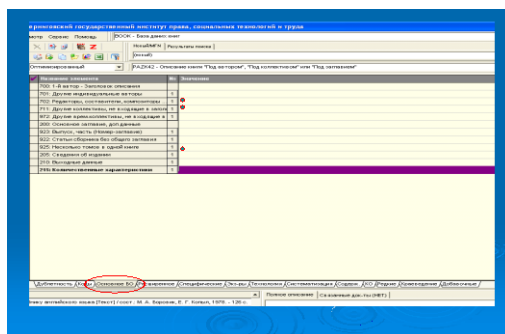


Если на издании нет конкретного автора, а указан составитель, редактор или редакционная коллегия, то эту информацию мы вносим именно в данную закладку. Также здесь мы вносим номер книги, части, тома, если это необходимо.



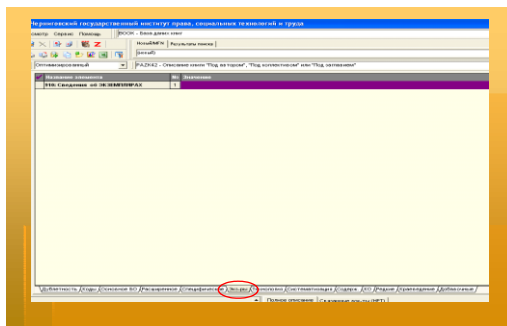
Если же издание было исправлено, дополнено, переработано, то эта информация должна быть указана в данной закладке. Также необходимо указать, что эта книга была разрешена и допущена Министерством образования.

В следующей закладке «Расширенное» мы указываем о наличии библиографии, словаря, алфавитно-предметных указателей.

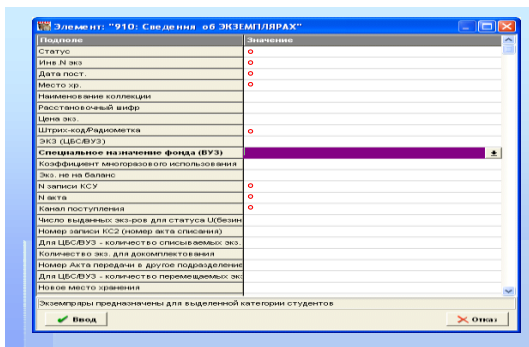


Если же это серийное издание, то название серии вводим в необходимое поле. Параллельные заглавия или же разночтение заглавий также указываем. Закладка **«Специфическое»** используется в случае, если книга была получена вместе с электронным носителем. В таком случае мы вручную должны указать, что у нас есть электронная версия печатной публикации. Также здесь можно указать носители с кинофильмами, видео- и звукозаписями.

«Экземпляры».



В эту закладку мы вносим всю информацию об экземплярах: нужный статус, инвентарный номер, указываем когда была получена книга, по какому акту и от кого, и где находится сейчас на хранении (абонемент, читальный зал, научный кабинет).



Существует отличие заполнения брошюр от книг. Здесь уточняем другой статус, точное количество экземпляром, указываем, что данный экземпляр находится не на балансе, а вместо инвентарного номера указываем аббревиатуру Н/Ф (не фонд). Также в закладке «Дублетность» уточняем, что это брошюра.

Ключевые слова – основной поисковой язык. В системе ИРБИС словарь автоматически формируется из фамилий авторов, коллективных авторов, из основного заглавия, серий, содержания документов.

Особое внимание уделяется проблеме формирования предметных рубрик (ПР). При создании предметных рубрик чрезвычайно важно, чтобы соблюдалось единство подходов к формулировкам.

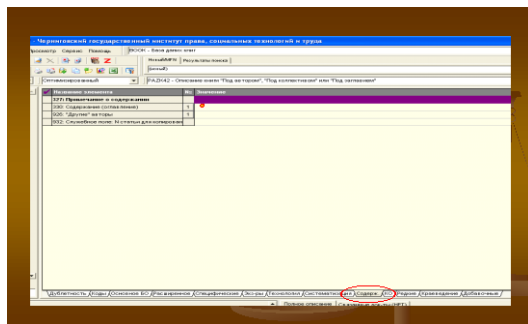
Для достижения единообразия и исключения субъективизма при формулировке предметного заголовка мы взяли за эталон терминологию алфавитно-предметных указателей к таблицам УДК и ББК, что в свою очередь, позволяет сохранить единство с АПУ (алфавитно-предметным указателем).

Основное правило по формулировке предметных рубрик - выражение самого предмета. Она создается настолько конкретной, насколько конкретен предмет, который она раскрывает.

Предметные рубрики представлены, как правило, на двух языках: украинском и русском, исключения составляют: термины в области информационных технологий (языки программирования, компьютерные программы) представленные на языке оригинала, а уточнения – на украинском и русском.

И последняя заполняемая нами закладка **«Содержание»**, где заносятся названия глав, тем, разделов и соответствующие им страницы

Подводя итоги, можно сказать, что программа «ИРБИС-64» является проблемно-ориентированным программным продуктом. Её работа основывается на клиент-серверной платформе, что позволяет организовать одновременную работу с библиографической базой данных многих пользователей, настроить клиентские профили.



Программа имеет удобный интерфейс для обработки различных изданий, а также автоматизированные механизмы аналитического

описания изданий по их содержанию, с возможностью вводить рефераты и аннотации публикаций.

При создании и ведении ЭК библиотека использует открытый характер системы по составу используемых технических средств, одноразовую каталогизацию и многоразовое использование библиографических записей документов, построение системы доступа к электронному каталогу основывается на использовании локальной сети. Электронный каталог – это достойный конечный продукт автоматизации библиотеки.

Таким образом, можно констатировать, что электронный каталог является одним из главных информационных ресурсов библиотеки и составной частью виртуального обслуживания, так как позволяет пользователям комфортно и оперативно получать максимально полную информацию о документах традиционного (бумажного) фонда и материалов в электронном виде.

Список використаної літератури

1. Ловейкина, Л. Каталогизация документов в условиях развития компьютерных технологий / Л. Ловейкина, М. Бадылевич // Бібліотечний вісник. – 2009. - № 5. – С. 26 – 29.

2. Оністрат, Н. Електронні та карткові інформаційно-пошукові системи бібліотеки: питання взаємодії / Н. Оністрат // Бібліотечний форум України. – 2007. - № 2. – С. 14 - 16.

3. Подковырина, Е. Н. Электронный каталог как современная информационно-поисковая система библиотеки / Е. Н. Подковырина // Діяльність бібліотек вищих навчальних закладів у світлі модернізації вищої освіти: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Севастополь : СевНТУ, 2009. – С. 173 – 177.

4. Федорчук, А. Створення інформаційних ресурсів на основі моніторингу змісту публікацій ЗМІ / А. Федорчук, К. Лобузін, Н. Танатар // Бібліотечний вісник. – 2011. - № 2. – С. 21 – 25.

5. Юшковец, В. Организация, ведение и использование электронных каталогов в работе библиотек / В. Юшковец // Бібліотечний форум України. – 2011. - № 4. – С. 18 - 19.

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР
“ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-
КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОБОТІ БІБЛІОТЕК”

УДК 025.2

С. Д. Ахтирська,
зав. відділом комплектування та
наукової обробки документів НБ ЧНТУ

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ БІБЛІОТЕЧНОГО ФОНДУ:
ВИБУТТЯ ДОКУМЕНТІВ З ФОНДУ

Сучасне світове співтовариство прямує до відкритого інформаційного простору, що передбачає відсутність будь-яких перешкод в отриманні інформації. Цей процес супроводжується змінами в усіх сферах людської діяльності, бібліотечна справа – не виняток.

Бібліотеки переосмислюють свою роль у сьогodнішньому суспільстві, виконуючи водночас свої традиційні функції. Державна політика в освітній сфері, необхідність адаптації до впливу мінливого світу формують нову парадигму діяльності бібліотек ВНЗ, вимагають постійного коригування стратегії, цілей і завдань.

Бібліотечні фонди – це стратегічний ресурс розвитку університету, основа багатогранної роботи університетської бібліотечної системи. Розуміючи цілі і завдання, які на сьогодні стоять перед бібліотекою, ми прагнемо максимум уваги приділити фонду як основі функціонування всієї системи.

Оскільки для бібліотеки вищої школи найважливішим стратегічним ресурсом є її документні фонди то управління цими фондами є центральним для бібліотечних процесів. Ефективне управління фондами дає змогу так організувати інформаційно-ресурсний простір, його повноту, інформативність, наповнення та різноманіття, що він перетворюється на надійний інструмент інформаційно-бібліотечного сервісу.

Управління фондами – це широко аспектна довготривала діяльність, що передбачає розв'язання великого кола проблем і складається з трьох комплексних процесів: управління формуванням БФ, управління збереженням БФ, управління використанням БФ. Сьогодні хочу зупинитися на такому процесі управління формуванням БФ як виключення видань. Розглянемо як регламентується списання в законодавстві.

Правові й організаційні засади діяльності бібліотек в Україні визначено Законом України від 27.01.1995р. №32/95-ВР «Про бібліотеки і бібліотечну справу». Дія цього Закону поширюється на мережу бібліотек усіх форм власності та підпорядкування й організацію бібліотечної справи. Постанова Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2007 року №1314 «Про затвердження Порядку списання об'єктів державної власності». Зміни до цієї постанови за цей час вносилися 6 разів. Останні зміни відбулися 29 березня 2017 року.

Наступний документ який наукова бібліотека враховує при списанні бібліотечних фондів це Наказ Міністерства культури і туризму України №22 від 03.04.2007 року «Про затвердження Інструкції з обліку документів, що знаходяться в бібліотечних фондах». У 1997 році був прийнятий наказ Головного управління державного казначейства України №125/70 від 02.12.1997 року «Про затвердження типових форм з обліку та списання основних засобів, що належать установам і організаціям, які утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, та Інструкції з їх складання». Він включав у себе Типову форму № ОЗ-5(бюджет).

Цю форму акта списання використовувала і бібліотека у своїй діяльності. У 2016 році 13.09.2016 № 819/180 Міністерство фінансів України державна служба статистики України визнали що цей наказ втратив чинність. Це ж Міністерство фінансів України видало Наказ №818 від 13.09.2016 «Про затвердження типових форм з обліку та списання основних засобів суб'єктами державного сектору та порядку їх складання». На сьогодні ми користуємось даною формою акта списання вилучених документів з бібліотечного фонду. Ще одним документом є Інструкція з обліку документів, що знаходяться в бібліотечних фондах, затверджена наказом Міністерства культури і туризму України №22 від 03.04.2007р.

Забезпечення організованого вилучення документів передбачається річним планом бібліотеки, де конкретизується квартал та причина, за якою буде списуватися література усіма структурними підрозділами.

Списання документів може відбуватися також на основі затвердженого керівником закладу графіка, у якому визначено причини та строки подачі актів. Це дає змогу контролювати своєчасність очищення фондів і не створює незручності для працівників відділу комплектування коли змушені опрацювати відразу велику кількість актів.

Для списання вилучених з бібліотеки документів, а також для оформлення необхідної документації щорічно наказом керівника установи створюється постійно діюча комісія у складі: директора

бібліотеки; головного бухгалтера, зав. відділами особи на яких покладено відповідальність за матеріальні цінності.

Виявлення і відбір документів для вилучення здійснюється на підставі вивчення складу і використання фонду шляхом суцільного перегляду фонду працівниками бібліотеки. Документи, що готуються до вилучення, звіряються з довідковим апаратом бібліотеки. У результаті можуть бути виявлені: зношені, застарілі за змістом, пошкоджені в результаті стихійного лиха, непрофільні та дублетні, втрачені читачами, періодичні та інші видання, строк зберігання яких закінчився, а також зниклі з невідомих причин документи (здійснюються заходи щодо їх розшуку, виявлення причин та встановлення винних). Відібрані видання індексуються, групуються за причиною, готуються списки, складаються акти. При необхідності (виявлення крадіжки, “безнадійної заборгованості”, результатів інвентаризації тощо) видається наказ керівника про необхідність списання саме з цих причин. Затверджені акти є підставою для виключення їх з усіх облікових форм та ДБА, у т.ч. електронних, в яких робиться відповідний запис про їх вилучення.

