

■ УДК 02:004 - 028.22

Л. Ф. Трачук, кандидат історичних наук, доцент, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

БІБЛІОТЕЧНІ ВЕБ-САЙТИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ: КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД

Досліджено веб-сайти бібліотек як головні ресурси структурування інформації та забезпечення доступу до неї в інтернет-просторі, рівень використання яких залежить від зрозумілості структури, якості інформаційного наповнення та привабливості дизайну. Головним принципом побудови бібліотечних веб-сайтів визначено орієнтований на користувача інтерфейс. Користувач бібліотечного сайта розглядається як клієнт бібліотеки. Пропонується механізм виявлення недоліків веб-сайтів та шляхів удосконалення інформаційної політики бібліотек в інтернет-просторі, яким є аналіз бібліотечних веб-сайтів за допомогою спеціальних методів.

Ключові слова: інформаційний простір, клієнтоорієнтований підхід, користувачі, клієнти, юзабіліті-тестування, веб-аналітика.

Л. Ф. Трачук, кандидат исторических наук, доцент, Ровенский государственный гуманитарный университет, г. Ровно

БИБЛИОТЕЧНЫЕ ВЕБ-САЙТЫ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ: КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД

Исследованы веб-сайты библиотек как главные ресурсы структурирования информации и обеспечения доступа к ней в интернет-пространстве, уровень использования которых зависит от понятности структуры, качества информационного наполнения и привлекательности дизайна. В качестве главного принципа построения библиотечных веб-сайтов определен ориентированный на пользователя интерфейс. Пользователь библиотечного сайта рассматривается в роли клиента библиотеки. Предлагается такой механизм выявления недостатков веб-сайтов и путей совершенствования информационной политики библиотек в интернет-пространстве, как анализ библиотечных веб-сайтов с помощью специальных методов.

Ключевые слова: информационное пространство, клиентоориентированный подход, пользователи, клиенты, юзабилити-тестирование, веб-аналитика.

L. F. Trachuk, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Rivne State Humanitarian University, Rivne

LIBRARY WEBSITES IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE: CUSTOMER-ORIENTED APPROACH

The paper deal with the websites of libraries as resources for information structuring and access in the Internet space, the utilization level of which depends on comprehensibility of structure, quality content and an attractive design. As a main principle of designing library websites a user-oriented interface is determined. The user of a library website is considered as a library client. The author proposes a mechanism to identify shortcomings of the websites and the ways to improve the information policy of the libraries in the Internet space, as the analysis of library websites using special techniques.

Key words: information space, customer-oriented approach, users, customer, usability testing, web analytics.

Постановка проблеми. Інтернет, вищий еволюційний рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, нині для бібліотек є джерелом інформації, засобом комунікації та бібліотечного виробництва. Поєднання цих якостей дозволяє розглядати його як інструмент удосконалення обслуговування користувачів у віртуальному середовищі, що свідчить про виникнення нового простору діяльності бібліотек — інтернет-простору.

У цьому контексті соціальне завдання бібліотекаря як інформаційного посередника полягає в тому, щоб постійно підтримувати закріплений за бібліотекою фрагмент інформаційного простору в актуальному стані, створювати нові елементи, які корегують дисфункцію інших елементів, таким чином розвиваючи всю інформаційну інфраструктуру [9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для розуміння ролі сучасної бібліотеки в інформаційному просторі важливе значення мають дослідження М. Я. Дворкіної [4], В. П. Леонова, для котрого простір бібліотеки — це форма її існування [7], С. Г. Матліної, яка переконана, що освоєння бібліотечного простору і його віртуальної складової має бути пов'язане з орієнтацією на людський вимір, гуманітарно-діалогічну парадигму розвитку [10].

Грунтовну концепцію бібліотеки як елементу інформаційного простору розробила Т. Ф. Берестова. Дослідниця зазначила, що інформаційний простір виникає тільки в процесі комунікації та є її результатом, а сучасна фаза збереження й передачі інформації безпосередньо пов'язана з інтернетом, який уможливило єдиний, безмежний інформаційний простір [3].

Названі дослідження поклали початок теорії просторового розвитку бібліотек, у яких є одна з форм адаптації особистості до інформаційного простору, сучасний етап розвитку якого пов'язаний з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема інтернету.

