

In July 2018 the National Council on Television and Radio Broadcasting continued licenses for 24 Ukrainian TV channels for seven years, disclosing to whom they are belonged. The decision to disclose information about the owners was substantiated by the requirements of the law. Beneficiaries of 19 TV channels were: Dmitry Firtash, Rinat Akhmetov, Igor Kolomoisky, Viktor Pinchuk and former Ukrainian President Petro Poroshenko.

The article highlights the topics and customers of political jeans which were investigated by the public organization "Institute of Mass Information", shows the political forces that use political advertising and PR.

It considers the state of regional mass-media development in the conditions of denationalization concerning keeping by them professional standards.

Keywords: *independence of Ukraine, informational confrontation political journalism, hidden advertisement and PR, owners of political advertisement, corruption of oligarchic clans, political "jean", denationalization of mass-media, beneficiaries of TV channels, elections of the supreme bodies of state power, regional mass-media, professional standards of journalism*

References

1. Chichanovskiy A. A. (1993). Polityka. Presa. Vlada [Policy. Press. Power]. Kiyiv; Moskva: Slovyanskij dialog [in Ukrainian].
2. Ducyk D. (2005). Politychna zhurnalistyka [Political journalism]. Kiyiv: VD "Kyievo-Mogylyan. Akad." [in Ukrainian].
3. Voronova M. Y. (2013). Politychna zhurnalisty`ka yak osoblyvyj riznovyd profesijnoyi diyalnosti [Political journalism as a special kind of professional activity]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 50, 197—201. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_40 [in Ukrainian].
4. Mityeva K. O. (2016). Zamovni materialy v interesax vlasnyka na zagalnonacionalnyx telekanalax "1+1", "Inter" ta "Ukrayina" [Orders for the owner of the national TV channels "1+1", "Inter" and "Ukraine"]. *Molodyj vchenyj*, 6 (33). Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_6_85 [in Ukrainian].
5. Sajchuk A. (2010). Shho take "dzhynsa" i z chym yi yi yidiat? [What is "jeans" and what does it eat?]. Available at: http://ms.detector.media/media_law/world_journalists/scho_take_dzhynsa_i_z_chim_yi_idyat [in Ukrainian].
6. Sosnina I. (2018). Ukrainskim telekanalam prodlili litsenzii — teper vse znayut ih vladeltsev [Ukrainian TV channels extended their licenses — now everyone knows their owners]. Available at: <http://kp.ua/politics/612628-ukraynskym-telekanalam-prodlyly-lytsenzyy-teper-vse-znaut-ykh-vladeltsev> [in Russian].
7. Temy ta zamovnyky politychnoyi dzhynsy [Themes and customers of political jeans]. Instytut masovoyi informaciyi. Doslidzhennya IMI, (2019). Available at: <https://imi.org.ua/monitorings/temy-ta-zamovnyky-politychnoi-dzhynsy-doslidzhennya-imi/> [in Ukrainian].
8. Riven dzhynsy v onlajn-media zris na 22% u porivnyanni z periodom prezydentskoyi kampaniyi [The level of jeans in online media has grown by 22% over the period of the presidential campaign], (2019). Available at: <https://detector.media/infospace/article/> [in Ukrainian].
9. Bilshist rozderzhavlenykh ZMI v regionax prodovzhyuyt demonstruvaty zalezhnist vid vlady [Most of the privatized media in the region continue to demonstrate dependence on power]. Analitichnyj zvit za kviten 2019 roku Instytut demokratiyi imeni Pylypa Orlyka. Analitichnyj zvit monitoryngu regionalnykh ZMI, (2019). Available at: <http://idpo.org.ua/reports/2618-monitoring-report-april-2019.html> [in Ukrainian].
10. Dripper D. U riznykh rolyax. Interv'yu z Gerxardom Kromshrederom [In different roles. Interview with Gerhard Crowschwarer], (2019). Available at: <http://www.netzerkrecherche.de/files/nr-werkstatt-14-verdeckte-recherche.pdf> [in Ukrainian].