Зупинимося на причинах за якими списуються документи у науковій бібліотеці та на їх відмінностях. Непридатність для подальшого використання, фізична зношеність (зношеними вважаються документи, які в процесі багаторазового використання читачами дійшли стану, що ускладнює чи робить неможливим їх подальше використання, і які не підлягають за своїм станом ремонту або реставрації) у списку документів до Акту на “фізично зношені” графа “Примітки” містить коротку характеристику їх дефекту (порвані книги, загублені сторінки, які не підлягають відновленню). Морально застарілі, застарілість за змістом (такими вважаються документи, що втратили свою інформативність і актуальність) Не вилучаються з бібліотечних фондів з причини застарілості за змістом такі документи: твори художні та літературознавчі; видання з мистецтва та мистецтвознавства (незалежно від року видання); енциклопедії, словники, довідкові видання; додається квитанція (накладна, акт передавання) про здачу книг підприємствам, що приймають макулатуру. Кошти, що отримані за здані видання (перерахунком або готівкою по квитанції) здаються в бухгалтерію і використовуються на придбання нових книг або ремонт пошкоджених видань чи опрацювання періодики. Особливу увагу необхідно звернути на списання бібліотечних фондів, що втрачені користувачами. У цьому випадку списання документів, здійснюється шляхом заміни документів або їх грошовим еквівалентом. Згідно з Типовими правилами користування бібліотеками в Україні, затвердженими Мінікультури від 05.05.99 р. №275, користувач, який втратив або пошкодив документ з фонду бібліотеки, повинен заміни-

ти його аналогічним чи документом, визнаним рівноцінним, або відшкодувати його ринкову вартість. Розмір відшкодування визначається бібліотекою. Акти на списання документів, утрачених користувачами і замінені рівноцінними, складаються за загальними правилами на підставі Зошиту обліку документів, прийнятих від користувачів замість втрачених де є відомості про користувача, загублений документ та форма його відшкодування. Втрачені за надзвичайної ситуації - Акти на списання документів, що вибули внаслідок аварій, стихійних подій, установлених і зафіксованих крадіжок складаються за загальними правилами. До Акта про списання додається Акт про аварію, стихійні події з поясненням причин, що виникли, та вказуються заходи, прийняті щодо винних осіб, або висновок, протокол з міліції у разі крадіжок. Не повернуті користувачами (безнадійна заборгованість) – слід скласти письмове обґрунтування про необхідність списання цієї безнадійної заборгованості: додати перелік практичних дій щодо її вирішення (неодноразове телефонування, письмові листівки (з позначкою “вручити особисто” або “з повідомленням про вручення”), відвідування боржника вдома, довідка про виїзд з даного населеного пункту, повернена листівка з позначкою “адресат вибув”, копія довідки про смерть тощо). Керівник видає наказ про списання цієї безнадійної заборгованості з вказівкою загальної кількості примірників та загальної суми. Виявлені як нестача - Акти на списання бібліотечних фондів, які виявлені в результаті інвентаризації як недостача, а також коли конкретні винуватці не встановлені (втрати від нерозкритих крадіжок тощо) складаються лише після висновків комісії з інвентаризації і після ретельної перевірки дійсної відсутності винних осіб і вжиття потрібних заходів задля недопущення фактів втрат у подальшому. Такі акти складаються за загальними правилами, у них вказується причина вибуття та заходи, яких вжито задля попередження таких втрат. Додається пояснення про дії щодо розшуку зниклих з невідомих причин видань. Визначається ступінь винуватості працівників бібліотеки. Якщо винуватці виявлені, нестача має бути відшкодована. Разом з актом на списання подається Акт на відшкодування. Закінчення строку зберігання (списанню по закінченні строку зберігання підлягають періодичні видання, брошури, буклети, листівки, інформаційні та інші матеріали. В Акті вказуються кількість документів без зазначення ціни. Видання здаються в макулатуру, кошти отримані за неї використовуються на потреби, пов'язані з організацією фондів бібліотеки. При вилученні з фонду видань, які не знаходяться на балансі (не підлягають інвентарному обліку), Акт і Опис складаються в одному примірнику для відділу комплектування. При цьому їх вартість в Опису не вказується, вона

не входить і до загальної суми в Акті. Дублетні та непрофільні - підлягають передачі до бібліотеки-депозитарію або до обмінно-резервного фонду (далі – ОРФ). Разом з Актом про списання з балансу, готується акт прийому-передавання до ОРФ (фонд ОРФ на баланс не ставиться, але всі облікові документи ведуться (обліковий каталог, Книга сумарного обліку, Акти, накладні, інформаційні списки тощо). На документи, що передаються до обмінно-резервного фонду, складається Акт у трьох примірниках, а Опис удвох. Зауважимо, що Акти і Описи необхідно оформлювати чітко, без скорочень, за установленною формою. Виправлення в Акті та Описі не допускаються.

Списання електронних документів здійснюється з причин: неможливість зберігання документів у належному фізичному стані; перенесення інформації на інший носій; фізичне зношення або пошкодження носія документа; закінчення терміну ліцензійної угоди; фрагменти видань при отриманні більш повної версії; застарілі звіти баз даних; дефектні примірники; дані, що втрачені внаслідок вірусної чи хакерської атаки.

На кожен випадок списання бібліотечних фондів складається окремий Акт, до якого додається Опис, Як правило, до одного Акта включається не більше 300 документів, що вилучаються з однієї причини. Документи до Опису записуються у порядку зростання інвентарних номерів. Складені комісією акти про списання документів (всіх видів) обов'язково відображаються в бухгалтерському обліку. До речі, на сьогодні немає показника, який би унормовував кількісне списання фонду. Граничні терміни зберігання документів також законодавчо не визначаються. Але кожна бібліотека має мати "Положення про фонд", в якому прописано ці норми, у т.ч. визначено термін зберігання періодики. Планом роботи кожної бібліотеки має бути передбачено виконання графіку перевірки (інвентаризації) фонду. У зарубіжних країнах вилучення документів у публічних бібліотеках становить від 3 до 5 відсотків від загального фонду, а за рекомендаціями ІФЛА має складати навіть до 8 відсотків (не від обсягу надходжень а від загального фонду). Але ж і нові надходження там значні. Бібліотекознавці Росії пропонують визначати нормативи списання залежно від книговидачі. Так, вважається, що кількість зношеної літератури за рік становить 2,0-1,78%, а застарілої - близько 1,954% від обсягу книговидачі. Дані про вибуття документів з фондів НБ фіксуються у "Книзі сумарного обліку бібліотечного фонду" ч.2 "Вибуття з фонду" у формах індивідуального обліку фонду, каталогах та картотеках. Акти про списання документів з фондів бібліотеки та списки до них зберігаються протягом 10-ти років, після чого підлягають знищенню згідно з нормами чинного законодавства.

Список використаної літератури

1. Законодавчі та нормативні документи у сфері видавничої та бібліотечної справи: темат. добірка / [уклад. Т.Ю.Жигун]. - К. : Кн.. палата України, 2011.-398 с.
2. Астапенко, Т. Управління фондами: наукове підґрунтя, критерії ефективності, практичні аспекти / Т. Астапенко // Вісник Книжкової палати. – 2010. - № 5. – С. 24-26
3. Куржна, Н. Н. Библиотека как система: обзор научных подходов / Н. Н. Куржна // Научные и технические библиотеки. - 2009. - № 5. – С. 14-48
4. Сокальський, О. С. Бібліотечні фонди і каталоги: навч. посіб. / О.С. Сокальський, Є. П.Тамп, В. М.Туров. – К. : Вища школа, 1971. - 362 с.

УДК 004.738.5:02

І. О. Ільченко,
зав.відділу мультимедійного та програмно-технічного
забезпечення НБ ЧНТУ

ЕЛЕКТРОННІ БІБЛІОТЕЧНІ СЕРВІСИ

Анотація : У доповіді розглядаються питання формування та функціонування діяльності бібліотек, яка оснований на технологіях Web 2.0. Аналізується трансформація традиційних та використання нових електронних послуг в контексті реалізації концепції Бібліотеки 2.0.

Ключові слова : технології Web 2.0, Бібліотека 2.0., сервіси бібліотечного обслуговування, Web-додатки, блог, чат, сайт, Wiki – ресурс, інтерактивна діяльність, соціальні інтернет-спільноти, мультимедійні сервіси.

«Бібліотечна область постійно еволюціонує, охоплюючи нові технології і адаптуючи їх відповідно до очікувань, що змінюються. І вона, поза сумнівом, буде робити це і надалі. Однак, на наш погляд, нинішні виклики більш витончені, більш значні, а значить, більш руйнівні для традицій, ніж в минулому »

Пол Міллер,
засновник концепції «Бібліотека 2.0»

За останнє десятиліття традиційне бібліотечне обслуговування зазнало значних змін, пов'язаних з використанням комп'ютерів, програмних продуктів і Інтернету. Нові інформаційні технології спрощують процеси запиту, отримання і доставки інформації. Сучасне покоління виросло в цифровому середовищі і легко орієнтується в віртуальній реальності. Для нього Web - це не тільки джерело інформації, але і місце спілкування, співпраці і

самовираження. Це спонукає бібліотеки шукати інноваційні підходи до обслуговування і надавати послуги методами, які є вже звичними та зручними для читача. В останні кілька років з'явилися нові сервіси бібліотечного обслуговування, розроблені з використанням технологій Web 2.0. Саме це поняття з'явилося в вересні 2005 року, коли прихильник руху за вільне програмне забезпечення з США Тім О'рейллі опублікував відповідну статтю з назвою «What is Web 2.0»

Головна особливість Web 2.0 - залучення самих користувачів до наповнення та коригуванні контенту. Це означає створення на базі платформи Інтернет Web-додатків, успіх яких залежить від того, наскільки користувачі беруть участь в їх наповненні змістом. Ключова роль в Web 2.0 відводиться людині, а не технологіям.

Основоположні принципи технологій Web 2.0:

- принцип колективізму - будь-який проект розвивається і існує саме тому, що над ним працює великий колектив, і чим більше користувачів має сервіс, тим більше він ефективний;

- принцип кооперації - користувачі і розробники знаходяться в постійній взаємодії і співпраці. Механізми коментування, редагування, запозичення є невід'ємними для будь-якого проекту;

- принцип відкритості - вся інформація, що збирається в проєктах Web 2.0, є відкритою, доступною, і можливою для використання в інших проєктах. І це стосується не тільки контенту, але і програмного коду, який також може запозичуватися і використовуватися на інших проєктах;

- принцип доступності - будь-який проєкт, що відноситься до Web 2.0, орієнтований на залучення простого користувача, тому більшість служб легкі у використанні і доступні будь-кому. Тепер, щоб створити свій сайт, не треба знати ніяких спеціальних мов або мати навички. Єдине що потрібно від користувача - бажання поділитися своєю інформацією;

- принцип інтерактивності дозволяє легко отримати відгук від великого числа користувачів мережі.

Використання визначених принципів в повсякденній практиці бібліотеки в корені міняє взаємини з кінцевим користувачем. Прагнучи активно використовувати можливості Web 2.0, бібліотеки впроваджують інноваційні шляхи надання послуг відповідно до змін в культурній моделі поведінки нового покоління користувачів. Тому стосовно до бібліотек мова йде про Бібліотеку 2.0, засновану на технологіях Web 2.0. Термін Бібліотека 2.0 з'явився трохи пізніше ніж Web 2.0. Запропонував його Майкл Кессі, ІТ-директор публічної бібліотеки округу Гвіннетт (Gwinnett County Public Library) в Атланті.

Вперше він вжив його у своєму блозі "Library Crunch" у вересні 2005 р. Незабаром це поняття стало центральним в різних суперечках і дискусіях в бібліотечних блогах, листах- розсилках, на

форумах і конференціях. Основною метою Бібліотеки 2.0 є покращення комунікації з читачами і спрямування їх до потрібних матеріалів, запропонувавши допомогу через звичні для них канали.

Концепція «Бібліотека 2.0» - це оновлений погляд на бібліотечне обслуговування в цілому, вона визначена п'ятью поняттями, а саме :

1. Мета : поліпшення комунікації з читачами та спрямування їх до потрібних матеріалів, пропонуючи допомогу через звичайні для них канали.

2. Головна ідея : продовжуючи надавати послуги, нужно вийти за межі приміщень бібліотеки, и почати просувати послуги людям там, де здійснюється їх взаємодія. Користувач становиться активним співучасником бібліотечного процесу.

3. Ключові завдання : вони стосуються не того, як забезпечити доступ до книг та інформації, а в першу чергу того, як побудувати спільноту однодумців, які можуть збагатитися інформацією через участь в соціальних сервісах.

4. Реалізація : це заохочення користувачів ділитися своїми ідеями через листи, рейтинги, коментарі про все, що стосується бібліотечної колекції та обслуговування.

5. Результат: бібліотека 2.0 повинна стати тим місцем, де відвідувачі можуть отримати бажане, а не те, що на думку бібліотекарів є таким.

У більш широкому розумінні, Бібліотека 2.0 являє собою абсолютно нову філософію, в якій користувач стає рівноправним учасником бібліотечного процесу. Це означає, що простір вашої бібліотеки (реальний або віртуальний) стає більш інтерактивним, загальним, що відповідає потребам спільноти.

Розглянемо деякі інструменти Web 2.0 та їх використання в роботі бібліотек.

Електронний каталог зараз став традиційною базою даних бібліотеки. Але завдання електронного каталогу нового покоління, функціонування якого засноване на принципах і технологіях Web 2.0, це не тільки відображення інформації в мережі Інтернет, а також створення на підставі бази даних бібліотеки якісного, багатофункціонального інформаційно-бібліографічного веб-ресурсу, який буде корисний і адекватний інформаційним потребам не тільки читачів бібліотеки, а й усіх користувачів Інтернет.

Розвиток функціональних можливостей і сервісів Web 2.0 дозволяє користувачам більш активно брати участь в процесі змістовного опису ресурсів в електронному каталозі бібліотеки. Це здійснюється шляхом застосування тегів. Під тегом в даному процесі мається на увазі неконтрольоване ключове слово, яке може як відобразити зміст, так і бути функціональним. Бібліотека 2.0 дозволяє фахівцям і користувачам додавати ключові слова (теги) в

записи електронного каталогу нарівні. Жоден контрольований словник (тезаурус) або класифікаційна схема не можуть повністю відповідати потребам користувачів. Практику, при якій вміст ресурсів описується за допомогою списку тегів, привласнених користувачами, називають фолксномія (folksonomy: folk - народний, taxonomy - таксономія). Соціальне тегування має свою зворотну сторону: користувачі занадто часто застосовують в якості тегів «слівця». Тому дуже важливо, щоб працюючи на базі Бібліотека 2.0. бібліотекарі постійно управляли тегами, тобто фільтрувати, сортувати і доповнювати цю інформацію, використовуючи контрольовані словники і схеми класифікації.

