



ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСНА
УНІВЕРСАЛЬНА НАУКОВА
БІБЛІОТЕКА

Бібліографічні ідеї та технології

Аналітичний огляд
II півріччя 2017 р.



ЗАПОРІЖЖЯ
2017

**КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСНА УНІВЕРСАЛЬНА
НАУКОВА БІБЛІОТЕКА»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ**

Відділ наукової інформації та бібліографії

Бібліографічні ідеї та технології

Аналітичний огляд

(II півріччя 2017 р.)

**Запоріжжя
2017**

Пропонований випуск аналітичного огляду за друге півріччя 2017 рік містить матеріали, присвячені долі бібліотек об'єднаних територіальних громад, зокрема, створенню комплексних закладів культури (об'єднують клубні формування та бібліотеки); знайомить з окремими трендами соціального маркетингу для просування бібліотечних послуг та інноваційною моделлю системного запровадження бібліотечного інтернет-маркетингу, з використанням соціальних мережесервісів в бібліотеках тощо.

* * *

Протягом останнього року спостерігається активізація створення органами місцевого самоврядування комплексних закладів культури, що об'єднують клубні формування та бібліотеки. Стаття заступника генерального директора Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого Н. Розколупи *«Публічна бібліотека в структурі центру культури і дозвілля»* акцентує увагу посадових осіб місцевого самоврядування та бібліотечних працівників на дотриманні прав громадян на бібліотечне обслуговування при створенні та функціонуванні таких новостворених центрів культури і дозвілля (Бібліотечна планета. 2017. № 2).¹

Тему продовжує С. Ковальчук з інформаційним повідомленням *«Блог НБУ ім. Ярослава Мудрого «Публічна бібліотека об'єднаної територіальної громади»*, надрукованим у вищезгаданому часописі. Блог розпочав свою роботу 1 березня 2017 року. Основне його завдання як відкритої платформи – створення можливості для інформаційного взаємозбагачення бібліотек ОТГ через обмін найкращими практиками та сприяння якісним змінам у бібліотечній сфері України. Структура цього ресурсу проста та зрозуміла. Окрім можливості переглянути головну сторінку з актуальними дописами, є змога ознайомитися з інформацією в рубриках «Нормативно-правова база», «Статистика і аналітика», «Рекомендації». Доступною є опція пошуку інформації за окремим регіоном (розділ «Області») або за періодом публікації допису («Архіви блогу»), за ключовими словами. Окремо представлені розділи «Корисні посилання», «Запитання-відповіді». Бібліотека запрошує всіх

¹ Додаток № 1

небайдужих долучатися й надсилати коротку інформацію про свої успіхи і досягнення, проблемні питання та шляхи їх подолання. Електронна адреса для листування: oth@nplu.org.

Можливості використання людиною знань напряму залежать від якості включення їх до системи документних комунікацій та ефективності пошукових механізмів, які використовуються для його знаходження. Довідково-бібліографічний апарат (ДБА) бібліотеки є системою згорнутої інформації про документи і знання, призначеною для пошуку документів, знань та інформації про них.

Стаття Віталіни Шкаріної *«Латентна та афінна підсистеми довідково-бібліографічного апарату бібліотеки»* розкриває архітектуру системи ДБА з усіма її підсистемами та елементами, зокрема, прихованими (латентними та афінними) формами бібліографічної інформації (Бібліотечний вісник. 2017. № 5).

Джерелами латентної бібліографічної інформації є документи небібліографічного змісту та призначення, в яких вона вміщена у вигляді внутрішньокнижкових та прикнижкових, пристатейних списків, оглядів, рецензій, бібліографічних посилань тощо.

Другу підсистему утворює афінна бібліографічна інформація, яка є інформацією про документ у самому документі (відомості про автора та назву, вихідні дані, видавнича анотація, зміст, допоміжні покажчики, примітки та коментарі). На її основі формується бібліографічний запис на документ, призначений для використання у бібліографічній діяльності та включення до самостійних бібліографічних посібників.