Надійшла до редакції 18 липня 2019 року



БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА

УДК 025.5:024

DOI: 10.36273/2076-9555.2019.8(277).24-28

Валерія Жукова,

кандидат наук із соціальних комунікацій,

доцент кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи ХДАК,

e-mail: zhukovavaleria.kharkov@gmail.com

Клієнт-орієнтованість бібліотечно-інформаційного сервісу

Висвітлено клієнт-орієнтованість бібліотечно-інформаційного сервісу та його підсистем, головним завданням яких є якнайповніше забезпечення інформаційних потреб читача.

Підсистему бібліотечно-інформаційного читачезнавства визначаємо як комплексну галузь спеціального бібліотекознавства, що має на меті дослідження історії, теорії, методики вивчення читачів бібліотек, чинників і засобів активізації читачької діяльності.

Підсистема професійно-діяльнісного середовища охоплює виробниче середовище; трудовий процес та ергономіку. Як читач, так і персонал бібліотеки в середовищі можуть бути людським чинником. Якість і швидкість виконання запитів, комфортність місця для роботи з документами тощо сприяють мотивації користувачів до постійного відвідання бібліотеки.

Елементами підсистеми бібліотечно-інформаційного виробництва є праця — діяльність, спрямована на створення інформаційних продуктів для забезпечення потреб читачів; персонал бібліотеки як трудовий ресурс; робоча сила — виробник інформаційних продуктів; засоби виробництва: знаряддя праці, котрі використовують під час виробництва і від яких залежить якість інформаційних продуктів і послуг; техніка як предмети праці, що дають змогу виробляти інформаційний продукт.

Елементами підсистеми маркетингу є інформаційний продукт, орієнтований на клієнта-читача, ціна, збут і просування.

Бібліотечне обслуговування складається з таких елементів: забезпечення потреб користувачів; бібліотекар; читач, користувач, споживач інформації, клієнт бібліотеки; потреби й запити читачів; бібліотечний фонд, довідково-бібліографічний апарат, технічні засоби, бібліотечне обладнання, архітектурно-планувальне рішення бібліотечної будівлі, інтер'єр бібліотеки, власні інтелектуальні та вербальні можливості суб'єктів, технологічні процеси, умови, послуга, надана читачеві.

Складниками підсистеми менеджменту якості бібліотечно-інформаційного сервісу є: користувач, персонал бібліотеки, ресурси, бібліотечні процеси і технології.

Усі підсистеми інформаційно-бібліотечного сервісу об'єднані цільовим елементом — читачем-клієнтом.

Ключові слова: бібліотека, клієнт-орієнтованість, бібліотечно-інформаційний сервіс, читачезнавство, бібліотечно-інформаційне виробництво, бібліотечне обслуговування, маркетинг, менеджмент якості, професійно-діяльнісне середовище

Постановка проблеми. В умовах глобальних трансформацій бібліотеки шукають ефективні методи організації роботи й підвищення конкурентоспроможності відповідно до потреб читачів як основних споживачів інформації, спрямовують зусилля на ґрунтовне вивчення та аналіз читацьких зацікавлень і споживчих властивостей продуктів інформаційного ринку та працюють на випередження попиту користувачів, дотримуючись клієнт-орієнтованої стратегії.

На сучасному етапі слід вивчати стан і напрями розвитку бібліотечно-інформаційного сервісу, щоб ефективно планувати роботу, враховуючи тенденції технологічного прогресу й запити соціуму. Нині вагомого значення набуває клієнт-орієнтованість бібліотечно-інформаційного сервісу та його підсистем, основні аспекти яких розглянемо ґрунтовніше в межах порушеної проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні питання інформаційно-бібліотечного виробництва висвітлює І. Давидова, бібліотечного читачезнавства — Т. Новальська, бібліотечного обслуговування — Ю. Мелентьева. Місію бібліотеки визначено в працях І. Тикунової та І. Тихомирової, аспекти впровадження системи управління якістю в бібліотеці аналізує Т. Ткаченко.

