

Українська бібліотечна асоціація
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
Центр безперервної інформаційно-бібліотечної освіти
Головний тренінговий центр для бібліотекарів

Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко

ТЕХНОЛОГІЇ ВЕБ 2.0 ДЛЯ БІБЛІОТЕК І КОРИСТУВАЧІВ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Посібник для бібліотекарів
за програмою підвищення кваліфікації

Київ
Самміт-Книга
2013

УДК 02:004.777Ве62.0
ББК 78.3+32.973.202
Я77

Я77 Ярошенко Т. О. Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів: нові можливості розвитку бібліотечного середовища : посіб. для бібліотекарів за прогр. підвищ. кваліфікації / Укр. бібл. асоц., Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, Центр безперервн. інформ.-бібл. освіти, Головний тренінгов. центр для бібліотекарів; Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко. – К. : Самміт-книга, 2013. – 106 с.

Додаток – диск з електронними матеріалами, подані в авторській редакції.

ISBN 978-617-661-057-1

Посібник для бібліотекарів за програмою підвищення кваліфікації бібліотечних працівників розроблений та апробований в Головному тренінговому центрі для бібліотекарів у межах програми «Бібліоміст». Метою створення посібника є сприяння навчанню та самоосвітній діяльності працівників бібліотек. Розглянуті у посібнику теми розкривають теоретичні засади сучасного розвитку Інтернет та Веб-технологій, зокрема сутність та основні принципи функціонування Веб 2.0, а також сприяють практичному опануванню і знайомству з основними його сервісами та можливостями їх використання в бібліотеках. Розглянуті у посібнику теми є актуальними і можуть бути корисними усім, хто цікавиться інформаційними технологіями, займається бібліотечною справою, інформаційно-бібліотечною освітою та самоосвітою.

УДК 02:004.777Ве62.0
ББК 78.3+32.973.202

Посібник схвалено та рекомендовано до друку на засіданні експертної комісії Головного тренінгового центру для бібліотекарів Української бібліотечної асоціації.

Експертна комісія:

Воскобойнікова-Гузєва О. В., канд. іст. наук, с. н. с.

Башун О. В., канд. пед. наук

Титаренко Я. Г.

Автори:

Т. О. Ярошенко, канд. іст. наук

Т. О. Якушко

Відповідальний за випуск: Шевченко І. О., канд. пед. наук, доцент

На обкладинці – Фото “Діалог у віртуальному просторі: бібліотека онлайн”. Автор фото Валентина Моїсеєва, бібліотекар відділу мистецтв, Херсонська обласна бібліотека для юнацтва

Видано за фінансової підтримки Ради міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX), програма «Бібліоміст».

ISBN 978-617-661-057-1

© Українська бібліотечна асоціація, 2013
© Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко, 2013
© Макет і верстка «Самміт-Книга», 2013

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ВЕБ 2.0: СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ	
Тема 1.1. Розвиток Інтернет та Веб-технологій. Сутність, основні принципи	9
Вивчаємо теорію	11
1. Історія розвитку інтернету та веб-технологій. Інформаційне суспільство і роль бібліотек у його розвитку	11
2. Веб 1.0 та Веб 2.0. Спільне та відмінне. Сутність та основні принципи Веб 2.0 як платформи	13
3. Бібліотека 2.0 – інноваційна модель бібліотечного сервісу	17
Вчимося самостійно і безперервно	19
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо	20
Тема 1.2. Веб 2.0 в бібліотеках як інструмент управління знаннями	21
Вивчаємо теорію	22
1. Управління знаннями як сукупність процесів, що керують створенням, розповсюдженням, обробкою та використанням інформації	22
2. Управління знаннями в бібліотеках.....	24
3. Спільноти практики та спільноти обміну знаннями.....	25
4. Методика візуалізації системного мислення, складання ментальних карт.....	26
Від теорії до практики	27
Вчимося самостійно і безперервно	28
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо	28
РОЗДІЛ 2. СЕРВІСИ ВЕБ 2.0 ТА ЇХ РОЛЬ ДЛЯ БІБЛІОТЕК	
Тема 2.1. Синдикація/вікі-технології. Вікіпедія	31
Вивчаємо теорію	32
1. Синдикація контенту: сутність, механізми. RSS-канали, стрічки, фіди. АТОМ та атомізація	32
2. Вікі: сутність, поняття, концепції, технології, властивості. Вікіпедія. Використання вікі у бібліотеках.....	35
Вчимося самостійно і безперервно	39
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо	40

Тема 2.2. Соціальні геосервіси	41
Вивчаємо теорію.....	42
1. Геоінформаційні системи: основні поняття, функції. Популярні проекти.....	42
2. Використання геосервісів.....	43
Від теорії до практики	46
Вчимося самостійно і безперервно	46
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	47
Тема 2.3. Фото-/відеосервіси	49
Вивчаємо теорію	50
1. Фото- та відеохостинг	50
2. Феномен YouTube	51
Вчимося самостійно і безперервно	54
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	54
Тема 2.4. Блоги та соціальні мережі	55
Вивчаємо теорію.....	56
1. Блоги: функції, різновиди, значущість.....	56
2. Соціальні мережі	57
3. Системи миттєвого спілкування. Відео-конференції	58
4. Мікроблогінг	59
5. Безпека та культура мережевого спілкування. Нетикет.....	61
Від теорії до практики	62
Вчимося самостійно і безперервно	63
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	63
Тема 2.5. Відкриті електронні архіви (репозитарії) та відкриті електронні журнали: створення та використання	65
Вивчаємо теорію	66
1. Що таке Вільний Доступ.....	66
2. Репозитарії	66
3. Журнали відкритого доступу	67
Вчимося самостійно і безперервно	72
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	73
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ВЕБ 2.0 В БІБЛІОТЕКАХ	
Тема 3.1. Веб 2.0 для процесів самоорганізації користувачів та професійної бібліотечної громади.....	75
Вивчаємо теорію	76
1. Бібліотечні спільноти практики. Бібліоблогосфера	76
2. Професійні спільноти в соціальних мережах	77
3. Неконференції	78
4. Соціальні каталоги, міжнародний аспект застосування практик	79
5. Залучення користувацької активності до створення бібліотечних продуктів.....	81

Від теорії до практики	82
Вчимося самостійно і безперервно	83
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	83
Тема 3.2. Менеджмент знань (вебінари, спільна робота з документами, рейтинги, краудсорсінг)	85
Вивчаємо теорію	86
1. Документи онлайн: організація спільної роботи з документами.....	86
2. Календар та управління часом у створенні бібліотечних послуг	86
3. Вебінари	87
4. Словники та перекладачі. Віртуальні наставники з вивчення мов. Можливості для бібліотек	88
5. Бази колективного досвіду. Використання рейтингів	89
6. Краудсорсінг	91
Від теорії до практики	93
Вчимося самостійно і безперервно	93
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	94
Тема 3.3. Реклама та PR бібліотеки засобами Веб 2.0	95
Вивчаємо теорію	96
1. Реклама як необхідна складова маркетингової політики бібліотек.....	96
2. Інтернет-реклама бібліотеки із застосуванням сервісів Веб 2.0.	97
Вчимося самостійно і безперервно	99
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	100
Тема 3.4. Формування професійних компетенцій бібліотекарів	101
Вивчаємо теорію	102
1. Модель компетенції бібліотекаря	102
Вчимося самостійно і безперервно	104
Читаємо, обговорюємо, впроваджуємо.....	105

ВСТУП

Використання інтернет-технологій в бібліотеках є наразі обов'язковим для кожного фахівця. Бібліотекарі повинні не лише орієнтуватися в питаннях інформаційно-комунікаційних ресурсів та технологій, зокрема Інтернет, але й застосовувати ці знання на практиці.

Посібник для бібліотекарів «Технології Веб 2.0 для бібліотекарів та користувачів: нові можливості розвитку бібліотечного середовища» має на меті розкрити теоретичні засади сучасного розвитку Інтернет та Веб-технологій, зокрема сутність та основні принципи функціонування Веб 2.0, а також практично познайомити з основними його сервісами та можливостями їх використання в бібліотеках. Розкрито специфіку застосування інструментів Веб 2.0 для управління знаннями; представлено основи роботи з медіаконтентом, основні засади створення колективного «наукового розуму», розкрито сутність спільної роботи з документами із застосуванням сервісів Веб 2.0, висвітлено сучасні підходи до використання інструментів соціальних медіа у побудові реклами бібліотеки. Практична частина посібника призначена для формування навичок по роботі із відповідними сервісами Веб 2.0.

Перший розділ «Веб 2.0: сутність, завдання» вміщує дві теми, які розкривають питання розвитку інтернету та Веб-технологій, їх сутність та основні принципи. Окремою темою розглядається Веб 2.0 та його застосування у бібліотеках як інструменту управління знаннями у вітчизняному та міжнародному контексті.

Другий розділ «Сервіси Веб 2.0 та їх роль для бібліотек» у п'яти темах розкриває основні сервіси та інструменти Веб 2.0 та їх складові, зокрема синдикацію та вікі-технології, створення медійного простору бібліотеки, орієнтованого на користувача, з використанням фото- відеосервісів, геоінформаційних систем, блогів та соціальних мереж. Також розкривається тема ролі бібліотек у створенні колективного «наукового розуму» через створення та використання відкритих електронних архівів та електронних журналів.

Третій розділ «Використання Веб 2.0 у бібліотеках» містить чотири теми, що розглядають питання застосування сервісів та інструментів Веб 2.0 для процесів самоорганізації користувачів та професійної бібліотечної громади, впровадження нових засад управління знаннями, проведення реклами та PR бібліотеки. Також розглядаються питання формування нових послуг та професійних компетенцій бібліотекарів.

Передбачається, що читачі цього посібника вже мають базові знання в галузі інформатики та обчислювальної техніки, основ роботи з Інтернету, знання його механізмів, сервісів та можливостей. Посібник поглибить ці знання та вміння, зокрема у використанні сервісів та технологій Веб 2.0 для бібліотечної практики.

Структура посібника побудована таким чином, щоб надати бібліотекарям основні знання з визначених тем, допомогти ініціювати та провести їх обговорення, самостійно опрацювати рекомендовані джерела, а також виконати практичні завдання. До кожної теми розроблені завдання для самостійної роботи, питання для самоперевірки. В додатку на диску містяться електронні презентації з кожної теми, а також додаткові документи та матеріали на допомогу вивчення кожної з тем.

Вивчення тем курсу органічно пов'язано з практичною діяльністю працівників публічних бібліотек, зокрема спеціалістів з інформаційних технологій, керівників і спеціалістів відділів обслуговування користувачів, методично-бібліографічних відділів, завідувачів філіями ЦБС. Для вивчення кожної з тем курсу передбачається використання матеріалів з досвіду роботи публічних бібліотек України та світу.

Усвідомлюючи складність підготовки такого матеріалу в умовах швидкоплинних (майже щоденних!) змін у сервісах, технологіях, ресурсах, автори сподіваються на творчий підхід усіх, хто вивчатиме цей посібник, а також на прагнення до пошуку додаткової інформації та навчання протягом життя.

Розрахований на всіх бібліотекарів, хто прагне зробити свою бібліотеку кращою!

Шановні бібліотекарі!

Бажаємо успіху у самостійному освоєнні теми та впровадженні отриманих знань у роботу Ваших книгозбірень!

РОЗДІЛ 1.

ВЕБ 2.0: СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ

ТЕМА 1.1.

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ ТА ВЕБ-ТЕХНОЛОГІЙ. СУТНІСТЬ, ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ

Шановні бібліотекарі!

Вивчаючи цю тему, Ви дізнаєтесь про:

- історію розвитку інтернету та Веб-технологій,
- нову ідеологію ролі користувача в інтернет-комунікації та новий підхід до організації засобів комунікації в Мережі з появою Веб 2.0,
- наслідки використання технологій Веб 2.0 для глобального інформаційного середовища,
- нову ідеологію Бібліотеки 2.0.

Після вивчення цієї теми Ви будете

знати

- сутність, основні принципи Веб 2.0 як платформи,
- технології та основні сервіси Веб 2.0,
- сутність Бібліотеки 2.0.

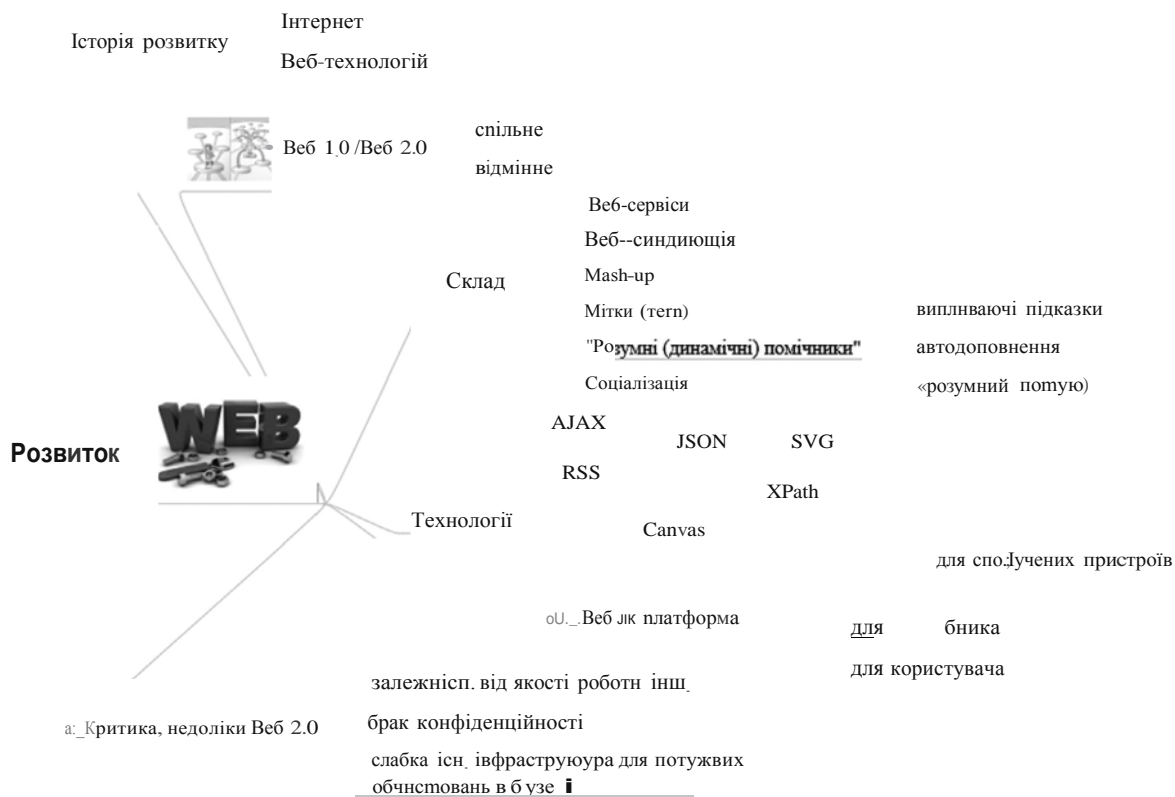
орієнтуватися у тому, як

- використовувати сервіси Веб 2.0 для потреб бібліотеки, створювати та поширювати власний контент.

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно:

- розвитку новітніх інформаційних технологій, в т. ч. сервісів Веб 2.0,
- ролі бібліотек в Інформаційно-Суспільстві знань, впровадження нових послуг та технологій



ВІВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТУ ТА ВЕБ-ТЕХНОЛОГІЙ. ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО І РОЛЬ БІБЛІОТЕК У ЙОГО РОЗВИТКУ

В останні десятиліття світ переживає перехід від Індустріального до Інформаційного суспільства, в якому головними продуктами виробництва стають інформація та знання. Характерними рисами інформаційного суспільства є:

- збільшення ролі інформації і знань в житті суспільства;
- зростання кількості людей, зайнятих інформаційними технологіями, комунікаціями і виробництвом інформаційних продуктів і послуг, зростання їх частки у валовому внутрішньому продукті;
- зростання інформатизації та ролі інформаційних технологій в суспільних та господарських взаємовідносинах;
- створення глобального інформаційного простору, який забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей та їх доступ до світових інформаційних ресурсів, а також задоволення їхніх потреб щодо інформаційних продуктів і послуг.

Роль бібліотек в інформаційному суспільстві надзвичайно важлива, адже традиційно бібліотеки є потужними центрами не тільки збереження, а й створення та використання інформаційних ресурсів, і ця роль лише посилюється з розвитком

інформаційно-комп'ютерних технологій: Інтернет, і особливо Веб.

Як відомо, **інтернет** (від англ. *Internet*) – всесвітня система взаємополучених комп'ютерних мереж, що базуються на комплекті інтернет-протоколів. Інтернет також називають мережею мереж. Інтернет складається з мільйонів локальних і глобальних приватних, публічних, академічних, ділових і урядових мереж, пов'язаних між собою з використанням різноманітних дротових, оптичних і бездротових технологій. Інтернет становить фізичну основу для розміщення величезної кількості інформаційних ресурсів і послуг, таких як взаємопов'язані гіпертекстові документи Всесвітньої павутини (World Wide Web – WWW) та електронна пошта.

Історія інтернету сягає досліджень 1960-х років, які проводилися на замовлення уряду США і мали на меті створення надійних розподілених комп'ютерних мереж, стійких до пошкоджень. Попередницею Інтернету стала мережа ARPANET (англ. Advanced Research Projects Agency Network), яка почавши функціонувати в кінці 1960-х, наприкінці 1970-х об'єднувала близько 200 вузлів. Урядове фінансування магістральної мережі Національного наукового фонду США в 1980-х, а також приватне фінансування для інших комерційних магістральних мереж в усьому світі привело до участі в розробці нових мережевих технологій і злиття багатьох мереж. У 1989 р. в Європі, в стінах Європейського центру ядерних досліджень (франц. Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire, CERN) народилась концепція тенет. Її запропонував знаменитий британ-

ський вчений Тім Бернерс-Лі, він же протягом двох років розробляв протокол HTTP, мову гіпертекстової розмітки HTML та ідентифікатори URL. 30 квітня 1993 р. CERN опублікував заяву про World Wide Web-технології, з'явився знаменитий Веб-браузер (англ. web-browser) NCSA Mosaic. Всесвітня павутина ставала дедалі популярнішою.

Всесвітня мережа (англ. *World Wide Web*, скорочено – *WWW*; також: **всережжя**, веб або **тенета**) – найбільше всесвітнє багатомовне сховище інформації в електронному вигляді: десятки мільйонів пов'язаних між собою документів, що розташовані на комп'ютерах, розміщених на всій земній кулі. Ця гіпертекстова, гіпермедійна, розподілена, інтегруюча, глобальна мережа вважається найпопулярнішою і найцікавішою службою мережі інтернет. Користувачі автоматично переходять від однієї бази даних (сайту) до іншої за допомогою *гіперпосилань*. Кількість серверів WWW постійно зростає, а швидкість росту WWW навіть більша ніж у самої мережі інтернет. WWW – найрозвиненіша технологія інтернет, вона вже стала масовою.