Публікація Олега Соцкова *«Тренди для бібліотек у соціальних мережах»* пропонує бібліотекарям ознайомитися з окремими трендами соціального маркетингу, що допоможуть їм просувати бібліотечні послуги та сервіси завдяки використанню можливостей інтернет-технологій та соціальних мереж (Бібліотечний форум: історія, теорія і практика. 2017. № 3).

Насамперед, автор закликає використовувати тригери, що реально збільшують конверсію сторінки. Тригери – це свого роду гачки для людської психіки, які змушують людину діяти певним чином. Маркетолог Акшай Нанаваті виокремив низку тригерів, які також легко укладаються у систему координат і бібліотечного маркетингу. Отже,

серед основних виокремимо такі: **новизна** (новий, додатковий чи оновлений сервіс, послуга, може, з невеликою, але новацією); **обґрунтування: чому?** (заклик до використання можливостей бібліотеки за схемою: текст – чому? - перспективи); **сторітеллінг** (історія розповідається за схемою: емоції – рух – звук - візуалізація); **спрощення тексту поста** (для найменшого зусилля сприймання повідомлення); **пробудження цікавості** користувача; **передчуття володіння чимось** (новою послугою); **вплив соціуму на думку** (відгуки, рекомендації, акції).

Не слід забувати й про такі тренди, як кнопка заклику до дій (наприклад, дивитися відео, бронювання послуги, зв'язатися з нами тощо), обкладинка, що змінюється (наприклад, реклама вебінару, якийсь бонус, нова книжкова колекція, бук-трейлери тощо); адаптований веб-дизайн (100% оптимізація для персональних мобільних пристроїв, тобто ввести два посилання: на звичайний веб-сайт та мобільну версію (wap); реал-тайм відео (відеопублікації); нотатки (редактор Facebook) пристосований для написання довгих текстів або мультитекстів); опанування інших мереж (Tumblr, Instagram, Pinterest); відео – найкращий засіб розповісти про бібліотеку (активне вбудовування відео до постів); пошук інфлюенсерів для бібліотек (тих, хто має велику кількість підписників і підтримує з ними безпосередній контакт); функції Facebook «бачити на початку» та «зберегти допис».

Тобто, названі вище тренди та функціонали створюють відмінні можливості для просування бренду бібліотек у соціальних мережах, насамперед у Facebook.

Тему продовжує дослідження Андрія Жабіна *«Соціальні мережеві сервіси в бібліотеках»* (Бібліотечний вісник. 2017. № 4). Як засвідчує автор, у США 7 із 10 громадян вже використовують соціальні мережі, а в Україні, згідно з дослідженнями Київського міжнародного інституту соціології - 32,7 % населення. Тобто, спостерігається постійне та швидке зростання їх ролі в бібліотечній діяльності.

Мета статті – висвітлити сучасний стан найбільш популярних соціальних мереж та розкрити можливості ефективного застосування їх онлайнових сервісів у бібліотеках. Зокрема, у Сполучених Штатах Америки в останні роки проводяться масштабні дослідження, як на

регіональному, так і на національному рівнях, із зазначеного питання. Все робиться для того, щоб серйозно повернути бібліотеки до діяльності в соціальних мережах.

Аналізуючи стрімке зростання популярності соціальних мереж у світі з середини 2000-х років, можна прослідкувати, як змінювалося ставлення бібліотек до їх застосування у своїй роботі. Спочатку більшість керівників бібліотек скептично ставилася до використання таких сервісів, у т. ч. через брак адміністративної підтримки та відповідного досвіду. Але навіть за таких умов спостерігалися певні результати.

Вже під час перших експериментів із Facebook і MySpace у 2008 р. почали надходити позитивні відгуки від користувачів, в яких йшлося про корисність он-лайн статусу працівників бібліотек, зручність миттєвих консультацій та неофіційного спілкування.

Наразі, за даними міжнародного книжкового видавництва Taylor & Francis Group, 70 % бібліотек у світі використовують соціальні мережі, при цьому 30 % бібліотечних установ роблять записи щодня. Тобто, для бібліотек соціальні мережі виступають, насамперед, доступними засобами поширення інформації та обміну знаннями.