Мета статті — дослідити клієнт-орієнтованість бібліотечно-інформаційного сервісу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бібліотека, що споконвіку виконує місію духовного розвитку людини, нині трансформується в соціальний інститут, відповідальний за збереження й примноження культурних традицій, ментальність та інтелектуальний потенціал нації. Отже, центральним елементом діяльності бібліотеки є людина — споживач інформації, реальний і потенційний читач [7].

Потреби сучасного соціуму зумовлюють пошук нових моделей обслуговування, напрямів виробництва інформаційних продуктів, удосконалення сервісів і послуг з огляду на стрімкий розвиток ІТ-сфери. Щоб бути конкурентоспроможними на інформаційному ринку, слід впроваджувати новітні концепції управління взаємодією із сучасними користувачами.

Оскільки основна функція бібліотеки — збереження й надання доступу до масиву знань як суспільного надбання, його ретрансляція для наступних поколінь, потрібно розвивати бібліотечно-інформаційне виробництво та напрями обслуговування, орієнтовані безпосередньо на читача [6].

Модель сучасного бібліотечно-інформаційного сервісу має формат своєрідного ланцюга: бібліотечно-інформаційний фахівець — користувач бібліотеки

(споживач інформації) — маркетингова діяльність — технології — інформаційний продукт — інформаційна послуга [2].

Системний аналіз бібліотечно-інформаційного сервісу свідчить про наявність рівнозначних підсистем, як-от: бібліотечне читачезнавство, бібліотечно-інформаційне виробництво, маркетинг, бібліотечне обслуговування, менеджмент якості бібліотечно-інформаційних продуктів і послуг, професійно-діяльнісне середовище. Головними елементами і системи загалом, і зазначених підсистем є *клієнт* (споживач інформації, читач, користувач) і *персонал бібліотеки* (бібліотекар, виробник інформації, комунікатор).

Кінцевою метою процесу надання бібліотечно-інформаційних послуг є забезпечення потреб клієнта. Його оцінка якості сервісів, послуг та інформаційних продуктів впливає на рішення знову звернутися до бібліотеки. Висновок залежить від сприйняття процесу надання послуги, тобто від персоналу бібліотеки як виробника продукту й виконавця послуги, якості виробленого продукту, організації системи бібліотечно-інформаційного обслуговування, комфортності професійно-діялісного середовища.

Узагальнення наукового та практичного досвіду дослідження читачів бібліотек дало змогу виокремити підсистему бібліотечно-інформаційного сервісу "бібліотечне читачезнавство". Це комплексна галузь спеціального бібліотекознавства, що має на меті аналіз історії, теорії, методики вивчення читачів бібліотек, а також чинників, що стимулюють інтереси різних соціальних груп, шляхів і засобів активізації читацької діяльності.

Змістом бібліотечного читачезнавства є вивчення історичних і теоретичних аспектів типології споживачів інформації, їхніх соціально-демографічних та психологічних особливостей, інтересів, потреб і мотивацій кола читання, що зумовлюють клієнт-орієнтовану організацію надання послуг, комплектування фондів, бібліотечний менеджмент і маркетинг. Клієнт-орієнтованість певним чином впливає й на організацію книговидавання, книгорозповсюдження, формування суспільної свідомості, розбудови громадянського суспільства [5].

Персонал бібліотечно-інформаційного виробництва та обслуговування є значущим елементом сервісу — знаковим для формування першого враження про бібліотеку, оскільки поведінка співробітників асоціюється з моделлю реалізації мети й політики установи загалом. Персонал насамперед має діяти від імені та в інтересах читача як клієнта у процесі виробництва й реалізації інформаційних продуктів чи надання послуг.

На комфортні умови для персоналу та читачької аудиторії безпосередньо впливає стан професійно-діяльнісного середовища, що складається з таких чинників: виробничого середовища (фізичні; хімічні; біологічні; естетичні); трудового процесу (важкість праці, психофізіологічні, комунікаційні) та ергономіки (людський чинник; ефективність, якість, творча активність, швидкість, надійність, безпомилковість, своєчасність, точність, гігієнічні й антропометричні показники). І читач, і персонал у цьому середовищі можуть бути людським чинником. Робочі місця співробітників і користувачів є елементами професійно-діяльнісного середовища. Зручність і сучасність обладнання робочого місця сприяють підвищенню продуктивності праці персоналу бібліотеки. Якісне та оперативне забезпечення потреб читача, комфортність місця роботи з документами спонукатимуть його звертатися до бібліотеки постійно [3].

