



Інформаційне представництво бібліотеки в мережі Інтернет



**Обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Ольжича
Житомирської обласної ради
Науково-методичний відділ**

**Інформаційні технології в бібліотеках
Вип. 1**

Інформаційне представництво бібліотеки в мережі Інтернет

Житомир, 2017

Інформаційне представництво бібліотеки в мережі Інтернет [Текст] /
Житомирська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Ольжича, Наук.-
метод. відділ ; уклад. Г. Г. Козаченко ; ред. Г. Й. Врублевська. – Житомир,
2017. – 19 с.

У виданні розглянуто питання інформаційного представництва бібліотек в мережі Інтернет.

Щиро вдячні Тамарі Володимирівні Ковальчук (завідувачка методичного відділу Малинської ЦРБ ім. В. Скуратівського) за допомогу.

© Житомирська обласна універсальна
наукова бібліотека ім. О. Ольжича
Уклад. Г. Г. Козаченко
Ред. Г. Й. Врублевська

Суспільство XXI століття – це інформаційне суспільство. Усе більша кількість комунікацій здійснюються за допомогою мережі Інтернет, до телекомунікаційного простору якого впевнено увійшли й бібліотеки. Діяльність бібліотек, що направлена на формування і задоволення інформаційних потреб як громади в цілому, так і окремих її представників, набуває суттєвого значення. Це особливо помітно в умовах становлення інформаційного суспільства та посилення ролі інформації як стратегічно важливого ресурсу, що, відповідно, підвищує вимоги до бібліотечно-інформаційної сфери та її фахівців.

Підвищення привабливого іміджу бібліотеки шляхом створення майданчиків інформаційного представництва в мережі Інтернет передбачає використання новітніх технологій, найбільш розповсюдженими з яких є технології Web 2.0. Формат Web 2.0 орієнтований на використання новітніх маркетингових рішень, що, в свою чергу, суттєво змінює певні принципи просування бібліотечних послуг на інформаційний ринок та зменшує витрати на них. Налагодження інтерактивних зв'язків між бібліотекою, як осередком створення певної продукції (інформації), та споживачем цієї продукції надає можливість, по-перше, знайти свого користувача в мережі Інтернет, по-друге, істотно збільшити ефективність надання і використання інформації, а також затверджує позитивний імідж бібліотеки в якості гнучкого механізму управління знаннями.

Інформаційні представництва бібліотек в мережі Інтернет розрізняють та класифікують за різними видами, але ми пропонуємо розглянути їх в залежності від типу сайту (веб-сайт, блог, соціальна мережа тощо).

Сайт (від англ. website: web — «павутина, сітка» та site — «місце», буквально «місце, сегмент, частина в мережі») – сукупність електронних документів (файлів) приватної особи чи закладу, які об'єднані під однією адресою (доменним ім'ям чи IP-адресою). Веб-сайт – це представництво бібліотеки у зовнішньому середовищі (Інтернеті), додатковий бібліотечний

сервіс, що акумулює майже усі традиційні бібліотечні сервіси, тільки надаються вони у режимі віддаленого доступу. Офіційний сайт має відображати усі види діяльності бібліотеки, своєчасно виконувати завдання та функції, що на нього покладені, бути керованим та відповідати вимогам якості. За допомогою бібліотечного сайту має відбуватись взаємодія з діловими партнерами та професійною спільнотою, забезпечується доступ для віддалених користувачів до інформаційних ресурсів та послуг бібліотеки.

Наявність сайту дає можливість бібліотеці об'єднати традиційний книжковий простір бібліотечної діяльності та сучасні програмні засоби, телекомунікаційні технології. Отже, бібліотечний сайт – надважливий стратегічний напрямок розвитку діяльності бібліотек. Серед основних завдань бібліотечних сайтів слід назвати:

- оперативне інформування зовнішніх користувачів про діяльність бібліотеки, забезпечення безперервного і повного доступу до інформації, просування інформаційних продуктів та послуг
- вивчення інформаційних потреб користувачів сайту, залучення та утримання реальних/потенційних користувачів
- розвиток професійного співробітництва в різноманітних сферах діяльності
- підвищення престижу, формування позитивного іміджу бібліотеки як сучасного інформаційного соціокультурного центру тощо.