Протягом 1990-х рр. інтернет поєднав у собі більшість існуючих на той час мереж. Завдяки відсутності єдиного керуючого центру, а також відкритості технічних стандартів інтернету, що автоматично робило мережі незалежними від бізнесу чи уряду, об'єднання виглядало неймовірно привабливим. До 1997 р. в інтернеті нараховувалось близько 10 мільйонів комп'ютерів і було зареєстровано понад мільйон доменних назв. Інтернет став дуже популярним засобом обміну інформацією. Мережа нині – універсальне середовище для спілкування, навчання, розвитку наукових комунікацій, організації роботи, придбання товарів та послуг, розваг тощо.

У 1998 р. католицька церква визнала всесвітню мережу скарб-

ницею людського знання. Папа Римський Іоанн Павло II заснував Міжнародний день інтернету, який щорічно святкується 4 квітня. Цю дату приурочено до дня смерті святого Ісидора Севільського (*Isidorus Hispalensis*), покровителя учнів та студентів, який створив першу в історії енциклопедію «*Etymologiae*» (у 20-ти томах), і де вперше застосував систему перехресних посилань, що віддалено нагадує гіперпосилання, які використовуються в мережі.

Інтернет-користування зростало в світі шаленими темпами. Якщо у 1992-1993 рр. – це були одиниці-сотні користувачів («обраних»), то в грудні 1995 р. у світі нараховувалось вже 16 млн. користувачів інтернету, що становило всього 0,39% населення Землі. У 2000 р. – вже 368 млн (6%), а на початку 2013 року кількість інтернет-користувачів у світі сягнула 2,3 мільярдів. Країни з найбільшою кількістю користувачів інтернету в 2013 р.: Китай, США, Індія, Японія, Бразилія.

У наш час інтернет став доступним не лише через комп'ютерні мережі, а й через супутники зв'язку, радіосигнали, кабельне телебачення, телефонні лінії, мережі стільникового зв'язку, спеціальні оптико-волоконні лінії й електропроводи. Всесвітня мережа стала невід'ємною часткою життя не лише у розвинутих країнах, але й у країнах, котрі розвиваються, у невеличких містах та селищах, серед різних категорій населення (не тільки молоді). Інтернет всього лише за 20 років невпізнанно змінив життя: комунікації, навчання, дослідження, розваги, ЗМІ, банкінг, торгівля – важко назвати галузь, яка б не використовувала нині інтернет – сервіси та ресурси! Звичайно, серед перших, хто почав використовувати такі ресурси були бібліотеки.

Але час плинний, і від пасивного використання ресурсів світ перейшов до активного співтворення Мережі.

У 2013 році вже понад 20 мільйонів осіб в Україні активно вико-

ристовують інтернет. Кожен другий з них – зареєстрований «ВКонтакте» (67% всіх інтернет-користувачів) та в «Однокласниках» (58%). 2,4 млн налічує українська аудиторія Facebook, швидко зростає кількість українців на Twitter, Google Plus та в інших соціальних мережах. Одночасно зросла популярність таких послуг як інтернет-телефонія (Skype тощо). На 5 місці серед топ-100 сайтів в Україні – завантаження власних та перегляд відео на YouTube. Українська блогосфера щорічно зростає на 40%, і нараховує вже понад 700 тисяч блогів, 120 тисяч з яких є активними. Про це свідчать дані регулярного дослідження ринку телекомунікаційних послуг, яке здійснює GfK Ukraine (<http://www.gfk.ua>).

Такого бурхливого зростання кількості активних користувачів Інтернет ще не знав ніколи, адже ще 10-15 років тому він був доступний нечисленним представникам корпорацій та академічних громад. Інтернет тоді нагадував рух в одному напрямку: користувачі Мережі лише використовували інформацію, яку для них хтось підготував і виклав. Мережа нині – не лише універсальне середовище для пошуку інформації, спілкування, навчання, розвитку наукових комунікацій, організації бізнесу, придбання товарів та послуг, розваг тощо. Нині Мережа твориться колективно! Кожен користувач інтернету, навіть без особливих комп'ютерних знань чи навичок, легко стає співтворцем Мережі, співтворцем глобальної інформації. Знання, здібності та ресурси мільярдів людей на планеті самоорганізуються й перетворюються за допомогою інтернету в нову колективну силу, колективний розум. За допомогою блогів, вікі, чатів, соціальних мереж, підкастингів, фото та відео-сервісів, міток RSS, тегів, машапів тощо, мережа створює новий світ глобального партнерства, де кожен є творцем цього нового світу.

Назва цим змінам: Веб 2.0.

2. ВЕБ 1.0 ТА ВЕБ 2.0. СПІЛЬНЕ ТА ВІДМІННЕ. СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ВЕБ 2.0 ЯК ПЛАТФОРМИ

2

Концепція Веб 2.0 народилась на спільному «мозковому штурмі» видавництва O'Reilly Media та компанії MediaLive International у 2004 р. Трохи згодом, у своїй програмній статті «Що таке Веб 2.0. Шаблони дизайну та бізнес-моделі для нового покоління програм» Тім О'Рейлі, засновник O'Reilly Media, Inc., заявляє про новий напрямок у розвитку інтернету, за яким він бачить майбутнє: «...Веб 2.0 не має чітких ознак (кордонів). Це скоріше «центр тяжіння». В статті немає чітких теоретичних визначень Веб 2.0 (натомість вони підміняються численними прикладами різних інтернет-кампаній та сервісів), разом з тим, наведено умови чи стандарти Веб 2.0, зокрема:

- недорогі продукти та сервіси, що масштабуються (тобто відкриті для доопрацювання, розвитку, удосконалення, а не завершені («пакетні») продукти;
- контроль за унікальними джерелами даних, які збагачуються коштом залучення значного числа користувачів;
- ставлення до користувача як до співробітника;
- використання колективних інтелектуальних ресурсів;
- самообслуговування користувачів;
- спрощення користувацького інтерфейсу, розробок та бізнес-моделей.

Отже, можемо звернути увагу, що поняття Веб 2.0 охоплює як мінімум два аспекти:

1. власне ідеологію чи концепцію, яка в основному є новим підходом до розуміння ролі користувача в інтернет-комунікації та до

- організації самих засобів комунікації в мережі інтернет;
- технічні засоби, які використовуються для реалізації цих функцій (RSS, AJAX тощо).

Головною особливістю Веб 2.0 є покращення та пришвидшення взаємодії веб-сайтів з користувачами, що зумовило стрімке зростання активності користувачів. Це виявилось в участі в інтернет-спільнотах (зокре-

ма у форумах); розміщенні коментарів на сайтах; веденні персональних журналів (блогів); розміщенні посилань у Світовому павутинні. Веб 2.0 запровадив активний обмін даними, зокрема експорт новин між сайтами; активну агрегацію інформації з сайтів.

Відмінності у технологіях Веб 1.0 та Веб 2.0 наведено у таблиці (табл. 1.)

Таблиця 1. Відмінності Веб 1.0 та Веб 2.0

Подано за: Веб 2.0 : [ст. у Вікіпедії]. -
Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/Web_2.0.

Предмет обговорення	Веб 1.0	Веб 2.0	Нові риси
Учасники	<ol style="list-style-type: none"> Розробник і користувач Автор контенту і читач 	<ol style="list-style-type: none"> Користувач як співрозробник Читач як співавтор Товариство 	Право на участь; скасування сторонньої регламентуючої сторони (модерації);
Програмне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> ПЗ створювалось для ПК ПЗ — товар закриті вихідні коди, API ліцензійний продаж прив'язка ПЗ до обладнання націленість на винахід запланований реліз для перегляду контенту використовується браузер 	<ol style="list-style-type: none"> ПЗ створюється для веб ПЗ — сервіс, додаток відкриті вихідні коди, API, open-source software ПЗ може бути безкоштовним софт поверх обладнання пошук застосування вже винайденому «вічна бета» альтернативні засоби відображення 	Веб як платформа; зняття та розмивання бар'єрів та обмежень (вільний доступ, універсальність, спрощення);
Контент	<ol style="list-style-type: none"> Поповнення баз даних: <ol style="list-style-type: none"> плата постачальнику контенту; наймання добровольців; 	<ol style="list-style-type: none"> Поповнення баз даних — те, що має один, відразу стає доступне кожному; Дані організуються фолксономічно; 	Мережа як єдиний колективний розум, атомізація контенту, агрегація, синдикація

Предмет обговорення	Веб 1.0	Веб 2.0	Нові риси
	<p>2. Дані організуються таксономічно (ієрархія рубрик);</p> <p>3. Засоби збереження даних — каталог, бібліотека, сховище;</p> <p>4. Односторонні посилання;</p> <p>5. Форма представлення — персональні сторінки;</p> <p>6. Статичний сайт;</p> <p>7. Адресу має сторінка сайту;</p> <p>8. Джерело — розум автора контенту;</p> <p>9. Меню навігації сайту для роботи з даними цього сайту;</p> <p>10. Копірайт;</p> <p>11. Для сприйняття контенту потрібне відвідування сайту, переходячи по посиланню чи закладці;</p>	<p>3. Засоби використання даних — API-інтерфейси;</p> <p>4. Автоматичні двосторонні посилання;</p> <p>5. Форма представлення — блоги;</p> <p>6. Динамічний сайт;</p> <p>7. Адресу має мікроелемент контенту;</p> <p>8. Джерело — колективний розум;</p> <p>9. Інтерфейс для роботи з даними по всій мережі;</p> <p>10. «Вільна» ліцензія GNU FDL;</p> <p>11. Для сприйняття контенту не потребується відвідування сайту — можливість читати RSS-стрічки;</p>	
Події	<p>1. Замовлення та виготовлення програмного забезпечення;</p> <p>2. Публікація контенту авторами і сприйняття його читачами;</p> <p>3. Звертання до третьої особи — посередника для задіяння його ресурсів;</p> <p>4. Великі, не багато численні угоди;</p>	<p>1. Співпраця через відділ технічної підтримки програмного забезпечення;</p> <p>2. Взаємодія, додавання властивостей, цінності, створення спільного контенту кожним учасником;</p> <p>3. Самообслуговування, яке засноване на партнерській архітектурі сервісу — сервіс лиш посередник між користувачами, які використовують їх власні ресурси;</p> <p>4. Дрібні багато численні транзакції;</p>	<p>Співпраця; самодіяльність; масові одиничні взаємовідносини;</p>
Цінність та вартість	<p>1. Вся цінність в ПЗ — хто володіє ПЗ, той і заробляє на цьому гроші;</p> <p>2. Інтернет цінний як джерело інформації;</p>	<p>1. Вся цінність в базах даних — хто володіє базами даних та сервісами для роботи з ними, той заробляє на цьому гроші;</p> <p>2. Інтернет цінний як інструмент комунікацій;</p>	<p>Робота з базами даних; сервіс, а не продукт; економія часу та уваги;</p>

Отже, основу Веб 2.0 складає, передусім, ідеологія, коли змінюється центр тяжіння, в основі якого – користувач, його знання та інформація, що він привносить в Мережу. Таким чином, інтернет вже нині є складними та багаторівневими комунікаціями користувачів (міжособистісними, професійними, тематичними, географічними, політичними, розважальними тощо). Головною особливістю Веб 2.0 є покращення та пришвидшення взаємодії веб-сайтів з користувачами, що привело до стрімкого зростання активності користувачів. Це проявилось в:

- участі в інтернет-спільнотах (зокрема, форумах);
- розміщенні коментарів на сайтах;
- веденні персональних журналів (блогів);
- розміщенні посилань у WWW.
- Веб 2.0 запровадив активний обмін даними, зокрема:
 - експорт новин між сайтами;
 - активну агрегацію інформації із сайтів;
 - використання API для відокремлення даних сайту від самого сайту.

З точки зору реалізації сайтів Веб 2.0 підвищує вимоги до простоти та зручності сайтів для звичайних користувачів та націлений на стрімке падіння кваліфікації користувачів у близькому майбутньому. На передній план виноситься дотримання переліку стандартів та узгоджень (W3C). Це зокрема:

- стандарти візуального оформлення та функціональності сайтів;
- типові вимоги (SEO) пошукових систем;
- стандарти XML та відкритого інформаційного обміну.
- З іншого боку, у Веб 2.0 понизилися:

- вимоги до «яскравості» та «креативності» дизайну та наповнення;
- потреби в комплексних веб-сайтах (порталах);
- значення офлайн-реклами;
- бізнес-інтерес до великих проєктів.

Таким чином, Веб 2.0 зафіксував перехід WWW від одиничних дорогих комплексних рішень до сильнотипізованих, дешевих, легких у використанні сайтів з можливістю ефективного обміну інформацією. Основними причинами такого переходу стали:

- критична нестача якісного інформаційного наповнення;
- потреба активного самовисловлювання користувача в WWW;
- розвиток технологій пошуку та агрегації інформації в WWW.

Перехід до комплексу технологій Веб 2.0 має такі наслідки для глобального інформаційного середовища WWW:

- успішність проєкту визначається рівнем активного спілкування користувачів проєкту та рівнем якості інформаційного наповнення;
- сайти можуть досягати високої успішності та рентабельності без великих капіталовкладень, коштом вдалого позиціонування у WWW;
- окремі користувачі WWW можуть досягати значних успіхів у реалізації своїх ділових та творчих планів у WWW без наявності власних сайтів;
- поняття персонального сайту поступається поняттям «блог», «авторська рубрика»;
- з'являються принципово нові ролі активного користувача WWW (модератор форуму, авторитетний учасник форуму, блогер).

Найбільш яскраві приклади проєктів Веб 2.0: Вікіпедія, LiveJournal.com, eBay.com, ODP (dmoz.org), Facebook.com, Google Earth, Flickr, Friendbuzz, Netvibes, Digg.com, UcoZ тощо.

Веб 2.0 – не нова версія Всесвітнього павутиння, а лише розвиток технологій та концепцій Веб 1.0. Багато ідей Веб 2.0 вже зустрічались в мережі задовго до 2004 р.: наприклад, відомий передусім книжковою інтернет-торгівлею сайт Amazon.com дозволяв користувачам публікувати відгуки та рецензії одразу з моменту його створення (1995). Існує багато критиків терміна, а Тім Бернерс-Лі, автор та розробник Веб-технологій взагалі назвав Веб 2.0 жаргоном: «Ніхто не знає, що це означає... Якщо Веб 2.0 – це ваші блоги та вікі, тоді це означає «користувачі для користувачів»... Але це теж саме, що сказати – Веб існує для того, щоб усі люди були разом».

Все ж термін Веб 2.0 нині є ustalеним і означає новий етап розвитку веб-технологій та сервісів, про які йтиметься, зокрема, в цьому посібнику.

3

3. БІБЛІОТЕКА 2.0 – ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ БІБЛІОТЕЧНОГО СЕРВІСУ

Мережеві комунікації та технології Веб 2.0 вдало «вплітаються» також у бібліотечну діяльність, охоплюють все більше і більше бібліотечних послуг та сервісів, утворюючи новий етап розвитку бібліотечної справи, який називають «Бібліотека 2.0» («Бібліотека для людей»). Бібліотека 2.0 — узагальнено визначена модель модернізованої форми бібліотечного сервісу, що відображає еволюцію шляхів надання сервісу користувачам: передусім, онлайн-сервіси, такі як використання онлайн-каталогів та збільшеного зво-

ротного інформаційного потоку від користувачів до бібліотеки.

Публічний дебют Бібліотеки 2.0 відбувся на конференції Internet Librarian 2005 (США, 2005), коли Майкл Стефенс з публічної бібліотеки округу Сент-Джозеф, США проаналізував впровадження цієї ідеї на типовому бібліотечному веб-сайті. Серед ключових принципів ідеї були наступні:

- повнофункціональний онлайн-каталог - це браузер + програмні додатки Веб-2.0 + зв'язність;
- залучення бібліотечних користувачів як до розроблення, так і до реалізації бібліотечного сервісу;
- бібліотечні користувачі повинні мати можливість створювати та змінювати сервіси, що надаються бібліотекою;
- компанії, які хочуть мати справу з бібліотеками, не повинні виробляти комерційного програмного забезпечення. Бібліотека 2.0 не є закритим поняттям;
- постійні зміни приходять на зміну старій моделі вдосконалення технологічних циклів роботи бібліотеки («вічна бета»);
- збирання та інтеграція в моделі бібліотечного сервісу ідей та технологічних рішень із суміжних галузей;
- поєднання оцінки та вдосконалення сервісів з постійною готовністю змінити існуючий сервіс на інший, більш новий і кращий;
- негнучкість породжує невдачу!
- використання «довгого хвоста» (бібліотеки повинні прикладати зусиль щоб зробити доступнішим для читачів 90% рідко-використованого фонду).

Скористаємось графічною таблицю про особливості Бібліотеки 2.0, яку підготувала американська колега Карен Шнайдер (K.G. Schneider) (див. Табл. 2).

Бібліотека 1.0	Бібліотека 2.0
Закритий у сховищах фонд («закриті стелажі»)	Відкритий доступ до книг
Формування фондів «згори»	Користувач може запропонувати книгу для поповнення фонду бібліотеки
Послуги, що доступні лише в стінах бібліотеки	Послуги доступні повсюди і повсякчас
Традиційний електронний каталог	Каталог з можливістю долучення коментарів та створення добірок книг
Розсилки новин	RSS-потік
Інформація як об'єкт використання	Інформація як засіб спілкування
Довідкове обслуговування по телефону чи персональне	Віртуальне довідкове обслуговування
Обмежені сервісні можливості	Широкий спектр послуг
Індивідуальна діяльність бібліотеки	Участь у корпоративних проектах
Веб-сайт бібліотеки	Бібліотека має свій «простір» у соціальних мережах, віртуальних світах

Іншими словами, Бібліотека 2.0 – це:

- Бібліотека – всюдисуща (працює не лише у фізичній будівлі у визначений час, а й 24 години на добу у мережі: через сайт, віртуальну довідку, електронний каталог, сторінки бібліотеки в соціальних мережах, блог тощо);
- Бібліотека – без бар'єрів (користувач має зручніший, ефективніший доступ до інформації, фондів, бібліотекарів, ніж це було раніше);
- Бібліотека – читачецентристська інституція. Користувач – не пасивний об'єкт, а активний учасник роботи бібліотеки. Бібліотека завжди запрошує користувача до співтворення (ресурсів, сервісів, подій, контенту тощо);
- Бібліотека використовує найкращі гнучкі сервіси й технології.

Отже, бібліотека в епоху Веб 2.0 руйнує бар'єри (фізичні, географічні, часові, просторові), стає «всюдисущою» (everywhere) для користувачів. Змінилась ідеологія: не книжки (фонд) в центрі уваги, а користувач («Бібліотека – не для книжок, а для людей»). Бібліотека повинна зацікавити користувача і бути простою й зручною у користуванні. Адже саме користувач бібліотеки – центр тяжіння, для нього всі сервіси, ресурси, технології. Не електронний каталог сам по собі, не колекція сама для себе, не усні довідки чи консультації в стінах бібліотеки тощо, а реально потрібні сучасному користувачеві ресурси (на всіх носіях) та сервіси, все більш і більш електронні та в режимі онлайн. До того ж користувач не просто об'єкт бібліотечного впливу, але часто і співавтор бібліотечних сервісів та інформаційних ресурсів (через відгуки та пропозиції в со-

ціальних мережах, в електронному каталозі, на блозі бібліотеки тощо). Сучасні бібліотеки «йдуть» до користувача: і на вулицю, і в мережі. Пропонують йому те, що він вважає за необхідне, а не лише те, що визначили для нього бібліотекарі. Саме користувач створює Бібліотеку 2.0. разом з бібліотекарями для себе та інших користувачів.