До системних елементів бібліотечно-інформаційного виробництва належать: праця — діяльність, спрямована на вироблення інформаційних продуктів для забезпечення потреб читачів; персонал бібліотеки як трудовий ресурс і робоча сила — виробник інформаційних продуктів; засоби виробництва — знаряддя праці, які використовують у процесі виробництва і від яких залежить якість інформаційних продуктів і послуг (приміщення, обладнання (стелажи, шафи), техніка (комп'ютери, принтери, сканери); інформація (інформаційний ресурс) — як предмети праці, що дають змогу виробити інформаційний продукт.

Концепцію клієнт-орієнтованості зосереджено в підсистемі маркетингу, елементами якої є продукт, його ціна, збут і просування. До головних принципів інформаційного маркетингу належать: відповідність вироблених продуктів і наданих послуг вимогам споживача; надання інформації шляхом випередження інформаційних потреб, пошук потенційного користувача інформації; конкурентна боротьба за клієнта; ефективне надання точної, своєчасної та вичерпної інформації відповідно до запитів аудиторії в зручній формі; оновлення асортименту продуктів і послуг, підвищення їхньої якості; забезпечення високого рівня інформаційного сервісу; стабільний зворотний зв'язок зі споживачем; використання власних інформаційних ресурсів бібліотеки й запозичених з інших джерел; налагодження партнерських відносин із власниками інформаційних ресурсів [1].

Бібліотечне обслуговування як сукупність різноманітних видів діяльності, спрямованих на якнайповніше виконання запитів аудиторії, складається з таких елементів: забезпечення потреб користувачів (мета); бібліотекар (суб'єкт); читач, користувач, споживач інформації, клієнт бібліотеки (суб'єкт і об'єкт); потреби й запити читачів (предмет); бібліотечний фонд, довідково-бібліографічний апарат, технічні засоби, бібліотечне обладнання, архітектурно-планувальне рішення бібліотечної будівлі, інтер'єр бібліотеки, власні інтелектуальні та вербальні можливості суб'єктів (ресурси); технологічні процеси, умови, послуга, надана читачеві (результати діяльності) [4].

Завдяки якісному сервісу в читача як клієнта має сформуватися думка про суспільну користь і значущість бібліотеки. Від моделі, за якою працюють відділи обслуговування чи позиціонує себе персонал, залежить позитивний імідж та авторитет установи в читачькому середовищі, а також можливість потенційного розширення аудиторії.

На сучасному етапі активного розвитку й впровадження інноваційних технологій стрімко зростає асортимент інформаційних матеріалів і послуг бібліотеки, що сприяє підвищенню якості бібліотечно-інформаційного сервісу, зокрема й завдяки клієнт-орієнтованому підходу до організації обслуговування. Потрібно контролювати за якістю, зі свого боку, сприяла формуванню системи загального управління якістю в бібліотеці на основі стандартів. Її впровадження дає змогу поліпшити імідж бібліотеки, підвищити її конкурентоспроможність, впливати на активність читачької аудиторії, утримувати клієнтів, зважаючи на мінливі умови сьогодення, та залучати нових користувачів.

Для контролю за якістю бібліотечно-інформаційних послуг доцільно використовувати карти якості послуг, в яких регламентовано поняття "дефект" і "невідповідність". Якщо продукт не надано, послугу не виконано чи виконано неналежним чином, то процес обслуговування вважають дефектним і невідповідним до нормативних вимог. Щоб розпочати коригування та виправлення недоліків, запобігти їх повторній появі, слід своєчасно виявляти причини невідповідності та ідентифікувати дефекти. Недоліки диференціюють за ступенем впливу на якість обслуговування. Причини відхилень від стандартів можуть бути технічними, виконавчими, організаційними тощо.