Сайти можна створювати як на платних, так і безкоштовних сервісах. І в тому, і в іншому випадках є свої переваги та недоліки. Переваги безкоштовних сервісів:

- безкоштовно можна створити власний сайт без витрат власних коштів
- багато шаблонів для сайтів
- не потрібно щось вивчати, програмувати, все дуже зрозуміло і просто

Серед основних недоліків безкоштовних сервісів можна назвати такі:

- безкоштовна платформа, як правило, примушує розміщувати на сайті свою рекламу
- дуже часто спостерігаються повільність та помилки в роботі сайтів на таких сервісах: користувачів багато і адміністрація просто не в силах забезпечувати безперебійну роботу кожного окремого сайту (та й не зобов'язана, адже безкоштовно!)
- Ви не є власником ресурсу, тому коли адміністрації щось не сподобається, то Ваш сайт можуть просто заблокувати без пояснення причин
- якщо Ви захочете додати якісь функції та можливості на свій сайт, то маєте бути готовими, що це Вам не вдасться – майже завжди можливості та ресурси безкоштовних сервісів обмежені
- Ви не зможете відновити сайт в разі чого, як це робиться на платних хостингах, де раз в добу або раз в дві доби робиться бекап Вашого акаунту
- дуже часто безкоштовні майданчики додають до імені Вашого сайту свою приставку, щось на кшталт Вашсайт.usoz.ru чи подібне.

Переваги платного хостингу (хостинг – це майданчик, місце в інтернеті, де базується сайт):

- перша і найголовніша – служба підтримки: Ви маєте право на допомогу в будь-який час доби, по ICQ, по Скайпу, поштою
- Ви приймаєте при купівлі правила договору, що гарантує Вам власність хостингу, домену і конфіденційність інформації про Вас
- в платному хостингу присутні всі необхідні функції та конфігурації для створення сайту, присутня підтримка всіх необхідних можливостей
- швидкість і гарантія безперебійної роботи: сайт буде під наглядом спеціалістів цілодобово, і у випадку проблем, їх вирішать в найкоротший термін

- ім'я Вашого сайту буде унікальне
- сайт на професійному хостингу приймають всі сервіси, рекламні площадки тощо.

Звичайно, саме створення сайту ще не є гарантією його популярності та якісного застосування. Над цим систематично і грамотно має працювати весь колектив бібліотеки, зокрема відповідальні особи.

Блог (від англ. web log — мережевий журнал чи щоденник подій) — це веб-сайт, головний зміст якого — записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості. Створення блогу має зовсім інші цілі, що відрізняються від сфери використання сайтів. Якщо сайт потрібен для ознайомлення користувачів з бібліотекою, її діяльністю, ресурсами та послугами, то призначення блогу — в організації спілкування з користувачами. Блог — це особиста сторінка його автора, на якій він публікує різноманітні статті або замітки (пости), що містять особисту думку автора, його відношення до обговорюваної теми. На противагу стандартному сайту, блог потребує частіших оновлень та реакції на коментарі. До того ж, автор має постійно моніторити відгуки, що залишають користувачі, щоб виключити можливість появи спаму або забороненої чинним законодавством інформації. Саме у можливості коментувати прочитану статтю (пост) і бачити реакцію автора на коментар відвідувача і є глобальна відмінність блогу від сайту. Ще одна перевага блогу — більш тісний контакт автора і відвідувачів ресурсу, адже спілкування відбувається між реальними людьми.

Суттєві відмінності існують також у стилі мовлення та написання постів. Інформація, розміщена на веб-сайті, несе більше офіційності та викладається від третьої особи. У блозі автор описує свої думки у простій, доступній будь-якому читачу формі. До того ж автор може писати про все, що його турбує на даний момент, він не прив'язаний до своїх постів тематично, як це відбувається на сайті.

Процес створення блогу набагато простіший у порівнянні із створенням професійного сайту. Це робить блог дуже доступним як з точки зору фінансових витрат, так і з наявності спеціальних знань.

Усі блоги можна поділити за окремими категоріями:

- особисті: тут автор може робити дописи про події особистого життя, розміщувати власні фото (наприклад, подорожі); такі проекти, як правило, ведуть для себе і надають доступ лише друзям, родичам та знайомим
- групові або корпоративні: ці блоги орієнтовані на тематику діяльності, якою займається установа і містять останні новини організації або відповідні події; ці проекти публікують майже все, що пов'язане корпоративними інтересами
- суспільні: це відкриті блоги, де кожен може залишити свій коментар і допис і які не належать конкретному автору; ці проекти дають можливість вільно заходити і публікуватись абсолютно різним авторам.

Недоліком блогу дехто вважає потребу в його постійному оновленні та спілкуванні з відвідувачами, що зовсім не обов'язково для стандартних сайтів.