Великі бібліотеки за кордоном активно впроваджують практику розширення функціональних можливостей каталогів і надання на їх базі доступу до більш різноманітного змісту шляхом додавання (або лінкування) додаткової інформації до традиційних коротких бібліографічних описів видань в форматі MARC. Це можуть бути гіперпосилання на анотації, зміст, зображення обкладинок, рецензії, безпосередньо повні тексти документів, на рекомендовану літературу і навіть коментарі читачів. Зокрема, Бібліотека Конгресу США здійснює включення змістів і оглядів; надання відсилань від бібліографічних описів до відповідних електронних ресурсів (наприклад, мережевий доступ до окремих публікацій в серіальному виданні).

Втілення концепції Бібліотеки 2.0 в ЕК збільшує інтенсивність використання Електронного каталогу для пошуку інформації, завдяки високій зв'язності сторінок, розширеним можливостям навігації. Пошук в ЕК стає простіше для непідготовленого користувача. В результаті база даних бібліотеки стає якісним і затребуваним інформаційним ресурсом Інтернет.

Багато бібліотек успішно рекламують свої ресурси і послуг і не дивно, що бібліотекарі почали заповнювати своїми блогами віртуальний світ. Для «просунутих» бібліотекарів блог - це ще одна можливість для реклами бібліотек і їх сервісів.

Блог (англ. Blog, від «web log», «мережевий журнал або щоденник подій») - веб-сайт, основний вміст якого - регулярно додаються записи, що містять текст, зображення або мультимедіа. Для блогів характерні недовгі записи тимчасової значущості, відсортовані в зворотному хронологічному порядку (останній запис зверху). Блоги зазвичай публічні і передбачають сторонніх читачів, важливою особливістю блогу є те, що читачі можуть публікувати свої коментарі до повідомлень, що робить блог унікальним інтерактивним ресурсом. Інтерактивність є відмінною рисою персональних сайтів покоління Web 2.0. Коментарі читачів на статті

можуть фільтруватися модератором, бути відкритими для всіх або тільки для зареєстрованих користувачів.

Не дивно, що блог зарекомендував себе, як ефективний інструмент спілкування, що дає можливість самовираження, стимулює творчу активність. Цей інформаційний журнал є ефективним маркетинговим інструментом. Він дозволяють залучити потенційних користувачів, інформувати читачів про нові надходження, культурні заходи і зміни в роботі бібліотеки. Коментарі читачів дозволяють краще зрозуміти їхні смаки, фотоматеріали оживляють представлену інформацію, а посилання на інші сайти та ресурси надають статтям глибину.

Блоги можуть вестися на власних платформах, розташованих на серверах бібліотеки, а також на безкоштовних блог - платформах (LiveJournal, Blogspot та ін.). Останнім часом, велику популярність має сервіс мікроблогінгу - Twitter. Деякі бібліотеки вже транслюють анонси своїх новин в цей сервіс. Соціальні мережі виявилися популярнішими електронної пошти.

Ресурс Wiki - це колекція веб-сторінок, що дозволяє будь-кому, хто має до них доступ, додавати або змінювати їх контент (інформаційне наповнення) за допомогою інструментів, що надаються самим сайтом. Wiki-wiki в перекладі з гавайського означає «швидко». Прикладом може служити вже всім знайома Вікіпедія - вільна енциклопедія, створена спільними зусиллями добровольців. Віртуальна спільнота (волонтери-модератори) контролює якість написаного.

На перший погляд контент вікіпедії, що може бути зміненим, не дає бібліотеці можливості включення в цей процес, так як основне завдання бібліотек - збереження: зберігати оригінальні тексти і бути гарантом достовірності інформації. Але і в цьому проекті бібліотека може взяти активну участь і залучити свого потенційного читача.

Сайт, створений за допомогою технології wiki, має великий потенціал для анонса видань як друкованого, так і електронного формату, дає можливість побачити тексти книг (ознайомлювально), а також залишити свій коментар до книги, що зацікавила читача. Розділ відеоматеріалів, що відображають події культурного життя дозволяє кожному користувачу взяти участь в поповненні розділу, розмістивши тут своє відео, використовуючи розміщену на сайті Інструкцію щодо заповнення розділу.

Величезною популярністю в віртуальному просторі користується "чат-сервіс", це основний спосіб комунікації молодого покоління. У бібліотечному обслуговуванні його використовують в довідково - інформаційної роботи. Його перевага перед e-mail полягає в тому, що спілкування відбувається в режимі реального часу і читач отримує відповідь на питання в той момент, коли це йому необхідно,

а не через кілька годин. Зараз бібліотеки можуть використовувати також і відео-чат, що додасть людський відтінок спілкуванню і дозволить краще зрозуміти нюанси запиту читача через його невербальні сигнали. Для того, щоб оперативно відповісти на питання користувача бібліотеки, деякі організації використовують сервіси для миттєвого обміну повідомленнями. Так, спеціальне програмне забезпечення теебо, яке не вимагає установки на комп'ютер користувача або співробітника бібліотеки, дозволяє організувати на сайті бібліотеці сервіс віртуальної довідкової служби і відповідати на запитання користувачів в режимі онлайн.

Широке застосування в бібліотечному середовищі знаходять мультимедійні сервіси, такі як фото (Flickr. Com), відео (YouTube. Com) і аудіо (i-Tunes) - сховища мультимедійної інформації. Наприклад, користувач максимально легко може завантажити фотографії зі свого мобільного телефону (або іншого джерела) на сайт і поділитися ними з усім світом. Він може виділяти на них об'єкти і описувати їх окремо, може позначати їх мітками (ключовими словами). Він також може надати це право іншим користувачам Інтернету, і друзі або малознайомі люди залишають коментарі, підписуються на поновлення улюблених авторів та інше.

Соціальні мережі: інтернет-спільноти універсальної (Facebook) або вузьконаправленої тематики (наукові, бізнесу, роботодавців та ін.) зараз відчують бум в кількості користувачів, оскільки стають місцем соціального спілкування, полегшують отримання потрібної інформації, а також дають унікальну можливість людям висловитися і знайти друзів за інтересами. Одним із видів соціальних мереж є розвинені рекомендаційні сервіси. Сайти соціальних закладок (напр. Del.icio.us) це практика категоризації інформації шляхом створення закладок і спонтанних смислових міток (тегів), які доступні для перегляду іншим користувачам. Соціальні закладки - це засіб за допомогою якого користувачі Інтернету можуть ділитися, створювати, шукати, і управляти закладками web-ресурсів. На відміну від закладок в браузері соціальні закладки зберігаються не на жорсткому диску комп'ютера, а на сервері в мережі Інтернет. На базі рекомендацій інших людей читач робить вибір ресурсів і легко знаходить відповідні матеріали. Чим більше людей беруть участь в сервісі, тим точнішим є прогноз і оцінка ресурсів.

Основні переваги таких систем закладок:

- вирішують питання збереження закладок при, наприклад, перевстановлення операційної системи;
- отримання доступу до своїх закладок з будь-якого комп'ютера, який підключений до Інтернет;
- можливість доступу до закладок інших користувачів;
- систематизація закладок за допомогою категорій або міток;

- можливість ділитися з друзями і знайомими улюбленими сайтами.

Бібліотеки можуть використовувати сервіси соціальних закладок для створення навігаторів або замість традиційних «корисних посилань», що розміщуються на сайтах бібліотек, а також в прогнозуванні потенційного попиту на літературу і в раціональному комплектуванні фонду.

Таким чином можна зробити висновок, що Бібліотека 2.0 прагне до знищення бар'єрів, які бібліотекарі наклали на послуги, часові та просторові перешкоди, бар'єри, що тривалий час були традиційно властиві нашій діяльності. Ці бар'єри, такі як використання певних технологій, відвідування тільки певних сайтів, і більш традиційне "тиша повинна бути в бібліотеці", змінюються більш гнучким простором (як реальним, так і віртуальним) бібліотекарями, які знаються на інформаційно-комунікаційних технологіях, які виступають в ролі консультантів з пошуку і доступу до інформації в різних форматах і використанню сучасних засобів зв'язку.

За словами Патріка Дановський, співробітника Німецькій державної бібліотеки: «Термін

«Бібліотека 2.0» означає не тільки використання технології, прийнятої в Web 2.0. Бібліотека 2.0 означає також, що бібліотека стає важливим учасником світу Web 2.0. Потенціал розвитку цієї технології колосальний, тому будьте готові - перетворюйтеся в бібліотекаря 2.0.

Будьте готові сприйняти інтелектуальну допомогу і сприяння ваших читачів. Читачі можуть стати нашими новими партнерами, вони можуть допомогти нам поліпшити обслуговування».

Список використаної літератури

1. Булахова, Г. Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування / Г. Булахова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2013. – Вип. 36. – С. 192–200.

2. Гранчак, Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг / Т. Гранчак // Бібл. вісн. – 2016. – № 1. – С. 18–29.

3. Мар'їна, О. Веб-технології в бібліотеках: нові можливості розвитку комунікаційного середовища [Електронний ресурс] / О. Ю. Мар'їна // Вісн. Харк. держ. акад. культури. – 2012. – Вип. 36. – С. 105–114. – Режим доступу : <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v36/36-2-03.pdf>. – Назва з екрана.

4. Ярошенко, Т. О. Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів: нові можливості розвитку бібліотечного середовища : посіб. для бібліотекарів за прогр. підвищ. кваліфікації / Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко. – Укр. бібл. асоц., Нац. акад. кер. кадрів культури і мистецтв, Центр безперервн. інформ.-бібл. освіти, Голов. тренінгов. центр для бібліотекарів. – Київ : Самміт-книга, 2013. – 106 с.

5. Усова, Т. Использование популярных Web 2.0 технологий в работе библиотечной системе университета Альберты [Электронный ресурс] / Т. Усова - Режим доступа : <http://xn--90 ad4 ahq.xn-p1 ai/win/inter-events/crimea2009/eng/disk/23.pdf>. – Загл. с экрана.

УДК УДК 004.738.5:02(477.51)

І. Ф. Бистрова,
зав. сектору відділу інформаційних
технологій та комп'ютерного
забезпечення НБ ЧНТУ

ПРОЕКТ «УНІКАЛЬНА ЧЕРНІГІВЩИНА» - ЗМІСТ, ЗАВДАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

На сучасному етапі краєзнавча діяльність має велике значення для освітньої установи. Важливим завданням бібліотеки є формування культурологічного середовища, сприяння відродженню національної духовної культури та вихованню патріотизму у студентської молоді.

Сучасний формат діяльності бібліотек у краєзнавчій роботі передбачає популяризацію літератури, яка висвітлює сторінки історії рідного краю, його етнічні, мовні, культурні традиції, творчість його талановитих людей, допомогу користувачам в кращому пізнанні своїх коренів, залученню до бібліотеки відвідувачів. З огляду на це, Наукової бібліотекою було прийнято рішення створити веб-ресурс «Унікальна Чернігівщина», який буде висвітлювати всі ці питання.

Мета інформаційного проекту: виховання патріотизму, формування гордості за свій край, популяризація краєзнавчої літератури, творчого та наукового доробку співробітників університету і доведення інформації до користувачів.

Завдання проекту:

- сприяти збагаченню духовності особистості через засвоєння надбань культури рідного краю,
- пропагувати творчий доробок митців Сіверського краю,
- підтримка іміджу установи, її наукового потенціалу та духовної культури,
- реклама краєзнавчих ресурсів бібліотеки,
- забезпечити вільний доступ до краєзнавчого фонду бібліотеки в інформаційному середовищі,
- забезпечити бібліографічну інформацію за допомогою цікавих форм і методів популяризації краєзнавчої літератури.

Особливе місце в краєзнавчій діяльності бібліотеки займає висвітлення історії університету. ЧНТУ має славу історію, добрі традиції й непересічні здобутки. В університеті працювали і

працюють віддані професіонали з могутнім освітньо-науковим потенціалом. Наше завдання – познайомити з талановитими особистостями, які творили і творять історію одного з провідних університетів регіону.

Наукові надбання, винаходи та дослідження науковців університету представлені на сторінці **«Наші науковці»** в розділі **«Чернігівщина в іменах»**. Прізвища науковців розташовані в алфавітному порядку з активним посиланням на сторінку.

Ми подаємо коротку біографію науковця з посиланням на джерело, з якого взято відомості та посиланням на авторську колекцію в репозитарії.

Гордість кожного вищого навчального закладу – його випускники. Якість отриманої в університеті освіти дала їм змогу стати успішними, відомими людьми, обійняти керівні посади на підприємствах, у наукових інститутах, органах влади та бізнесі.

Вони підтримують імідж університету, є прикладом для теперішніх та майбутніх студентів. Тому, не можна залишити їх від належної уваги. Нами створено сторінку **«Наші випускники»**. За останні роки університет реорганізовувався, змінював свою назву, Зараз до складу університету входять чотири інститути. Для зручності користувачів відомості про випускників ми поділили по інститутам : Навчально-науковий інститут технологій, Навчально-науковий інститут економіки, Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій, Навчально-науковий інститут управління та адміністрування. З кожної назви інституту є активне посилання на сайт інституту.