У такій користувацько-центристській парадигмі бібліотеки легко і зручно надають інформацію, ресурси, знання користувачеві, незалежно від того, де він знаходиться, в зручний для нього час. Принципи Веб 2.0 пропонують бібліотекам нові можливості для кращого обслуговування своїх користувачів та залучення нових.

ДИСКУСІЯ В БІБЛІОТЕЦІ

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо провести дискусію (у бібліотеці, на блозі бібліотеки чи на сторінці бібліотеки в соціальній мережі) і обговорити питання:

1. Який вплив інтернету на розвиток сучасного суспільства? Які соціальні, культурні, політичні аспекти цього впливу.
2. Яка роль бібліотек в епоху інтернету?
3. Веб 1.0 та Веб 2.0: спільне та відмінне. Чи насправді Веб 2.0 – якісно нова платформа? Мережа як колективний інтелект: позитивні та негативні чинники. Соціальні аспекти.
4. Бібліотека 2.0: революція чи еволюція? Інноваційна модель чи звичайне розширення репертуару послуг?
5. Які нові бібліотечні послуги може надавати сучасна книгозбірня на шляху до Бібліотеки 2.0? Як зробити якісними і цікавими для користувача ці послуги?
6. Бібліотека 2.0 – це вміння спілкуватися. Чи можна цьому навчитися?
7. Кому насправді потрібна Бібліотека 2.0: бібліотекарю чи користувачу?

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕРВНО

Пропонуємо самостійно познайомитись із законодавчими документами та вказаними джерелами. На підставі здійсненого аналізу самостійно визначити головні риси процесу інформатизації суспільства та роль інтернету і бібліотек у цьому процесі, а також поміркувати над змінами в сервісах та послугах бібліотеки із застосуванням інтернету. Чи достатньо просто пропонувати доступ до інтернету користувачам, чи бібліотека повинна «йти в інтернет» (через сайти, блоги, соцмережі тощо) і для чого, якщо так.

Основні законодавчі документи України стосовно інформації, інформатизації та доступу до інформації – Закони України «Про інформацію» (1992 р.); «Про науково-технічну інформацію» (1993 р.); «Про Національну програму інформатизації» (1998 р.); Укази Президента України «Про невідкладні заходи щодо розвитку бібліотек України» (2000 р.); «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» (2000 р.) тощо.

Основні джерела: див. у переліку літератури.

Спробуйте також самостійно дати відповідь на низку питань:

1. У чому полягає роль інтернету та бібліотек як складових сучасного глобального Інформаційного суспільства та Суспільства знань?
2. Що таке Всесвітня мережа та які основні технології та сервіси Веб? Коли і де народився інтернет та Веб-технології?
3. Які основні спільні та відмінні риси у Веб 1.0 та Веб 2.0?
4. Які основні технології та сервіси Веб 2.0? Приклади.
5. Які основні принципи в технологіях Бібліотека 2.0?
6. Які наслідки використання технологій Веб 2.0 для глобального інформаційного середовища та розвитку бібліотечної справи?

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Бернерс-Лі Т. Заснування павутини: з чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа [Текст] / Тім Бернерс-Лі, М. Фічетті ; пер. з англ. А. Іщенко. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2007. – 207 с.
2. Кастельс М. Інтернет-галактика: міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства [Текст]: [пер. з англ.] / М. Кастельс. – К. : Ваклер, 2007. – 290 с. : іл.
3. Публічні бібліотеки України як місце доступу громадян до інформаційних технологій та Інтернету: матеріали дослідження [Текст] / В. С. Пашкова, І. О. Шевченко, Я. О. Хіміч. – К. : Міленіум, 2008. – 121 с.
4. Создание интернета [Електронний ресурс] : [офіційна версія] // Seodid.ru : Web-сайт / [Алексей Востров]. – Електрон. дані. – [Самара], 2008 – 2010. – Режим доступу: <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/voznik-interneta-of.html>. – Назва з екрану.
5. Пурник А. В. От Библиотеки к Библиотеке 2. 0: новые методики построения системы [Текст] / Александр Владиленич Пурник // Библиотечное дело. – 2011. № 6. – С. 6-9.
6. Солов'яненко Д. Бібліотека-2.0: концепція бібліотеки другого покоління / Д. Солов'яненко [Текст] // Бібл. вісн.– 2007. – № 5. – С. 10–20.
7. Трачук Л. Бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0» [Текст] / Л. Трачук // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 9. – С. 22–25.
8. Фрідман Т. Л. Світ плоский! : глобалізований світ у XXI столітті [Текст]: [пер. з англ.] / Томас Л. Фрідман. – [Х.] : Акта, [2008]. – 675 с.
9. Інтернет-ресурси и услуги для библиотек : Учеб. пособие для студентов вузов культуры и искусств [Текст] / Шрайберг Я. Л., Гончаров М. В., Шлыкова О. В. ; М-во культуры Рос. Федерации, ГПНТБ России, Моск. гос. ун-т культуры и искусств. — М. : Б. и., 2000. — 139 с.
10. Шишкин Ю. В. Технологии Web 2.0 как инструмент формирования современного имиджа библиотеки [Текст] / Ю. В. Шишкин // Библиотековедение. – 2010. – № 3. – С. 45–50.
11. Ярошенко Т. О. Бібліотека, бібліотекарі та користувачі бібліотек в епоху Веб 2.0: виклики часу [Текст] / Т. О. Ярошенко // Бібл. планета. – 2011. – № 1. – С. 17–22.

ТЕМА 1.2. ВЕБ 2.0 В БІБЛІОТЕКАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ

Шановні бібліотекарі!

Ознайомившись з теоретичним матеріалом та виконавши завдання, Ви будете знати:

- про стратегії та фактори управління знаннями,
- участь бібліотек в підтримці користувачів на всіх стадіях життєвого циклу знань

та вміти:

складати ментальні карти та застосовувати їх для:

- планування;
- ефективної організації заходів;
- генерування нових ідей;
- організації інформації;
- навчання.

Важливо!

Орієнтуватись у виборі засобів комунікації для спільнот практики.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно

впливу соціальних сервісів на навчальне середовище.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК СУКУПНІСТЬ ПРОЦЕСІВ, ЩО КЕРУЮТЬ СТВОРЕННЯМ, РОЗПОВСЮДЖЕННЯМ, ОБРОБКОЮ ТА ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЇ

З розвитком інтернету і пов'язаних з ними технологічних розробок не тільки збільшуються запаси і потоки інформації, але й трансформується природа інформаційних послуг, зокрема бібліотечних. У розпал цих змін, управління знаннями (менеджмент знань) стає подальшим фактором істотного впливу на бібліотечну практику.

Серед найбільш значних соціальних та економічних наслідків розвитку Всесвітньої павутини є збільшення кількості інформації у вільному доступі, що змінило інформаційну поведінку. Наявність зручних баз даних, пошукових систем і вплив феномена Google, певною мірою усувають бібліотечних фахівців як посередників для отримання інформації. Люди прийшли до думки, що вони можуть самостійно знайти будь-які дані через інтернет. Та дані це ще не знання. Інформація це не мудрість.

- **Дані:** окремі розрізнені факти, твори, цифри або символи.
- **Інформація:** відібрані, організовані та проаналізовані дані.
- **Знання:** інформація в поєднанні з досвідом та здатністю користувача, які використовуються для вирішення проблем або для створення нових знань, тобто це інформація, яку зрозуміли.
- **Мудрість:** передбачення і мислення, засновані на цінностях засвоєних знань, яких варто дотримуватись, єдина сукупність засвоєних знань.

Відмінності між інформацією і знанням можна резюмувати наступним чином:

Інформація	Знання
видима,	невидиме,
не залежить від дій і рішень,	тісно пов'язане з діями і рішеннями,
не залежить від існуючого середовища,	ототожнюється з існуючим середовищем,
фізичний продукт,	духовний продукт,
легко переносити і дублювати.	передаються через навчання, а не дублювання.

Виділяють явні і неявні знання.

Явні або формалізовані знання (*Explicit Knowledge*) — знання, що містяться в листах, доповідях, звітах тощо, ті знання, які можна задокументувати й представити у вигляді документів; близько 20% знань в співтоваристві/компанії можна формалізувати.

Неявні або неформальні знання (*Tacit Knowledge*) — знання, які важко або неможливо формалізувати; інтуїтивні знання, відчуття, враження, думки; близько 80% всіх знань спільноти; ці знання залишаються у членів спільноти/співробітників компанії, якщо вони залишають співтовариство або компанію.

Управління знаннями (*Knowledge Management*) — процес створення умов для виявлення, збереження та ефективного використання знань та інформації в співтоваристві. Стратегія, спрямована на надання вчасно потрібних знань тим членам спільноти, яким ці знання необхідні для того, щоб підвищити ефективність діяльності спільноти.

Інструменти управління знаннями (*Knowledge Tools*) — сукупність технологічних рішень для виявлення, зберігання, передачі, структуризації, обробки, перетворення, розповсюдження та проведення інших операцій із знаннями та інформацією, якщо це необхідно для ефективної діяльності спільноти; сукупність організаційних методів і рішень, що дозволяють створити умови для ефективного обміну знаннями та інформацією.

Протягом подальшого вивчення цього посібника, та опановуючи практичні навички роботи з пропонованими сервісами Веб 2.0, ви маєте змогу набути компетенцію використання технологій Веб 2.0 саме як інструментів управління знаннями.

Обмін знаннями (*Knowledge Sharing*) — процес постійної циркуляції знань у спільноті, здійснюваний різними способами, за певними правилами і відповідно до певних процедур з використанням технологічних рішень та/або за допомогою організаційних методів.

Життєвий цикл знань

1. Ідентифікація знань

Цей етап включає аналіз того, які знання є в наявності, яких знань недостатньо, і визначається розрив у знаннях. На рівні компанії в цілому визначається стратегічна потреба в корпоративних знаннях, на рівні окремої людини відбувається регулярний пошук необхідних знань та інформації.

2. Отримання/Створення знань

Існує кілька способів отримання/створення нового знання — це участь у тренінгах, семінарах і лекціях, навчання в процесі виконання роботи та вирішення практичних завдань (навчання дією) і мозкові штурми. Для отримання/створення нового для компанії знання можуть залучатися зовнішні експерти або навіть купуватися цілі компанії.

3. Розподіл знань

Основною метою даного кроку є передача потрібного знання в потрібне місце в потрібний час з необхідною якістю. Розподіл знань може здійснюватися або через паперові та електронні документи різних форматів, якщо знання формалізовані, або через безпосереднє спілкування людей у процесі спільної роботи, наставництва або участі в співтовариствах.

4. Використання знань

Знання для компанії мають цінність, якщо вони використовуються співробітниками при виконанні своїх функцій, створення продуктів і послуг, прийняття більш правильних рішень. Цей крок визначає цінність попередніх кроків у життєвому циклі знань і підкреслює основне призначення знань у бізнесі.

Найбільший внесок у створення нових знань роблять академічні і наукові бібліотеки. Вони підтримують користувачів дослідників на всіх фазах життєвого циклу знань.

Виявлення:

- пошук відповідних публікацій, засобів масової інформації і даних,
- зберігання поточних даних в своїй дисципліні

Створення:

- виробництво нових інтелектуальних товарів,
- аналіз,
- опис і огляд

Поширення:

- навчання,
- дисциплінарний дискурс,
- спільна робота і
- публікації

Використання:

- придбання,
- організація
- використання інформації і даних.

2

2. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В БІБЛІОТЕКАХ

Нова роль бібліотек у XXI столітті вимагає від них бути центром навчання і знань для своїх користувачів, а також інтелектуальним надбанням для своїх громад, де люди та ідеї взаємодіють в реальному та віртуальному світах, розширюючи навчання і сприяючи створенню нових знань.

На відміну від комерційних організацій, де управління знаннями здійснюється з метою досягнення конкурентної переваги, управління знаннями в бібліотеках виходить з найважливішої місії публічних, академічних та наукових книгозбірень – забезпечення доступу до знань для своїх користувачів.

Що бібліотеки можуть зробити, щоб поліпшити менеджмент знань на усіх ключових ланках бібліотечного обслуговування?

1. Управління джерелами знань

У зв'язку зі збільшенням людських знань у різних форматах, бібліотекам необхідно розробляти свої стратегії доступу та спільного використання ресурсів від друкованих до електронних і цифрових. Тут спостерігається зміна концепції від «власності» до «доступу». Електронний онлайн каталог бібліотеки має бути інтегрованим з внутрішніми та зовнішніми ресурсами. Виходячи за межі явних знань, бібліотеки повинні також розробити засоби, щоб захопити неявні знання, що мають важливе значення для їх користувачів, їх партнерів, а також для внутрішньої роботи бібліотек. Веб-сайт бібліотеки повинен служити порталом, збираючи всі джерела відібраних релевантних знань та інформації, явних та неявних, доступних з бібліотеки або віддалено, і у всіх форматах.

2. Спільне використання ресурсів і мереж

Бібліотеки мають давню традицію спільного використання ресурсів і створення мереж. Досвід зарубіжних та вітчизняних бібліотек-учасників консорціумів доводить вигоду від співпраці бібліотеки та спільного використання ресурсів.

3. Розвиток інформаційних технологій

В останні роки багато з нещодавно розроблених інформаційних технологій для баз даних та управління документами та інформацією можуть бути використані в галузі управління знаннями. Наприклад: інтелектуальний аналіз даних, аналіз тексту, управління контентом, вилучення знань, карти знань, візуалізація інформації та спільна робота і т. д.

4. Послуги для користувачів

Бібліотекарі вивчають свого користувача, збирають та аналізують знання щодо його потреб, вимог та вподобань, щоб надавати якісні різноманітні послуги максимально адаптовані до індивідуальності користувача.

5. Управління кадрами

Управління знаннями на цій ланці стосується експертних знань, що ними володіють співробітники та користувачі бібліотеки. Знання і накопичений досвід співробітників, що утворюють інтелектуальний актив будь-якої бібліотеки, повинні бути збережені і поширені. Тут дуже важливим стає забезпечення безперервної освіти та підвищення кваліфікації для всіх співробітників.

Бібліотеки повинні також заохочувати передачу знань та досвіду від досвідчених співробітників до нових. Нові співробітники можуть виявитися більш досвідченішими користувачами комп'ютерних технологій, тож їм теж буде чому навчити колег.

Використовуючі технології Веб 2.0 бібліотекарі можуть створити сприятливі умови для швидкого виявлення та обміну знаннями через спільноти практики, з використанням вікі, соціальних закладок, блогів та інструментів спільної роботи з документами.

Люди приходять у спільноти, щоб

- ділитися знаннями,
- задавати питання,
- вчитися в інших людей,
- шукати однодумців,
- робити дії, які не під силу зробити поодиночі.

Технології Веб 2.0 надають дієвий інструментарій для обміну знаннями та створення, підтримки та розвитку спільнот практики і сучасні бібліотекарі використовують ці можливості для навчання, обміну досвідом, спілкування, генерування ідей і знаходження рішень. Це й тематичні блоги, і групи в соціальних мережах, віртуальні зустрічі й творчі майстерні, опитування й засоби візуалізації тощо.

Бібліотеки можуть ділитися своїми колекціями, спільно використовувати цифрові об'єкти й програмні агенти, спілкуватися між собою, утворюючи віртуальну спільноту.

Велика кількість цифрового контенту, нові форми доступу до інформації, нові інструменти для зв'язку та обміну змінюють шляхи та способи, якими користувачі досліджують та керують своїми ресурсами дослідження, створюють нові знання і діляться своєю роботою.

На думку Менді Вебстер «бібліотеки збирають, зберігають і передають зафіксовані в документах знання. Вони організують і керують сховищем знань, документальними потоками, займаються пошуком необхідної інформації. У повсякденній роботі та професійній діяльності в процесі обслуговування здійснюються основні завдання управління знаннями перетворення прихованого накопиченого знання в явне і передача його користувачеві. Саме це, а також професійні навички в аналізі, оцінці та синтезі нової інформації, дають можливість вивести бібліотечне та інформаційне обслуговування читачів на більш високий рівень».

3. СПІЛЬНОТИ ПРАКТИКИ ТА СПІЛЬНОТИ ОБМІНУ ЗНАННЯМИ

Спільнота практики або спільнота обміну знаннями – суспільне утворення, члени якого залучені в спільну діяльність і спілкування є необхідною умовою їхнього співробітництва (за Етьєном Венгером). Дискусія між членами спільноти має безпосереднє відношення до подій, що відбуваються всередині спільноти, та її новими об'єктами – книгами, зображеннями, статтями і т. д. Обговорення події впливає на подальші дії і сам обмін знаннями може набути статусу події.

Спільнота практики – це не просто спільнота за інтересами. Члени спільноти практики є практикуючими спеціалістами, вони накопичують спільний «репертуар» ресурсів – досвід, історії, інструменти, способи та підходи до вирішення проблем, тобто спільні практики. Це вимагає часу та сталої взаємодії. Спільнота практики має свою ідентичність, окреслену спільною сферою інтересів. Належність до спільноти передбачає спільну зацікавленість у визначеній сфері, а отже й спільні компетенції. Наявність цих факторів відрізняє членів спільноти практики від решти людей.

Це дозволяє кожному бути експертом в тому, в чому він/вона почуваються впевненим, питання лише в самоорганізації і форматі спілкування.

4. МЕТОДИКА ВІЗУАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМНОГО МИСЛЕННЯ, СКЛАДАННЯ МЕНТАЛЬНИХ КАРТ

В рамках практичної навички формалізації знань, тобто переведення його із неявного в явне, вам пропонується опанувати техніку складання ментальних карт.

Відомо, що гарне методичне подання, вдала графічна інтерпретація дозволяють легко засвоїти складний матеріал. Ефективна візуалізація стимулює роботу пам'яті, дозволяє побачити суть проблеми, виявити в наборі даних нові знання. Одним із засобів візуалізації знань є побудова ментальних карт.

Ментальні карти, карти розуму, або карти пам'яті, думок (англ. *Mind map*) — діаграма на якій відображають слова, ідеї, завдання, або інші елементи, розташовані радіально навколо основного слова або ідеї. Використовуються для генерування, відображення, структурування та класифікації ідей, і в якості допоміжного засобу під час навчання, організації, розв'язання проблем, прийняття рішень, та написання документів.

Ментальна карта зосереджена навколо центрального поняття, і відображає семантичні або інші зв'язки між фрагментами інформації. Завдяки відображенню цих зв'язків у радіальній, нелінійній формі, вона сприяє підходу в стилі мозкового штурму до будь-якого організаційного завдання, усуваючи необхідність створення детальної концептуальної системи перед початком роботи.