Мета статті — дослідити роль бібліотечних веб-сайтів у сучасному інформаційному просторі та вимоги до них з точки зору орієнтованості на користувача як клієнта бібліотеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У бібліотечному інтернет-просторі головними ресурсами структурування та забезпечення доступу до інформації є веб-сайти бібліотек. Проте у звіті OCLC 2010 р. «Шукач цифрової інформації» вказано, що 84% користувачів починають пошук інформації у відповідних системах інтернету, водночас лише 1% — на бібліотечному веб-сайті. Користувачі надають перевагу пошуковим системам через їхню швидкість, простоту використання, зручність і доступність [19]. Аналогічне дослідження 2012 р. засвідчило, що 91% користувачів пошукових систем завжди або в більшості випадків знаходять потрібну інформацію в процесі використання пошукових систем; 66% тих, хто використовував пошукові системи, повідомили про значну довіру до них, відзначивши, що пошукові системи були ефективним і неупередженим джерелом інформації [18].

Результати виконання запитів користувачів сортуються пошуковими машинами й відображаються в рейтингах веб-сайтів. Наявність високих рейтингових оцінок важлива для сайтів стосовно їхньої доступності широкій аудиторії інтернет-користувачів, дозволяє користувачам оперативніше знаходити якісну та релевантну інформацію [11]. Тому необхідним є аналіз бібліотечних веб-сайтів, який можна розглядати як механізм, що виявляє їхні недоліки й указує способи вдосконалення інформаційної політики бібліотек.

Користувачі бібліотеки не надто цікавляться тим, які програми використано під час розробки сайта, які технічні рішення застосовано й наскільки досконалий дизайн. Перевагами для них є зручність і комфортність використання сайта, цікаве інформаційне наповнення. Як зазначає Я. Нільсен, «вивчення поведінки користувачів у веб-просторі свідчить, що вони погано сприймають сайти, які повільно працюють, та сайти зі складним дизайном. Люди не бажають чекати, вивчати, як користуватися домашньою сторінкою. Не існує навчання користування веб-сайта або якоїсь інструкції. Люди прагнуть освоїти функціональність сайта відразу після швидкого сканування сторінки, тобто за кілька секунд» [16]. Таким чином, користувачам потрібна

лише мить, щоб сформувати перші й стабільні естетичні враження від веб-сторінок, вони закріплюються та впливають на подальшу думку щодо практичності й надійності сайта. Стів Круг стверджує, що продукт готовий до експлуатації, якщо користувачам не доводиться задумуватися над тим, як ним користуватися — чим простішим є принцип роботи, тим менше доводиться думати [6].

Підвищенню рівня використовуваності веб-сайта сприяє вивчення намірів користувачів, зокрема інформація про їх пошукову поведінку. Оскільки наміри користувачів приховані й можуть лише частково розкриватися в деяких показниках через «сліди», які залишають користувачі, переглядаючи веб-сайт, то вивчення пошукової поведінки потребує спеціальних методів.

З позиції психології людська поведінка відбувається в межах трьох рівнів або сферах — афективної (емоції, відчуття, темперамент, настрій тощо), когнітивної (пізнавальної) й сенсомоторної (або психомоторної). Пошукова поведінка — форма цілеспрямованої поведінки, яка мотивує (афективний рівень) розробити план (пізнавальний рівень) і виконати його (сенсорний рівень) [14, с. 8].

Для того, щоб користувачі розпочали пошук і продовжували його, доки не знайдуть бажане, необхідно підтримувати постійну мотивацію від початку до кінця сеансу. Людина обирає стратегію пошуку на когнітивному рівні, керуючись конкретними афективними мотиваціями й почуттями, які визначають цілі. Інформаційний пошук і вирішення його проблем є цілеспрямованою поведінкою, а емоції, почуття, настрій — когнітивна та сенсомоторна сфери. Пізнавана інформація актуальна й цікава настільки, наскільки вона сприяє реалізації афективної мети кожного користувача [13]. У результаті спеціального дослідження визначено: емоційне ставлення — головний фактор, що впливає на продуктивність інформаційного пошуку [12].