Якщо проаналізувати список найбільш популярних соціальних мереж у світі станом на вересень 2016 р., то виявиться, що Facebook тут є безперечним лідером. Однак наведена статистика має узагальнюючий характер і може слугувати лише відправною точкою для подальших пошуків. Справа в тому, що найбільш популярні соціальні мережі за останні роки хоча й озброїлися різним, навіть універсальним, інструментарієм, але в певних ситуаціях вони обмежені у своїх можливостях, не є такими зручними у використанні порівняно з іншими. Кожна соціальна мережа має власну «нішу» в електронному просторі, і тому «робити ставку» на одну із них недоцільно, особливо для великих бібліотек, де читачі представлені у доволі широкому віковому та професійному діапазоні.

Досить перспективним напрямом автор вважає використання мікроблогів, розроблених у вигляді додатків для смартфонів.

У тому ж номері журналу Людмила Трачук у своїй публікації *«Ментальні та концептуальні моделі бібліотечних веб-сайтів»*

виокремлює поняття, що характеризують використання бібліотечних сайтів користувачами; досліджує погляди зарубіжних вчених та практиків на користувацькі уявлення, засновані на попередньому досвіді щодо використання бібліотечних веб-сайтів та їх співвідношення з аналогічними уявленнями бібліотекарів і розробників.

Бібліотечний веб-сайт найчастіше виступає «інструментом самообслуговування», тому користувач при взаємодії з ним може розраховувати винятково на власний досвід і кмітливість. Нарощування контенту та розширення функціональності зазначеного ресурсу мають для користувача менше значення, ніж досвід його взаємодії з ним (сформоване враження про продукти та послуги, які пропонує бібліотека).

Розробники бібліотечного сайту, головною цінністю якого є контент, повинні ставити собі за мету подати інформацію найефективніше, щоб користувачі легко сприймали і розуміли її. Головними чинниками задоволеності користувачів від роботи з веб-сайтами є простота та зручність їх використання. Якщо користувачі сайту отримують негативний досвід, стверджує автор, вони не повернуться до нього. Пошук є настільки значною частиною життєвого досвіду веб-користувача, що в його свідомості формується стійка ментальна модель того, як він повинен працювати. Тому головна мета дизайнера веб-сайтів – зробити користувацький інтерфейс настільки зручним, щоб користувачі формували досить точні (одночасно і корисні) ментальні моделі.

Однією з великих дилем зручності і простоти використання веб-сайтів є загальний розрив між ментальними моделями веб-дизайнерів, бібліотекарів і користувачів. Тут постає проблема узгодження уявлень і очікувань різних категорій людей, причетних до створення бібліотечних веб-сайтів, і технологічних можливостей або обмежень.

Відвідувачі сайту, як правило, очікують, що пошук складатиметься з трьох компонентів: вікна, в якому вони можуть набирати слова; кнопки з написом «пошук», яку вони натискають для його запуску; сторінка результатів пошуку, яка впорядкована в міру зростання релевантності документів – результатів пошукового запиту. Тобто з самого початку

пошуку цілком очевидною є невідповідність між очікуваннями користувача від пошуку по сайту і пропозиціями бібліотеки.

Отже, підсумовує автор, бібліотечний веб-сайт як інструмент самообслуговування вимагає від користувача активізації всіх відомих йому пошукових стратегій. Максимально повне задоволення користувачі отримують під час роботи з простими та зручними бібліотечними сайтами. Чинник, який справляє найбільший вплив на продуктивність пошуку інформації на бібліотечному сайті, - це емоційне ставлення користувачів, котре є складовою досвіду взаємодії. Саме досвід взаємодії, а не нарощування контенту та розширення функціональності бібліотечного сайту, вирішальним чином впливає на те, чи використовуватиме користувач цей сайт ще раз.

Представленню вітчизняних бібліотек на онлайн-ринку для підвищення їх конкурентоспроможності, поліпшенню якості й розширення асортименту інформаційних продуктів і послуг присвячено публікацію Сергія Ростовцева *«Формування системи інтернет-маркетингу в бібліотеках України»* (Вісник Книжкової палати. 2017. № 6).