Літературно-краєзнавча робота бібліотеки представлена на сторінці **«Видатні земляки»**, де надаються відомості про видатних письменників, визнаних діячів культури, мистецтва життя або творчість яких пов'язана з нашим краєм. Пропонується коротка біографія діяча, виставка літератури про нього та твори, які є в фонді бібліотеки. Робляться посилання на музеї та інші ресурси з цікавою інформацією про особу.

Виставки картин місцевих художників – це одна із форм представлення краєзнавчої інформації в бібліотеці. З цією метою створена сторінка **«Мистецький простір»**, де будуть висвітлюватися зустрічі з талановитими художниками, фотохудожниками, з майстрами інших видів мистецтва, які представлятимуть свої роботи.

Максимально розкрити книжковий фонд, представити наявні краєзнавчі ресурси допомагає цикл віртуальних виставок. З метою ознайомлення читачів з новими надходженнями літератури краєзнавчого спрямування пропонуються тематичні огляди

літератури. Ця інформація розміщена на **«Книжковій полиці»** нашого веб-ресурсу.

Доторкнутися до історії Сіверського краю ми пропонуємо на сторінці **«Стежками рідного краю»**. Ми розповідаємо про наші подорожі Чернігівщиною, ділимося своїми враженнями і сподіваємось, що наші фото-звіти зацікавлять і спонукають відвідати ці чудові місця, полюбити мальовничі краєвиди, архітектурні пам'ятки.

Наші співробітники відвідують міські просвітницько-краєзнавчі заходи, лекції, дізнаються багато нового і цікавого про історію міста і охоче діляться набутою інформацією у розділі **«Краєзнавчі мініатюри»**.

Інновацією бібліотекарів стає такий напрямок краєзнавчо-бібліотечної роботи, як бібліотечно-краєзнавчий туризм. В цьому напрямку нами зроблені вже перші кроки. В розділі **«Бібліотечні екскурсії»** ми знайомимо з проведеними екскурсіями силами співробітників бібліотеки.

Зрозуміло, що у краєзнавчій діяльності нашої бібліотеки є чимало проблем, пов'язаних передусім з нестачею краєзнавчої літератури, нестачею професіоналів з краєзнавства, але завдяки спільним зусиллям, творчості, зацікавленості у вихованні любові і дбайливого ставлення до рідного краю, його багатств, творчої і наукової спадщини ми маємо підтримувати на належному рівні цей проект, який має право на існування.

УДК УДК 004.738.5:02

С. Л. Бондар,
провідний бібліограф
інформаційно-бібліографічного
відділу НБЧНТУ

ІНТЕРНЕТ-САЙТ БІБЛІОТЕКИ – ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА СУЧАСНЕ БАЧЕННЯ

*Якщо ваша бібліотека не представлена в Інтернеті, то
вважайте, що вашої бібліотеки не існує!*

Ми – існуємо! З лютого місяця 2016 року почав свою роботу об'єднаний сайт бібліотеки ЧНТУ. Раніше було три сайти від різних інститутів. 2016 рік почався зі створення розділів і перенесення даних, реєстрації доменного імені. Паралельно йшла робота по наповненню рубрик, висвітленню поточних подій, пам'ятних і знаменних дат, нових надходжень. Прийшов час озирнутися на виконану роботу, зайнятися аналізом, самоаналізом, задати собі

питання: що ми вже встигли зробити за цей рік? для яких груп користувачів? які наші плани на близьке майбутнє?

На мій погляд, сайт виконує, по-крайній мірі, 4 великі завдання: це візитівка бібліотеки, її літопис, архів, філія.

Основні цілі презентаційної функції: надання первинної інформації про бібліотеку.

На Головній сторінці користувач бачить назву, логотип, режим роботи, слайдер (посилання на офіційні сайти, на провідні освітні портали, партнерів), розділи першого рівня, новини, послуги. Тобто гості сайту повинні отримати максимальний обсяг інформації з мінімальними зусиллями. Тут особливо важливий єдиний стиль в оформленні, відсутність помилок у тексті, зрозуміла й логічна структура розміщення інформації. Все це привертає увагу до бібліотеки, формує в очах читачів її позитивний імідж. Також ми вирішили, що Веб-ресурси бібліотеки, її інформаційні продукти заслуговують особливої уваги і розмістили інформацію про них на чільному місці Головної сторінки.

Літопис - це наша стрічка новин. З початку року ми підняли високу планку щодо інформаційного наповнення сайту. Практично жодна бібліотечна подія не залишається непоміченою. Постійно ведеться Календар знаменних і пам'ятних дат, який обов'язково супроводжується розкриттям фонду, тематичним веб-навігатором. Не забуваємо, що один з основних критеріїв відкритості бібліотеки - динаміка відображення її життєдіяльності в стрічці новин на сайті! Постійно рекламуємо праці викладачів. Ставимо до відома про доповнення в розділах другого і третього рівня: «*Нове на сайті*»; з поміткою «*Бібліотека рекомендує*» розміщуємо цікаву інформацію.

На сайті створюється Архів новин; за Календарем можна переглянути, чим жила бібліотека у певний період. Цікаво подивитися Хронограф подій - фоторепортаж про заходи, які у нас проводилися. На сайті розміщені матеріали бібліотечних конференцій, наші доповіді та публікації, презентації. У розділі «*Видання Наукової бібліотеки*» можна ознайомитися з біобібліографічними і бібліографічними покажчиками, рекомендаційними списками і регіональним професійним виданням нашої бібліотеки «*Бібліокур'єр*».

Сайт не тільки висвітлює бібліотечну діяльність, а й пропонує доступ до тематичних оглядів літератури, віртуальних виставок, інформ-досьє і до іншої нашої продукції, що знаходиться у веб-просторі.

У будь-якої інформації, яку ми розміщуємо на сайті, повинна бути чітка читацька адреса.

У першу чергу сайт орієнтований на вузівського користувача. Інформаційний супровід запитів науковців знайшов відображення в

розділі «*На допомогу науковцю*» - найпопулярнішому на сайті. Назви рубрик допомагають орієнтуватися в їхньому змісті.

Дві рубрики з цього розділу вимагають від нас чіткого знання їх змісту, щоб можна було б порекомендувати викладачам. Це загальний розділ - тут корисна інформація з різних питань: розміщення статті у Вікіпедії, оформлення наукових робіт, транслітерація, антиплагіат, цифрові інструменти, послуги, які надає бібліотека та інше. Розділ «*Фахові видання в базах даних*» може бути корисний як інформація для публікації наукових робіт, так і для пошуку періодичних видань за конкретними тематичними запитам.

Корисну інформацію студенти можуть отримати в розділах «*Читачеві*» (анкетування, акції, посилення, веб-бібліографія), «*На допомогу фахівцю*» (рекомендаційні покажчики за напрямками підготовки) і «*Соціокультурна діяльність*» (тематичні огляди і віртуальні виставки).

Розділ «*Бібліотечному фахівцю*» містить інформацію, яка допомагає підвищувати професійний рівень, дізнаватися новини в світі бібліотек.

Розділ «*Соціокультурна діяльність*» може бути корисним і цікавим не тільки нашим користувачам, але будь-якому «віртуальному мандрівникові»: Клуб «*Райдуга*», Студія «*Hand Made*», фільми, створені бібліотекарями, пізнавальна інформація про книги і бібліотеки, та багато іншого. Один з найбільш відвідуваних розділів на сайті «*Світ очима бібліотекаря*»: наші фотографії розподілені за тематичними рубриками. Викликає інтерес у відвідувачів сайту також Фотогалерея на Головній сторінці, інформація про книги і бібліотеки, фільми про виставки, що проходять в бібліотеці.

Напрямки роботи сайту Наукової бібліотеки ЧНТУ: інформація, якість, реклама, спілкування.

* Інформація повинна бути: актуальною, корисною, структурованою, логічною, грамотно поданою і постійно оновлюватися.

* Дуже важливо підтримувати різні мовні версії сайту, хоч це тягне за собою великі витрати часу. Перспективно розвивати англійську версію, причому не тільки як презентацію бібліотеки, а й на більш глибокому рівні. Адже для Інтернету українська та російська мови на жаль, це - локальні.

* Веб-сайт це інформація, доступна в будь-якому місці світу 24 години на добу 365 днів на рік. Ми повинні пам'ятати, що наша робота представляє бібліотеку, вуз, країну. Якщо вже вирішили виставити свою роботу на всесвітній огляд, вона повинна бути якісною.

* Реклама: мало зробити і наповнити сайт. Для будь-якої справи необхідна реклама різних видів: усна, друкована, у вигляді презентацій, на Інтернет-ресурсах, на сайтах партнерів (обмін посиланнями і банерами).

* Спілкування теж необхідно розвивати, для цього на сайті є потрібні сервіси: зворотній зв'язок; система опитувань; підписка на розсилку Бюлетеня нових надходжень; віртуальна довідка; Гостьова книга.

Бібліотечний веб-сайт це: дуже потрібна, неймовірно цікава, надзвичайно відповідальна колективна праця. Бібліотека, яка правильно організувала свій сайт, стає доступнішою і привабливішою; підвищує свій статус у вузі; допомагає відвідувачам орієнтуватися у величезному потоці інформації; залучає нових користувачів, що віддають перевагу праці з сучасними інформаційними технологіями.

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕКИ”

УДК 024

І. Б. Шкрєбко,
зав.відділом навчально-методичних
та періодичних видань
наукової бібліотеки ЧНТУ

СИСТЕМА РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕКИ. ПРОПАГАНДА ФОНДІВ БІБЛІОТЕКИ. МЕТОДИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ЛІТЕРАТУРНИХ ВИСТАВОК

***Ключові слова:** бібліотечна реклама, інформаційний ресурс, імідж, web-сайт, книжкова виставка, віртуальна виставка, бібліотечний фонд, електронні ресурси, віддалений користувач.*

Реклама – це один з важливих напрямів діяльності бібліотеки та одна із складових її іміджу. Сьогодні під бібліотечною рекламою розуміють найбільш повне задоволення пізнавальних, інформаційних та інших потреб користувачів бібліотеки при максимальній реалізації власних ресурсів і можливостей бібліотеки. Імідж бібліотеки залежить від того, наскільки правильно, грамотно та точно подана бібліотечна реклама. Реклама в бібліотеці спрямована в першу чергу на активне використання фондів, інформаційних продуктів та послуг бібліотеки.

Реклама будь-якої послуги або інтелектуальної продукції є одночасно і рекламою самої бібліотеки, оскільки містить не тільки інформацію надання послуг, які рекламується, а також повідомляє про те де, коли і на яких умовах їх можна отримати.

Реклама в бібліотеці є важливою та необхідною дією з формування, закріплення та підтримки позитивного іміджу та престижу бібліотеки.

Імідж – це образ бібліотеки, який збільшує важливість та значимість бібліотечно-інформаційних послуг та продуктів в очах користувачів.

Ефективність бібліотечної реклами визначається кількістю читачів бібліотеки та частотою їх звернення до бібліотеки для отримання інформаційних продуктів і послуг. Тому реклама в бібліотеці, є важливою умовою підтримки позитивного іміджу та престижу бібліотеки.

Структура реклами містить наступні основні моменти:

- по-перше, це здатність привернути увагу, дуже важливо, наскільки залучається увага заголовком, чи впливає реклама саме на ті категорії потенційних споживачів, на які розрахована;

- по-друге, сила впливу на емоції споживачів реклами – які почуття народжуються під впливом реклами, залежить від того, наскільки вдалий рекламний аргумент і чи правильно він поданий;

- по-третє, інформативність – наскільки ясно викладено рекламний аргумент, наскільки ємко показана корисність рекламованого об'єкта;

- по-четверте, наскільки ефективно приковується увага людей, чи захоче людина прочитати повідомлення або подивитися рекламний ролик до кінця.

Основні цілі рекламної кампанії у бібліотечній сфері:

– формування у користувача певного рівня обізнаності про бібліотечні продукти та послуги,

– інформування про нові послуги, введені бібліотекою;

– установка про необхідність ознайомлення з бібліотечною продукцією;

– залучення нових членів читацької аудиторії ;

– формування або підтримка високого іміджу бібліотечної установи.

Основними вимогами до гарної бібліотечної реклами є:

1) об'єктивність;

2) ясне і чітке повідомлення користувачам (меседж);

3) відповідність змісту і форми реклами інтересам та потребам користувачів;

4) естетичність.

Розробка чітких і сильних рекламних повідомлень (закликів/меседжів), орієнтованих на різні цільові групи, є ключовим фактором успіху рекламної кампанії.

Рекламне повідомлення повинне:

– враховувати рівень знань користувача про бібліотеку та можливості, які вона пропонує;

– надавати нову інформацію користувачам;

– надавати користувачам аргументи для використання бібліотечної послуги, надавати її характеристики;

– позиціонувати рекламовану послугу як цінну, унікальну та відмінну від інших бібліотечних послуг;

– пояснювати правила використання рекламованої послуги.

Зміст рекламного повідомлення має дати відповіді на питання, що пропонується користувачеві, які переваги він може отримати від пропонованої послуги, де, коли і як він може цю послугу отримати. Від змісту реклами залежить і вибір форми рекламного

повідомлення, впровадження певного виду реклами або сукупності рекламних форм.