Елементи розташовуються в інтуїтивному порядку, відповідно до їхньої важливості, і організуються в групи, гілки, або окремі площини. Узагальнене графічне представлення семантичної структури інформації під час отримання знань може до-

помогати пригадувати вже отримані.

Техніка складання ментальних карт дозволяє мозку думати природнім для нього способом.

Презентація на диску до цього посібника познайомить з методикою складання ментальних карт.

Для того щоб побудувати ментальну карту потрібний аркуш паперу (бажано А3), кольорові олівці або фломастери.

Свою першу ментальну карту фахівці радять скласти власноруч на папері, втім є спеціалізоване програмне забезпечення для побудови ментальних карт. Досить потужні програми дозволяють трансформувати ідеї, які генеруються у процесі мозкового штурму, відобразити стратегічні плани, представляти бізнес-плани, це допомагає групі співробітників працювати чіткіше, швидше і з кращою координацією. Серед асортименту спеціалізованого програмного забезпечення для побудови ментальних карт є такі програми, що потребують встановлення на комп'ютер, є такі, що доступні через веб, такі, що потребують сплати за право використання та такі, що розповсюджуються безкоштовно.

Приклади програмного забезпечення для побудови ментальних карт:

<http://bubbl.us/>
<http://www.mindjet.com/>
<http://www.mindmeister.com/>
<https://coggle.it>
<http://mapmyself.com>
<http://www.xmind.net/>

Переваги отримання практичних навичок складання та застосування ментальних карт:

- вони поєднують у собі елементи як логічного, так і образного мислення,
- під час їх вивчення працюють обидві півкулі головного мозку.

Результат їх застосування –

- набагато ефективніше засвоєння матеріалу,

- краща відтворюваність отриманих знань,
- розвиток образного мислення,
- гарна пам'ять.

Отже, пропонуємо використувати цей метод, по-перше, щоб допомогти користувачам швидко зорієнтуватись в бібліотеці та бібліотечних послугах, по-друге, допомогти бібліотечним фахівцям опанувати нові технології та розвинути нові грані фахового розвитку.

Можливі теми та застосування для бібліотек:

- Лоція користувача «Послуги, зали та ресурси бібліотеки».
- План роботи відділу (на тиждень, на місяць, на рік).
- Проектна діяльність бібліотеки. Портфоліо для наступних проєктів, як доказ організаційної спроможності.
- Пам'ятка бібліографу «Якісне довідкове обслуговування».
- Повнотекстові бази даних. Стратегія пошуку.
- Розподілені ресурси бібліотеки.
- Сайт бібліотеки. Лоція для бібліотекарів та користувачів.
- «Все про нашу бібліотеку». Орієнтир для нових співробітників.

- «Очікування користувачів та засоби задоволення їх потреб». Мозковий штурм.
- Пам'ятка «Організація масової роботи».
- «Застосування ментальних карт у роботі бібліотеки». Мозковий штурм.
- Ментальна карта за літературним твором.
- «Бібліотека для:» лоція по цільовим аудиторіям.
- Мозковий штурм для адвокаційної кампанії.
- Мозковий штурм для фандрейзингу.

Складання ментальних карт допоможе бібліотекарю та керівнику бібліотеки:

- генерувати нові оригінальні ідеї,
- планувати свою роботу й життя,
- справлятися з величезним потоком інформації,
- перетворювати інформацію на знання,
- вирішувати складні завдання,
- ефективно організовувати різні заходи.

Чим більше використовується цей метод, тим більш ефективним стає ваше мислення.

ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо Вам поглибити свої знання з теми, ознайомившись із матеріалами, поданими у додатку до посібника (див. диск). З метою отримання практичних навичок складання та застосування ментальних карт, спробуйте виконати наступне завдання:

1. Складіть ментальну карту за однією з тем, запропонованих у матеріалах посібника, використовуючи <https://bubbl.us/> або <https://coggle.it>.
2. Надайте доступ до карти своїй колезі, поясніть метод та запропонуйте додати зміст до вашої карти.
3. Збережіть та роздрукуйте карту ваших спільних знань.
4. Поширте ці формалізовані знання серед колег або читачів.
5. Додайте готову роботу до свого навчального портфоліо.

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

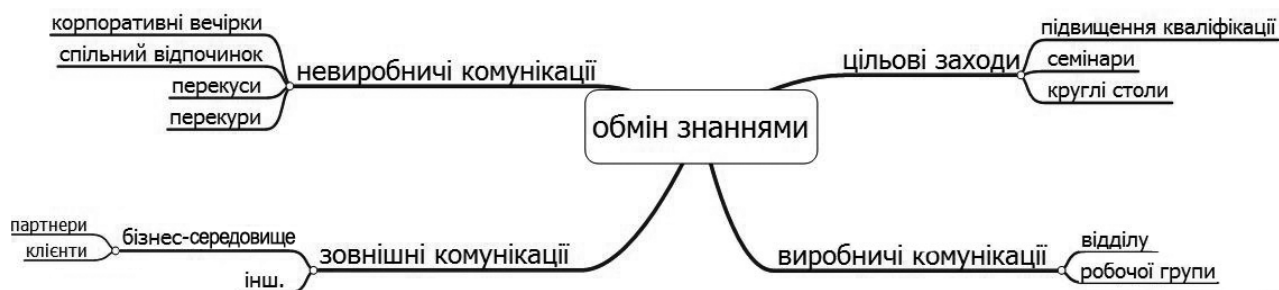
Додатково для допитливих

Практичне заняття краще виконувати в групі з колегами:

1. Слухачі діляться на групи, кожна з яких обговорює та складає ментальну карту за темою, актуальною для групи, або запропонованою в матеріалах посібника.
2. Кожна група реєструється на сайті, де є онлайн засоби побудови ментальних карт, що дають право спільної роботи кільком учасникам, наприклад, <https://bubbl.us/> або <https://coggle.it>.
3. Складають ментальну карту, використовуючи методику, надану на диску.
4. Зберігають карту та надають доступ до неї іншим групам.
5. Отримавши доступ до карти колег, оцінюють її, додають змісту або виправляють помилки. Зберігають зміни.
6. Додають готову роботу до свого навчального портфоліо.

Завдання для самостійної роботи

Обмін знаннями відбувається під час виробничих та невикористаних комунікацій, цільових заходів та під час зовнішніх комунікацій. Ознайомтесь з ментальною картою, наведеною нижче, та доповніть її інформацією, яким чином саме Ви будете обмінюватись знаннями, отриманими під час вивчення теми «Технології Веб 2.0 для бібліотекарів та користувачів: нові можливості розвитку бібліотечного середовища».



ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Лаврик О. Л. Использование новейших технологий для реализации информационной функции библиотеки [Текст] / О. Л. Лаврик, И. Г. Юдина // Библиосфера. – 2010. – № 1. – С. 35–41.
2. Силков С. Имплементация менеджмента знаний в библиотечно-информационную сферу [Електронний ресурс] / Сергей Силков. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/bib_visnyk/2008-6/13.pdf, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані рос. мов. – Аналог друк. вид. (Бібл. вісник. – 2008. – № 6. – С.41 – 46.). – Перевірено: 25.02.2011.
3. Шибаева Е. А. Управление знаниями как новая функция библиотек [Електронний ресурс] / Екатерина Александровна Шибаева. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <https://docs.google.com/fileview?id=0B7IVf>

RRCOtyMMDQ2MDIwZGEtYjBINC00YzM3LWJINjltZjMyMDQ4ZTE4M2Mx &hl=ru, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані рос. мов. – Аналог друк. вид. (Библиотековедение. – 2009. – № 5. – С. 34–39.). – Перевірено: 25.02.2011.

4. Андреев А. Web 3.0: Менеджеры знаний [Электронный ресурс] / Алексей Андреев // ВЕБПЛАНЕТА. – Режим доступа: http://www.webplanet.ru/news/reading-room/2006/3/20/we_3_0.html, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані рос. мов. – Перевірено: 24.02.2011.
5. Лобач А. Управление знаниями. С чего начать. [Электронный ресурс] / Александр Лобач. – Электрон. текст. дані. – [Б. м.], 2008. – Режим доступа: <http://alexlobach.ru/2008/01/30/upravlenie-znaniyami-s-chego-nachat>, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані рос. мов. – Перевірено: 25.02.2011.
6. Патаракин Е. Д. Веб 2.0 – управление, изучение и копирование [Электронный ресурс] / Патаракин Евгений Дмитриевич, Ярмахов Борис Борисович // Международный Форум «Образовательные Технологии и Общество». Восточно-Европейская Подгруппа. – Электрон. текст. дані. – Режим доступа: http://ifets.ieee.org/russian/depository/v10_i2/html/2.htm, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані рос. мов. – Аналог друк. вид. (Educational Technology & Society. – 2007. – № 10(2)). – Перевірено: 24.02.2011.
7. Симонова А. 10 общепринятых заблуждений об управлении знаниями [Электронный ресурс] / Алена Симонова. – Электрон. текст. дані. – Режим доступа: <http://psytop.com/content/view/461/2/>, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані рос. мов. – Перевірено: 25.02.2011.
8. Федоров А. Управление знаниями 2.0 [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дані. – Чебоксари, 2010. – Режим доступа: <http://ideafor.info/?p=1717>, вільний. – Назва з екрану. – Перевірено: 25.02.2011.
9. Шibaева Е. А. Инновации Web 2.0 в библиотеках [Электронный ресурс] / Екатерина Шibaева. – [Москва], 2008. – Электрон. текст. дані. – Режим доступа: <http://blog.shikate.ru/30/innovacii-web-20-v-bibliotekah>, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані рос. мов. – Перевірено: 25.02.2011.
10. Савицька Н. Л. Феномен знань в умовах становлення економіки знань [Электронный ресурс] / Савицька Н. Л. – Киев, [?]. – Электрон. текст. дані. – Режим доступа: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ekfor/2012_3/4.pdf, вільний. – Назва з екрану. – Текст укр. мов. – Аналог друк. вид. (Економічний форум. – 2012. – № 3.). – Перевірено: 24.02.2011.
11. Эффективная обработка информации (Mind mapping) [Электронный ресурс] : [навчальн. курс] . – [Р.Ф.]: НОУ «ИНТУИТ», сор. 2003 – 2013. – Электрон. текст. дані. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/647/503/info>, вільний. – Назва з екрану. – Рос. мов. – Перевірено: 24.02.2013.

РОЗДІЛ 2. СЕРВІСИ ВЕБ 2.0 ТА ЇХ РОЛЬ ДЛЯ БІБЛІОТЕК

ТЕМА 2.1. СИНДИКАЦІЯ/ВІКІ-ТЕХНОЛОГІЇ. ВІКІПЕДІЯ

Шановні бібліотекарі!

Вивчаючи цю тему, Ви отримаєте знання про:

- синдикацію (трансляцію) Вашого контенту для інших кінцевих користувачів інтернету,
- технології та сервіси вікі для колективної роботи у створенні енциклопедій, баз знань тощо.

Після вивчення теми Ви будете знати

- що таке синдикація контенту, її сутність, механізми, недоліки,
- RSS як сімейство стандартів формування XML-документа, в якому зберігається інформація про поновлення,
- які є RSS-агрегатори, їх призначення та механізм дії, як створити і як підписатися на стрічку новин,
- що таке атом та атомізація,
- для чого використовують технології та властивості вікі,
- у чому феномен Вікіпедії.

вміти

- використовувати сервіси: RSS-канали, RSS-стрічки, RSS-фіди,
- створювати стрічку RSS-фід з використанням різних застосунків,
- відредагувати чи написати статтю для Вікіпедії.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно

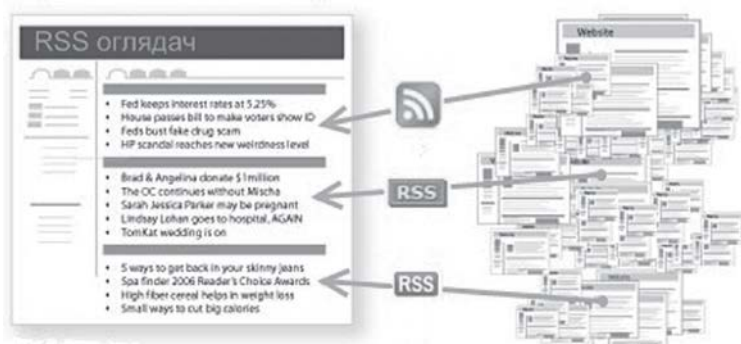
- програмних продуктів для створення RSS-міток, перепублікації, змішування, читання RSS-стрічок,
- вікі-технологій та розвитку проекту Вікіпедія.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. СИНДИКАЦІЯ КОНТЕНТУ: СУТНІСТЬ, МЕХАНІЗМИ. RSS-КАНАЛИ, СТРИЧКИ, ФІДИ. АТОМ ТА АТОМІЗАЦІЯ

Синдикація контенту – процедура, завдяки якій автор чи редактор сайту надає зміст сайту (частково чи повністю) для публікації на іншому сайті. Іншими словами, веб-синдикація означає створення доступних з сайту веб-потоків (feed), які надають всім користувачам у скороченому вигляді інформацію про оновлений зміст, що з'явився на сайті (новини, повідомлення форумів, блогів тощо). Сьогодні більшість сайтів вже автоматично проводять «агрегацію» новин, що публікуються іншими сайтами. Як правило, здійснюється синдикація лише заголовків новин, які через гіперпосилання спрямовують користувача на сайт, де було опубліковано інформацію. Слід зазначити, що термін RSS часто використовують як узагальнену назву усіх веб-стрічок, включаючи ті, що мають формат відмінний від RSS (наприклад для стрічок у форматі Atom).



Веб-потік – формат даних, що використовується для надання користувачам контенту, що часто оновлюється. Розповсюджені кон-

тенту об'єднують (синдикують) веб-потоки, даючи користувачам можливість підписатися на них. Створення веб-потоків, які доступні одночасно в одному місці називають агрегацією. Для цього використовують спеціальні агрегатори потоків (feed aggregator) – клієнтські веб-додатки, які збирають синдикований веб-контент в одному місці для більш зручного перегляду.

RSS – це родина XML-форматів, що використовується для публікації та постачання інформації, що часто змінюється, наприклад нових записів у блозі, заголовків новин, анонсів статей, зображень, аудіо-відеоматеріалів (у стандартизованому форматі). Документ у стандарті RSS (який також інколи називають «стрічкою», «веб-стрічкою» або «каналом») складається з повного або часткового тексту і метаданих (дата і авторство). За висловлюванням популярного блогера Даррена Ровза (англ. *Darren Rowse*), *RSS – це технологія, якою послуговуються мільйони користувачів інтернету з усього світу, щоб отримувати поновлення на своїх улюблених веб-сторінках.*

Підписка на RSS схожа на підписку по електронній пошті, коли всі новини надходять до вашої поштової скриньки. Але вона у багато разів зручніша і функціональніша. <http://www.probloger.net/what-is-rss>

Абревіатура RSS є назвою для декількох форматів, які базуються на XML. Існують наступні стандарти:

- Really Simple Syndication (RSS 2.0)
- Rich Site Summary (RSS 0.91, RSS 1.0)
- RDF Site Summary (RSS 0.9 та 1.0).

Розробка того, що згодом стало відомо як RSS, почалася ще в 1997 році.

Першу популярність ця технологія здобула, коли компанія Netscape використала її для наповнення каналів свого порталу Netcenter. Незабаром ця технологія вже використовувалася для трансляції контенту на багатьох сайтах новин – в тому числі таких, як BBC, CNET, CNN, Disney, Forbes, Wired, Red Herring, Slashdot, ZDNet і багатьох інших. Першою відкритою офіційною версією RSS стала версія 0.90. Формат був заснований на RDF (Resource Description Framework –

стандарт схеми опису джерел) і багатьом здався занадто складним, –

тоді Netscape представила його спрощену версію – 0.91. У 2000 році відбувся поділ формату: група розробників зі списку розсилки «RSS-DEV» запропонувала формат RSS 1.0, який був базований на стандартах XML і RDF організації W3C. Розширення формату пропонувалося робити через модулі розширень, описувані у своїх просторах імен. Оскільки проект використовує вже існуючі стандарти, розглядається його використання в межах технології Semantic Web. Дейв Вайнер, що працює в компанії «UserLand Software», опублікував специфікацію RSS 0.92, яка є розвитком версії 0.91 і орієнтується на тих користувачів, яким RDF-опис здався занадто складним. Вайнер зміг популяризувати свою розробку серед багатьох видань (у тому числі «The New York Times») і придумав свою розшифровку аббревіатури – Really Simple Syndication (дуже просте отримання інформації). Подальшим розвитком цієї гілки став формат RSS 2.0, який теж підтримує розширення за допомогою модулів, що лежать у своїх просторах імен.

Використання

Як правило, за допомогою RSS дається короткий опис нової інфор-

мації, що з'явилася на сайті, і посилання на її повну версію. Багато сучасних браузерів, поштових клієнтів і програм миттєвого обміну повідомленнями вміють працювати з RSS-стрічками. Крім того, існують спеціалізовані програми (RSS-агрегатори), що збирають і обробляють інформацію RSS-каналів. Також дуже популярні веб-агрегатори – сайти для збирання та відображення RSS-каналів.



Іноколи автоматичне виявлення RSS не спрацьовує й іконка підписки не активується. В такому разі пошукайте на сторінці одне з таких або подібних зображень:

Після того, як посилання на стрічку знайдене, залишається тільки підписатися на неї. Подальші кроки залежать від того, який спосіб підписки Ви обрали:

1. За допомогою браузера:
 - Mozilla Firefox
 - Internet Explorer
 - Opera та ін.
2. За допомогою локальної програми:
 - Feedreader
3. За допомогою спеціальних сервісів для роботи з RSS-потокami (онлайн-читалки):

Наприклад,

Bloglines (www.bloglines.com/);

Feedly (<http://www.feedly.com/>);

Fever (<http://www.feedafever.com/>);

NetVibes (<http://www.netvibes.com/uk-ua>) та ін.

На жаль, найпопулярніша до 2013 р. GoogleReader (www.google.com/reader) припинила існування 1 липня 2013 р. Обирайте самі!

Є досить велика кількість додатків для створення RSS-міток, які бібліотекарі можуть легко використати, наприклад:

Feedburner (www.feedburner.com),
FeedYes (www.feedyes.com),
FeedForAll (www.feedforall.com),
FeedEditor (www.extralabs.net),
RSSCreator (www.Webreference.com)
та ін.

Бібліотеки можуть використовувати RSS для перепублікування на своїх сайтах корисних статей з інших сайтів (наприклад огляди кращих книг з New York Times Book Review), використовуючи такі додатки, як Feed2JS (<http://incsub.org/feed2js>), Feedroll (www.feedroll.com), Feedsweep (www.howdew.com/products/), Feedsplitter (<http://chxo.com>). Нещодавно з'явилися також додатки, що дозволяють «змішувати» мітки, створюючи нові (RemixRSSFeeds): FeedBlendr (www.fleedblender.com), RSSmix (www.rssmix.com) та ін.