Автор пропонує інноваційну модель (з детальним аналізом її складових) системного запровадження бібліотечного інтернет-маркетингу, яка охоплює основні етапи онлайн-діяльності та складається з двох основних компонентів – стратегічно-цільового (розуміння сутності онлайн-діяльності бібліотек і потреб цільової аудиторії) та інструментального (комплекс застосування інструментів інтернет-маркетингу).

При впровадженні системи інтернет-маркетингу слід враховувати, що вона перебуває в онлайн-середовищі, яке задає певні параметри. Бібліотека має забезпечити адаптацію кожного елемента до нового середовища: навчити персонал роботі з електронними ресурсами, забезпечити його необхідною матеріально-технічною базою; розробити та впровадити електронні продукти і послуги; вивчити особливості просування продукту в інтернет-середовищі.

Розколупа Н.

Публічна бібліотека в структурі центру культури і дозвілля

Протягом останнього року спостерігається активізація створення органами місцевого самоврядування комплексних закладів культури, що об'єднують клубні формування та бібліотеки. Такі заклади можуть мати різні найменування: центр культури і дозвілля, центр дозвілля, народний дім/будинок тощо (далі - центр культури і дозвілля, ЦКД).

Спричинили цей процес кілька чинників, зокрема: необхідність зменшення фінансового навантаження на бюджет громади у зв'язку зі скасуванням субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на підтримку культури; збільшення внаслідок реформи децентралізації можливостей для здійснення органами місцевого самоврядування власних повноважень; рекомендації центральних органів виконавчої влади, зокрема Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України і Міністерства культури України, а також експертів національного проекту «Децентралізація» щодо комплексного підходу до планування та розвитку громад у сферах освіти, культури та спорту.

Органи місцевого самоврядування наділені повноваженнями створювати, ліквідувати, реорганізувати та перепрофільовувати підприємства, установи та організації комунальної власності відповідної територіальної громади (п. 30 ч. 1 ст. 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»). Тобто вони мають право створювати центри культури і дозвілля. Однак у цьому процесі часто порушується як трудове законодавство, так і законодавство про бібліотеки і бібліотечну справу.

Метою цієї статті є акцентування уваги посадових осіб місцевого самоврядування та бібліотечних працівників на дотриманні прав громадян на бібліотечне обслуговування при створенні та функціонуванні центрів культури і дозвілля.

Орган місцевого самоврядування може прийняти рішення про утворення ЦКД, реорганізувавши шляхом злиття всі клубні та

бібліотечні заклади, що перебувають у комунальній власності відповідної громади.

Керуючись чинним законодавством, можна виділити етапи реорганізації бібліотек та клубів:

1. Підготовчий етап. На цьому етапі потрібно проаналізувати діяльність закладів культури відповідної території, обґрунтувати необхідність реорганізації, довести, що в її результаті буде досягнуто позитивного ефекту (зміцниться матеріально-технічна база, покращиться рівень обслуговування населення тощо).

2. Прийняття сесією відповідної ради рішення про реорганізацію закладів культури шляхом злиття, про порядок та строк заявлення кредитором своїх вимог; створення Комісії з реорганізації (злиття).

3. Погодження реорганізації бібліотек з Міністерством культури України, оскільки відповідно до ст. 15 Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» доцільність реорганізації та ліквідації бібліотек, які є в державній та комунальній власності, визначається відповідними органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв. Також з Міністерством культури України необхідно погоджувати виключення бібліотек і клубів, що реорганізуються, з базової мережі закладів культури (ст. 22 Закону України «Про культуру»).

4. Безпосереднє проведення реорганізації. Цей етап розпочинається лише після отримання погодження Міністерства культури України. В іншому разі реорганізація є незаконною та може бути оскаржена.

Процедура реорганізації регламентована Цивільним кодексом та Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань».

Безпосередньо реорганізацію закладів культури здійснює Комісія з реорганізації (злиття). З моменту призначення комісії до неї переходять повноваження щодо управління цими закладами.