Для дотримання якості та клієнт-орієнтованості бібліотечних продуктів і послуг доцільно регулярно проводити їх внутрішній контроль. Така стратегія надасть можливість коригувати елементи системи менеджменту якості в процесі обслуговування читача-клієнта. Її складниками є: користувач; персонал бібліотеки; ресурси; бібліотечні процеси й технології. Орієнтація на інтереси споживача інформації є одним з основних принципів системи менеджменту якості бібліотеки, а отже її фахівці мають зосереджувати увагу на збиранні повних і перевірених відомостей про реальні потреби аудиторії.

Упровадження в бібліотеці системи менеджменту якості передбачає вивчення профілів користувачів бібліотеки, їхніх зацікавлень, мотивацій, потреб і запитів, що має бути головним напрямом клієнт-орієнтованої стратегії й визначати особливості організації виробництва, обслуговування й середовища. Результати дослідження читачької аудиторії становлять базис системи менеджменту якості, а клієнт-орієнтованість, зі свого боку, — бібліотечно-інформаційного сервісу загалом [8].

Розглянемо докладніше досвід провідних бібліотек світу у сфері контролю якості обслуговування. Наприклад, Національна рада у справах культури Швеції для оцінювання якості роботи публічних бібліотек використовує такі індикатори: повнота забез-

печення запитів користувачів; час роботи бібліотеки, найбільш прийнятний для відвідувачів; загальний контингент обслуговування; загальна кількість клієнтів електронної бібліотеки; кількість послуг, запропонованих електронною бібліотекою; кількість відвідувань; кількість документів; середній термін опрацювання одного документа; середній термін звернення до документа; співвідношення запитів користувачів до показників їх виконання; оборотність документів; втрата документів тощо.

У бібліотеках Франції використовують чотири індикатори для визначення якості: перший дає змогу вимірювати використання читацьких місць у бібліотеці; другий — оцінити відвідування бібліотеки; решта два — зрозуміти ефективність використання цифрових ресурсів.

Хартією Маріан розроблено п'ять показників якості: загальнодоступність послуг; уважне й оперативне обслуговування; поважне та шанобливе ставлення до читача; систематичне рекламування послуг бібліотеки; зворотний зв'язок для поліпшення якості послуг [10].

Фахівці бібліотеки Хмельницького національного університету головну увагу приділяють вивченню читацької аудиторії шляхом проведення анкетних опитувань, як-от: "Якість обслуговування очима користувачів", "Використання бібліотечних ресурсів та задоволення читацького попиту", "Комфортність обслуговування користувачів у науковій бібліотеці Хмельницького національного університету". Відбувається системне оцінювання бібліотечного обслуговування за критеріями: оперативність виконання замовлень, рівень професіоналізму й комунікабельності працівників бібліотеки, зручність умов тощо.

Управління Рівненською державною обласною бібліотекою базується на застосуванні системи менеджменту якості (СМЯ), що передбачає створення якісних інформаційних продуктів і надання сучасних послуг. Її впровадження мало поетапний характер: 1) підготовка та навчання персоналу, підвищення його кваліфікації та мотивації; 2) розроблення необхідної документації.

Вивчення досвіду вітчизняних бібліотек свідчить, що якість інформаційно-бібліотечних продуктів та послуг залежить від розвитку соціально-комунікаційної

діяльності, котра охоплює такі елементи: сучасний алгоритм забезпечення потреб користувачів; ефективність організації діяльності бібліотеки, її робочих процесів, взаємодії між структурними підрозділами; мотивація персоналу. Від оптимізації різноманітних аспектів сервісу (наприклад, зручний графік роботи, оперативність пошуку в каталогах і виконання замовлень, легка навігація в читальних залах із відкритим доступом, можливість консультування в сприятливих умовах, комфортність послуг) безпосередньо залежить якість обслуговування користувачів [9].

Нині клієнт-орієнтоване спрямування бібліотечної діяльності змінює підходи до організації бібліотечно-інформаційного сервісу і дає змогу вийти за межі традиційних поглядів на функції та завдання галузі загалом.

