



«МОБІЛЬНА СТРАТЕГІЯ» РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕК

О.В. Безсмертна

Харківський національний медичний університет

Наукова бібліотека

Харківська державна академія культури

Усвідомлюючи все більш значущу мобільну аудиторію та її чисельне зростання, бібліотеки повинні розробити офіційну стратегію, щоб йти у вірному напрямку на шляху до розвитку веб-сервісів для мобільних користувачів. Перший крок у цьому напрямку – ретельне вивчення інформаційних потреб та сервісних очікувань веб-аудиторії.

Розробка ефективної мобільної веб-стратегії допоможе забезпечити успішну мобільну веб-присутність бібліотеки. У проекті веб-стратегії мають бути оптимально вирішені декілька ключових питань. Перше і головне, що підлягає розгляду – це питання «навіщо це потрібно?». Розглянемо статистику: чи є зростання відсотку користувачів, які звертаються до сайту за допомогою мобільних пристроїв? Чи є суттєва категорія читачів (наприклад, велика кількість молодого населення), яких бібліотека прагне обслуговувати за допомогою мобільного веб-сайту? Або ж просто прагнете створити перший крок до створення мобільного веб-сайту, розуміючи, що це важливий напрямок навіть якщо статистика і не показує високі результати.

Також підлягає розгляду теперішній стан веб-сайту бібліотеки. Якщо сайт знаходиться в процесі реконструкції – це ідеальний час для інсталяції до сайту мобільних інструментів. Якщо ж сайт бібліотеки вже повністю створений та результати юзабіліті-тестування (тест простоти використання) показують, що користувачі задоволені і одержують необхідну інформацію, то стратегія буде зовсім іншою. У цьому випадку, бібліотека найімовірніше представить на сайті вже існуючу інформацію та ресурси, а не буде створювати що-небудь нове.

Незалежно від того, створюється новий сайт або реконструюється старий, важливо, щоб мобільна версія веб-сайту відповідала тематиці стаціонарного сайту бібліотеки.

Як при створенні веб-сайту, так і при повній його реорганізації слід чітко усвідомлювати мету мобільної веб-стратегії. Вище зазначалася важливість знання базових інформаційних потреб користувачів при їх зверненні до веб-сайту бібліотеки та їх звички перегляду його контенту. З метою реалізації цих завдань варто застосовувати програми веб-аналітики. Наприклад, Google Analytics зберігає статистику контенту, що дозволяє з легкістю виявити найпопулярніші ресурси веб-сайту бібліотеки. Далеко не всю інформацію доцільно включати в мобільну версію веб-сайту, але необхідно бути впевненим в тому, яку саме, щоб забезпечити доступ до найпопулярнішої та важливої для користувачів на адаптованому сайті.

Інструменти веб-аналітики можуть показати, які типи пристроїв використовують клієнти при відвідуванні сайту. Варто з обережністю ставитися до цієї інформації, адже ринок мобільних пристроїв дуже мінливий і ринкові тенденції можуть швидко змінитися. Краще за все розробляти проект, який буде якісно функціонувати на багатьох пристроях, щоб уникнути необхідності перепланування мобільної веб-присутності в Інтернеті.

Під час розробки стратегії мобільної веб-присутності важливо проаналізувати вже існуючий веб-контент і те, як він гармоніє з невеликими екранами мобільних пристроїв. В цьому випадку краще за все працюють прості конструкції. Графічні об'єкти мають завантажуватися швидко, рекомендовано уникати великих зображень та слайд-шоу, які

добре виглядають лише на стаціонарному комп'ютері. Також доцільно спростити логотип для мобільного веб-сайту. Варто намагатися не використовувати чисельних колонок та великої вертикальної прокрутки. Існує багато добірних засобів проектування мобільних веб-сайтів із розширеною архітектурою. Для вдалої розробки можна використовувати рубрики, які дозволять швидко та чітко направляти користувачів до релевантної інформації.