Комісія: 1) забезпечує подання державному реєстратору всіх необхідних документів для проведення державної реєстрації реорганізації (у разі, якщо заклади, що реорганізуються, мають статус

юридичної особи); 2) вживає всіх можливих заходів щодо виявлення кредиторів, а також письмово сповіщає їх про реорганізацію; 3) після закінчення строку для пред'явлення вимог кредиторів складає проміжний баланс, який містить відомості про оцінку наявного майна закладів, перелік пред'явлених кредиторами вимог, а також про результати їх розгляду (в т. ч. щодо виплати заробітної плати, сплати податків, зборів тощо); 4) після завершення розрахунків із кредиторами складає акт передачі в обсязі, визначеному для річної фінансової звітності, відповідно до ч. 6 ст. 11 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»; 5) не пізніше ніж за два місяці до завершення реорганізації письмово попереджає всіх працівників про можливе звільнення та одночасно пропонує їм іншу роботу (в разі наявності) за відповідною професією чи спеціальністю; 6) здійснює заходи щодо зняття закладів із обліку в податкових органах, фондах соціального страхування, закриття рахунків в органах Державної казначейської служби України тощо; 7) визначає місце подальшого зберігання архівних документів; 8) здійснює інші заходи, передбачені законодавством.

Для оптимальної організації роботи ЦКД йому бажано надати статус юридичної особи. Статут центру може бути затверджений відповідним органом місцевого самоврядування як одночасно з рішенням про реорганізацію закладів культури, так і пізніше.

Важливо у структурі ЦКД зберегти бібліотеку як структурний підрозділ. Необхідно враховувати, що відповідно до ст. 1 Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» бібліотека - це інформаційний, культурний, освітній заклад (установа, організація) або структурний підрозділ, що має упорядкований фонд документів, доступ до інших джерел інформації та головним завданням якого є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів бібліотеки. Тобто в разі, якщо у структурі ЦКД бібліотеку не буде виділено, її не можна враховувати як одиницю при складанні статистичної звітності за формами 6-нк, 80-а-рвк та в системі ЕСМаР.

Місцезнаходження ЦКД визначається за місцезнаходженням його керівних органів (директора). При цьому в інших населених пунктах

громади можуть бути створені відокремлені структурні підрозділи ЦКД - філії. Необхідно враховувати, що інформація про філії має бути зазначена у Статуті ЦКД, оскільки вони також підлягають державній реєстрації. Філії діють на підставі положень, які затверджує директор ЦКД. У разі, якщо філії надають лише бібліотечні послуги, в їх найменуванні обов'язково необхідно зазначити слово «бібліотека» (наприклад: бібліотека-філія; філія ЦКД «Бібліотека № 1» або замість номера філії вказується назва населеного пункту, де вона розміщується, та ін.).

Важливо забезпечити дотримання трудових прав бібліотечних працівників ЦКД. Звертаємо увагу на те, що відповідно до Порядку виплати доплати за вислугу років працівникам державних і комунальних бібліотек, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 22.01.2005 № 84, доплата за вислугу років, допомога для вирішення соціально-побутових питань може бути виплачена бібліотекарям за умови, якщо вони працюють у бібліотеках (організаціях або структурних підрозділах організацій). Це ж стосується і встановлення надбавки за особливі умови роботи (постанова Кабінету Міністрів України від 30.09.2009 № 1073 «Про підвищення заробітної плати працівникам бібліотек»).

У разі, якщо у структурі ЦКД будуть передбачені лише посади бібліотекарів без виділення бібліотечного структурного підрозділу, йтиметься про дискримінацію, оскільки, на відміну від бібліотекарів, клубні працівники ЦКД матимуть як доплату за вислугу років, так і матеріальну допомогу для вирішення соціально-побутових питань (постанова Кабінету Міністрів України від 09.12.2015 № 1026 «Питання виплати працівникам державних і комунальних клубних закладів, парків культури та відпочинку, центрів (будинків) народної творчості, центрів культури та дозвілля, інших культурно-освітніх центрів доплати за вислугу років, допомоги для оздоровлення та матеріальної допомоги для вирішення соціально-побутових питань»).