Висновки. Сукупність підсистем бібліотечно-інформаційного сервісу в єдності й взаємозв'язку має на меті прогнозування запитів клієнта-читача та якісне їх виконання.

Підсистема читачезнавства вивчає мотиви клієнтських (читацьких) потреб в історичному розвитку, залежно від типології, соціально-демографічних і психологічних особливостей.

Підсистема професійно-діяльнісного середовища спрямована на створення належних умов для надання читачу-клієнту продуктів і послуг у процесі забезпечення його інформаційних потреб.

Підсистема бібліотечно-інформаційного виробництва має на меті створення інформаційних продуктів за потребами клієнта.

Підсистема маркетингу покликана стимулювати в читача-клієнта бажання використати певні інформаційні продукти чи послуги.

Застосовуючи підсистему управління якістю, бібліотеки виконують свою головну функцію — формування системи якісних інформаційних продуктів і послуг, спрямованої на якнайповніше та якнайефективніше забезпечення потреб читача-клієнта.

Усі підсистеми бібліотечно-інформаційного сервісу об'єднані одним цільовим елементом — споживачем інформації (читачем, користувачем), клієнтом бібліотеки, а система бібліотечно-інформаційного сервісу сполучає всі елементи зазначених підсистем.

Список використаної літератури

1. Давидова І. О. Бібліотечне виробництво в інформаційному суспільстві : монографія / І. О. Давидова ; Харк. держ. акад. куль. тури. — Харків : ХДАК, 2005. — 295 с.
2. Жукова В. П. Моделювання бібліотечно-інформаційного сервісу / В. П. Жукова // Молодий вчений. — 2018. — № 4, ч. 1. — С. 39—42.
3. Жукова В. П. Вплив чинників на професійно-діялісне середовище бібліотеки / В. П. Жукова // Вісник Харківської державної академії культури : зб. наук. пр. — Харків, 2010. — Вип. 31. — С. 208—215.
4. Мелентьева Ю. П. Библиотечное обслуживание : учебник / Ю. П. Мелентьева. — Москва : ФАИР, 2006. — 256 с.
5. Новальська Т. В. Бібліотечне читачезнавство як складова спеціального бібліотекознавства. — Режим доступу: http://library.lnu.edu.ua/bibl/images/Vudanna_WEB_pdf/1Visnuk_NB/2009_Vupusk_IV/146-152.pdf. — Назва з екрана.
6. Тикунова І. П. Концептуальная модель современной библиотеки: социально-философский анализ [Рукопись] : диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / И. П. Тикунова ; науч. руководитель М. Ю. Опенков ; Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Помор. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова". — Архангельск, 2007. — 129 с.
7. Тихомирова И. И. Новый вектор развития российских библиотек, или Гуманно мыслить научить / И. И. Тихомирова // Библиотечное дело, 2011. — № 17. — С. 20—23
8. Ткаченко Т. П. Засади формування системи якості бібліотеки / Т. П. Ткаченко // Вісник Харківської державної академії культури. — 2012. — Вип. 37. — С. 120—128.

9. Ткаченко Т. П. Упровадження системи управління якістю в бібліотеках України / Т. П. Ткаченко // Вісник Харківської державної академії культури. — 2014. — Вип. 43. — С. 157—165.
10. Ткаченко Т. П. Управління якістю бібліотечних послуг: огляд зарубіжних публікацій / Т. П. Ткаченко // Вісник Харківської державної академії культури. — 2012. — Вип. 35. — С. 132—139.

Valeria Zhukova

Client-oriented library information service

The client-orientation of the library-information service and its subsystems is highlighted. It is determined that the ultimate goal of providing a library and information service is to satisfy the needs of the reader.

The library reading subsystem is defined as the integrated industry of special library science, the purpose of which is to study the history, theory, methods of studying library readers, factors and means of activating reader activity.

The subsystem of the professional activity environment in the form of factors: the production environment; labor process and ergonomics. Both the reader and the library staff can act as a human factor in the environment. The comfort of meeting the needs of the reader, the coziness of the place to work with the document encourage him to turn to the library again and again.