Організація рекламної діяльності бібліотеки починається з планування рекламних заходів. Воно допомагає бібліотекам найбільш раціонально і ефективно управляти всіма процесами рекламної діяльності. Тому бібліотека повинна планувати рекламну діяльність за трьома напрямками.

Стратегічне планування рекламної діяльності (процес створення і підтримки рекламної діяльності відповідно до маркетингових напрямків бібліотеки, її можливостям на тривалий період від 3 років).

Поточне планування рекламної діяльності бібліотеки - це планування рекламної діяльності на рік: конкретизація цілей і завдань реклами, терміни її виконання, бюджет.

Нарешті, **цільове планування** передбачає розробку реальних планів досягнення цілей конкретної рекламної акції, рекламної кампанії, систематичний контроль роботи і результатів даної рекламної акції, кампанії і т.п.

У бібліотечній практиці широко використовується реклама наявних ресурсів книгозбірні, насамперед її документних фондів та електронних ресурсів. З цією метою організуються традиційні та електронні книжкові виставки, виставки, присвячені тематиці конференцій, семінарів та інших заходів.

Свою роль у процесі популяризації книги та читання відіграють також засоби масової інформації — газети, телеканали, радіостанції та інтернет-портали.

Також, сьогодні бібліотеки рекламують свою діяльність через соціальні мережі, розміщують рекламні повідомлення на своїх сайтах. Останніми роками з'явилися нові форми, нові стратегії рекламного впливу на читача.

З переходом до суспільства знань відбувається формування нового типу користувача, який вимагає оперативного отримання інформації. В зв'язку з цим створення та підтримка власних веб-сайтів стали одними із головних і перспективних напрямків роботи сучасної бібліотеки – наукової, вузівської чи масової та рекламою її діяльності. Сайт бібліотеки – це її імідж в інформаційному просторі, який служить для просування бібліотечної діяльності, передусім – її інформаційної функції; сайти бібліотек ВНЗ – для просування самого навчального закладу з метою реалізації його основних освітніх задач, таких як:

- представлення доступу віддаленому користувачу через інтерфейс всього комплексу послуг, що надає бібліотека;
- організація вільного доступу до світових інформаційних ресурсів;

– організація можливості взаємовикористання інформації за допомогою сайтів мережі Інтернет та пошукових систем, представлених на сайті;

– сприяння обміну фаховою інформацією між спеціалістами.

Досвід свідчить, що створення web-сайтів, "сторінки" в Інтернеті незмірно підвищує престиж бібліотеки – адже інформація про бібліотеку попадає у всесвітню мережу. Розширюється число її реальних і потенційних користувачів. Бібліотечний сайт представляє і рекламує всі аспекти бібліотечної діяльності та різноманіття її інформаційних ресурсів.

В основному вони мають такі розділи:

- новини бібліотеки, об'яви,
- електронні каталоги (ЕК)
- електронні бібліотеки (ЕБ)
- програми та проекти
- довідкова інформація
- інтернет-ресурси
- бюлетень нових надходжень
- каталог періодичних видань та ін.

Електронна пошта - дешевий, оперативний і зручний канал розповсюдження реклами, подання та отримання різної спеціальної інформації для роботи і професійного зростання бібліотечного персоналу. Широке поширення набуло використання в рекламних цілях таких «Інтернет-майданчиків» як «дискусійні листи» і «групи новин». Перспективною формою розвитку бібліотечної реклами традиційної та рекламної книги в глобальній мережі є книжкові Інтернет-магазини і їх рекламна інфраструктура, довідково-пошукові апарати, бібліографічні бази даних.

Процес інтернетизації бібліотек сприяє зміні характеру сервісу бібліотечних та інформаційних ресурсів і послуг, необхідних для задоволення потреб інформаційно-залежного суспільства, а також підвищує ефективність рекламної діяльності бібліотеки, посилює її роль як інформаційного, соціокультурного і освітнього інституту.

Багато установ бібліотечної сфери використовують блоги для спілкування зі своїми читачами. Блог-маркетинг набуває розвитку, вже сьогодні можна говорити про його реальну роботу з популяризації бібліотечних ресурсів і послуг серед користувачів інтернету. Блоги створюють суттєву конкуренцію ЗМІ у зв'язку з тим, що несуть в собі багато корисної інформації, якій користувачі довіряють в першу чергу. Тим більше актуальність блогів зростає завдяки можливості ведення діалогу: користувачі можуть задавати свої питання безпосередньо співробітникам бібліотеки.

За останні роки бібліотеки почали активно розвивати електронні інформаційні ресурси, створювати власні бібліографічні, реферативні та повнотекстові бази даних, надавати інформацію про нові надходження книжок та журналів, з'явилась інноваційна форма інформаційного обслуговування – дистанційна. На сьогодні залишається стійкою тенденція до розширення аудиторії віддалених користувачів, яка в кількісному відношенні значно перевищує відвідуваність бібліотеки, що доводить необхідність більш інтенсивного впровадження в їх діяльність нових форм і розробок, зорієнтованих на ефективне обслуговування читачів у дистанційному режимі. На сучасному етапі інформаційний сервіс «Віртуальна довідка» є однією з найбільш дієвих форм обслуговування користувачів у дистанційному режимі. Відмінною ознакою в роботі сервісу є представлення інформації не тільки у вигляді бібліографічних добірок і фактографічної інформації, а й повнотекстових документів та посилань на мережеві ресурси.

Бібліотечна реклама не тільки дозволяє інформувати користувачів про бібліотечні ресурси і сервіси, а й створювати цей попит.

Оскільки реклама – найбільш доступний спосіб залучення читачів, бібліотеки виділяють рекламу з усього набору комунікаційних засобів і широко використовують у своїй діяльності. Реклама є потужним засобом стимулювання користувачів інформації скористатися певною бібліотечною продукцією чи послугою. Правильно спланована рекламна кампанія є частиною інформаційно-комунікаційної діяльності бібліотечної установи, запорукою її успішної діяльності.

Організація виставкової роботи в бібліотеці

Провідне місце у структурі бібліотечно-інформаційної діяльності займає виставкова робота.

Завдання і мета виставок – максимально розкрити фонди бібліотеки або її структурного підрозділу, привернути до них якнайбільше користувачів, а також надати якнайбільше інформації з тієї чи іншої теми.

Обсяг, характер, зміст і оформлення виставок залежать від широти проблемної галузі і матеріально-технічних можливостей бібліотеки.

Кожна виставка має бути розташована у зручному місці, на видноті. Її оформлення мусить зацікавити відвідувача, примусити зупинитися біля стендів, зняти книгу з виставки, погортати її, переглянути ілюстрації, зміст, передмову, замислитися, зрадіти чи засмутитися або просто відпочити.

Варто пам'ятати, що на виставці не повинно експонуватися абсолютно все, що є у бібліотеці з цього питання. Важливо також

дати зрозуміти користувачеві, що це не музейна експозиція, і книги на виставці можна переглядати, читати.

Підготовка та організація виставки починаються з чіткого визначення рекламно-інформаційної завдання, угруповання основних та ілюстративних матеріалів, об'єкта виставки (проблемної області), аудиторії виставкової реклами, цільового та читацького призначення експозиції. У відповідності з усім цим проводиться підбір літератури, продумується спосіб її розташування на стенді.

Методика підготовки та організації книжкових виставок.

1. Вибір теми виставки. (Тема повинна бути актуальною, визначитися важливими подіями сучасності, відповідати потребам читачів: до пам'ятної дати; на допомогу навчальному процесу; популяризації досягнень науки та культури і т.п.).

2. Визначення читацького призначення виставки. (Дорослі, молодь, юнацтво, діти).

3. Визначення виду книжкової виставки. (Виставка-персоналія; виставка однієї книги, статті; виставка -вікторина до масового заходу; виставка - дискусія і т.п.).

4. Прийняття рішення про терміни і місце оформлення книжкової виставки.

5. Формулювання заголовка та підрозділів. (Заголовок повинен бути простим, коротким, зручним для сприйняття; використовуються рекомендації методичних центрів, бібліографічні покажчики та ін.).

6. Перегляд, відбір та групування літератури у відповідності до структури виставки. (Використовуючи бібліографічні покажчики, картотеки, каталоги, відбираються книги і періодичні видання по темі).

7. Візуальний перегляд книг до заключного відбору матеріалів для експозиції. Бібліографічний опис, анотування найбільш цінних видань. Підготовка бібліографічних списків.

8. Підбір текстів звернень до читачів, цитат. (При підборі текстів та цитат використовувати твори видатних державотворців, державні документи, статті з газет і журналів, вислови діячів науки і культури. Тексти і цитати повинні бути закінченими по змісту, короткими, виразними, не потрібно довільно скорочувати цитати. Наводячи цитату, необхідно вказати джерело).

9. Прийняття рішень про принцип систематизації літератури. (Принцип систематизації може бути тематичним, хронологічним, логічним, географічним та ін.)

10. Пошук ілюстрованого матеріалу в альбомах, журналах, комплектах репродукцій, плакатах, афішах та ін.

11. Підбір цифрових та інших фактичних матеріалів за допомогою словників, довідників, енциклопедій та ін. довідкових матеріалів.

12. Вибір місця розташування виставки, інтер'єру, речових елементів, кольорових композицій та ін. елементів оформлення.

13. Оформлення назв заголовка, розділів, текстів і цитат.

14. Розміщення матеріалів на стенді і оформлення виставки.

15. Реклама виставки. Це і анонси в місцевих мас-медіа, яскраві оголошення в бібліотеці, листівки та флаери для розповсюдження в публічних місцях.

16. Повідомлення читачів про виставку (оголошення, запрошення, інформація по радіо, в газеті та ін.).

17. Підготовка усних форм експонованої літератури (бесід, оглядів, інформацій на радіо).

18. Систематичне наповнення новими надходженнями експозиції виставки.

19. Облік книговидач з виставки.

Сучасна виставка не обмежується лише представленням документів з фонду бібліотеки. Наявність фактографічної інформації, посилання на інші ресурси, в т.ч. інтернет, звертання та питання до читачів (в разі виставки-вікторини, виставки-кросворда) роблять її засобом комунікації та сприяють розширенню співпраці бібліотеки з її користувачами.

Бібліотека з перших днів свого існування й донині використовує книжкові виставки як дієву форму показу книг, що супроводжується розкриттям їх змісту, допомагає читачам у пошуку й привертає увагу до нових видань. Серед форм виставок бібліотекарі використовують виставки новинок та тематичні, окремих видань та віртуальні.

Удосконалення даної форми роботи повинно бути в полі зору бібліотеки постійно. Як відомо, ефективна книжкова виставка - та, яка відповідає вимогам та запитам користувачів.

Бібліотечна виставка - жанр бібліотечно-бібліографічної реклами, але і вона потребує спеціальної реклами, зокрема - в інформаційних повідомленнях про неї у періодичних виданнях, на сайтах в Інтернеті, в передачах по радіо.

Таким чином, організація рекламної діяльності в бібліотеці впливає на ефективність бібліотечної реклами як важливого засобу формування суспільного іміджу бібліотеки. Чим вищий розвиток суспільства, тим активніше використовується реклама. Сьогодні можна стверджувати, що реклама стала невід'ємною частиною бібліотечної діяльності.

Але не варто забувати, що як би добре не була організована робота по просуванню, в основі успіху лежить якість самої продукції та послуг, якість обслуговування користувачів і своєчасне попередження конфліктів між бібліотекою та її користувачами. Тому бібліотекам важливо орієнтуватися на вивчення інформаційних потреб користувачів. Постійно вдосконалювати свою діяльність,

підвищувати кваліфікацію, освоюючи нові програмні засоби. Розширювати номенклатуру інформаційних продуктів і послуг, розробляючи нові додаткові послуги, підвищуючи тим самим комфортність обслуговування.

Список використаної літератури

1. Башун, О. Реклама та „паблік рілейшнз” бібліотек / О. Башун // Імідж сучасної бібліотеки : зб. ст. – Київ, 2001. – С. 67-75.
2. Залевська, Л. Портфоліо рекламно-іміджевої продукції бібліотеки / Л. Залевська // Бібліотечна планета. – № 4. – 2015. – С. 19-20.
3. Дупляк, Т. Інтернет технології у виставковій діяльності / Т. Дупляк, Т. Ткаченко // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3. – С. 26-29.
4. Костирко, Т. Бібліотечна іміджелогія як професійна інновація / Тамара Костирко // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 2. – С. 23.
5. Кудря, Л. Віртуальна книжкова виставка – нова форма популяризації документів / Л. Кудря // Бібліотечна планета. – 2009. – №1. – С. 37-39.
6. Шевченко, В. М. Теоретичні підходи до формування бібліотечно-інформаційних центрів вищих навчальних закладів в умовах глобалізації та інноваційного розвитку / В. М. Шевченко // Вісник Кн. палати. – 2010. – № 5. – С. 15-20.