З метою подальшого розвитку веб-сайтів і блогів надважливо просувати їх у соціальних медіа, використовуючи останні як інструмент для залучення користувачів.

Соціальні медіа (від англ. social media, social networking services) – вид масової комунікації, що здійснюється за допомогою мережі Інтернет та має ряд суттєвих відмінностей від традиційних засобів масової інформації.

Соціальні медіа – це сукупність інтернет-майданчиків, які на основі онлайн-технологій надають користувачам можливість встановлювати комунікацію один з одним та виробляти користувацький контент. Тобто, це веб-ресурси, що створені для спілкування в мережі Інтернет. Спілкування може набувати різних форм: користувачі мають можливість ділитися своїми думками, досвідом та знаннями, налагоджувати контакти, розміщувати

новини, інформацію, відео, фото, музику тощо. Соціальні медіа включають в себе:

- соціальні мережі
- форуми
- сайти знайомств
- вікі (веб-сайти, структуру і вміст яких користувачі можуть змінювати самостійно за допомогою набору інструментів самого сайту)
- відео-хостінги (сайт, що дозволяє завантажувати і переглядати відео за допомогою спеціальних програвачів, вбудованих в браузер)
- соціальні закладки тощо.

Для бібліотеки соціальні медіа, зокрема соціальні мережі, є ефективним способом формування позитивного іміджу, налагодження комунікацій з реальними та потенційними користувачами. Представництво бібліотеки в соціальних медіа – це потужний інструмент просування книги і самої бібліотеки у віртуальному просторі, це гарна можливість довести свою необхідність, рекламувати власні ресурси та послуги. Сторінки та групи в соціальних мережах допомагають залучити користувачів до діяльності бібліотеки, швидко встановити неформальний контакт. Ймовірність того, що користувач заїде до соціальної мережі, а потім, зацікавлений певною новиною, – на сторінку бібліотеки, досить висока. Набагато вища, ніж ймовірність того, що він спеціально піде на офіційний сайт бібліотеки, зареєструється на форумі, поставить питання, а через деякий час пройде цей шлях знову, щоб прочитати відповідь. Отже, бібліотека має бути там, де можуть опинитись наші користувачі, як реальні, так і потенційні, адже наше завдання – показати, що бібліотека не просто існує, вона цікава і корисна.

Велика кількість публічних бібліотек України, в тому числі і бібліотеки Житомирської області, представлені в мережі Інтернет за допомогою різноманітних каналів поширення інформації: сайти, блоги, соціальні мережі

тощо. Гарний PR (від англ. public relations – зв'язки з громадськістю) сприяє налагодженню і розвитку партнерських відносин, підвищує цінність бібліотеки для користувачів, створює позитивну репутацію в громаді. Все це – гарантована запорука розвитку бібліотеки, адже активна, «просунута» бібліотека, що продовжує розвиватись та має попит у користувачів, завжди матиме прихильників. Відповідно, суттєво зменшується ризик закриття бібліотеки або звільнення працівників.

Не слід ігнорувати і той факт, що поширення інформації за допомогою інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет як сучасного різновиду PR – це також можливість істотно збільшити аналітично-статистичні показники діяльності бібліотеки. В той час, коли фактичне відвідування та книговидача стрімко зменшуються (тенденція зберігається протягом останніх 7-10 років), слід максимально використовувати можливість збільшити відвідуваність бібліотеки за рахунок віддалених користувачів, а також користування електронними інформаційними ресурсами бібліотеки. Збір статистичної та аналітичної інформації стосовно інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет здійснюється за рахунок сервісів статистики відповідних майданчиків.

У цьому сенсі доречними могли б бути певні галузеві стандарти, які б визначали основні принципи та правила створення, оформлення, наповнення мережеских сторінок, збору аналітично-статистичної інформації і підтверджувалися б відповідними нормативними документами (технологічними інструкціями). Проте у бібліотечній системі України поки що не розроблені документи, що регламентують діяльність бібліотек у соціальних медіа, тому створення представництв бібліотек у мережі Інтернет відбувається з урахуванням загальноприйнятих вимог до їхнього функціонування, а їхнє інформаційне наповнення та аналітична діяльність часто визначається бібліотечними працівниками інтуїтивно.

Враховуючи вище наведене, методична служба ЖОУНБ ім. О. Ольжича, використовуючи різноманітні джерела, розробила* Примірне Положення про інформаційне представництво бібліотеки в мережі Інтернет, яке можна адаптувати до потреб конкретної книгозбірні.