Головна мета бібліотечного веб-сайта — допомога користувачам у вирішенні їх пошукових завдань, при цьому головними вимогами мають бути згадані простота та зручність. «Відсутність простоти еквівалентна відсутності відвідувачів», адже «люди не можуть використовувати те, чого вони не можуть знайти» [20]. За наявності значного вибору між сайтами в мережевому середовищі користувачі прагнуть миттєво задовольнити свої потреби, і якщо протягом півхвилини вони не можуть зорієнтуватися, як користуватися сайтом, то залишають його і зазвичай не повертаються.

Найскладнішим аспектом під час планування сайта щодо його використовуваності є невміння розробників стати «по ту сторону екрана» — тобто оцінити з точки зору користувача. Найчастіше сайт,

який здається розробникові простим і зрозумілим, для користувача — надскладна головоломка. Головною стратегічною ідеєю побудови бібліотечного сайту має бути гасло — «Завжди поміщайте на центральне місце потреби ваших покупців» [15], що доречно й для бібліотечних користувачів.

З часу виникнення веб-сайтів здійснено немало спроб сформулювати єдині вимоги чи постулати, які б уніфікували процес їх створення. Зокрема прийнято так звані «Білля про права користувачів» (1998 р.), що містить такі пункти: «1. Користувач завжди має рацію. Якщо виникає проблема з використанням системи, то справа в системі, а не в користувачеві. <...> 10. Користувач має бути експертом у програмних і апаратних технологіях. Продукти повинні використовуватися природно й інтуїтивно» [8, с. 235–236].

Завдання моніторингу якісних і кількісних показників веб-сайтів вирішує веб-аналітика, яка дозволяє зібрати показники поведінки користувачів сайту. Складовими веб-аналітики є: аналіз відвідуваності (статистика, тенденції, абсолютні й відносні показники); аналіз юзабіліті (щільності натискань, конверсійних шляхів відвідувачів); аналіз поведінки відвідувачів на сторінці; бенчмаркінг — порівняння із загальними тенденціями й з конкурентами із залученням незалежних дослідників (Alexa, gemiusAudience, Google Trends) [5]. Така веб-аналітика надає масштабне уявлення про поведінку користувачів, що дозволяє зрозуміти її причини та наслідки й оптимізувати веб-сайт.

Сучасні інформаційні технології надали значних можливостей для розвитку автоматизованих засобів збору статистичних даних, до яких належить зокрема програма Google Analytics — безплатний сервіс від компанії Google для створення детальної статистики відвідування веб-сайтів. Результати використання Google Analytics в роботі ОУНБ України відображені, наприклад, в «Аналітичній довідці звернень до сайту Тернопільської ОУНБ...» [1].

Крім використання автоматизованих засобів збору статистичних даних замовникам і розробникам сайту рекомендують здійснювати так зване «юзабіліті-тестування». Згідно з ISO 9241-11 1998 Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs), «юзабіліті» (usability) — це ступінь ефективності, трудомісткості й задоволеності, з якими продукт може використовуватися певними користувачами в певному контексті використання для досягнення певних цілей. Основний аргумент, що доводить необхідність юзабіліті-тестування: складний сайт не тільки не може бути успішним, він здатний навіть звести нанівець репутацію його власників [15]. Відповідно до

досліджень, можна стверджувати, що сайти, створені згідно з правилами юзабіліті, найпопулярніші та мають вищу статистику відвідувань.

Ще одним із методів аналізу бібліотечних веб-сайтів може бути евристична оцінка, розроблена Якобом Нільсеном і Рольфом Молічем з метою скоротити тривалість проведення юзабіліті-тестування. При цьому інтерфейс перевіряється на відповідність декільком загальним принципам:

1. Система через зворотний зв'язок повинна регулярно інформувати користувачів про свої дії.

2. Система повинна «говорити» мовою користувачів, словами, фразами й поняттями, відомими користувачеві, а не системно-орієнтованими термінами.

3. У будь-який момент користувач контролює систему, а не навпаки. Будь-яку команду можна скасувати або повторити.

4. У будь-який момент часу система функціонує однаковим і стандартним способом.

5. Інтерфейс унеможлиблює людські помилки.

6. У будь-який момент часу інтерфейс показує об'єкти й команди сам, не запитуючи в користувача.