УДК 024

І. А. Барішполець,
зав. сектором навчально-методичних
та періодичних видань НБ ЧНТУ

ВИКОРИСТАННЯ ОН-ЛАЙН ОПИТУВАНЬ У БІБЛІОТЕЧНІЙ ПРАКТИЦІ

Ключові слова: *опитування, анкетування, он-лайн дослідження, бібліотека.*

Бібліотека сьогодні – це інформаційний, консультативний, ресурсний центр, платформа для навчання, місце для спілкування, місце, де допоможуть кожному. Сьогодні бібліотечний працівник – це інформатор, бібліоменеджер, аналітик операцій, спеціаліст з електронної обробки інформаційних носіїв, технолог автоматизації бібліотечно- інформаційних систем. Кожна бібліотека, працівники якої націлені на задоволення потреб своєї громади, неодмінно пропонує широкий спектр послуг, корисних для відвідувачів. Сучасні технології відкрили й надалі відкриватимуть нові можливості для користувачів.

Сьогодні комунікації все частіше здійснюються за допомогою Інтернету. Багато видів діяльності не можна уявити без

інтерактивного віртуального середовища, його різноманітних можливостей.

Бібліотеки також активно користуються Всесвітньою павутиною. Адаже Інтернет як інформаційне середовище надає бібліотеці можливість не тільки отримувати необхідну інформацію, але і популяризувати себе. Частково вирішують це завдання веб-сайти бібліотек, які формують їх позитивний імідж, привертають увагу до наявної інтелектуальної продукції або послуг, забезпечують залучення нових, зацікавлених користувачів.

У житті кожної бібліотеки ВНЗ настає та мить, коли її розвиток потребує змін, і дуже часто успіх бібліотеки зумовлюється оперативною реакцією на запити користувачів. Бібліотеці, щоб реалізуватись, необхідно постійно удосконалювати свою діяльність на основі управління якістю. Для того, щоб визначити, в якому руслі повинна здійснюватись інноваційна діяльність проводяться анкетування її користувачів.

Як вони оцінюють впровадження новітніх інформаційних технологій?

Які послуги вони бажають отримувати?

Досить часто через бібліотечні сайти здійснюється моніторинг процесів обслуговування і вивчаються інформаційні потреби користувачів. На бібліотечних сайтах проводяться он-лайн опитування користувачів. Це допомагає бібліотечним працівникам оперативно виявляти існуючі проблеми та знаходити шляхи покращення своєї діяльності.

Опитування проводяться з метою удосконалення обслуговування користувачів бібліотеки в сучасних умовах. Для цього потрібно досконало вивчити сприйняття користувачами окремих сервісів бібліотеки, пов'язаних із використанням нових інформаційних технологій. Результати повинні свідчити про якість інформаційно-бібліотечних послуг бібліотеки в поточний період часу та сприяти наданню рекомендацій при прийнятті управлінських рішень із впровадження нових інформаційних послуг.

Опитування - це метод збору інформації для вивчення таких масових (головним чином, соціально-психологічних) явищ, як громадська читацька думка про ті чи інші книги або періодичні видання, читацькі оцінки, ставлення читачів до бібліотечної роботи, в цілому або до певних її видів, до окремих заходів, ставлення читачів один до одного і до бібліотекарів і т.д.

Різновиди попиту, застосовувані для вивчення читачів, можна звести до інших основних: анкетування-опитування, що передбачає самостійне заповнення респондентами (опитувана особа - бібліотекар або читач) спеціального опитувальника; Інтерв'ювання -

усне опитування «обличчям до обличчя», що проводиться інтерв'юером за спеціальним планом.

Для того, щоб провести он-лайн опитування необхідно розробити он-лайн анкету і опублікувати її на сайті бібліотеки.

Опитування застосовується, як правило, для збору орієнтованого матеріалу, обробка якого дозволяє встановити деякі статистичні факти, виявити типові явища (наприклад, громадська думка, інтереси і др.). Анкети повинні бути добре обдумані, переслідувати певну вузьку мету. Питання в анкеті мають бути простими, конкретними, чітко сформульованими, не визначати зміст відповідей і не вимагати більших витрат часу.

Але перш, ніж приступити до складання анкети, слід попередньо визначити цілі і завдання опитування, сформулювати основні гіпотези. Необхідно визначитися з вибором проблеми, задатися запитанням: «Навіщо я розробляю цю анкету?».

Анкета передбачає цілу систему відносин між дослідником і респондентом. Розробник анкети повинен чітко уявляти теми, проблеми, які будуть включені в анкету (тобто про що треба запитати респондента) у вигляді розділів. Анкета складається з вступної частини - звернення до опитуваного, основної частини - блоків запитань і паспорттики - безпосередніх суб'єктивних відомостей про респондентів.

Вступна частина. Передус анкету вступна частина, в якій вказуються цілі, завдання опитування, дані про організацію, що проводить опитування, прохання прийняти участь і надати допомогу в досягненні цілей дослідження, вказівка на практичну значимість і цінність очікуваної від респондента інформації. У цій частині, як і в кінці анкети, обов'язковим елементом є вираз вдячності за участь в опитуванні. Наприклад: «Дякуємо Вам за допомогу!». «Дякуємо Вам за участь в опитуванні!», «Спасибі!». Призначення вступної частини в тому, щоб максимально розташувати до себе опитуваного, зацікавити його темою й пробудити бажання брати участь у дослідженні.

Основна частина. Включає в себе власне питання, в послідовності яких розкривається зміст досліджуваної теми. Це найбільша частина за обсягом і найскладніша за змістом. Гарна анкета потребує уваги, кропіткої роботи, знання типів питань, вміння їх точно сформулювати і розташувати у певній послідовності.

Одним з найпростіших і найменш витратних способів дослідження є проведення онлайн-опитування, з використанням простих, безкоштовних програм, які можуть надати результати вже за кілька годин після початку опитування. Онлайн-опитування – це чудовий спосіб зібрати інформацію від користувачів послуг.

Актуальність опитувань зумовлена необхідністю: вивчення думки користувачів про бібліотечно-інформаційні послуги; розширення уявлень про соціальні та професійні характеристики користувачів, мотиви їхніх звернень до бібліотеки; визначення шляхів удосконалення бібліотечно-інформаційного обслуговування; формування та організація бібліотечних фондів, вивчення якості, комфортності обслуговування; оцінка роботи книгозбірні, а також окреслення пріоритетів розвитку бібліотеки на майбутнє.

З метою вивчення комплексу основних бібліотечних послуг книгозбірні за видами та частотою їх використання користувачами; якості та комфортності обслуговування за різними показниками; загальна оцінка роботи бібліотеки користувачами; вивчення їх зауважень та пропозицій щодо роботи книгозбірні в цілому та за окремими напрямками її роботи; частота та мотиви звернення різних категорій користувачів до книгозбірні, проводяться соціологічні опитування серед читачів.

На сьогоднішній день перед бібліотекою стоїть багато завдань, серед яких:

- формування інформаційної культури користувачів;
- надання користувачам додаткової інформації з пошуку ресурсів та роботи з комп'ютерними бібліотечними програмами;
- розширене використання можливостей web-сайту для інформування користувачів.

Ми повинні піклуватись про репутацію бібліотеки. Кожен читач, який звертається до нас, повинен бути впевнений, що отримає сучасну якісну бібліотечну послугу. Необхідно прагнути зробити обслуговування більш ефективним, а задоволення запитів користувачів при наданні послуг повинні стати кінцевою метою.

Лише шляхом вивчення читацьких потреб можливо досягти максимально повної інформаційної підтримки процесів навчання, наукових досліджень, педагогічної та адміністративної практики.

Тобто, буде виконуватись місія бібліотеки вищої школи. На жаль, особистих інформаційних навчальних ресурсів: підручників, конспектів лекцій в університеті не вистачає, тому потреби студентів задовольняють друковані видання.

Он-лайн опитування 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 та послідовне використання отриманих результатів у подальшому успішному розвитку бібліотеки. Напрямки опитувань 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 опитувань є достатньо складним процесом, що потребує витрат часу, творчих здібностей, теоретичних знань. Тому необхідність проведення опитувань має бути обгрунтованою та доцільною. Відсутність необхідних знань з питань теорії та методології проведення опитувань може самим негативним чином сказатися на рівні його проведення та отриманні достовірних результатів.

Переваги інтернет-опитувань. Незважаючи на труднощі, технологія репрезентативних інтернет-опитувань дуже перспективна. В якості одного з переваг - їх оперативність: інтернет-опитування можна провести протягом двох-трьох днів, а іноді й кількох годин. Більш того, зазвичай за ходом такого опитування можна стежити в реальному часі.

Інше їх перевага - відносна дешевизна: Інтернет дозволяє опитати велику кількість людей без витрат на інтерв'юерів, друкування анкет, телефонні дзвінки, розсилання листів поштою і т. Д.

Ще однією істотною перевагою інтернет-опитувань є можливість вивчати специфічні проблеми, які люди не готові обговорювати в звичайній розмові, це можливо завдяки тому, що сидить за комп'ютером респондент, по-перше, не соромиться інтерв'юера; по-друге, може вибрати момент, коли в кімнаті нікого немає, і, по-третє, впевнений, що дані опитування будуть представлятися лише в агрегованому вигляді.

У силу названих, а також ряду інших переваг технологія репрезентативних інтернет-опитувань активно розвивається.

Список використаної літератури

1. Роскіна, Т. Розвиток інформаційних технологій та Інтернет у бібліотеках // Наукові праці Національної бібліотеки імені В. Вернадського. - Київ, 2002. - Вип. 8. - С. 247-253.

2. Лисенко, Л. В. Вплив соціологічних досліджень на формування інноваційної політики бібліотеки вищого навчального закладу / Л. В. Лисенко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2011. - № 2. – С. 18-24.

УДК 004.738.5:02:378.4

Т. В. Дейнека,
завідувач сектору
НБ ЧНТУ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКИ ТА ОСВІТИ

Анотація. У доповіді наводиться аналіз стану світових інформаційних ресурсів в галузі науки та освіти, дається характеристика роботи інноваційних форм інформаційних продуктів і послуг, які здійснюють інформаційне забезпечення цієї галузі розвитку сучасного суспільства.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, електронні ресурси, соціальні мережі, освіта, наука, комунікаційні технології.

Різке прискорення розвитку інформаційних і комунікаційних технологій стало початком всесвітнього процесу переходу від “індустріального” до “інформаційного суспільства”. Поняття “Інформаційне суспільство” на сьогодні трактується як ступінь у розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань у житті суспільства, зростанням частки інформаційних комунікацій, інформаційних продуктів і послуг, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їхній доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їх соціальних і особистісних потреб в інформаційних продуктах і послугах. Перехід до інформаційного суспільства супроводжується зростаючим потоком інформації, переведенням основного масиву інформації на електронні носії, підвищенням вимог до повноти, інформації, яка надається користувачам, забезпеченням можливості доступу до неї з будь-якого місця в будь-який час. Здавна відомо, що які б цілі не ставила перед собою людина - політичні, економічні, наукові або технічні, - вона не може отримати результат лише на підґрунті тих знань і тієї інформації, яку має на даний час.

Невід'ємною частиною сучасного розвинутого суспільства є розвиток нових прикладів інформаційного забезпечення освіти і науки, що пов'язано з розбудовою електронної освіти та електронної науки, їх місця і ролі у соціокультурному просторі.

У сучасному глобалізованому світі завдяки використанню новітніх засобів телекомунікацій та інформаційних технологій актуальним є вирішення проблем оперативного обміну інформацією про досягнення

науковців незалежно від місця їх розташування. В останні два десятиріччя суттєво змінилися форми і методи наукових комунікацій. Це зумовлено різними факторами, у тому числі стрімким зростанням цін на передплату наукових видань, насамперед журналів, необхідністю прискорення обміну результатами наукових здобутків вчених усього світу, впровадженням нових технічних засобів передачі та доступу до інформації, що ґрунтуються на використанні зближених телекомунікаційних та інформаційних технологій і систем.

Знаковою подією в розвитку зазначених процесів стала так звана Будапештська ініціатива відкритого доступу (ВД), яка визначила відкритий доступ як "доступність через публічний Інтернет, що дає змогу будь-якому користувачеві читати, завантажувати, копіювати, розповсюджувати, шукати чи через посилання зв'язуватися з повними текстами статей, використовувати їх для індексування чи будь-яких інших законних цілей без фінансових, юридичних чи технічних бар'єрів, крім тих, що пов'язані з доступом до Інтернет".

Таким чином, світова система відкритого доступу надає можливість безоплатної комунікації учених, при цьому за науковцями зберігаються авторські права та створюються засади для більш активного цитування їхніх праць, оскільки вони стають доступними для світового загалу користувачів. Важливим при реалізації системи відкритого доступу є також використання безоплатного програмного забезпечення з відкритим кодом. У світі встановилася практика, згідно з якою існують два шляхи до відкритого доступу: золотий - через журнали відкритого доступу, і зелений - через архіви (репозитарії) відкритого доступу. В наш час в Україні маємо майже 40 репозитаріїв і понад 1650 журналів, представлених у системі відкритого доступу.

Деякі приклади відкритих репозитаріїв.

OpenDOAR – електронний ресурс, який здійснює пошук наукової інформації у відкритих репозитаріях у всьому світі. Він є найбільшим каталогом академічних сховищ відкритого доступу. Окрім надання простого списку репозиторіїв, OpenDOAR дозволяє шукати галузеві репозиторії або здійснювати пошук за змістом матеріалів. Розробки будуть корисні як для користувачів, які бажають знайти оригінальні наукові статті, так і для постачальників послуг, таких як пошукові системи або служби попередження, які потребують простих у використанні інструментів для розробки спеціальних пошукових служб для конкретних користувачів.