Додаток 1

**Примірне Положення
про інформаційне представництво
бібліотеки в мережі Інтернет**

1. Загальні положення

- 1.1. Це Положення визначає перелік, мету, призначення та завдання інформаційних ресурсів, що входять до складу інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет, регламентує технологію їх наповнення та супровід, а також обов'язки, права, відповідальність працівників, що відповідають за інформаційне наповнення.
- 1.2. Інформаційне представництво бібліотеки – це сукупність майданчиків в мережі Інтернет, створених бібліотекою задля комунікації з реальними, віртуальними та потенційними користувачами, а також з метою просування інформаційних ресурсів бібліотеки та організації додаткових дистанційних бібліотечних сервісів. Інформаційне представництво бібліотек є відкритим, загальнодоступним і включає в себе наступні інформаційні ресурси:
- **Офіційний сайт** (посилання на адресу сайту в мережі Інтернет)
Сайт (від англ. website: web — «павутина, сітка» та site — «місце», буквально «місце, сегмент, частина в мережі») – сукупність електронних документів (файлів) приватної особи чи закладу, які об'єднані під однією адресою (доменним ім'ям чи IP-адресою).

* Допомогу в розробці локального нормативного документу надала Т. В. Ковальчук, завідувачка методичного відділу Малинської ЦРБ ім. В. Скуратівського.

- **Зведений каталог бібліотек Житомирської області (ЕК)** (для бібліотек-учасниць корпоративного проекту має бути посилання на власну базу даних)

ЕК – машинозчитуваний бібліотечний каталог, який працює в режимі реального часу, є складовою частиною довідково-пошукового апарату бібліотеки та центральною ланкою автоматизованої бібліотечно-інформаційної системи (АБІС). Включає електронний каталог ЖОУНБ ім. О. Ольжича та бази даних (БД) бібліотек Житомирської області.

- **Офіційна сторінка та тематичні групи (аккаунти), створені бібліотекою в Facebook** (або інших соціальних мережах) (посилання на адресу сторінки/аканту/групи в мережі Інтернет)

Facebook – найбільша соціальна мережа в світі, що входить до п'яти найвідвідуваніших вебсайтів Інтернету. Перелік груп, створюваних у Facebook бібліотекою, може змінюватись відповідно до цілей та завдань бібліотеки та її підрозділів.

- **Google+**

Google+ – соціальна мережа від компанії [Google](https://www.google.com/). Сервіс надає можливості спілкування через Інтернет за допомогою спеціальних компонентів, наприклад: Кола, Теми, Відеозустрічі, Мобільна версія тощо. Інформація, якою діляться учасники мережі, впливає на персоналізовані результати пошукової системи Google.

- **Канал на YouTube**

YouTube (від англ.: «you» – «ти» або «ви» та «tube» – «труба»; жарг. англ. «телевізор») – відеохостингова компанія, що надає користувачам послуги зберігання, доставки, демонстрації та монетизації відео. YouTube – найпопулярніший відеохостинг та другий за рейтингом вебсайт у світі за кількістю користувачів.

- 1.3 Бібліотека прагне використовувати у своїй діяльності оптимально можливу кількість майданчиків мережі Інтернет та максимально широкий спектр своєї участі в них.
- 1.4 Інформаційне представництво бібліотеки ґрунтується на принципах доступності, відкритості, достовірності, системності та суспільно-громадської користі.
- 1.5 Користувачем ресурсів інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет може стати будь-яка особа, що має технічні можливості для виходу в Інтернет.

- 1.6 Зміст і структура ресурсів інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет співвідносяться із чинним Законодавством України.
- 1.7 Діяльність організації, порядок ведення та наповнення ресурсів інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет здійснюється на підставі наступних законодавчих та нормативно-регламентуючих документів:
- Конституція України
 - Цивільний Кодекс України
 - Закон України «Про бібліотеки та бібліотечну справу»
 - Закон України «Про інформацію»
 - Закон України «Про Національну програму інформатизації»
 - Закон України «Про авторські та суміжні права»
 - Закон України «Про захист персональних баз даних»
 - Нормативні документи Міністерства культури України, а також інших органів виконавчої влади, що дотичні до бібліотечно-інформаційної діяльності
 - Статут бібліотеки тощо.
- 1.8 Відкриття нових ресурсів інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет, зміна або закриття існуючих здійснюється на основі пропозицій відповідальної особи та за рішенням Методичної ради бібліотеки.
- 1.9 Дане Положення є локальним нормативним актом, що регламентує діяльність бібліотеки як організації, порядок ведення та наповнення ресурсів інформаційного представництва в мережі Інтернет. Положення приймається Методичною радою бібліотеки та затверджується наказом директора.
- 1.10 Зміни та доповнення до чинного Положення вносяться на основі пропозицій відповідальної особи та за рішенням Методичної ради бібліотеки, затверджуються наказом директора.