Мобільні пристрої не мають такої експлуатаційної (функціональної) гнучкості, на відміну від комп'ютерної миші. Сенсорна технологія обмежує дії під час навігації веб-сайтом, тому це потрібно враховувати при проектуванні кнопок та інших навігаційних функцій. Дотримуючись цих рекомендацій, мобільний сайт виправдає очікування бібліотечних користувачів.

Є багато варіантів для проектування мобільного веб-сайту. Розглянемо деякі поширені формати для надання інформації користувачам з мобільними телефонами. Вибір формату залежить від мобільної стратегії та конкретних потреб бібліотеки. Нижче наведені деякі з форматів [1, с. 44]:

- створення чистого макету веб-сайту, який правильно підлаштовується до невеликих екранів;
- використання системи управління контентом із мобільним шаблоном;
- створення користувацьких таблиць стилів для різноманітних розмірів екрану;
- створення сайту mobile-only;
- створення мобільних додатків;
- використання адаптивного дизайну при розробці веб-сайту.

Нижче наведені деякі основні принципи створення постійного сайту для кращого відтворення на мобільних пристроях: уникнення користування таблицями та фреймами (рамками), використання макету в одну колонку, оптимізація графіки, мінімізація прокрутки за допомогою навігаційних інструментів, зведення тексту до мінімуму.

Якщо велика кількість бібліотечних користувачів – це мобільні користувачі, то доцільно оптимізувати весь веб-сайт для мобільного використання. Чимало постачальників ресурсів пішли цим шляхом: створили дизайн в одну колонку, їх вікно пошуку займає більшу частину екрану, а головна сторінка містить мінімум тексту. Це і називається оптимізований сайт для мобільних пристроїв, але більшість веб-сайтів бібліотек складніші, тому і вимагають більш складаного дизайну.

Ще один спосіб залучення бібліотечної мобільної аудиторії – системи управління контентом, що оптимізовані для мобільних пристроїв (наприклад, LibGuides або WordPress). LibGuides – програма шаблонів від Springshare, що використовується багатьма зарубіжними бібліотеками для публікації уроків та тематичних гідів в Інтернеті. У даній програмі є мобільний інтерфейс веб-сторінок, який автоматично налаштовується для оптимального відображення на маленьких дисплеях, та мобільна версія меню, яка з'являється на домашній сторінці. Вбудоване відео в LibGuides не вимагає flash-плагінів, тому воно якісно відтворюється на мобільних пристроях. Існує також модуль, який можна придбати у Springshare, що дозволяє створювати мобільні веб-сайти в інтерактивному режимі. Крім того, модуль пише код Java Script, який після додавання його на веб-сайт дозволяє автоматично перенаправляти мобільних користувачів на нову мобільну версію веб-сайту.

WordPress, що спочатку використовувався для створення блогів, стає все більш популярним у якості системи управління контентом для створення нових повноцінних веб-сайтів, частково завдяки його добре злагодженому макету і безлічі доступних тем та плагінів. Простіше за все використовувати WPTouch – він прибере елементи оформлення з веб-сайту і залишить контент у форматі, який легко читати на невеликому екрані. Для відображення блогу у мобільному форматі може бути використаний пакет WordPress Mobile.

Більш складне завдання щодо оптимізації веб-сайту, яке надає бібліотеці більше контролю над тим, як все буде виглядати на невеликих екранах мобільних пристроїв користувачів, полягає в створенні власної таблиці стилів за допомогою спеціальної мови опису сторінок CSS (Cascading Style Sheets – каскадні таблиці стилів) для будь-якого розміру екранів. Розробник самостійно вирішує, для якого розміру екрана спроектовані і створені окремі таблиці стилів певного розміру, зміщується або видаляється графіка та додаткові колонки, а також інші функції, проблемні для мобільних веб-сайтів. Таблиці стилів встановлюються в розділ заголовка сайту, що дозволяє йому розпізнати розмір екрану пристрою та перейти до відповідної таблиці.