7. В інтерфейсі є методи пришвидшення роботи, призначені для досвідчених користувачів, котрі не заважають користувачам недосвідченим; завдяки цьому досвідчені користувачі отримують резерв для підвищення власної продуктивності.

8. Інтерфейс має бути естетичним і мінімалістичним — не містити непотрібної зараз інформації.

9. Інтерфейс допомагає користувачам виявляти й усувати проблеми, зокрема людські помилки. Повідомлення про них повинні надаватися простою мовою (без таких кодів, як, наприклад, «error 404»), точно зазначати проблему й пропонувати її конструктивне вирішення.

10. Незважаючи на те, що краще, якщо система може використовуватись без довідки, довідка має бути доступною в будь-який момент часу. Вона повинна бути достатньою, але не надлишковою; до неї можна було б легко звертатися; вона не абстрактна, а спрямована на вирішення конкретних завдань користувача; у ній описуються конкретні способи подолання проблем [16].

Одним з найцінніших методів юзабіліті вважаються «думки вгolos» [17], коли учасники тестування вербалізують свої думки й дії, які вони здійснюють під час користування інтерфейсом веб-сайта. Тобто вони проговорюють пошуковий шлях і ті дії, які необхідно здійснити, щоб вирішити поставлене завдання. Метод дозволяє виявити

думки користувачів щодо веб-сайта, як його оцінюють, де помиляються, чому і як усунути помилки, надаючи спостерігачам розуміння когнітивних процесів учасників (а не тільки їх кінцевих результатів). В офіційному протоколі дослідження всі вербалізації транскрибуються, а потім аналізуються. Власники та розробники сайта можуть дізнатися про емоційне ставлення користувачів до ресурсу, отримати негативні й критичні відгуки, які, як вважає засновник інтернет-компанії Amazon Джеффри Безос, найкорисніші, оскільки надихають на нововведення [2]. Іноді при цьому користувачі знаходять набагато простіші шляхи вирішення завдання, ніж передбачали розробники й власники сайта.

Спостереження, фокус-групи, інтерв'ю, опитування та інші методи є додатковими формами взаємодії з користувачами, регулярне застосування яких дозволяє бібліотекам постійно знати про мінливі потреби користувачів і забезпечувати регулярний розвиток бібліотечного простору відповідно до них.

Висновки. Правильна організація інформаційного простору бібліотек України сприятиме успішності їх інтеграції в глобальний інформаційний простір. Завдання бібліотекарів полягає в оптимізації контенту, функціональності та дизайну веб-сайта бібліотеки, щоб він посідав високі місця в результатах пошуку. Якщо користувач вирішив відвідати цей ресурс, то сайт має заохотити до подальшого пошуку інформації завдяки зрозумілій структурі, якісному інформаційному наповненню та привабливому дизайну, викликати в користувача довіру та впевненість у достовірності інформації.

Головний принцип побудови бібліотечних веб-сайтів — орієнтований на користувача інтерфейс, їх якість визначається задоволеністю користувачів від роботи з ним, умовами його є простота та зручність використання сайта. Головний фактор, який впливає на продуктивність пошуку інформації на бібліотечному сайті, — емоційне ставлення користувачів. Саме воно більшою мірою, ніж збільшення контенту та розширення функціональності бібліотечного сайта, впливає на те, чи використовуватиме відвідувач цей ресурс у подальшому.

Збір статистичних відомостей про пошукову поведінку користувачів (кількість відвідувачів за певний період, їх географічні характеристики, найпопулярніші сторінки, середня тривалість перебування на сайті тощо) забезпечує веб-аналітика, одним з інструментів якої є програма Google Analytics. До методів аналізу бібліотечних веб-сайтів належать також евристична оцінка — перевірка сайтів на відповідність десяти визначеним принципам, та «думки вголос» — аналіз вербалізованого пошукового шляху користувачів. Регулярний аналіз

якісних показників використання електронних ресурсів дозволить ефективніше пристосовувати роботу бібліотекарів в інтернет-просторі до змінних умов веб-середовища.