OpenDOAR також було визначено як ключовий ресурс для спільноти відкритого доступу та ідентифіковано як лідер в каталогах репозиторіїв.

OAlster - об'єднаний каталог у рамках проекту всесвітньої бібліотечної організації OCLC (некомерційний членський комп'ютерний бібліотечний сервіс), який представляє відкриті цифрові архіви з усього світу.

Data repositories (сховище даних) (OAD) - список тематичних репозиторіїв. Довідник з відкритого доступу сховища даних являє собою збірку простих фактичних списків про відкритий доступ до науки та гранди, яку підтримує наукова спільнота у цілому. Залучаючи багато списків, пов'язаних з відкритим доступом, в одному місці, сховище даних полегшує кожному їх відкриття, використання їх для довідки та оновлення.

Важливим ресурсом, який активно розвиває багато сучасних університетів, являються різноманітні спеціалізовані бази даних та інформаційні системи, призначені для широкого кола фахівців. Прикладами є бази даних щодо зірок, транснептунових тіл, астероїдів, метеоритів НДІ астрономії ХНУ ім. В.Н. Каразіна, українська мережа оптичних станцій для дослідження навколосемного космічного простору.

Сьогодні варто стимулювати університети не до створення бібліотек, які б містили у друкованому чи електронному вигляді всі підручники з усіх дисциплін, а відкритих спеціалізованих освітніх та наукових інформаційних ресурсів. прикладом може бути вже існуючі : фонд стародруків Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича КНУ ім. Тараса Шевченка; проєкт «Космічна погода» ХНУ ім. В.Н. Каразіна й т.п. Звісно, це не слід розглядати як альтернативу бібліотекам, які сьогодні існують. Університетські бібліотеки з великими фондами нерідко унікальних, видань повинні існувати та розвиватися.

Аналогічні бази даних провідних світових університетів зазвичай мають зовсім інші масштаби, а також наукове та прикладне значення. Нерідко вони є не внутрішніми університетськими проєктами, а складовими потужних глобальних чи регіональних інформаційних ресурсів. Прикладом далеко одного з таких проєктів є Bay Area Regional Deformation Network (Регіональна деформаційна мережа затоки), створена Каліфорнійським університетом у Берклі. Вона містить 32 постійно працюючі системи глобального позиціонування і призначена для моніторингу деформацій земної кори в області затоки Сан-Франциско та прогнозування можливих землетрусів у цьому досить сейсмонебезпечному регіоні.

Поширення Інтернету відкрило принципово нові можливості для впровадження дистанційного навчання (ДН). На рубежі тисячоліть дистанційне навчання стало однією з найбільш ефективних форм підготовки через Інтернет і невід'ємною частиною освітньої системи розвинених країн. Подібна форма навчання забезпечує можливість здійснювати підготовку слухачів незалежно від їх фізичного місцезнаходження силами кваліфікованих викладачів провідних наукових центрів, використовуючи такі незаперечні переваги мережі, як широта охоплення аудиторії, оперативність оновлення матеріалу, високий ступінь зручності для користувача. Багато університетів та

навчальних центрів, як в Україні, так і за кордоном пропонують дистанційні курси в якості стандартної послуги.

Накопичено значний досвід в технології передачі знань, а також, зокрема, в змістовному наповненні курсів. Склалася ціла мережа організацій, які координують дистанційну освіту і займаються організацією навчального процесу по цій схемі.

До їх числа відносяться Асоціація глобального дистанційного навчання, Американська асоціація дистанційної освіти, Євразійська асоціація дистанційної освіти.

Важливим трендом розвитку інформаційних ресурсів освіти є створення великих глобальних проектів, в якому беруть участь як університети, так і окремі науковці та освітяни різних країн. Найбільш відомі проекти такого роду - це Вікіпедія та масові відкриті онлайн курси.

Масові відкриті онлайн курси виникли у 2008 р. і з того часу швидко розвиваються. Нерідко говорять, що вони відкрили нову епоху в освіті, завдяки створенню для кожної людини можливості отримати доступ до якісної освіти у зручній формі та у зручний час. Існує думка, що ці курси стали викликом звичним університетам і можуть призвести до їх повного зникнення. Але більшість фахівців вважають, що МВОК є корисним доповненням до традиційних технологій і засобів навчання, стимулюватимуть розвиток, але не загрожують існуванню якісних університетів. Сьогодні найбільш відомими платформами масових відкритих онлайн курсів є Coursera, EdX, Udacity та ін. Всі вони почали працювати у 2012 р. і пропонують курси, підготовлені викладачами багатьох провідних університетів світу. Два подібних проекти нещодавно почали реалізовувати і в Україні - Prometheus та EdEra. Prometheus був створений викладачами КНУ ім. Тараса Шевченка, Національним технічним університетом України «Київського політехнічного інституту» та Києво-Могилянською академією у 2013 р. Сьогодні доступні 12 курсів з університетських освітніх програм і 5 курсів підготовки до ЗНО. Проект EdEra створений у 2014 р. Він більшою мірою спрямований на абітурієнтів і пропонує сьогодні 8 курсів.

Для інженерних та природничих спеціальностей важливим видом інформаційних ресурсів освіти є віртуальні лабораторії. Сьогодні їх можна умовно поділити на три типи. Найпростішими є ресурси, де за допомогою відеозйомки чи мультимедійних технологій просто відтворюється експеримент і надаються необхідні для його розуміння коментарі. Це приклад створеної віртуальної лабораторії Індійським технологічним інститутом в Делі.

Для самостійної підготовки в мережі створені великі сайти, на яких зібрані різноманітні навчальні матеріали, наприклад сайт «Навчальні матеріали онлайн». Він є один з найбільших освітніх ресурсів

українського сегменту Інтернету, де відображені та доступні в онлайновому режимі найбільш сучасні підручники для школярів та студентів.

При створенні електронних підручників та інших комп'ютерних навчальних програм широко застосовуються новітні способи передачі навчальної інформації: технології мультимедіа, гіпертекстові технології і віртуальна реальність.

Також варто звернути увагу на новостворений сайт для студентів та викладачів. Це сайт YouTube EDU. Він створений для того, щоб об'єднати корисні відео в сфері освіти в один потік, що допоможе викладачам і студентам по всьому світу бути в курсі останніх змін, подій в цьому полі, а також мати доступ до величезної кількості різних навчальних відео - від лекцій академічного змісту до мотивуючих та надихаючих промов.

Зараз сайт функціонує за чотирма основними напрямками, що закликає:

- «Вчитися» - переглядати відео з порадами, уроками, лекціями та комплексами лекцій від найкращих фахівців різних спеціальностей університетів усього світу.

- «Створювати» - тут можна буде створити свій канал для того, щоб заливати туди самостійно записані освітні відео, які допоможуть поділитися знаннями зі світовою спільнотою.

- «Навчати» - відео YouTube EDU можна використовувати в класі при навчанні дорослих і дітей. Переглянуті ролики можна обговорити, проаналізувати, побачити на практиці теорію, або навпаки - підкріпити практичний приклад теоретичним поясненням з відео.

На сьогоднішній день цей сайт - найповніше зібрання відеоматеріалів з короткими лекціями або уроками від кращих педагогів світу, цілих курсів лекцій від викладачів найпередовіших університетів, та інших не менш корисних і цікавих відео, що сприяють навчанню.

Ще варто зупинитись на соціальних медіа. СМ - це набір онлайн технологій, що дозволяють користувачам спілкуватися між собою. Спілкування може бути різної форми: користувачі можуть ділитися своїми думками, досвідом, знаннями, налагоджувати контакти, а також ділитися новинами, інформацією, відео, фото, музикою і т.д. СМ пройшли довгий шлях від електронних дошок оголошень до великих соціальних мереж, продовжують розвиватися щодня. Вони всім доступні 24 години на добу, 7 днів на тиждень.

Причина появи соціальних спільнот, така ж, як і всього Інтернету, а ще раніше - телебачення, радіо, телеграфу - це потреба в інформації, можливість виробляти, передавати і споживати інформацію в прискореному режимі.

Трохи з історії соціальних мереж. Термін «соціальна мережа» був введений англійським соціологом Джеймсом Барнсом в 1954 р Однак, в

ті часи це поняття мало суто наукове значення і становило зацікавленість тільки для вчених-математиків і соціологів. У 2002 р світ соціальних мереж був вражений запуском Friendster. Уже через рік після запуску, Friendster мав більше трьох мільйонів зареєстрованих користувачів і величезний інвестиційний інтерес. Випущений в 2003 р LinkedIn показав рішуче серйозніший, підхід до феномену соціальних мереж, представляв собою мережевий ресурс для ділових людей. Сьогодні LinkedIn має більше ніж 30 мільйонів користувачів, швидко завоював популярність в Україні.

Існуючі соціальні мережі безперервно доповнюються і розширюються. Прикладом їхнього використання є поява різноманітних наукових соціальних мереж, які служать як для загального обміну інформації, так і об'єднують науковців та студентів з окремих галузей науки.

Більшість соцмереж для науковців пропонують такі функції:

- реєстр науковців та пошук у ньому;
- інструменти для створення професійного резюме чи портфоліо;
- бібліотека публікацій, завантажена учасниками;
- база вакансій світових університетів;
- інструменти статистики, що дають змогу проаналізувати, хто, з яких країн, за якими пошуковими запитами та як часто знаходить потрібну сторінку чи конкретні публікації;
- можливості приватної переписки.

Нині існує не один десяток таких спільнот. Визначившись зі сферою наукових зацікавлень, можна підібрати два ресурси - міжнародний і національний.

Створена у 2008 р. **Academia.edu** позиціонується як універсальна мережа для представників усіх сфер науки. У ній зареєстровані майже 16 мільйонів користувачів, які завантажили 43 мільйони наукових робіт.

Social Science Research Network (мережа досліджень соціальних наук) орієнтована на дослідників соціально-гуманітарної сфери.

ResearchGate зорієнтована здебільшого на представників природничих і точних наук. Заснована у 2008 році фізиками та фахівцями з комп'ютерних наук, вона налічує більше 5 мільйонів учасників. Крім згадуваних вище можливостей, тут існує дошка питань і відповідей.

ResearchGate дає змогу реєструватися лише за наявності електронної скриньки на домені університету (.edu). Для європейських студентів, кожен із яких із першого курсу має поштову адресу типу ivanov@oxford.edu, це не проблема, а наші співвітчизники можуть вирішити це питання, написавши лист адміністраторам сайту, які відповідають вже на другий день та активують акаунт зі скринькою на звичайному Gmail.

Свою нішу займає Computer Science Student Network (Студентська мережа комп'ютерних наук) для студентів, що займаються комп'ютерними технологіями, інженерією та вищою математикою. Окрім інших можливостей, сервіс пропонує окремі заняття з різних дисциплін, цілий ряд конкурсів та систему віртуальних нагород для найактивніших.

Серед **українських** розробок відзначимо **Соціальну мережу науковців** (Scientific Social Community), створену у 2008 році стипендіатами програми «Завтра.UA» за підтримки Фонду Віктора Пінчука. Ще один вітчизняний ресурс – мережа **Українські науковці у світі** (Ukrainian Scientists Worldwide), яку створили українські аспіранти в Німеччині.

В академічних соцмережах усе так, як і в звичайних: достатньо підписатися на обрану людину чи за ключовим словом - і нові надходження відобразатимуться у стрічці новин. А змога побачити, на які оновлення підписані знайомі та колеги, допоможе знайти щось нове та розширити коло підписок. У соціальних мережах кожен науковець дбає, щоб його роботи якнайшвидше з'являлися перед колегами, тому на сторінці дослідника можна знайти не лише опубліковані роботи, а й рукописи, автореферати, окремі глави дисертації або книжок, над якими зараз працює науковець. Додаються сюди публіцистичні та популярні тексти, які навряд чи з'являться в наукових бібліотеках. Теоретично соціальною мережею можна вважати будь-яку онлайн-спільноту, учасники якої обмінюються інформацією й беруть активну участь в обговоренні певної теми. Наприклад, подібна соціальна мережа створюється за допомогою Інтернет-технології „блог”. Використовуючи соціальні мережі, викладачі створюють блоги і сайти для студентів; розміщують навчальні заходи, курси лекцій, завдання для підготовки до занять; розміщують термінологічні словники; використовують фотографії; діляться з іншими користувачами презентаціями; використовують організаційні карти для створення візуального освітнього контенту; обмінюються документами. Студенти ведуть блоги, що відображають процес навчання, а також коментують інші блоги; відправляють ePortfolios (електронні портфоліо); створюють свої власні відео і обмінюються з іншими користувачами; знаходять і переглядають освітні відео на сайтах обміну; вирішують спільні завдання і т. д. З розвитком і поширенням Інтернету у студентів з'являється все більше можливостей, в тому числі і для віддаленого навчання.

Список використаної літератури

1. Пальчук, В. Сучасні інформаційно-аналітичні структури бібліотек як інтелектуально-комунікативні підсистеми бібліотечно-інформаційної інфраструктури / В. Пальчук // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 31-41.

2. Ярошенко, Т. Зелений шлях відкритого доступу. Репозитарії та їх роль у науковій комунікації: перші двадцять років / Т. Ярошенко // Бібліотечний вісник. – 2011. – №5. – С.3-10.