Переваги використання

Стрічки RSS дозволяють **швидко ознайомитися зі змінами змісту сайту, безпосередньо не заходячи на нього** браузером. Стандартизація RSS дозволяє використання одного агрегатора для підписки на безліч стрічок різних сайтів. Для розповсюджувача інформації використання формату RSS дозволяє моментально поширювати новини серед тих, хто підписався на стрічку RSS, без анонсів електронною поштою або в інший спосіб. Провідні українські сайти підключилися до цієї тенденції, і все більша їх кількість також стала надавати доступ до останніх новин у вигляді стрічок RSS.

Отже, RSS – це:

1. **Економія часу.** Вам не доведеться щоденно відвідувати численні сайти і шукати на них нові матеріали.
2. **Економія трафіку.** Стрічка RSS зазвичай містить лише зміст но-

вини, реклами, зображень та флеш-анімації.

3. **Відсутній спам.** Немає навіть такого терміна.

4. **Анонімність.** Вам не потрібно вказувати свою адресу електронної пошти та підтверджувати реєстрацію.

5. **Поінформованість.** Неможливо щось пропустити. Всі зміни зберігаються.

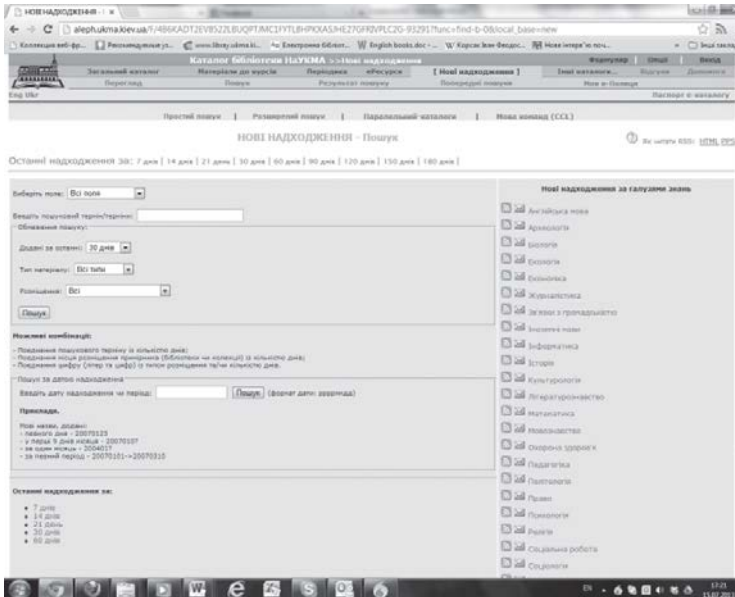
- **Бібліотеки** використовують технології RSS передусім для підписки користувачів на новини та події з сайту (блогу) бібліотеки, списків нових записів в е-каталозі, оглядів нових надходжень чи передплати нових ресурсів, інформування про нові ресурси, сервіси чи заходи, зміни в режимі роботи, передплаті періодики, нові коментарі на бібліотечному блозі чи сторінці бібліотеки в соціальній мережі тощо. Всі оновлення, яких потребує користувач, про ресурси, сервіси та події бібліотеки, він може отримувати автоматично. Бібліотека має подбати про це через налаштування RSS.

- Зрештою, бібліотекарі також можуть додати RSS-мітки до адреси своєї е-скриньки: Squeet (<http://squeet.com>) чи RMail (www.r-mail.org). Зарубіжні бібліотеки також пропонують користувачам підписатися на автоматичне RSS-повідомлення про заборговані книжки, вакансії в бібліотеці тощо.

Приклади:

1. «Стрічка «Українські бібліоблоги»: від FeedBurner - http://feeds.feedburner.com/ukr_lib_blogs
2. Скріншот електронного каталогу наукової бібліотеки Національного університету «Києво-Могилянська академія»: праворуч можливість підписатися на RSS-стрічку про нові надходження до бібліотеки з певної галузі знань.

Приклад



оже також стосуватися спільного програмного забезпечення (*collaborativesoftware*), яке розробляється для створення такого сайту. Терміни Вікі (з великої літери) та ВікіВікіВеб (*WikiWikiWeb*) часом використовують, щоб сказати конкретно про *Portland Pattern Repository* – перший вікі в історії. Прихильники такого вжитку про-

Atom – це формат, заснований на XML, який призначений для агрегації інформації, в першу чергу з веб-сайтів. Зручний для використання у блогах, проте може застосовуватися і для будь-яких інших новин та періодичних видань в інтернеті. Істотною частиною специфікації є протокол, що працює поверх HTTP, призначений для автоматизації ведення блогу. Історично з'явився пізніше RSS і враховував багато недоліків згаданого формату. Дискусії щодо переваг RSS чи Atom – тривають. Як відомо, Google обрав Atom, а Yahoo – RSS. Але, як правило, звичайним користувачам нецікаво, який з форматів краще, важливо, щоб програма-агрегатор підтримувала всі формати.

понують використовувати слово з малої літери для вікі-сайтів загалом.

Слово вікі походить з гавайської мови й означає «хуткий» або «швидкий». Першим вікі став *Portland Pattern Repository*, створений Вордом Канінгемом (*Ward Cunningham*) у 1995 році. Канінгем вигадав і назву «вікі», і концепцію – і сам створив перше втілення системи вікі. Як було згадано вище, дехто дотримується думки, що тільки перший вікі слід називати Вікі (з великої літери) або ж ВікіВікіВеб (*WikiWikiWeb*). Вікі Ворда Канінгема залишається одним з найпопулярніших вікі-сайтів. Канінгем узяв термін вікі від «вікі-вікі», тобто «хутких» автобусиків, що функціонували в аеропорту Гонолулу. Вікі-вікі – це було первинне гавайське слово, яке Канінгем вивчив під час першого відвідання островів, коли працівник аеропорту сказав йому їхати з одного терміналу в інший автобусом вікі-вікі. За словами самого Канінгема, – «Я обрав термін вікі-вікі, щоб замінити надто хутку думку назвати цю штуку «хуткою мережею»».

Наприкінці XX століття вікі-сайти все більше визнаються як перспективний шлях розвитку приватних і публічних баз знань, і саме цей потенціал надихнув засновників енциклопедичного проекту Nupedia – Джимбо Вейлза (*Jimbo Wales*) та

2. ВІКІ: СУТНІСТЬ, ПОНЯТТЯ, КОНЦЕПЦІЇ, ТЕХНОЛОГІЇ, ВЛАСТИВОСТІ. ВІКІПЕДІЯ. ВИКОРИСТАННЯ ВІКІ У БІБЛІОТЕКАХ

2

Вікі – це веб-сайт (або інша гіпертекстова збірка документів), що дозволяє користувачам змінювати самостійно вміст сторінок через браузер, використовуючи спрощену і зручнішу, порівняно з HTML, вікі-розмітку тексту.

Ларрі Сенгера (*Larry Sanger*) – до використання технології вікі як основи електронної енциклопедії, – так у січні 2001 року було створено «Wikipedia». Спочатку вона працювала на базі програмного забезпечення UseMod, але потім перейшла на власну відкриту базу кодів Mediawiki, яку тепер перебрали багато інших вікі. Сьогодні Вікіпедія, а також окремо її англійська частина – найбільший вікі-портал у світі. Друге місце посідає німецька версія. А от четвертим завбільшки свого часу була вікі Susning.nu (закрита у 2009 році) база даних шведською мовою, що використовує програмне забезпечення UseMod. Всеохопна природа Вікіпедії стала значущим чинником її росту, тоді як багато інших вікі є високоспеціалізованими.

Відкрита філософія більшості вікі – дозволяти будь-кому змінювати вміст – не гарантує, що наміри таких редакторів завжди добрі. Більшість публічних вікі уникають обов'язкових реєстраційних процедур. Однак багато з найбільших вікі-систем (включно з MediaWiki, MoinMoin, UseModWiki та TWiki) мають певні методи з обмеження доступу до написання тексту. Деякі вікі-системи дають можливість забороняти редагування певним користувачам, чого можна досягти, блокуючи конкретні IP-адреси або імена користувачів, якщо вони відомі. Правда, з цим бувають і певні технічні проблеми.

Загальним способом захисту від настирливих «вандалів» є просто дозволити їм зіпсувати стільки сторінок, скільки ті бажають, знаючи, що ці сторінки легко відстежити та змінити назад після того, як вандал піде. Однак ця стратегія швидко може стати непрактичною, оскільки злість або почуття власної неповноцінності таких осіб можуть змусити їх систематично псувати чужі статті.

У разі надзвичайних ситуацій деякі вікі дозволяють перемикати бази даних в режим, доступний тільки для читання. Інші застосовують політику, що дозволяє продовжувати реда-

гування тільки «давнім» користувачам, які зареєструвалися до якоїсь довільно обраної дати. Однак, кажучи загалом, будь-яку шкоду, завдану «вандалом», можна швидко та легко виправити. Проблематичнішими є непомітні помилки, які вставляють у сторінки. Приклад – зміни в датах випусків альбомів співаків, їхньої дискографії.

В Україні серед відомих вікі-проектів та вікі-спільнот, наприклад: «Майдан Вікі», «Родовід», «НЛП», Joomla! документація (до проекту Joomla!), MusicWiki (музична енциклопедія) та ін.

Інші віртуальні енциклопедії та довідники:

- «WWW Енциклопедія Києва» («ВЕК») (цей проект має спеціальний frontend, а репозиторій статей побудовано на Вікі-технологіях);
- Відкрита енциклопедія українства в Республіці Білорусь;
- Енциклопедія Драматика – гумористична енциклопедія мережевої культури; сайт у спам-фільтрі Вікіпедії, тому непряме посилання.

Вікіпедія (англ. *Wikipedia*) – відкрита багатомовна вікі-енциклопедія, якою опікується некомерційна організація «Фонд Вікімедіа». Назва утворена від слів «вікі» (технології для створення сайтів) та «енциклопедія». Засновниками Вікіпедії є Ларрі Сенгер та Дж. Вейлз. Офіційне відкриття відбулося 15 січня 2001 р.

Вікіпедія містить майже 22 млн статей, що написані добровольцями з усього світу. Учасників Вікіпедії називають *вікіпедистами*. Вікіпедія є п'ятим за популярністю веб-сайтом у світі – його щомісяця відвідують понад 400 млн осіб. Як інтернет-довідник Вікіпедія є найбільшою і найпопулярнішою серед подібних сайтів. За обсягом відомостей і тематикою Вікіпедія вважається найповнішою енциклопедією, яка коли-небудь створювалася за всю історію людства. Однією з переваг Вікіпедії є можливість представлення інформа-

ції рідною мовою – сайт складається з 285 мовних розділів (національних Вікіпедій). Найбільшою національною Вікіпедією за кількістю статей є англійська, яка містить більше 4 млн статей.

На відміну від традиційних енциклопедій, Вікіпедія застосовує «вікі» – відкриту редагувальну модель. За винятком лічених сторінок, що найчастіше страждають від вандалізму, кожна сторінка може бути редагована анонімно чи від облікового запису користувача через його браузер з використанням полегшеної вікі-розмітки. Жодна сторінка не є власністю її творця чи будь-якого іншого редактора, і не перевіряється ніякими офіційними організаціями; зміст статей погоджується через консенсус.

Всі учасники, незалежно від того, зареєстровані вони чи ні, можуть скористатись функціями, доступними в програмному забезпеченні, на якому працює Вікіпедія. Сторінка «історії» редагувань, що прикріплена до кожної сторінки, зберігає запис будь-якої минулої версії статті, хоча версії з наклепницьким змістом, кримінальними погрозами та з порушенням авторських прав можуть згодом вилучатися. Ця функція дозволяє легко порівнювати старі та нові версії, відмінити правки, які редактор вважає небажаними чи відновлювати втрачений зміст. Сторінка «обговорення», що супроводжує кожну статтю, використовується для того, щоб координувати зусилля кількох редакторів. Постійні учасники також використовують «список спостереження» для статей, які їх цікавлять, щоб легко відслідковувати останні зміни в цих статтях. Широко використовуються комп'ютерні програми, що називаються інтернет-ботами, щоб вилучати вандалізм відразу після того, як він був зроблений, виправляти поширені орфографічні помилки або, щоб створювати статті стандартного вмісту, наприклад географічні.

Вікіпедія повністю відповідає концепції вікі: кожен відвідувач може вільно, без реєстрації, редагувати і

поширювати зміст будь-якої статті. Інша важлива ознака Вікіпедії: відсутність авторських прав. Відповідно до суспільної ліцензії GNU, ніхто не може пред'являти свої авторські права на матеріали Вікіпедії.

Одним з головних пунктів у критиці проекту Вікіпедії є те, що статті можуть змінюватися будь-ким і ніхто не відповідає за правильність і повноту інформації. У протизагу цьому учасники Вікіпедії дотримуються думки, що легкість і доступність зміни інформації сприяє підвищенню ступеня її правильності й актуальності.

Фонд Вікімедія, компанія-власник і організатор Вікіпедії, також підтримує й інші проекти зі створення вільних публікацій в Інтернеті:

- вільна бібліотека – ВікіТека,
- безкоштовні підручники – ВікіПідручник,
- словник – ВікіСловник,
- збірники цитат – ВікіЦитати,
- вільні новини – ВікіНовини,
- вільний каталог біологічних видів – ВікіВиди ,
- збірка медіафайлів – ВікіСховище.

Українська Вікіпедія наразі є найбільшою енциклопедією українською мовою, яка коли-небудь існувала. В ній нараховують понад 450 тис. статей (станом на 1.07.2013). Нагадаємо, у найбільшій друкованій енциклопедії українською мовою – Українській радянській енциклопедії було лише близько 50 тис. статей. Українська Вікіпедія наразі посідає 14-те місце за кількістю статей серед 282-х мовних розділів Вікіпедії, та на 3-му серед Вікіпедій слов'янськими мовами. В ній нараховують більше 25 тис. зареєстрованих користувачів, які протягом останнього місяця здійснили принаймні одне редагування, а за всю історію її редагувало більше 183 тис. користувачів. У березні 2013 р. україномовний сегмент інтернет-енциклопедії Вікіпедія вийшов на перше місце в світі за темпами зростання популярності серед найбільших Вікіпедій. Відзначається, що за березень в українській Ві-

кіпедії було переглянуто 83.500.000 сторінок, що на 76% більше, ніж у березні 2012 р. За інформацією статистичного сервера Фонду Вікімедіа у березні 2013 р. в Українській Вікіпедії загальна кількість переглядів сягала 80,8 мільйонів, що становить 0,39% від переглядів сторінок Вікіпедії усіма мовами, або 18-е місце у світі. У першій світовій п'ятірці за швидкістю зростання відвідуваності також Вікіпедії арабською (+64%), в'єтнамською (+52%), російською (+48%) і турецькою (+47%) мовами.

Бібліотекам варто використовувати Вікіпедію як довідкове джерело, а також - для презентації бібліотеки в світовій спільноті. Створіть статтю про Вашу бібліотеку вже зараз!

Варта уваги думка про доцільність залучення бібліотекарів як експертів (зокрема, у метаданих) у створенні статей, або й до написання статей (краєзнавчого спрямування, фактографічних тощо). Адже бібліотекарі можуть створити якісну статтю на будь-яку тему, з використан-

ням (перевіркою даних) у надійних енциклопедіях, довідниках тощо.

Технології вікі бібліотекарі можуть використовувати також для спільних проектів, колективної роботи, створення довідників, баз знань, розробки документації тощо. Наприклад, таких, наприклад, як проект OpenLibrary (Відкрита бібліотека) -<http://openlibrary.org/> - відкритий бібліотечний каталог «на всі книжки, що були надруковані», наповнюється колективно бібліотекарями з усього світу з використанням вікі). Інший приклад: портал Wiki.SiberiaDa (спільний проект російських бібліотекарів, краєзнавців, істориків у спільному створенні, наповненні, управлінні тематичною вікі-енциклопедією про Сибірський регіон). Про кращі приклади використання вікі- в бібліотеках можна ознайомитися на англomовному порталі LibrarySuccess: ABestPracticesWiki (http://www.libsuccess.org/Main_Page).

Узагальнюючи, вікі для бібліотек може бути корисним у:

- співробітництві (у спільних проєктах) між різними бібліотеками;
- співробітництві між бібліотекарями однієї бібліотеки;
- співробітництві між бібліотекою та користувачами;
- сприянні у спільних проєктах користувачів.

Ключові компетенції, яких набувають бібліотекарі при колективній роботі у вікі-середовищі: інформаційна грамотність, медіа грамотність (навички створення, редагування, аналізу, структурування тексту), співробітництво (вміння працювати в групі, мережевий етикет, використання координаційних технологій спільної роботи в реальному часі), професійна активність, управління знаннями (готовність ділитися досвідом, вміннями, знаннями), соціально-правові компетенції (знання авторського права), моральні компетенції (персональна відповідальність за внесок до спільного проєкту).

Приклади представлення бібліотек України у Вікіпедії

Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського НАН України – http://uk.wikipedia.org/wiki/Національна_бібліотека_України_імені_В._І._Вернадського

Національна парламентська бібліотека України – http://uk.wikipedia.org/wiki/Національна_парламентська_бібліотека_України

Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка – http://uk.wikipedia.org/wiki/Харківська_державна_наукова_бібліотека_імені_В._Г._Короленка

Національна бібліотека України для дітей – http://uk.wikipedia.org/wiki/Національна_бібліотека_України_для_дітей

Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» – http://uk.wikipedia.org/wiki/Наукова_бібліотека_Національного_університету_«Києво-Могилянська_академія»

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Пропонуємо самостійно познайомитись із програмними застосунками для створення і читання RSS-стрічок

На підставі здійсненого аналізу самостійно

1. Створити каталог кращих RSS-ресурсів для однієї з соціальних сфер (на вибір).
2. Додати стрічку RSS до сайту своєї бібліотеки.
3. Додати RSS з сайту про книжкові новинки (New York Books Review, ЛітАкцент (<http://litakcent.com/>), «Кассіопея – сузір'я українських книжок», часопис «Критика» тощо) до свого сайту або підписатися на них самому.
4. Створити (поредагувати) статтю у Вікіпедії про свою бібліотеку.

ДИСКУСІЯ В БІБЛІОТЕЦІ

Пропонуємо організувати дискусію на тему «Технології вікі та їх можливе використання в бібліотеках» з використанням Веб-застосунків спільного обговорення.

Серед запитань можливі:

- У чому переваги використання RSS та ATOM?
- Які довідники чи бази знань може створити бібліотека з використанням вікі?
- Які можливі застосування вікі для спільної роботи з користувачами?
- Чи Вікіпедія – надійне джерело інформації?