Перспективним є дослідження уявлень користувачів про бібліотечні веб-сайти й вимоги, яким вони повинні відповідати (ментальні моделі), та співставлення їх з діючими моделями (концептуальними), які користувач отримує, ознайомлюючись із дизайном та інтерфейсом певних веб-сайтів.

Список використаних джерел

1. Аналітична довідка звернень до сайта Тернопільської ОУНБ (www.library.te.ua) протягом 2014 року: (за результатами моніторингу сервісу «Google Analytics»): інформ.-аналіт. огляд / Терноп. обл. універс. наук. б-ка, від. автоматизації та механізації бібл. процесів ; підгот. В. І. Раківський ; ред. О. М. Раскіна. — Тернопіль : [б. в.], 2016. — 30 с.
2. Андерс Дж. Джефф Безос и Amazon: как перфекционизм помог выстроить великую компанию [Электронный ресурс] / Дж. Андерс // Forbes. — Режим доступа: <http://www.forbes.ru/tehnno/81687-dzheff-bezos-i-amazon-kak-perfektsionizm-pomog-vystroit-velikuyu-kompaniyu>. — Загл. с экрана.
3. Берестова Т. Ф. Библиотека как элемент информационного пространства (к разработке концепции) / Т. Ф. Берестова // Библиотековедение. — 2004. — № 6. — С. 43–51.
4. Дворкина М. Я. Информационное обслуживание: социокультурный подход / М. Я. Дворкина ; МГУКИ. — Москва : Профиздат, 2001. — 111 с. — (Серия «Современная библиотека» ; вып. 11).
5. Зеленін А. С. Організація інформаційного простору наукового закладу (на прикладі ІСЭРТ РАН) [Електронний ресурс] / А. С. Зеленін // Проблеми розвитку території. — 2012. — № 1. — Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-informatsionnogo-prostranstva-nauchnogo-uchrezhdeniya-na-primere-isert-ran>. — Загл. с экрана.
6. Круг С. Веб-дизайн, или Не заставляйте меня думать! / С. Круг. — СПб. : Символ-Плюс, 2008. — 224 с.
7. Леонов В. П. Пространство библиотеки: библиотечная симфония / В. П. Леонов. — Москва : Наука, 2003. — 123 с.
8. Леффингуэлл Д. Принципы работы с требованиями к программному обеспечению. Унифицированный подход / Д. Леффингуэлл, Д. Уидриг. — Москва : Вильямс, 2002. — 448 с.
9. Лопатина Н. В. Библиотекарь в профессиональной структуре общества: теоретико-методологический анализ : дис. ... д-ра пед. наук [Электронный ресурс] / Н. В. Лопатина. — М., 2015. — 375 с.— Режим доступа: http://files.msuc.org/diss/01/Lopatina_dis_d01.pdf. — Загл. с экрана.

10. Матлина С. Г. В единстве технологий. (О гуманитаризации библиотечного пространства) / С. Г. Матлина // Науч. и техн. б-ки. — 2012. — № 6. — С. 60–69.
11. Третьякова О. В. Возможности использования вебметрического анализа в оценке сайта научного института [Электронный ресурс] / О. В. Третьякова, Е. А. Кабакова // Вопросы территориального развития. — 2014. — № 2 (12). — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-ispolzovaniya-vebometricheskogo-analiza-v-otsenke-sayta-nauchnogo-instituta>. — Загл. с экрана.
12. Jeonghyun K. Predictors of behavioral intentions in Web searching [Электронный ресурс] / K. Jeonghyun. — Режим доступа: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/meet.2009.1450460382/full>. — Назва з екрана.
13. Nahl D. Affective and Cognitive Information Behavior: Interaction Effects in Internet [Электронный ресурс] / D. Nahl. — Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/11879067.pdf>. — Назва з екрана.
14. Nahl D. Information and Emotion: The Emergent Affective Paradigm in Information Behavior Research and Theory / D. Nahl, D. Bilal. — Information Today, Inc., 2007. — 359 p.
15. Nielsen J. Designing Web Usability: The Practice of Simplicity / J. Nielsen. — Indianapolis : New Riders, 1999. — 432 p.
16. Nielsen J. 10 Usability Heuristics for User Interface Design [Электронный ресурс] / J. Nielsen // Nielsen Norman Group : Evidence-Based User Experience Research, Training, and Consulting. — Режим доступа: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics>. — Назва з екрана.
17. Nielsen J. Thinking Aloud: The #1 Usability Tool [Электронный ресурс] / J. Nielsen // Nielsen Norman Group : Evidence-Based User Experience Research, Training, and Consulting. — Режим доступа: <https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool>. — Назва з екрана.
18. Purcell K. Search Engine Use 2012 [Электронный ресурс] / K. Purcell, J. Brenner, L. Rainie. — 2012. — Режим доступа: http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP_Search_Engine_Use_2012.pdf. — Назва з екрана.
19. The Digital Information Seeker : Report of the Findings from Selected OCLC, RIN, and JISC User Behaviour Projects [Электронный ресурс]. — 2010. — Режим доступа: www.jisc.ac.uk/publications/reports/2010/digitalinformationseekers.aspx. — Назва з екрана.
20. Thurow Sh. Conversion Optimization: Measuring Usability In The User Experience (UX) — Part 1. [Электронный ресурс] / Sh. Thurow. — Режим доступа: <http://marketingland.com/conversion-optimization-measuring-usability-user-experience-ux-part-1-79557>. — Назва з екрана.