2. Мета і завдання інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет

- 2.1 Мета інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет:
- оперативне та об'єктивне інформування громадськості про діяльність, послуги та ресурси бібліотеки

- розширення користувацької аудиторії ресурсів інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет
- удосконалення віддаленого обслуговування користувачів за допомогою ресурсів інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет
- створення власного унікального мережевого краєзнавчого контенту, його систематичне оновлення та наповнення
- просування бібліотечно-інформаційних послуг бібліотеки
- формування цілісного іміджу бібліотеки як сучасного культурно-інформаційного центру громади
- підвищення рівня бібліотечних працівників у використанні сучасних інформаційних технологій та інформаційних ресурсів, підвищення престижу бібліотечної професії

2.2 Завдання інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет:

- підтримка процесу розбудови громадянського суспільства та суспільних ініціатив, просування суспільно важливих гуманістичних цінностей, залучення громадськості до обговорень суспільно важливих питань
- реалізація прав громадян на доступ до відкритої інформації з обов'язковим дотриманням норм професійної етики та інформаційної безпеки
- реалізація принципів державно-громадського управління в галузі культури, зокрема в бібліотечній діяльності
- включення ресурсів інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет до єдиного бібліотечного культурно-інформаційного простору
- представлення в мережі власної видавничої продукції, відеоконтенту та фотоматеріалів бібліотеки
- систематичне попереднє анонсування заходів і проектів бібліотеки
- інформаційна підтримка проектів, що реалізуються бібліотекою
- налагодження професійних зв'язків в Україні та за її межами
- ініціювання бібліотечними працівниками новацій, спрямованих на впровадження актуальних форм і методів інформаційного обслуговування різних груп користувачів
- емпіричні дослідження потреб користувачів бібліотек області
- формування культури обміну знаннями та досвідом роботи в мережевих бібліотечних спільнотах
- залучення бібліотечних працівників області до міжнародних, всеукраїнських та місцевих громадянських і культурних ініціатив

3. Організація інформаційного наповнення та супроводу інформаційного представництва БІБЛІОТЕКИ в мережі Інтернет

- 3.1 Загальне керівництво діяльністю, що забезпечує функціонування інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет, здійснює (вказати посаду особи).
- 3.2 Створенням контенту для наповнення інформаційної складової супроводу інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет опікуються структурні підрозділи бібліотеки, відповідно до своїх завдань та напрямків діяльності.
- 3.3 Діяльність, що пов'язана з інформаційним наповненням та супроводом інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет здійснюють відповідальні особи, кандидатури яких визначені Методичною радою та погоджені директором бібліотеки.
- 3.4 Обов'язки конкретних відповідальних осіб, що опікуються створенням, наповненням та супроводом інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет прописані в Посадових інструкціях відповідних працівників
- 3.5 Відповідальні особи, що опікуються створенням, наповненням та супроводом інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет здійснюють:
 - розробку концепції діяльності бібліотеки з інформаційного наповнення та супроводу інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет
 - координацію діяльності структурних підрозділів бібліотеки з підготовки та розміщення контенту на майданчиках інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет
 - своєчасне оновлення контенту майданчиків в мережі Інтернет, створених бібліотекою, розширення спектру бібліотечних послуг та продукції, що розміщується на майданчиках інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет, згідно з потребами користувачів
 - постійне підвищення кваліфікації, в тому числі беруть участь в інформаційних та освітніх заходах з інтернет-маркетингу та дотичної тематики
 - навчання відповідного персоналу бібліотеки основам інформаційної культури при роботі з ресурсами інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет