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Баньковська І. М. Як Могиллянська бібліотека інформує про нові надходження через електронний каталог [Текст] / Ірина Баньковська // Бібліотечний форум України. – 2011. – № 4. – С. 14-15.
2. Башун О. Комп'ютерні програми для створення електронних бібліотек / Олена Башун // Бібліотечний форум України. – 2012. – № 1. – С. 28-33.
3. Вікіпедія: вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Електрон. Дані // Вікіпедія. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/>. - Назва з екрану.
4. Що таке RSS? [Популярно про RSS] [Електронний ресурс]. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://rssfeed.in.ua/>. – Назва з екрану.
5. Грінченко В. «Вікіпедія» як елемент культури інформаційного суспільства / В. Грінченко, Т. Грінченко [Текст] // Вісник Національної академії наук України. – 2010. – № 10. – С. 54-63. – Існує в ел. вигляді за веб-адресою: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/all/herald/2010-10/a6.pdf>.
6. Губенко Д. Чарівна шухляда [Електронний ресурс]. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://www.ut.net.ua/Society/6600>. – Назва з екрану.
7. Киричок Т. Тенденції розвитку електронних енциклопедичних видань [Електронний ресурс]. – Електрон. дані. – Режим доступу: http://druk.kpi.ua/files/publications/Kyrychok_T_0.pdf. – Назва з екрану.
8. Куліков В. О. Пошук історичної інформації в інтернеті : навч. посіб. для студ. істор. фак. [Текст] / Володимир Куліков. – Х. : Вид-во ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – 91 с. – Існує в ел. вигляді за веб-адресою: http://www-history.univer.kharkov.ua/book/Kulikov_Poshyk_informacii.pdf.
9. Редькина Н. С. Возможности использования вики-технологий в библиотеках / Н. С. Редькина [Текст] // Научные и технические библиотеки. – 2012. – № 5. – С. 45-55. - Існує в ел. вигляді за веб-адресою: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2012/5/ntb_5_6_2012%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf

ТЕМА 2.2. СОЦІАЛЬНІ ГЕОСЕРВІСИ

Шановні бібліотекарі!

Ознайомившись з теоретичним матеріалом та виконавши завдання практичної і самостійної роботи з теми, Ви будете знати основні можливості картографічних веб-сервісів:

- щодо організації пошуку місцезнаходження об'єктів,
- щодо перегляду знайдених об'єктів,
- щодо застосування геосервісів у бібліотечній практиці

та вміти:

- наносити опис нових об'єктів на мапу,
- створювати власні мапи,
- будувати маршрути,
- додавати мапу до веб-сторінок.

Важливо!

Розуміти переваги та застереження щодо використання соціальної складової геосервісів.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

- про можливість залучення користувачів: «експертів» та волонтерів для створення бібліотечних продуктів та послуг, реклами, масових заходів тощо з використанням соціальних геосервісів.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. ГЕОІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ, ФУНКЦІЇ. ПОПУЛЯРНІ ПРОЕКТИ

Географічна карта здавна була засобом для прийняття рішень про положення в просторі. Завдяки їй і зараз приймаються рішення про взаємне положення об'єктів, обчислюються відстані від об'єкта до об'єкта, виробляється прокладення маршруту й обчислення його довжини.

Геоінформаційна система - це система, яка:

- є комплексом взаємодіючих компонентів, що складається з комп'ютерних засобів, програмного забезпечення, географічних даних, регламенту користувачів;
- виконує функції введення, інтеграції, зберігання, обробки, аналізу, моделювання та візуалізації географічної інформації.

Наприклад:



Mapia (<http://mapia.ua>) - це актуальна карта України з можливістю пошуку за адресами та за категоріями. Використовуючи меню «Категорії», користувачі швидко знаходять супермаркети, бібліотеки, банкомати, кінотеатри, пам'ятки архітектури тощо, а також мають можливість отримати детальну інформацію про них. Сервіс цікавий тематичними «добірками», що містять довідковий фактографічний матеріал з прив'язкою його до мапи. Наприклад, «Де можна покататися на конях в Києві?», «Пам'ятки міста Львів за 2 дні».

Соціальні геосервіси дозволяють користувачам самим додавати зміст, ставити теги, працювати спільно та ділитися створеним змістом.

**WikiMapia (ВікіМапія)**

<http://wikimapia.org/> - відкритий багатомовний вікі-проект, що ґрунтується на поєднанні електронних мап (GoogleMaps, GoogleEarth та їм подібних) та Вікі-технологій. По суті це інтерактивна карта світу, яку постійно поповнюють користувачі.

Для бібліотек цей ресурс цікавий тим, що можна не лише позначити бібліотеку на карті, а й додати довідкову інформацію різними мовами, фото та посилання на статтю у Вікіпедії.

**Панораміо**

(<http://www.panoramio.com/>) - соціальний сервіс, який дозволяє завантажувати фотографії та прив'язувати їх до КартGoogle та GoogleПланета Земля, а також публікувати коментарі.

Карти Google

(англ. *GoogleMaps*).

Сервіс являє собою карту та супутникові знімки всього світу (а також Місяця і Марса). З сервісом інтегрований бізнес-довідник і карта автомобільних доріг, з пошуком маршрутів та розкладом громадського транспорту (доступно не для всіх міст).

З сервісом також пов'язаний застосунок Google Планета Земля. Її перевагою є тривимірне зображення земної поверхні (з урахуванням рельєфу), можливість спостереження під довільним кутом (а не тільки прямою згори), поступове уточнення зображення по мірі завантаження детальніших фотознімків, можливість плавної зміни масштабу.

На бібліотечні комп'ютери можна встановити окрему програму **Google Планета Земля**. Програма вільно розповсюджується за адресою: <http://www.google.com.ua/intl/uk/earth/> та запропонувати користувачам здійснити віртуальну подорож у будь-яке місце у світі. Можна переглядати велику бібліотеку відеотурів, відеозаписів і зображень, створених програмою Google Планета Земля та її партнерами – від місць аварій кораблів на дні океану до тривимірних моделей міст світу. Можна самим створити відеотур та поділитись ним з друзями.

Залежно від місцевості у службі «КартиGoogle» доступні різні режими відображення (подання). Перехід між режимами можна виконати у правому верхньому куті мапи:

- **Мапа** - відображення мапи з традиційним зображенням доріг, парків, кордонів, водойм тощо.
- **Супутник** - відображення аерофотознімків. Для відображення назв вулиць та інших відомостей установіть прапорець «Показувати мітки».
- **Ландшафт** - відображення високх об'єктів як тривимірного рельєфу. Воно також включає назви вулиць та інші відомості.

Перегляд вулиць (Google Street View) надає користувачам можливість «поблукати» в тривимірній проекції вулиць через інтернет. Така функціональність стала можлива за допомоги кругового фотографування місцевості спеціальним обладнанням у режимі реального часу. В підсумку створюється багато сферичних панорам з прив'язкою до географічних координат та надається можливість перемикатись між ними, використовуючи для цього інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, створюючи відчуття пересування в просторі. Є можливість розпізнавати пласкі поверхні на фотографії, такі як фасади будівель, також присутня мож-

ливість отримання найвдалішого ракурсу для перегляду вибраного виду.

Прокладання маршрутів

Щоб скористатись сервісом пошуку маршрутів, необхідно перейти на вкладку «Прокласти маршрут», після чого набрати адресу звідки ви їдете і адресу місця призначення. Ви можете обрати спосіб пересування: пішки, велосипедом, або на автомобілі чи громадському транспорті. Прокладений маршрут буде наведено на мапі та продубльовано текстовою інструкцією з пересування.



Громадський транспорт

Для громадського транспорту вказано номери маршрутів, розклад руху, та наведено приблизний розрахунок часу на дорогу в залежності від того, коли вам потрібно здійснити подорож (враховується інтервали руху на цей час та поточна ситуація на дорогах). Ця функція реалізується завдяки співпраці Google з компаніями перевізниками в кожному окремому місті. Для України першими містами, де реалізовано цю функцію стали Київ та Лівів.

2. ВИКОРИСТАННЯ ГЕОСЕРВІСІВ

2

Проект Google «Джерело відкриттів» (<http://www.google.ru/intl/ru/landing/thingstodo/>) має на меті показати користувачам інтернету, які можливості відкривають їм сервіси Google. З можливостями використання Карт Google Ви можете ознайомитись на диску до посібника.

Сервіси соціального геопозиціонування

У службах соціального геопозиціонування можна бачити місцезнаходження друзів і рідних на карті, а також повідомляти про своє місцез-

находження обраним людям. Публічні місця мають свої сторінки та заохочують постійних відвідувачів.

Приклади:

- **Altergeo.ru**
- **Forsquer.com**
- **Google Latitude**

Перші кроки

1. Зареєструватись.
2. Встановити застосунок на пристрій мобільної комунікації.
3. Встановити зв'язки.
4. Відмічати своє місце знаходження, сповіщуючи обраних друзів чи рідних де ви є.
5. Залишати відгуки про ті місця, де ви побували, поради та орієнтири.
6. Додавати місця (створювати профілі місць), якщо їх ще не позначено в системі.
7. До своїх відміток (check-in) залишайте фото та коментарі.
8. Ваша активність та змістовне спілкування сприятимуть вашому рейтингу.

Переваги для бібліотек:

Відгуки про вашу бібліотеку, що залишають користувачі в цих службах сприятимуть пошуковій оптимізації, отже чим більше людей залишили схвальний відгук, тим більше ймовірність того, що люди, які шукають у вашій місцевості бібліотечні сервіси, надаватимуть перевагу саме вашому закладу.

Досвід адвокаційної кампанії «**Library say yes!**»

<http://www.librariesyes.com/>

- Користувачів попросили зробити рейтинг бібліотек та огляд у тій мережі, яку вони використовують: Yelp, Foursquare, Google

Places, and Facebook Places.

- Розробили 4 відео-пояснення «Як презентувати свою любов до бібліотеки?» та привілеї для кожної з цих мереж.
- Загальне гасло: «Відмічайся. Оцінуй. Коментуй».

Геосервіси для розваг та навчання:

<http://scvngr.com/>

<http://youbeq.com/>

<http://www.geoguessr.com>

<http://www.shukach.com/>

Геокешинг - туристична гра із застосуванням супутникових навігаційних систем, яка полягає у знаходженні сховів, створених іншими учасниками гри.

У неї можна грати сім'єю,гуртом або поодиночі. Основна ідея полягає в тому, що одні гравці готують схов, за допомогою GPS визначають його географічні координати та повідомляють про них в інтернеті. Інші гравці використовують ці координати і свої GPS-приймачі для пошуку схову.

В деяких варіантах гри схов рекомендується створювати тільки в місцях, які представляють природний, історичний, культурний, географічний інтерес. Тому створення і пошук сховів перетворюються в активний пізнавальний процес. Гравці отримують безліч цікавих відомостей про визначні пам'ятки. Заохочуються схови, де ставиться оригінальна і важка (наприклад, багатокрокова) пошукова задача. Бібліотеки можуть запропонувати свої численні краєзнавчі ресурси активістам цього руху.

На перший погляд здається, що знайти схов з допомогою GPS-приймача просто. Однак точність, з якою GPS-приймач визначає позицію - від декількох метрів до декількох десятків метрів, це дозволяє тільки «окреслити» невеликий район

місцезнаходження схову. Для точнішого пошуку контейнера слід користуватися підказками з опису схову.

Найбільшою міжнародною площадкою гри є Geocaching.com. На сайті гри перебуває більше 1 мільйона схованок, на території Росії та України їх декілька сотень штук.

www.shukach.com

Геокешинг в Україні з'явився в 2011 році. Українська гра почалася, як незалежний проект **Шукач–Геокешинг в Україні**. Зараз Шукач є найбільшим українським сайтом у цій області.

Соціальні мережі для мандрівників

www.wayn.com

WAYN Where are you now? перекладається як «Де ти тепер?».

Соціальна мережа під цією назвою об'єднує мандрівників з різних куточків планети. Мета цього порталу – допомогти людям не тільки знайти місце для ночівлі та познайомитися з новими людьми, а й скласти маршрут згідно з відгуками інших, написати есе або рецензію, поділитися фотографіями.

www.couchsurfing.org

«**КаучСерфінг**» (англ. *Couch-Surfing*, аббревіатура: CS) — одна з найбільших всесвітніх гостьових мереж, реалізованих у вигляді онлайн-сервісу. Об'єднує понад 6 мільйонів людей в ста тисячах містах. Учасники безкоштовно діляться один з одним місцем для ночівлі під час подорожей, організовують спільні подорожі та розвивають культурний взаємообмін.

ДИСКУСІЯ В БІБЛІОТЕЦІ

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо провести дискусію у бібліотеці і спільно з читачами і партнерами обговорити наступні питання:

1. Нові послуги бібліотек з використанням соціальних геосервісів: знайдіть вдалі приклади. Запропонуйте свої варіанти.
2. Які переваги отримує бібліотека, використовуючи можливості соціальних геосервісів?
3. За якими творами і як Ви б організували літературну подорож?

ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Шановні бібліотекари!

Пропонуємо Вам поглибити свої знання з теми, ознайомившись із матеріалами, поданими у додатку до посібника, (див. диск) та спробувати виконати наступні практичні завдання:

1. Створити у Google Maps мапу з мережею бібліотек вашої системи або об'єктів культури вашої місцевості. Створити «візитівку» кожному об'єкту. (Можливе виконання спільного проекту в групі).
2. Google Maps: «прокладаємо маршрути». Прокласти маршрути на вибір (між бібліотеками вашої системи, між культурними пам'ятками вашої місцевості, між бібліотекою та транспортним вузлом).
3. Додати мапу на сайт бібліотеки.
4. Знайти та позначити будівлю вашої бібліотеки в проекті Wiki Mapia. Текст про бібліотеку, розклад роботи, контактні дані, умови надання послуг розмістити кількома мовами. Додати фото.
5. Додати фото бібліотеки у Panoramio, провести прив'язку до місцевості. Ці фото з'являються в Google Earth.
6. Створити офіційну сторінку організації в <http://local.google.com/> (лист підтвердження прийде на офіційну адресу за два тижні).
7. Використовуючи фонд вашої бібліотеки, фото та геотеги створити (на вибір): віртуальну подорож, літературну подорож, завдання для веб-квестів. Додати архівні фото з прив'язкою до місцевості та шкали часу у Google Earth).

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Шановні бібліотекари!

Пропонуємо самостійно ознайомитись з текстами повідомлень медіа (див. додаток на диску) та скласти таблицю переваг та застережень використання соціальних геосервісів.

Додатково для допитливих:

- Зареєструватися на altergeo.ru. або forsquare.com
- Додати Бібліотеку, опис, особливості, друзів тощо.
- Позначити своє місцезнаходження.
- «Обрати мера».

Питання

Що Бібліотека може запропонувати у якості купонів?

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Дементієвська Н. Міні-курс Соціальні геосервіси. Googlemaps (теорія). [Електронний ресурс] / Ніна Дементієвська, Антоніна Букач, Юрій Анісімов. – Електрон. текст. дані. – [Україна], 2009. – Режим доступу: [http://www.eduwiki.urau.net.ua/wiki/index.php?title=Міні-курс_Соціальні_геосервіси._Googlemaps_\(теорія\),_вільний](http://www.eduwiki.urau.net.ua/wiki/index.php?title=Міні-курс_Соціальні_геосервіси._Googlemaps_(теорія),_вільний). – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мов. – Перевірено: 10.03.2013.
2. Дементієвська Н. Міні-курс Соціальні геосервіси. Panoramio. [Електронний ресурс] / Ніна Дементієвська, Галина Проценко, Антоніна Букач, Юрій Анісімов. – Електрон. текст. дані. – [Україна], 2009. – Режим доступу: http://www.eduwiki.urau.net.ua/wiki/index.php?title=Міні-курс_Соціальні_геосервіси._Panoramio,_вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мов. – Перевірено: 10.03.2013.
3. Дементієвська Н. Міні-курс Соціальні геосервіси. Wikimapia [Електронний ресурс] / Ніна Дементієвська, Галина Проценко, Антоніна Букач, Юрій Анісімов. – Електрон. текст. дані. – [Україна], 2009. – Режим доступу: http://www.eduwiki.urau.net.ua/wiki/index.php?title=Мінікурс_Соціальні_геосервіси._Wikimapia,_вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мов. – Перевірено: 10.03.2013.
4. Социальный проект программы Google Планета Земля – Учебник: создание карт с помощью вкладки «Мои карты» [Електронний ресурс] – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: http://earth.google.com/intl/ru/outreach/tutorial_mymaps.html, вільний. – Назва з екрану. –Текст на екрані рос.мов. – Перевірено 10.03.2013

ТЕМА 2.3. ФОТО-/ВІДЕОСЕРВІСИ

Шановні бібліотекарі!

Вивчаючи цю тему, Ви оновите знання про:

- поняття фото-/відеохостингу, фото-/відеошарингу, відеоблогінгу,
- підкастинг як спосіб створення та передачі звукової та відеоінформації в інтернеті.

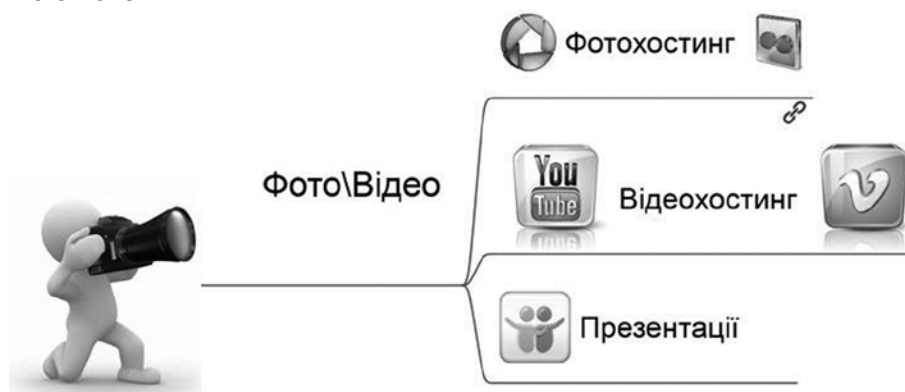
Після вивчення теми Ви будете

знати:

- про способи створення та передачі аудіо та візуальної інформації в інтернеті,
- про основні програми, які використовуються при цьому: Flickr, Photobucket, Panoramio, Picasa, LifeStudio, 35Photo, ImageShack, Hiero. Ru та ін. – для фото, YouTube, Dailymotion, Games-TV, GoogleVideo, Livestream, MyspaceTV, YahooVideo, MyVideo, EverydayExplorers, Openfilm, TeacherTube, RuTube, Vimeo, WorldMadeChannel, ЯндексВідео, Фламбер та ін. – для відео

вміти:

- завантажувати, переглядати, використовувати в блогах, на сайтах відео- чи фотоматеріали,
- використовувати сервіси фото- та відеохостингу для потреб
- бібліотеки.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно

«хмарних» технологій в цілому.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. ФОТО- ТА
ВІДЕОХОСТИНГ

Нагадаємо, що поняття **хостингу** (від англ. *host* – «господар, який приймає гостей») – означає послуги з надання обчислювальних можливостей для фізичного розміщення власної інформації на сервері в Мережі. Іншими словами, будь-хто може розмістити інформацію (документи, мультимедіа, блог, сайт, базу даних тощо) не на власному комп'ютері, а на сервері в Мережі, який пропонує таку послугу. Такі сайти-хостинги є різними, зокрема орієнтованими на тип чи вид документа та сервіси навколо їх розміщення, архівування та поширення.