References

1. Analitichna dovidka zvernen do saita Ternopilskoi OUNB (www.library.te.ua) protiahom 2014 roku : (za rezultatamy monitorynhu servisu «Google Analytics») : inform.-analit. ohliad / Ternop. obl. univers. nauk. b-ka, vid.

- avtomatyzatsii ta mekhanizatsii bibl. protsesiv ; pidhot. V. I. Rakivskyi ; red. O. M. Raskina. — Ternopil : [b. v.], 2016. — 30 s.
2. Anders George. Dzheff Bezos i Amazon: kak perfektsionizm pomog vystroit velikuyu kompaniyu [Elektronnyy resurs]. / George Anders // Forbes. — Rezhim dostupa : <http://www.forbes.ru/tehn/81687-dzheff-bezos-i-amazon-kak-perfektsionizm-pomog-vystroit-velikuyu-kompaniyu>. — Zagl. s ekrana.
 3. Berestova T. F. Biblioteka kak element informatsionnogo prostranstva (k razrabotke kontseptsii) / T. F. Berestova // Bibliotekovedenie. — 2004. — № 6. — S. 43—51.
 4. Dvorkina M. Ya. Informatsionnoe obsluzhivanie: sotsiokulturnyy podhod / M. Ya. Dvorkina ; MGUKI. — Moskva : Profizdat, 2001. — 111 s. — (Ser. «Sovremennaya biblioteka». Vyip. 11).
 5. Zelenin A. S. Organizatsiya informatsionnogo prostranstva nauchnogo uchrezhdeniya (na primere ISERT RAN) [Elektronnyy resurs]. / A. S. Zelenin // Problemy razvitiya territorii. — 2012. — № 1. — Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-informatsionnogo-prostranstva-nauchnogo-uchrezhdeniya-na-primere-isert-ran>. — Zagl. s ekrana.
 6. Krug S. Veb-dizayn, ili Ne zastavlyayte menya dumat! / S. Krug. — SPb.: Simvol-Plyus, 2008. — 224 s.
 7. Leonov V. P. Prostranstvo biblioteki: bibliotchnaya simfoniya / V. P. Leonov. — Moskva : Nauka, 2003. — 123 s.
 8. Leffingwell Dean, Widrig Don. Printsipy raboty s trebovaniyami k programmnomu obespecheniyu. Unifitsirovannyiy podhod / Dean Leffingwell, Don Widrig. — Moskva : Vilyams, 2002. — 448 s.
 9. Lopatina N. V. Bibliotekar v professionalnoy strukture obschestva: teoretiko-metodologicheskyy analiz : dis... d-ra ped. nauk / N. V. Lopatina. — Moskva, 2015. — 375 s. ; To zhe [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: http://files.msuc.org/diss/01/Lopatina_dis_d01.pdf. — Zagl. s ekrana.
 10. Matlina S. G. V edinstve tehnologiy. (O gumanitarizatsii bibliotchnogo progstranstva) / S. G. Matlina // Nauch. i tehn. b-ki. — 2012. — N 6. — S. 60—69.
 11. Tretyakova O. V. Vozmozhnosti ispolzovaniya vebometriceskogo analiza v otsenke sayta nauchnogo instituta [Elektronnyy resurs] / O. V. Tretyakova, E. A. Kabakova // Voprosy territorialnogo razvitiya. — 2014. — N 2 (12). — Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-ispolzovaniya-vebometriceskogo-analiza-v-otsenke-sayta-nauchnogo-instituta>. — Zagl. s ekrana.
 12. Jeonghyun K. Predictors of behavioral intentions in Web searching [Electronic resource] / K. Jeonghyun. — Mode of access: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/meet.2009.1450460382/full>. — —Zagl. s ekrana.
 13. Nahl D. Affective and Cognitive Information Behavior: Interaction Effects in Internet [Electronic resource]. / D. Nahl. — Mode of access: <https://core.ac.uk/download/pdf/11879067.pdf>. — Zagl. s ekrana.