Філії, в т. ч. бібліотеки-філії, підпорядковуються директору ЦКД. При цьому положенням про бібліотеку передбачаються функції щодо комплектування, обробки та каталогізування фондів ЦКД (у т. ч. і філій),

методичного забезпечення філій. Можна виділити такі основні функції бібліотеки та філій ЦКД:

Основні функції бібліотеки ЦКД	Основні функції філій ЦКД
Комплектування, обробка та каталогізування бібліотечних фондів	Сумарний та індивідуальний облік бібліотечних фондів
Сумарний та індивідуальний облік бібліотечних фондів	Здійснення бібліотечного, бібліографічного, інформаційного обслуговування користувачів, у т. ч. і за допомогою нестационарних форм
Здійснення бібліотечного, бібліографічного, інформаційного обслуговування користувачів, у т. ч. і за допомогою нестационарних форм	Просвітницька та соціокультурна діяльність
Просвітницька та соціокультурна діяльність	Краєзнавча діяльність
Методична діяльність	Надання доступу до мережі Інтернет
Автоматизація та механізація бібліотечно-бібліографічних процесів	Надання платних послуг відповідно до законодавства
Створення електронних баз даних	
Міжбібліотечний абонемент	
Книгообмін	
Створення електронних документів та колекцій таких документів	
Краєзнавча діяльність	
Надання доступу до мережі Інтернет	
Надання платних послуг відповідно до законодавства	

Таким чином, законодавство не забороняє органам місцевого самоврядування забезпечувати надання бібліотечних послуг населенню через центри культури і дозвілля.

Головне, чим повинні керуватися органи місцевого самоврядування у разі прийняття рішення про створення ЦКД, - надання якісних та доступних бібліотечних послуг жителям усіх населених пунктів громади.

Список літератури:

1. Блог НБУ ім. Ярослава Мудрого «Публічна бібліотека об'єднаної територіальної громади» / підгот. С. Ковальчук // Бібл. планета. – 2017. - № 2. – С. 13-14.
2. Жабін А. Соціальні мережеві сервіси в бібліотеках / Андрій Жабін // Бібл. вісник. – 2017. – 2017. - № 4. – С. 13-19.
3. Розколупа Н. Публічна бібліотека в структурі центру культури і дозвілля / Н. Розколупа // Бібл. планета. – 2017. - № 2. – С. 6-8.
4. Ростовцев С. Формування системи інтернет-маркетингу в бібліотеках України / Сергій Ростовцев // Вісн. Кн. палати. – 2017. - № 6. – С. 8-12. – Бібліогр.: 8 назв.
5. Соцков О. Тренди для бібліотек у соціальних мережах / Олег Соцков // Бібл. форум: історія, теорія і практика. - 2017. - № 3. – С. 15-17.
6. Трачук Л. Ментальні та концептуальні моделі бібліотечних веб-сайтів / Людмила Трачук // Бібл. вісник. – 2017. - № 4. – С. 8-12.
7. Шкаріна В. Латентна та афінна підсистеми довідково-бібліографічного апарату бібліотеки / Віталіна Шкаріна // Бібл. вісник. – 2017. - № 5. – С. 20-26.

Бібліографічні ідеї та технології

Аналітичний огляд

(II півріччя 2017 р.)

Підготувала: *М. Маслова*

Редактор: *Т. Пішванова*

Комп'ютерна верстка: *Г. Мацієвська*

Надруковано у КЗ «ЗОУНБ» ЗОР
69095, Запоріжжя, просп. Соборний, 142
Наклад 40 пр.

Відділ наукової інформації та бібліографії

Телефон: (061) 787-53-57

Ел. пошта: bibliograf.zounb@ukr.net, bibliograf@zounb.zp.ua

Адреса сайту бібліотеки: www.zounb.zp.ua



**ЗАПОРІЖЖЯ
ПР. СОБОРНИЙ, 142
061787 53 57**

**BIBLIOGRAF.ZOUNB@UKR.NET
BIBLIOGRAF@ZOUNB.ZP.UA**

**FACEBOOK.COM/BIBLIOGRAF.ZOUNB
YOUTUBE.COM/BIBLIOGRZOUNB**

ZOUNB.ZP.UA