- консультування бібліотечних працівників з підготовки і порядку представлення інформації для розміщення на майданчиках інформаційного представництва в мережі Інтернет.
- 3.6 Відповідальність за недостовірне, несвоєчасне, неякісне надання інформації для розміщення на майданчиках інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет несе конкретна відповідальна особа, що надала інформацію.
- 3.7 До контенту для наповнення інформаційної складової супроводу інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет належать:
- інформація про структуру бібліотеки та її контактні відомості
 - правила користування бібліотекою та розклад її роботи
 - історико-культурологічна краєзнавча інформація про... (назва свого району або населеного пункту)
 - власна видавнича продукція, відеоконтент та фотоматеріали бібліотеки
 - анонси заходів бібліотеки та звіти про їхнє проведення
 - матеріали для дискусій, обговорень
 - інформація про проекти та акції бібліотеки
 - інформація про документні ресурси, що включена до Зведеного електронного каталогу бібліотек Житомирської області
 - інформування про тематичні документні колекції та нові надходження документів до бібліотеки
 - віртуальні книжкові виставки та електронні презентації, розроблені працівниками бібліотеки
 - новини бібліотечної спільноти
 - інформація про організації-партнери бібліотеки
 - матеріали, надані партнерами бібліотеки для публікації
 - цікаві факти професійного спрямування та близько профільної тематики
 - матеріали, що стимулюють долучення нових користувачів до інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет, зокрема, перепости новинних публікацій, матеріалів актуальної тематики та розважального характеру
- 3.8 Контент для наповнення інформаційної складової супроводу інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет має відповідати таким вимогам:
- відповідність нормам чинного законодавства та нормам моралі
 - дотримання стандартів бібліографічного опису документів

- відповідність меті та завданням інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет
- відповідність мовним нормам сучасної української мови, дотримання відповідних стилістичних вимог у різних типах публікацій
- викладення інформації загальнозживаними словами та термінами, що зрозумілі широкій аудиторії користувачів
- не порушувати честь, гідність та репутацію будь-яких установ та осіб
- не містити негативної особистісної емоційної оцінки будь-яких установ та осіб.

3.9 Діяльність бібліотеки, що пов'язана з організацією інформаційного наповнення та супроводу інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет, відображається в поточних та стратегічних планах бібліотеки та її структурних підрозділів відповідно до Типових норм часу на основні процеси бібліотечної діяльності.

3.10 Збір статистичної та аналітичної інформації стосовно інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет здійснюється за рахунок сервісів статистики відповідних майданчиків, створених бібліотекою в мережі Інтернет.

3.11 Кількісні показники діяльності інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет входять до основних показників її роботи.

4. Фінансове, матеріально-технічне забезпечення інформаційного представництва БІБЛІОТЕКИ в мережі Інтернет

4.1 Забезпечення функціонування та розвитку інформаційного представництва бібліотеки в мережі Інтернет відбувається відповідно до кошторису бібліотеки.

Використані джерела:

1. Дубова О. Мобільні сервіси сучасних бібліотек: від парадигми «було б добре» до «кому потрібні» / О. Дубова // Бібліотечний форум України. – 2013. – № 4. – С. 9-10.
2. Колесникова М. Управление будущим библиотеки как реальность / М. Колесникова // Бібліотечний форум України. – 2013. – № 4. – С. 43–45.
3. Назар'єва, С. В. Інформаційне представництво бібліотеки [Електронний ресурс] / С. В. Назар'єва // Библио.net [блог]. – Електрон. дан. і прогр. – режим доступу: http://bibliobzor.blogspot.com/2014/08/blog-post_4.html. – Дата останнього звернення: 28.03.2017. – Назва з екрану.
4. Огнева И. Н. Как создать в библиотеке эффективно работающую медиаструктуру: блоги + микроблоги + социальные сети + медиахостинг [Электронный ресурс] / И. Н. Огнева. – Арзамас, 2012. – 26 с. – Режим доступа: <http://ru.calameo.com/read/000365661e2514a350ab9>. – Дата останнього звернення: 28.03.2017. – Назва з екрану.
5. Сайт или блог: особенности и преимущества [Электронный ресурс] // RigWEB Правильный хостинг : Web-сайт. – Электрон. дан. и прогр. – Режим доступу: <https://rigweb.ru/support/cms/sayt-ili-blog-osobennosti-i-preimushchestva/>. – Дата останнього звернення: 28.03.2017. – Назва з екрану.
6. Хоменко І. Бібліотеки в Інтернет-просторі: креативність та творчий пошук / І. Хоменко // Бібліотечний форум України. – 2013. – № 4. – С. 15–16.
7. Янчук А. Соціальні мережі. Виходимо з зони свого комфорту [Електронний ресурс] / А. Янчук // Методичні каруселі [блог]. – Електрон. дан. і прогр. – Режим доступу: <https://goo.gl/8AQwMN>. – Дата останнього звернення: 28.03.2017. – Назва з екрану.