The elements of the subsystem of library and information production are labor — activities focused on the development of information products to meet the needs of readers; library staff, as a labor resource and labor force — a manufacturer of information products; means of production: tools used in the production process and on which the quality of information products and services depends; technology, as objects of labor on the basis of which the information product is produced.

Elements of the marketing subsystem is an information product focused on the client-reader, its price, sales and promotion.

Library services consist of the following elements: meeting user needs; librarian; reader, user, information consumer, library client; readers' needs and requests; library fund, reference and bibliographic apparatus, technical equipment, library equipment, architectural and planning solution of the library building, library interior, personal intellectual and verbal capabilities of subjects, technological processes, conditions, service provided to the reader.

Keywords: library, client-oriented, library and information service, library and information production, library services, professional activity environment

References

1. Davidova I. O. (2005). Bibliotechno virobništvo v informacijskem okolju. Harkiv: HDAK.
2. Zhukova V. P. (2018). Modelyuvannya bibliotechno-informacijnoho servisu. *Molodij vchenij*, 4, ch. 1, pp. 39—42.
3. Zhukova V. P. (2010). Vpliv chinnikov na profesijno-diyalnisne seredovishe biblioteki. *Visnik Harkivskoyi derzhavnoyi akademiyi kulturi*. Vyp. 31, pp. 208—215.
4. Melenteva Yu. P. (2006). Bibliotechnoe obsluzhivanie. Moskva: FAIR.
5. Novalska T. V. (2019). Bibliotechno chitacheznavstvo yak skladova specialnogo bibliotekochnavstva. Available at: http://library.lnu.edu.ua/bibl/images/Vudanna_WEB_pdf/1Visnuk_NB/2009_Vupysk_IV/146-152.pdf.
6. Tikunova I. P. (2007). *Konceptualnaya model sovremennoj biblioteki: socialno-filosofskij analiz*. PhD. Gos. obrazovat. uchrezhdenie vyssh. prof. obrazovaniya "Pomor.gos. un-t im. M.V. Lomonosova".
7. Tihomirova I. I. (2011). Novyj vektor razvitiya rossijskikh bibliotek, ili Gumanno myslit nauchit. *Bibliotechnoe delo*, 17, pp. 20—23.
8. Tkachenko T. P. (2012). Zasadi formuvannya sistemi yakosti biblioteki. *Visnik Harkivskoyi derzhavnoyi akademiyi kulturi*. Vyp. 37, pp. 120—128.
9. Tkachenko T. P. (2014). Uprovadzheniya sistemi upravlinnya yakistyu v bibliotekah Ukrayini. *Visnik Harkivskoyi derzhavnoyi akademiyi kulturi*. Vyp. 43, pp. 157—165.
10. Tkachenko T. P. (2012). Upravlinnya yakistyu bibliotechnih poslug: ogyad zarubiznih publikacij. *Visnik Harkivskoyi derzhavnoyi akademiyi kulturi*. Vyp. 35, pp. 132—139.

Надійшла до редакції 1 серпня 2019 року

ШКОЛА СИСТЕМАТИЗАТОРА

Валентина Муравйова,

завідувач відділу класифікаційних систем Книжкової палати України,

e-mail: udc@ukrbook.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1493-3712>

Деталізація суспільної літератури у 3 класі

Видання на суспільну тематику збираються у 3 класі Основної таблиці УДК, котрий слугує для групування матеріалів щодо теорії та методології суспільних наук, статистики, демографії, соціології, політики, економіки, права, державного адміністративного управління, військової справи, соціального забезпечення та страхування, освіти, культурної антропології та етнографії.

Розпочинається 3 клас зі спеціальних визначників (СВ) .07/.08 для позначення суспільних наук загалом у всіх підкласах за винятком 37. Також у кожному підкласі є свої СВ, які використовуються лише в тому розділі, в якому вони розроблені, наприклад, підклас 303 Методи суспільних наук має СВ 303.01/.09 для позначення теорії та методології в суспільних науках.