14. Nahl D. Information and Emotion: The Emergent Affective Paradigm in Information Behavior Research and Theory / D. Nahl, D. Bilal. — Information Today, Inc., 2007. — 359 p.
15. Nielsen J. Designing Web Usability: The Practice of Simplicity / J. Nielsen. — Indianapolis : New Riders, 1999. — 432 p.
16. Nielsen J. 10 Usability Heuristics for User Interface Design [Electronic resource] / J. Nielsen // Nielsen Norman Group : Evidence-Based User Experience Research, Training, and Consulting. — Mode of access: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. — Zagl. s ekrana.
17. Nielsen J. Thinking Aloud: The № 1 Usability Tool [Electronic resource] / J. Nielsen. // Nielsen Norman Group : Evidence-Based User Experience Research, Training, and Consulting. — Mode of access: <https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool>. — Zagl. s ekrana.
18. Purcell K. Search Engine Use 2012 [Electronic resource] / K. Purcell, J. Brenner, L. Rainie. — 2012. — Mode of access: http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP_Search_Engine_Use_2012.pdf. — Zagl. s ekrana.
19. The Digital Information Seeker [Electronic resource]. : Report of the Findings from Selected OCLC, RIN, and JISC User Behaviour Projects. — 2010. — Mode of access: www.jisc.ac.uk/publications/reports/2010/digitalinformationseekers.aspx. — Zagl. s ekrana.
20. Thurow Sh. Conversion Optimization: Measuring Usability In The User Experience (UX) — Part 1. [Electronic resource] / Sh. Thurow. — Mode of access : <http://marketingland.com/conversion-optimization-measuring-usability-user-experience-ux-part-1-79557>. — Zagl. s ekrana.

■ UDC 02:004 - 028.22

Trachuk L. F., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Rivne State Humanitarian University, Rivne
t_lulu@ukr.net

LIBRARY WEBSITES IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE: CUSTOMER-ORIENTED APPROACH

The aim of the article is to study the role of library websites in the modern information space and requirements to them from the point of view of user-oriented interface as a library client.

Research methodology. Theoretical and methodological basis of the study is a customer-focused approach to library services in the digital environment. The methods of source analysis and synthesis, social communication and spatial approaches have been used.

Results. Correct organization of information space of libraries of Ukraine will assist success of their integration into global information space. As a main principle of designing library websites a user-oriented interface is determined. The user of a library website is considered as a library

client. The author proposes a mechanism to identify shortcomings of the websites and the ways to improve the information policy of the libraries in the Internet space, as the analysis of library websites using special techniques. The predominant factor that affects the performance of information retrieval on a library website is the emotional attitude of the users. A heuristic evaluation belongs to the methods of library websites analysis — an inspection of sites in accordance with ten pre-defined principles and method of «thinking aloud».

Novelty. The paper presents an attempt to study the requirements to library websites from the point of view of users. The methods of collecting information on search behaviour of the users to optimize library and information services in the digital environment are offered.

The practical significance. The offered methods of analysis of library websites permit to go through obstacles in their use. The regular analysis of indicators of high-quality use of electronic resources has enabled to adjust the work of librarians in the Internet space more effectively.

Key words: information space, customer-oriented approach, users, customer, usability testing, web analytics.

Надійшла до редколегії 16.12.2016 р.