Деякий час були популярні сайти mobile-only (m.sites). Ці мобільні сайти створюються з відмінним від основного веб-сайту бібліотеки URL. Поряд з цим можна використовувати скрипти на веб-сайті для визначення розміру екрану або типу пристрою та автоматичного переходу на мобільний веб-сайт. Такі окремі сайти, як правило, – зменшені версії стаціонарного сайту з відповідним контентом для мобільних користувачів. Але перед їх застосуванням варто переконатися, що додано посилання на стаціонарний веб-сайт бібліотеки, тому що деякі користувачі можуть захотіти отримати доступ до його повної версії і одержати послуги, які не були передбачені на мобільному веб-сайті.

Якщо в результаті моніторингу визначено, що мобільна аудиторія користувачів бібліотеки готова до використання мобільної версії веб-сайту, то можна переходити до її створення. З розвитком спеціалізованих веб-інструментів розроблення повноцінного мобільного додатку стає легшим. Для простих проектів бібліотекарям навіть не потрібен досвід програмування. Якщо у бібліотеки є багато користувачів на iOS або Android, варто створити повноцінний мобільний додаток, який користувачі зможуть завантажити на свій пристрій. Їм не потрібно буде використовувати браузер для перегляду його контенту і бібліотечний веб-сайт буде легко доступним. Одним з недоліків цього підходу є необхідність створення окремих додатків для різних операційних систем та мобільних пристроїв, повна перебудова та випуск додатку у випадку внесення хоча б мінімальних змін. Існує два основних типи макету мобільних додатків, які добре працюють із сенсорною навігацією: «сітка» («grid»), коли на екрані відображаються іконки та «список» («list»), коли пункти меню розташовані на екрані вертикально.

Через наявність недоліків в технологіях створення мобільних додатків все більш популярним стає метод адаптивного веб-дизайну (Responsive web design). Його перевага в тому, що використовуючи стилі, які визначають максимальні та мінімальні розміри екрану, бібліотекарі зможуть створити веб-сайт, який буде автоматично адаптуватися до меншого розміру екрану. При цьому змінюються меню навігації та графіка (остання навіть може зникнути), оскільки екран стає меншим. Є також можливість налаштувати зовнішній вигляд для будь-якої кількості розмірів екранів. Адаптивний веб-дизайн дозволяє поділяти екран на блоки, які займають певні його відсотки та змінюються при зменшенні екрану, а блоки навіть можуть переміщуватися у різні області або змінювати форму, розмір.

Новітнім принципом адаптивного веб-дизайну є «mobile first», який передбачає спочатку створення адаптованої версії веб-сайту для мобільних пристроїв, а потім проектування версії для стаціонарних комп'ютерів. Це доцільно, якщо на момент створення веб-сайту більшість користувачів бібліотеки при доступі користуються мобільними пристроями. У майбутньому, коли користувачі стають все більш мобільними, цей принцип проектування веб-сайтів, ймовірно, стане найпоширенішим.

Після обрання способу забезпечення мобільного доступу бібліотека може переходити до процесу проектування. Треба пам'ятати, що мобільний веб-сайт – це не просто зменшена версія стаціонарного бібліотечного сайту. На ньому варто надати лише той контент, який

релевантний запитає мобільних користувачів, пам'ятаючи при цьому про обмеження, пов'язані із невеликими розмірами екрану.

При роботі над проектуванням веб-сайту рекомендовано завжди починати з аналітики. Треба з'ясувати, який відсоток користувачів заходять на бібліотечний веб-сайт за допомогою мобільних пристроїв, які пристрої вони для цього використовують? Ця інформація потім буде важлива і для тестування дизайну мобільної версії сайту.

В залежності від стратегії мобільної веб-присутності бібліотеці можливо буде потрібно обмежити контент, що надається на мобільному веб-сайті або у мобільному додатку. Особливо це актуально при створенні сайту mobile-only або мобільного додатку. Найцікавіший та найпопулярніший контент веб-сайту можна виявити за допомогою інструментів веб-аналітики. Перенавантажений інформацією контент, як правило, погано працює на мобільних пристроях, тому бібліотеці дуже важливо розміщувати короткі відомості про себе, доступ до послуг та топ-ресурси.