Хостинг є частиною хмарних обчислень — парадигми, в рамках якої інформація постійно зберігається на серверах у мережі інтернет і тимчасово кешується на клієнтській стороні, наприклад на персональних комп'ютерах, ігрових приставках, ноутбуках, смартфонах тощо. При використанні хмарних обчислень програмне забезпечення надається користувачеві як інтернет-сервіс. Користувач має доступ до власних даних, але не може управляти і не повинен піклуватися про інфраструктуру, операційну систему, програмне забезпечення, з яким він працює.

Фотохостинг (англ. *photo hosting*) – веб-сайт, який дозволяє архівувати, публікувати, поширювати, обговорювати будь-які зображення, в т. ч. цифрові фото, в інтернеті. Будь-хто завдяки доступу до інтернету може використовувати фотохостинги для розміщення, збереження та презентації (поширення) зображень іншим користувачам Мережі, а також їх коментарів чи обговорень. Для бібліотек фотохостинг

може слугувати онлайнною галереєю, місцем довготривалого зберігання фото різних подій, будівель, співробітників тощо. Поширення відбувається за бажанням автора (адміністратора) серед всіх охочих, або лише певної групи користувачів (за налаштуванням). Основною перевагою фотохостингу для користувачів є зручність демонстрації фотографій. При розміщенні на сайті фотохостингу кожному фото надається унікальна URL-адреса. Автор світлина може поділитися гіперпосиланням чи розмістити його на власному сайті чи блозі.

Сайти – сервіси фотохостингу є безкоштовні й платні. Останні пропонують більший обсяг сховища й інколи більш широкий спектр налаштувань (обмеження доступу, кількість завантажень на місяць, кількість альбомів, друк фото тощо). Перші сайти обміну фотографіями виникли в середині 1990-х в основному як додатковий сервіс для онлайн-замовлення відбитків світлин, і лише згодом трансформувались у сервіси постійного та централізованого доступу до фотографій (чи відео) користувача. Серед перших тут були Webshots, SmugMug, Yahoo! Photos та Flickr (який першим запровадив поняття тегів для зображень). Нині ж, крім зазначених, таких сайтів кілька сотень. Найпопулярнішими в Україні є Flickr, Picasa, FISHUP, FirePic, NeePic, Photobucket, Panoramio, LifeStudio, 35Photo, ImageShack, Hiero.Ru, photoshare.ru, hostingkartinok.com, QIP.ru та багато інших.

Власник фотографій у більшості сайтів «хмарного» фотохостингу має можливість:

- обмежити доступ до своїх фото;
- встановити умови використання фото;
- супроводжувати свої фото коментарями;

- дозволяти коментувати свої фото;
- ставити до кожного фото мітки (теги), які дозволяють знаходити фото в архівах за темою, місцем або предметом, присутніми на фото;
- позначати певні фрагменти фото з коментарем;
- прив'язувати фото до місця зйомки або місцезнаходження об'єкта на географічній карті з великою точністю.

Є кілька різних варіантів авторських прав для розміщення фотографій: можна обрати від опції «Всі права захищені» до дозволу на вільне використання фотоматеріалів. Завантаження зображень можливе найчастіше не лише через браузер, але й через деякі інші застосунки (наприклад zip-архів та програму PhotoQip Manager для QIP.RU, програму Flickr Uploadr, плагін до Windows Explorer, e-mail для Flickr; FTP, e-mail, MMS для fish.up тощо). Останнім часом все частіше з'являється можливість онлайн-завантаження фото через мобільні пристрої.

Слайд-хостинг – розміщення та розповсюдження в мережі PowerPoint-презентацій: навчальних, маркетингових, розважальних тощо. Користувачі можуть додавати, переглядати та коментувати презентації. Бібліотеки, крім тематичних чи рекламних презентацій, можуть створити своє портфоліо чи віртуальний тур у вигляді презентації та поширити його в мережі. Основні сайти-сервіси: SlideShare, MyPlick, SlideBoom, SlideServe, SlidePub, authorSTREAM тощо.

Відеохостинг – сайт, що дозволяє завантажувати та поширювати власні, й переглядати інші відео (як професійні, так і аматорські відеозаписи, включаючи відеоблоги) в мережі. Тут теж використовується концепція «контент, що створе-

ний користувачем» (User-generated content). Користувачі можуть додавати, продивлятися і коментувати ті чи інші відеозаписи.

Найбільш популярні тут: YouTube, Dailymotion, Games-TV, Google Video, Livestream, MyspaceTV, YahooVideo, MyVideo, Everyday Explorers, Openfilm, TeacherTube, RuTube, Vimeo, WorldMadeChannel, ЯндексВидео, Фламбер та ін.

2. ФЕНОМЕН YOUTUBE

2

Найпопулярнішим у світі (до того ж третім за популярністю сайтом після Facebook і Google) є **YouTube**, філософія якого: «Розкажи світові про себе». YouTube дає можливість будь-якій людині з підключенням до інтернету та відеокамерою внести свій вклад у глобальний діалог за допомогою відео. Сайт – це живий архів відео зі всього світу – найбільша колекція подібного роду. Завдяки YouTube кожна людина має можливість стати зіркою світового масштабу. Треба лише проявити свою креативність та показати результат своєї творчості мільйонам користувачів YouTube.

Число щоденних переглядів відео на YouTube по всьому світу перевищує цифру в чотири мільярди, а кожну хвилину на сайт завантажуються 72 години відеоконтенту. Станом на березень 2013 р. тут було завантажено 78.3 млн відео. <http://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube> - cite_note-2. Серед найпопулярніших за тематикою – музичні відео (19,8%), реклама (19%), блоги (14,2%), комедії (13,4%), спорт (6,9%), освітні (6,0%), автомобілі (5,2%), фільми (4,7%), поради (2,6%), новини (2,6%), домашні тварини (2,2%), наука (2,2%), мандрівки (1,3%). Середня тривалість відео – 2 хв. 46 сек. Для того, щоб переглянути всі відео на сайті знадобилось би 412,3 років.

Проект був заснований у лютому 2005 р., перший відеоролик тривалістю в 19 секунд під назвою «Я в зоопарку» з'явився на сайті 23 квітня 2005 р. На сайті використовувалася технологія Flash відео (FLV), що дозволяє отримати хорошу якість запису при невеликому обсязі переданих даних. У листопаді 2006 р. YouTube придбала компанія Google.

В перші роки проект в основному розміщував піратські відео з популярних телепрограм і фільмів. Згодом керівництво компанії стало більш серйозно ставитися до матеріалів, захищених авторським правом. Зараз, у разі пред'явлення обґрунтованих претензій, відеоматеріали, розміщені користувачами, у яких немає на те авторських прав, знімаються з сайту.

Відеоматеріали YouTube розповсюджуються наступним чином:

- на сайті YouTube.com користувачі можуть завантажити відео в кількох розповсюджених форматах, в т. ч. mp3 і avi. YouTube автоматично конвертує їх у Flash Video (mp4) та робить їх доступними для онлайн-перегляду,
- за межами YouTube.com кожне відео супроводжується готовою HTML-розміткою для вставки відео на інші веб-сторінки. Дуже проста й зручна техніка такого копіювання сприяє розповсюдженню відео з цього сайту на блогах, сайтах, в соцмережах.

Завантажити відео можна за допомогою спеціальних застосунків (наприклад SaveTube) чи доповнень до браузера (наприклад UnPlug та ін.).

Користувачі можуть залишати власні коментарі чи оцінювати інші, додавати анотації та титри до відео, виставляти рейтинг переглянутим відео, якщо автор (той, хто завантажив відео) дозволяє це робити. Перелік «заборон» тут теж досить великий: можна заборонити перегляд

«для всіх» (натомість дозволити лише певним користувачам), вбудовування (embedding) власного відео на інші сайти чи блоги тощо.

У грудні 2012 р. з'явилась українська версія YouTube. Офіційний старт YouTube в Україні дозволяє українським творцям відеоконтенту ефективніше просувати свої відеороботи як в Україні, так і в будь-якій іншій країні, а користувачі всього світу отримують, в свою чергу, більш широкий доступ до контенту з України.

В деяких країнах світу (Китаї, Марокко, Пакистані, Ірані та ін.) YouTube заборонений (повністю чи частково).

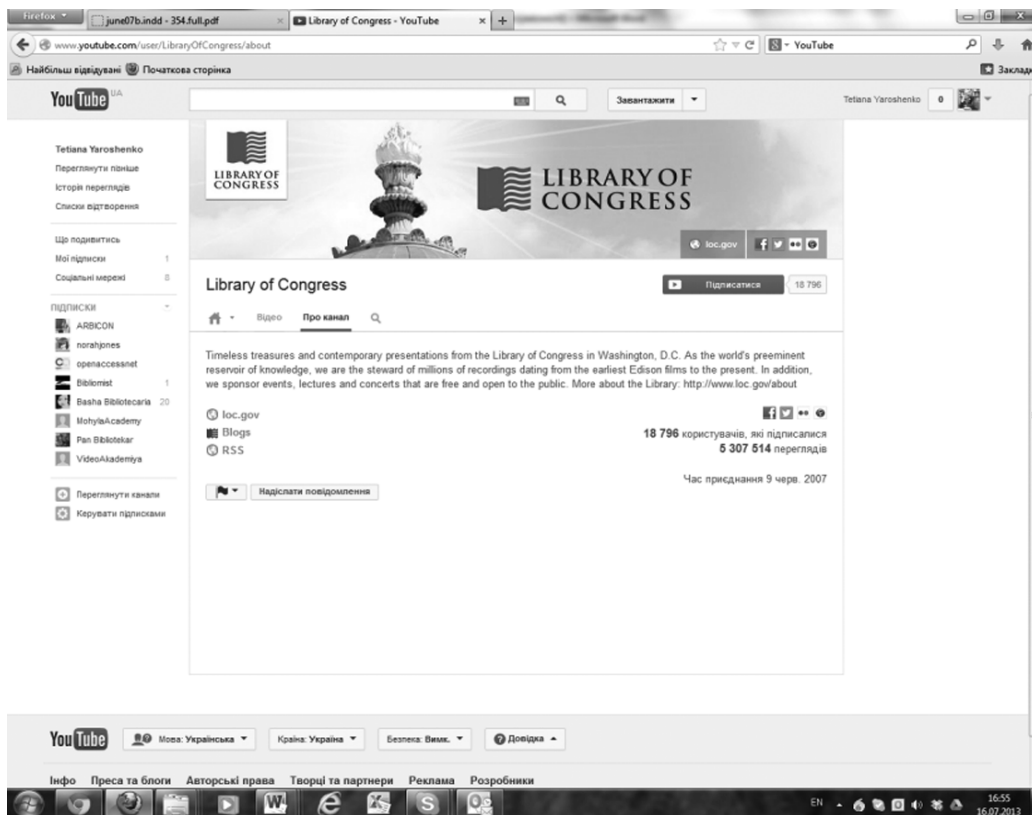
Бібліотеки можуть використовувати відеохостинг для завантаження презентаційних відео про бібліотеку, її сервіси та ресурси, події. Можна зробити віртуальний тур бібліотекою або ж розповідь про якийсь окремих сервіс (наприклад, про віртуальну довідку) чи про окремі ресурси (наприклад, колекцію журналів або електронних книжок) тощо. Можна робити відеоролики з усіх подій бібліотеки, і таким чином мати відеоархів – літопис. Звичайно ж, можна зробити у вигляді відеороликів всі навчальні чи тренінгові програми бібліотеки (від найпростіших «Як користуватися бібліотекою (електронним каталогом)» до таких, наприклад, як «Електронні бібліотеки в Інтернет», «Як користуватися пошуковими системами» та ін.).

Не забудьте: для розміщення відео на YouTube варто зареєструвати канал для своєї бібліотеки, а не для когось з бібліотекарів. Ви збільшите присутність бібліотеки в мережі, зможете аналізувати кількість прихильників та переглядів, переглядати коментарі та персональні рекомендації, запропонувати прихильникам підписатися на оновлення улюбленого каналу.

Зареєструвати канал досить просто, використовуючи обліковий запис Google.

На всі відео (після розміщення на YouTube) варто зробити посилання з сайту бібліотеки, розмістити новину про відео в соцмережах, на блозі бібліотеки тощо. На головній сторінці сайту бібліотеки варто розмістити символ YouTube із посиланням на канал.

Приклади каналів бібліотек на YouTube: скріншот каналу Бібліотеки Конгресу США. 18 796 користувачів підписались на цей канал, 5 307 514 переглядів відео бібліотеки (станом на 15.07.2013)



В Україні другий рік поспіль проводиться конкурс бібліотечного відео «БібліоКіноФест» («БібліоКіноФест: Кадри вирішують все» у 2012 р. та «БібліоКіноФест: Сучасна бібліотека сучасним людям» у 2013 р.). Конкурс проводився програмою «Бібліоміст» за підтримки Української бібліотечної асоціації, Міністерства культури України, Національної парламентської бібліотеки України та соціальної інформаційно-освітньої платформи EDUKIT. Мета конкурсу – відзначити відео, які привертають увагу громад до бібліотек, рекламують інноваційні бібліотечні послуги та підтримують позитивний імідж сучасних бібліотек.

Завдання: знайдіть роботи конкурсантів на YouTube, використовуючи мітки «Бібліотека», «БібліоКіноФест». Поділіться інформацією про відео, які Вам сподобались зі своїми друзями у соціальних мережах (Facebook, Вконтакте, Однокласники, Твітер, Google+).

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Пропонуємо самостійно:

Познайомитись зі всіма переліченими програмами для фото- та відео-хостингу, створити облікові записи для розміщення власних фотопрезентацій чи відео в обраних.

Додати бібліотечне фото до обраного сайту, подбавши про теги, опис, прив'язку до місцевості, умови розповсюдження.

Завантажити фото (відео) про свою бібліотеку (своє місто). Повідомити «друзів».

Знайти в SlideShare презентації на тему (наприклад «Бібліотеки світу», «Бібліотека та соціальні мережі» тощо).

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Лаврик О. Л. Использование новейших технологий для реализации информационной функции библиотеки [Текст] / О. Л. Лаврик, И. Г. Юдина // Библиосфера. – 2010. – № 1. – С. 35-41.
2. Flickr [Electronic resource] : [presentaitions about the Flickr] // Slideshare : Web-site / SlideShare Inc. – Electronic data and programs. – San Francisco (California, USA), 2010. – Mode of access: <http://www.slideshare.net/deborah890/flickr-37301>. – Title from the screen.
3. Flickr [Electronic resource] : Web-site / Yahoo! Inc. – Electronic data and programs. – Sunnyvale (California, USA), 2010. – Mode of access: <http://www.flickr.com/>. – Title from the screen.
4. SlideShare [Electronic resource] : Web-site / SlideShare Inc. –Electronic data and programs. – San Francisco (California, USA), 2010. – Mode of access: <http://www.slideshare.net/>. – Title from the screen.
5. The History of YouTube [Електронний ресурс] : [відеоролик з історії YouTube] / [hinderliter84] // YouTube : Web-сайт / YouTube, LLC. – Електрон. дані та прогр. – [Сан-Бруно (Каліфорнія, США)], 2010. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=x2NQiVcdZRY>. – Назва з екрану.
6. 6. YouTube 101: Subscriptions [Електронний ресурс] : [відеоролик : «серіал» про нові можливості YouTube] / by YouTube // YouTube : Web-сайт / YouTube, LLC. – Електрон. дані та прогр. – [Сан-Бруно (Каліфорнія, США)], 2010. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/t/about>. – Назва з екрану.
7. 7.YouTube [Електронний ресурс]: [сервіс, що надає послуги хостингу відеоматеріалів] : Web-сайт / YouTube, LLC. – Електрон. дані і прогр. – [Сан-Бруно (Каліфорнія, США)], 2010. – Режим доступу: <http://www.youtube.com>. – Назва з екрану.
8. 8. Огнева И. Как создать в библиотеке эффективно работающую медиаструктуру: блоги+микроблоги+социальные сети+медиахостинг [Електронний ресурс] / И. Н. Огнева-Арзамас, 2012 – 26 с. - Режим доступу: <http://en.calameo.com/read/000365661e2514a350ab9>. – Назва з екрану.

ТЕМА 2.4. БЛОГИ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Шановні бібліотекарі!

Ознайомившись з теоретичним матеріалом та виконавши завдання практичної і самостійної роботи з теми, Ви будете

знати:

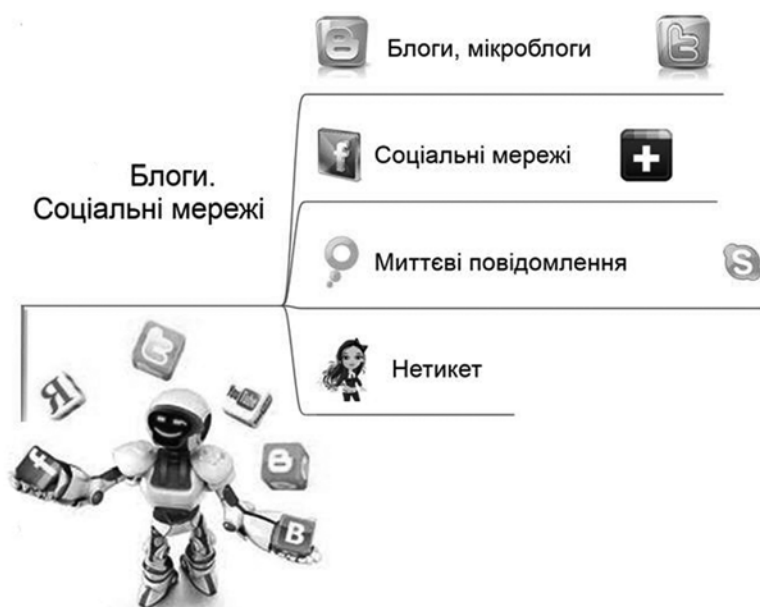
- основи комунікації засобами соціальних медіа,
- основні платформи блогів, систем миттєвого спілкування та соціальних мереж,
- особливості нетикету соціальних мереж

та вміти:

- шукати цікаві блоги та ставати їх читачами,
- створювати власні канали комунікації засобами соціальних медіа.

Важливо!

Не лише отримати практичні навички соціальної комунікації за допомогою соціальних медіа, а й використовувати їх для підтримки інформаційного впливу бібліотеки, вдосконалення існуючих та створення нових послуг.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно :

- можливостей, що надають соціальні медіа користувачам,
- питань захисту приватної інформації,
- налаштувань безпеки використання та поширення інформації.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. БЛОГИ: ФУНКЦІЇ,
ВІДНОВИДИ,
ЗНАЧУЩІСТЬ

Блог (англ. *blog*, від *weblog*, «мережевий журнал чи щоденник подій») — це веб-сайт, головний зміст якого — записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються, записи відображаються в зворотньо-хронологічному порядку. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості.

Популярності блогів значно сприяла наявність багатьох функцій (наприклад, RSS-потік, коментарі, архівування, дизайн, шаблони), що надаються автоматично. Користувачам не потрібно знати HTML, щоб керувати або опублікувати повідомлення у блозі. Багато з цих функцій можуть бути включені або виключені, та/або налаштовані.