3. Sakshat Virtual Labs (Електронний ресурс). – Режим доступу : iitb.vlab.co.in – Заголовок з екрана.

УДК 024

Н. С. Лузіна,
зав. сектором інформаційно-бібліографічного
відділу НБ ЧНТУ

СУЧАСНИЙ КОРИСТУВАЧ БІБЛІОТЕКИ: ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ІНФОРМАЦІЙНА ПОВЕДІНКА

***Ключові слова:** інформаційне середовище, інформаційна поведінка, користувач бібліотеки, наукова бібліотека, інформація.*

Людина - істота інформаційна (Homoinformaticus), без генерації та використання інформації вона перетворюється на звичайний фізичний предмет. Академік А. І. Берг, спираючись на експерименти, стверджував: "Повна інформаційна ізоляція від світу - це початок безглуздя". Про це свідчать результати експерименту, проведеного американськими вченими.

Реципієнта помістили в кімнату, ізольовану від світла і звуку. При цьому випробуваний лежав на матраці, матеріал якого нагадував людську шкіру і створював певний комфорт. Організатори досліду спробували вилучити з будь-якого інформаційного впливу всі органи відчуттів людини. В результаті через 15 секунд датчики, встановлені на тілі, стали фіксувати зміни в дихальних та сердечних ритмах. А через 30 секунд показники стали такими, що пора було викликати реаніматорів. На підставі експерименту вчені висунули гіпотезу про те, що інформація має біологічне значення для людини і входить до числа її потреб. У всякому разі, в короткостроковому періоді вона потрібна їй більше, ніж їжа, вода і навіть повітря.

Сучасна людина за місяць отримує та обробляє стільки ж інформації, скільки людина XVII століття – за все життя. Вона занурена в інформаційне оточення, адже живе серед Інтернету, телебачення, книг, журналів та комп'ютерних ігор. Інформація відіграє все більшу роль у життєвому циклі людини, пронизує всю її діяльність і формує інформаційний спосіб життя.

Інформаційне середовище - це світ інформації навколо людини та світ її інформаційної діяльності. Стрімкі та великомасштабні впровадження в життєдіяльність людини та суспільства новітніх інформаційних технологій призвели до кардинальної перебудови

традиційного інформаційного середовища. Воно вийшло за рамки локалізації, подолато вузькі межі регіоналії і придбало планетарний характер, перетворившись в комунікаційну основу глобалізації. Найважливішою ознакою є однорідність, викликана тотожністю інформаційних технологій, систем та їх продуктів.

Сучасне інформаційне середовище дуже суперечливе, але водночас надзвичайно різноманітне за характером представлених ідеологій, точок зору, підходів до тих чи інших явищ. Головна складова інформаційного середовища - інформаційний фонд. Сьогодні інформаційний фонд розрізняється як за змістовними і видовим ознаками, так і за видами носіїв інформації (книги, аудіо та відеокасети, компакт-диски, електронні видання та ін.). Інформаційне середовище має кілька ієрархічних рівнів:

- Глобальний;
- Міжнародний;
- Загальнодержавний;
- Регіональний;
- Локальний.

Інформаційна поведінка відображена в умінні орієнтуватися в інформаційному просторі, у навиках володіння інформаційними технологіями, у вмінні адекватно оцінити і продуктивно використати отриману інформацію. Здатність створювати, розповсюджувати та відповідати за розповсюдження нових інформаційних продуктів також лежить в компетенції інформаційної поведінки.

Вивчити інформаційну поведінку сучасного користувача бібліотеки поставили за мету в своєму дослідженні Британська бібліотека та Об'єднаний комітет інформаційних систем Британії. В даному дослідженні розглядається генерація «Google» - когорта молодих людей, що народилися після 1993 року і погано пам'ятає або зовсім не пам'ятає своє життя без Інтернету.

Ось деякі висновки, до яких прийшли дослідники з виявлення стереотипів у відношенні покоління Google:

- 89% студентів використовують пошукові машини для початку пошуку інформації (тоді як лише 2% починають пошук, звертаючись безпосередньо до веб-сайту бібліотеки);
- 93% задоволені або дуже задоволені своїм досвідом використання пошукової машини (у порівнянні з 84% користувачів, які здійснювали пошук за допомогою бібліотекаря).
- Пошукові машини відповідають стилю життя студентів більше, ніж традиційні або онлайніві бібліотеки; перші задовольняють їх практично ідеально.
- Студенти досі користуються бібліотеками, але роблять це рідше (а також читають менше) з того часу, як вони вперше почали користуватися пошуковими засобами Інтернету.

- Для описаної групи користувачів бібліотека досі асоціюється, в першу чергу, з книгою, незважаючи на великі вкладення в цифрові ресурси, про які студенти, як правило, не знають.

Поведінка людей при користуванні цифровими інформаційними ресурсами дуже відрізняється, чому є безліч підтверджень у електронних журналах відвідування. Дослідницький центр CIBER присвятив п'ять років вивченню цифрових «доказів», залишених ученими під час пошуку інформації в БД електронних журналів, колекціях електронних книг та дослідних шлюзах. Основними характеристиками поведінки користувачів при пошуку цифрових даних у віртуальних бібліотеках є наступні:

- Пошук інформації по горизонталі: «зняття зливок» - поведінка, при якій користувач переглядає пару сторінок наукового сайту і потім залишає його назавжди. Цифри повчальні - близько 60% читачів електронних журналів переглядають не більше трьох перших сторінок, і більшість цих читачів (до 65%) ніколи не повертаються до переглянутого сайту.

- Навігація: користувачі віртуальних бібліотек витрачають багато часу даремно - на перегляд знайденої інформації відводиться менше часу, ніж на її пошук.

- Зміна форми читання: середня тривалість, витрачена користувачем на перегляд сайтів електронних книг та електронних журналів, досить коротка: в середньому 4-5 хвилин. Ясно, що користувачі не читають онлайн в традиційному розумінні цього слова. Навпаки, вже існують ознаки абсолютно нового типу читання - користувачі енергійно переглядають контент за заголовками, змістом та короткою анотацією, щоб швидко отримати відповідь на запитання. Створюється враження, що вони звертаються до читання в режимі онлайн, щоб відійти від традиційної форми читання.

- Поведінка «Хом'яка»: у Користувачів-теоретиків вельми розвинений хапальний рефлекс. Дослідження показують, що вони завантажують весь контент, що відноситься до запиту, особливо, якщо він безкоштовний. Незважаючи на подібну поведінку і нетривалий термін звернення, дані про те, чи читається коли-небудь скачаний контент, відсутні.

- Різноманіття користувачів інформації: аналіз звернення показує, що поведінка Користувачів відрізняється такими серйозними демографічними показниками, як географічний стан, стать, тип освітнього закладу та соціальний статус.

- Перевірка достовірності інформації: Користувачі оцінюють авторитетність джерел и ступень своєї довіри до них практично

миттєво, перевіряючи інформацію на інших сайтах и звертаючись до улюбленої пошукової системи.

Поступово Інтернет все глибше проникає в наше життя і сприймається всіма як щось органічне. Однак бібліотеки не справляються із запитам студентів і дослідників в наданні послуг, які знайомі студентам за їх більш широким досвідом роботи з Інтернетом. Споживачі інформації різного віку нещадно експлуатують цифрове середовище, причому не завжди тими методами, з якими бібліотеки готові погодитися. Будь-який бар'єр, що трапляється на шляху – чи то додаткова реєстрація, оплата або паперова копія - виявляється занадто високим для більшості споживачів, і інформація, що залишилася за цим бар'єром, буде все більше ігноруватися.

Заснована на інтернет-дослідженні картина виглядає наступним чином: більшість відвідувачів наукових сайтів переглядають лише кілька сторінок, багато з яких навіть не містять реального контенту, і не затримується на цих сторінках для докладного ознайомлення з їх змістом. Це або симптом серйозної проблеми - погану організацію бібліотечного порталу, або сигнал про виникнення абсолютно нової онлайнової форми читання, заснованої на побіжному перегляді заголовків, змісту сторінок і рефератів.

Студенти зазвичай віддають перевагу глобальному пошуку в системі Google складнішому і довгому пошуку по бібліотечних сайтах, де їм потрібно проводити пошук за онлайновим каталогом і кожній базі даних окремо. Крім того, не всі пошуки в бібліотечних каталогах або базах даних призводять до отримання повнотекстової інформації, а студенти покоління Google чекають не просто швидкої відповіді, а повного і негайного задоволення своїх інформаційних запитів.

Враховуючи це, науковим бібліотекам слід звернути увагу на три важливих моменти:

- зробити свої сайти ще більш видимими в кіберпросторі, відкривши їх для пошукових систем;
- залишити всяку надію стати багатоцільовим підприємством;
- змиритися з тим, що більша частина контенту зможе рідко знайти користувача, за винятком тих випадків, коли цей контент буде використовуватися в якості відправної точки.

Отже, для того, щоб бути затребуваним сучасним читачем, бібліотекам, що бажають вступити у віртуальний цифровий простір, важливо сформуванати стратегію розвитку «свого» нового комунікаційного середовища:

- змінити орієнтацію діяльності в медіа середовищі зі створення контенту на дослідження інформаційних потреб користувачів;

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ПЕРЕДМОВА | 3 |
| НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “Бібліотечна статистика” | 5 |
| <i>Виноградна С. О.</i> Бібліотека у соціальних мережах. Відображення статистики відвідувань | 5 |
| <i>Луговская А. Н.</i> Сбор данных с помощью Google Analytics | 7 |
| <i>Бистрова І. Ф.</i> Google Analytics як засіб оптимізації сайту | 16 |
| <i>Гузь К. П.</i> Наукова періодика України. Статистичні дані..... | 22 |
| НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “ПРАКТИЧНІ ПИТАННЯ БІБЛІОТЕЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ” | 26 |
| <i>Бистрова І. Ф.</i> Буктрейлер – сучасний засіб пропагування книги | 26 |
| <i>Кілочицька К. М.</i> Технологічні особливості перекладу книжкового фонду на таблиці УДК | 28 |
| <i>Селіверстова Л. А.</i> Якість інформаційно-бібліографічного забезпечення навчального, наукового та виховного процесів | 43 |
| <i>Моргацька Т. М.</i> Програма «GOOGLE PİKASA»: дев'ять основних функцій, про які корисно знати | 47 |
| <i>Ковбас А. В.</i> АРА Стиль при описі пристатейної літератури..... | 53 |
| <i>Быстрова И. Ф.</i> АРМ «ЧИТАТЕЛЬ» как средство доступа к информационным ресурсам библиотеки..... | 55 |
| <i>Селиверстова Л. А.</i> Информационные технологии библиотечного сервиса: библиографическое описание периодических изданий в АБИС “ИРБИС 64”, как способ повышения релевантности поиска в информационных системах | 64 |
| <i>Сесь Г. Г.</i> АРМ «КАТАЛОГІЗАТОР» (БД «BOOK»): рекомендації та практичні поради | 70 |
| <i>Гаркун Ю. В.</i> АБИС «ИРБИС-64»: методика работы В базе данных «BOOK» АРМ "КАТАЛОГІЗАТОР" | 80 |
| НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОБОТІ БІБЛІОТЕК” | 88 |
| <i>Ахтирська С. Д.</i> Управління формуванням бібліотечного фонду: вибуття документів з фонду..... | 88 |

| | |
|---|-----|
| <i>Ільченко І. О.</i> Електронні бібліотечні сервіси..... | 93 |
| <i>Бистрова І. Ф.</i> Проект «Унікальна Чернігівщина» - зміст, завдання та перспективи розвитку | 100 |
| <i>Бондар С. Л.</i> Інтернет-сайт бібліотеки – ефективність та сучасне бачення..... | 102 |

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ СЕМІНАР “РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕКИ” 106

| | |
|--|-----|
| <i>Шкрєбко І. Б.</i> Система рекламно-інформаційної діяльності бібліотеки. Пропаганда фондів бібліотеки. Методика організації літературних виставок..... | 106 |
| <i>Баришполець І. А.</i> Використання он-лайн опитувань у бібліотечній практиці | 113 |
| <i>Дейнека Т. В.</i> Сучасні тенденції в галузі інформаційного забезпечення науки та освіти | 118 |
| <i>Лузіна Н. С.</i> Сучасний користувач бібліотеки: інформаційне середовище та інформаційна поведінка | 125 |

Для нотаток

ШКОЛА БІБЛІОТЕЧНОЇ ІННОВАТИКИ

Матеріали науково-практичних семінарів 2015 - 2017рр.

| | |
|---------------------------------------|---|
| Головний редактор | Мороз Н. В. |
| Укладачі | Мамоненкова М.В., Мороз Н. В. Сіденко Т. А. |
| Технічний редактор | Сіденко Т. А. |
| Мовне редагування та коректура | Сіденко Т. А. |

Підписано до друку 04.12.2017. Здано до друку 06.12.2017 р.
Ум. друк. арк. 8,37. Обл.-вид. арк. 6,42
Формат 60x84/16 Папір офіс. Гарнітура Times New Roman.
Друк - цифровий. Зам. № 17104.017.04

Чернігівський національний технологічний університет
14027 м. Чернігів, вул. Шевченка, 95
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців,
виробників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4802 від 01.12.2014 р.

Наукова бібліотека
14003, м. Чернігів, вул. Стрілецька, 1
Тел.: (0462) 665-225
E-mail: library92@ukr.net