Топ-зміст мобільних сайтів закордонних бібліотек, як правило, містить:

- каталог та покажчик електронних журналів;
- посилання на популярні ресурси (тільки на ті, які оптимізовані для мобільних пристроїв);
- час роботи бібліотеки;
- карти, путівники, віртуальні тури;
- посилання на популярні електронні книги з можливістю завантаження (покупки);
- чат або повідомлення бібліотекарю;
- найкращі ресурси: посилання на бібліотечні інформаційні топ-ресурси;
- новини бібліотеки: у тому числі і RSS-канали;
- бронювання приміщення, комп'ютерів для роботи, якщо вони є у бібліотеці;
- функції настройки для користувачів, що дозволяють їм налаштувати свій бібліотечний акаунт або обрати найкращі ресурси – це розширена функція, яка привертає мобільних користувачів;
- GPS-додатки: у мобільних пристроїв є вбудований GPS; наприклад, можна розглянути питання про включення функцій інтерактивної карти;
- QR-коди: корисно для залучення користувачів на мобільний веб-сайт.

Після створення дизайну веб-сайта дуже важливо протестувати його на декількох пристроях або, принаймні, на тих, які згідно статистики найчастіше використовуються користувачами. Є багато інструментів, щоб спростити цей процес: MobiReady.com (надає бали готовності веб-сайту для мобільних пристроїв, поради щодо удосконалення), W3C mobileOK Checker, iPhone Tester (інструмент-емулятор, тестує дизайн на iPhone), Lab.dev (онлайн-центр тестування на продукції Samsung, показує емулятор екрану), Mobile Phone Emulator. Останнім надзвичайно важливим етапом у процесі проектування мобільного додатку веб-сайту є юзабіліті-тестування (тестування зручності, простоти використання). Погано розроблений і неадекватно протестований веб-сайт відверне від бібліотеки користувачів, які можливо більше ніколи не повернуться на цей ресурс і будуть шукати інформацію на інших порталах. Важливо зауважити, що Т. Тревіс та А. Тей [4] розробили контрольний перелік питань про дизайн інтерфейсу, користувацькі характеристики та мету контенту мобільної версії веб-сайту бібліотеки.

Після того, як бібліотека реалізувала проект мобільної веб-присутності, необхідно прорекламувати свій новий сервіс. Для цього варто створити рекламні флаєри, постери, застосовувати онлайн-повідомлення через розсилки новин, розмістити QR-коди на інформаційних матеріалах щодо різноманітних бібліотечних заходів.

Таким чином, швидке поширення мобільних технологій зобов'язує бібліотеки невідкладно вирішувати питання про створення мобільної веб-присутності на власних веб-сайтах. Незалежно від рівня досвіду та розмірів бюджету конкретної бібліотеки та її користувачів завжди є можливість знайти ефективне рішення цього стратегічного завдання. Потрібно починати із створення мобільної веб-стратегії та дослідження варіантів щодо охоплення мобільної аудиторії через веб-сайт бібліотеки.

Список літератури

1. Gleason A. W. Mobile Technologies for Every Library / A. W. Gleason. – New York : Rowman & Littlefield Publishers, 2015. – P. 177.
2. McCollin R. Creating Mobile-Optimized Websites Using WordPress [Electronic recourse] / R. McCollin. – 24th May 2012. – Mode of access : <http://www.smashingmagazine.com/2012/05/creating-mobile-optimized-websites-using-wordpress/>. – Title from the screen.
3. M-Libraries [Electronic recourse]. – Mode of access : <http://www.libsuccess.org/index.php?title=M-Libraries>. – Title from the screen.
4. Travis T. Designing low-cost mobile websites for libraries / T. Travis, A. Tay // Bulletin of the American Society for Information Science and Technology. — 2011. — Vol. 38, N. 1. — 24–29.