За технічною основою блог може бути на окремому хостингу та двигунці (так званій *stand-alone* блог) або створюватись на потужностях блог-платформи.

Платформи для ведення блогів:

- www.blogger.com
- www.wordpress.com
- www.livejournal.com
- www.blog.net.ua
- www.blox.ua

Здебільшого послуги безкоштовні, втім окремі шаблони, або функції можуть потребувати додаткової оплати.

Обираючи платформу для блогу, зверніть увагу на:

- зручність у використанні,
- простоту налаштування,
- чи забезпечує RSS або Atom,
- подивіться на канали, що підтримують медіа, якщо ви плануєте зробити подкастинг,

- інтеграція з іншими соціальними медіа (Flickr, YouTube і т. д.),
- чи є підтримка декількох користувачів,
- також враховуйте контроль доступу (дозволу), якщо ви плануєте спільне редагування.

Перш ніж самому стати блогером, перегляньте, що пишуть інші. Знайдіть блоги бібліотек та бібліотекарів, письменників або навіть ваших читачів.

Як здійснити пошук по блогам?

Ви можете шукати блоги, застосовуючи різні стратегії пошуку з використанням пошукових систем. Є також пошукові системи, що шукають по блогах безпосередньо:

- Bloglines - <http://www.bloglines.com>
- Пошук Google по блогах - <http://blogsearch.google.com>
- IceRocket - <http://blogs.icerocket.com>
- Technorati - <http://technorati.com>
- ЯндексБлоги-<http://blogs.yandex.ru/http://blogs.yandex.ru>

Бібліотечний блог може бути персональним (авторським) або колективним: представляти бібліотеку чи відділ, або бібліотекаря чи проект. Блог бібліотеки може вести керівник бібліотеки чи її відділу, а можуть — читачі, головне для бібліотечного блогу, як і для всіх інших, — бути цікавим для своєї аудиторії. Збирати думки, провокувати дискусії, ініціювати адвокаційні чи промоційні кампанії. Головне, бібліотечні блоги мають орієнтуватися на взаємозв'язок бібліотекаря і читача через коментарі. Крім комунікативної функції бібліотечні (як і інші) виконують функції саморепрезентації, саморозвитку, мемуарів, соціальних зв'язків.

Серед 53 (станом на березень 2012 р.) бібліотечних блогів України є як авторські («Могилянська бібліотекарка», «Пан бібліотекар», «Бібліотечний гопак» та ін.), так і корпоративні (блоги бібліотек їхніх об'єднань, відділів — «Блог Кіровоградської ОУНБ», «Юношеские библиотеки Украины» та ін.).

Створення та підтримка діючого блогу бібліотеки може сприяти:

- анонсу бібліотечних подій,
- обговоренню книг, послуг, подій,
- взаємодії з колегами,
- залученню до спільноти практики,
- залученню нових співробітників,
- залученню потенційних читачів,
- підтримці віддалених користувачів бібліотеки,
- взаємодії зі ЗМІ.

Важливо читати та оперативно відповідати на коментарі. Це не тільки допомагає підтримувати зв'язок з користувачами, вони також можуть надихнути наступні записи в блозі. Багато ідей та проектів народжується з обговорень в коментарях.

Зверніть увагу на вебзастосунки, що надають можливість читати всі коментарі до одного повідомлення в одному вікні.

Наприклад:

відображати в блозі Blogger коментарі з усіх стрічок, що посилались на це повідомлення в Google+

Відповіді на питання «Як створити блог? На що звернути увагу?» Ви знайдете в додатках на диску.

чи займаються спільною діяльністю. Зв'язок здійснюється за допомогою внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями. Наразі нараховується понад 200 соціальних мереж. Серед найпопулярніших у світі – Facebook (1 млрд користувачів).

В Україні більш популярні Вконтакте, Однокласники, LiveJournal, Connect, LinkedIn, та ін. Набирає прихильників відкрита в 2011 р. мережа Google+.

Види соціальних мереж:

- **Загальнотематичні** - спрямовані на підтримку й налагодження вже існуючих контактів та пошук нових знайомих. Ці сайти вже накопичили величезну базу контактів і профілів, з яких можна багато дізнатись про людину та її уподобання;
- **Ділові соціальні мережі** спрямовані на професійний розвиток та побудову кар'єри;
- **Спеціалізовані соціальні мережі** займають певну нішу в своєму секторі, і збирають аудиторію за конкретними інтересами: музика, книги, хобі, плітки тощо.

Бібліотеки так само використовують свою присутність у соціальних мережах для популяризації своїх сервісів та ресурсів для користувачів, активного спілкування з ними та залучення нових, а також, звичайно, для професійного спілкування (наприклад, сторінки та групи УБА, Бібліомосту, IFLA та ін.).

Бібліотека – це люди, отже в роботі з соціальними медіа знімається поділ за розміром фондів, чи приміщень. Мотивацією участі для будь-якої бібліотеки буде можливість зберегти користувачів та знайти нових.

Соціальні мережі створювались перш за все для людей, потім люди стали використовувати їх для бізнесу, отже, навіть, якщо ви плануєте підтримувати віртуальну присутність

2

2. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Соціальні мережі – спільноти людей в інтернеті зі схожими інтересами, які обмінюються повідомленнями, діляться інформацією

бібліотеки в соціальній мережі, реєстрація в будь-якій соціальній мережі починається з заповнення профіля користувача.

Для представництва бібліотеки слід створити сторінку або групу (спільноту).

Сторінка дозволяє	Група дозволяє
Цільові повідомлення	Долучати учасників
Обрати оформлення	Вилучати учасників
Обрати адресу URL	Повідомлення всім учасникам
Аналізувати статистику залучення	Запросити на захід всіх учасників

Як правило, для бібліотеки краще створити сторінку, а для окремих бібліотечних проектів – групу.

Зверніть увагу на те, що групи можуть бути:

- **відкритими** – будь-хто може знаходити групу, бачити її учасників та читати повідомлення, для того, щоб коментувати та залишати свої повідомлення, треба надіслати запит на вступ, який може погодити будь-хто з дійсних учасників;
- **закритими** – будь-хто може знаходити групу та бачити список учасників, втім не може читати повідомлення без згоди модератора на вступ;
- або навіть **секретними** – ці групи доступні лише тим, хто отримав особисте запрошення від модератора; ні в пошуку, ні з профілю учасників, ніхто не знайде інформацію про цю групу.

Тому при створенні групи зважено обирайте той рівень приватності, який ви хочете забезпечити учасникам. Якщо це дитячий клуб при бібліотеці, де ви плануєте проводити обговорення, публікувати фото та

відео, опитування, спільно знаходити рішення, не слід робити це на широкий загал. Відкритими слід робити групи, присвячені літньому читанню, краєзнавству, змістовному дозвіллю, здоровому способу життя тощо.

Поради «Як створити віртуальне представництво бібліотеки у соціальних мережах» ви знайдете в додатках на диску до цього посібника.

Що робить сторінку популярною?

- Регулярне оновлення статусу.
- Взаємодія з відвідувачами в коментарях до зміни статусу - деякі оновлення статусу мають 20-30 коментарів та відміток «Подобається».
- Розповіді про те, що відбувається у бібліотеці (лекції, зустрічі).
- Регулярне додавання фотографій та відео.
- Використання сервісу Події (Заходи).

3. СИСТЕМИ МИТТЄВОГО СПІЛКУВАННЯ. ВІДЕО-КОНФЕРЕНЦІЇ

3

Системи обміну миттєвими повідомленнями - служба для обміну повідомленнями між комп'ютерами або іншими пристроями користувачів для двох або декількох учасників.

Загальні риси служб миттєвого спілкування та відео-конференцій:

- користувачі можуть спілкуватися з іншими користувачами в режимі реального часу через інтернет;
- користувачі мають вказати в профілі інформацію про себе, за якою їх можна знайти (є система ідентифікації та пошуку);
- контакти співрозмовників можна формувати в тематичні списки;
- зв'язок через текст, аудіо, відео, або комбінацію;

- користувачі бачать, хто підключений, а хто ні (є система обліку стану клієнтів);
- розмови можна записувати (є система архівування (створення журналу) повідомлень);
- деякі послуги включають у себе спільне використання файлів та їх передачу.

Більшість соціальних мереж на сучасному етапі розвитку підтримують служби миттєвого спілкування та відео-конференцій як частину власного сервісу. Так користувачі соціальних мереж ВКонтакте, Однокласники, Фейсбук та Google+ можуть спілкуватись через чати або відео-чати.

Окрім веб-версії, для користування якою потрібен лише браузер, також можна встановити клієнтську програму системи миттєвих повідомлень, яку ще називають інтернет-пейджером або месенджером.

Приклади:

ICQ, Skype, Qip, Yahoo Messenger, MSN messenger.

Відмінність миттєвих повідомлень від, наприклад, електронної пошти в тому, що обмін повідомленнями відбувається в реальному часі. При відправленні повідомлення по електронній пошті, воно зберігається у поштової скриньці на сервері. Для того, щоб отримати повідомлення, отримувач повинен сам перевірити свою поштову скриньку і відкрити його. У інтернет-пейджерах зв'язок між користувачами утримується постійно і відправлене повідомлення одразу передається користувачу.

Застосування в бібліотеках:

- як додатковий канал для своїх користувачів, щоб отримувати запити та відповідати на них,
- вікно чату, вбудоване у веб-сайт бібліотеки,
- відео-зустрічі з письменниками, видавцями, митцями та ін.,
- послуга відеозв'язку для користувачів,
- дистанційне навчання та підвищення кваліфікації,
- відео-конференції з іншими бібліотеками з актуальних питань.

Якщо ви плануєте провести обговорення з бібліотекою в іншій часовій зоні, заздалегідь дізнайтесь на яку годину припадає зустріч в їх часовій зоні та години роботи бібліотеки.

www.uawriters.org

ЗАМОВ ПИСЬМЕННИКА
сайт для допомоги
в організації
зустрічей з авторами книг:
РЕАЛЬНИХ
ТА ВІРТУАЛЬНИХ

ТЕМА 1.1

4

4. МІКРОБЛОГІНГ

Мікроблог відрізняється від звичайного блогу тим, що дописи в ньому є набагато меншими - складаються з кількох слів чи речень, містять одне фото чи медіа файл.

Загальні риси служб мікроблогінгу:

- Додати допис можна через веб-сайт служби мікроблогів, електронну пошту, смс/ммс або через служби миттєвих повідомлень.
- Дописувач може налаштувати рівень відкритості своїх повідомлень, та вказати, яким колам вони адресовані.
- Користувачі можуть «стежити» одне за одним, тому на головній сторінці користувача в режимі реального часу відображаються дописи від усіх, за ким він стежить.
- Нові дописи користувача відразу стають видимими тим користувачам, які слідкують за ним.
- Дописи у мікроблогах, як правило, не редагуються; користувач може лише видалити свої попередні дописи.

- '@' ім'я користувача (нік) вказує, що ваш допис адресовано саме йому, це може бути відповідь або згадування, або привертання уваги. Ім'я користувача при цьому перетворюється на посилання, а сам він отримує повідомлення про згадування.
- Знак решітки '#' (хештег) перед словом дозволяє виділити це слово як ключове, та потім здійснити пошук за хештегами.

Приклади платформ для мікроблогінга:

- www.twitter.com,
- <http://stosorok.ru>,
- <http://mblogi.qip.ru>,
- <http://juick.com>,
- <http://rutvit.ru>

Популярні мікроблоги можуть мати десятки тисяч послідовників, у той час як вони можуть стежити лише за кількома іншими учасниками.

Найбільш популярним сервісом для мікроблогінгу в світі є «Твіттер» (www.twitter.com).

З 2012 р. Твіттер офіційно отримав також україномовну локалізацію. Вибрати українську мову можна в налаштуваннях аккаунту. Втім, Твіттер додав до багатьох мов слова, похідні від початкової англійської. Отже, зафоловити, разфоловити, отфоловити, твітнути, твітеряне, ретвіт, репортвітер, міствіт, твікрастінація та багато інших слів стануть зрозумілішими, коли ви почнете використовувати твіттер.

Для зручності, в твіттері можна сформувати списки людей і компаній (видавництв, ЗМІ, організацій), повідомлення яких вам цікаві з професійної точки зору.

В блозі Журналу «Сучасна бібліотека» в квітні 2013р. ініційовано кампанію «СОХРАНИМ БИБЛИОТЕКИ». Для участі в кампанії потрібно опублікувати в інтернеті по-

відомлення на підтримку бібліотек, розповісти про проблеми, складнощі з життя своєї бібліотеки та розмістити посилання на цей матеріал в повідомленні в твіттері за хештегом #сохранимбиблиотеки. До речі, про перебіг подібної адвокаційної кампанії можна дізнатись за хештегом #savelibraries.

У 2010 р. Бібліотека Конгресу (США) придбала архів публічних твітів за 2006-2010 рр. На початок 2013 р. Бібліотека мала архів близько 170 млрд твітів, що продовжує зростати на півмільярда твітів щодня. За словами Гейла Остерберга, директора з комунікацій «Твіттер є новим видом колекцій в Бібліотеці Конгресу, але важливим для її місії. Оскільки суспільство обирає соціальні медіа в якості основного методу комунікації та творчого самовираження, соціальні медіа доповнюють, а в деяких випадках витісняють листи, журнали, періодичні видання та інші джерела, що регулярно збирають наукові бібліотеки».

**Час життя одного твіту
близько години, тому краще
планувати кілька повідомлень
протягом дня.
Особливо важливі
повторювати.**

Українські бібліотеки в Твіттері:

- @lib4uth - Державна бібліотека України для юнацтва
- @LibraryNaUKMA -Бібліотека НаУКМА
- @LibraryKPI - Бібліотека НТУУ «КПІ »
- @hgnb_korolenko- ХДНБ ім. В. Г. Короленка.

Стануть у нагоді:

- **@ukrainelibrary** - Українська бібліотечна асоціація
- **@bibliomodern** - Сучасна бібліотека
- **@bibliomist** - Програма «Бібліоміст»
- **@PDPII** - Програма сприяння Парламенту
- **http://paper.li/om222/ukr-lib** - БІЧ: Бібліотечна інноваційна читанка
- **http://twiua.com** – про твіттер в Україні, рейтинги міст, компаній, зірок, користувачів.

Про що варто писати в твіттер бібліотеки?

- Посилання на корисний матеріал, який опублікований на вашому або сторонньому ресурсі;
- Анонс (запрошення, посилання) заходу, який може зацікавити ваших читачів;
- Професійна порада чи рекомендація;
- Посилання на новину, яка стосується бібліотечної діяльності;
- Повідомлення про зміни на вашому ресурсі;
- Відповіді на «твітти» користувачів, чиї стрічки ви регулярно читаете;
- Повідомлення про цікавий факт;
- Посилання на інтерв'ю з цікавою людиною;
- Вітання читачів зі святом і т. д.

Перш за все, треба усвідомлювати, що Інтернет – не зона без цінностей, мережа «не є дикою», на формування змісту її ресурсів і послуг впливають людські цінності.

По-друге, в світі онлайн слід дотримуватися онлайн-законів. Це значить, що сьогодні не потрібно вгадувати якийсь новий набір цінностей для інтернету або іншого виду електронної комунікації, адже практично всі проблеми, що виникають в процесі електронних комунікацій, можна вирішити, керуючись законами та нормами, що діють в реальному житті.

По-третє, суттєву роль грає повага до національних і місцевих культур, адже інтернет нині – це глобальне явище, він належить усім, і саме тому на мережу впливають різноманітні системи цінностей.

І останнє, етика в інтернеті – ще й живий відгук на думку користувача. Це означає, що користувач має право мати уявлення про роботу мережі і впливати на зміст її ресурсів і послуг.

Люди, які звикли до певної спільноти, можуть ненавмисно порушувати правила іншої. Тому практично в усіх інтернет-спільнотах вимагають ознайомитися з правилами і висловити формальну згоду на їх дотримання. Крім того, зазвичай рекомендують перед тим, як писати повідомлення до спільноти, прочитати існуючі теми, відчути їх дух і атмосферу.

Найчастіше під порушенням нетикету розуміють образи та перехід на особистості, зловмисний відступ від теми (офтопик), рекламу, саморекламу у невідповідних місцях. Порушеннями нетикету можуть виявитися також наклеп або інша зловмисна дезінформація чи плагіат.

Для бібліотекарів знання та слідування нормам нетикету також важливе як і дотримання ідеології і

На «території» Інтернету сформувалися свої правила поведінки, певні традиції, своєрідна культура спілкування, що має назву «нетикет» (поняття з'явилося у середині 80-х років минулого століття).

корпоративної етики чи відповідність вимогам законів про авторське право та захист персональних даних.

Нетикет в бібліотеках враховується:

- При розробці внутрішньої документації бібліотеки:
 - ◇ положень про сайт, віртуальну довідку, онлайн служби тощо;
 - ◇ інструкції для персонала, який долучається до онлайн комунікацій.
- При складанні правил користування:
 - ◇ мережею інтернет;
 - ◇ електронними ресурсами;

◇ послугами з використанням інтернету.

- При розробці стратегії підтримки віртуальної присутності бібліотеки в соціальних медіа.

Проект «Безпечний та привітний веб-простір», що реалізує Державна бібліотека України для юнацтва пропонує закладам, де надається публічний доступ до інтернету, створити інформаційний «Куточок Нетикету» як у приміщенні, так і на веб-ресурсах, в якому надавати наочні інструкції, поради, правила безпечної роботи в інтернеті. Це легко зробити, скориставшись матеріалами та методиками зібраними за проектом.

ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо Вам поглибити свої знання з теми, ознайомившись із матеріалами, поданими у додатку до посібника (див. диск) та з метою отримати практичні навички соціальної комунікації за допомогою соціальних медіа виконати наступні практичні завдання:

1. Стати читачем одного з бібліотечних блогів (можна вибрати з переліку на диску, наприклад, один з блогів УБА чи на сайті програми «Бібліоміст»).
2. Залишити кілька коментарів до записів.
3. Видалити зайві коментарі.
4. Визначити, в якій соціальній мережі шукати ваших читачів.
5. Зареєструватись у соціальній мережі (Facebook, Google+, Вконтакте – на вибір).
6. Знайти в соцмережі інші бібліотеки та бібліотекарів. Запропонувати «дружити» (підказка: УБА та програма «Бібліоміст» мають аккаунти в цих мережах).
7. Переглянути стрічку подій «друзів», позначити те, що сподобалось.
8. Додати до своєї стрічки кілька повідомлень різними шляхами: безпосередньо на сторінку та з інших сторінок, використовуючи кнопку «поділитись».
9. Оцініть свій профіль: чи все там гарно? чи безпечно?
10. Спробуйте відеочат безпосередньо в соціальній мережі. (Facebook, Google+). Налаштуйте зв'язок. Зробіть тестовий дзвінок. Знайдіть друзів за адресами чи ім'ям.
11. Проведіть коротку конференцію між кількома учасниками.

Спробуйте ініціювати дискусію, провести опитування.

Можливі теми для обговорення:

- Зростання аудиторії та активності соціальних мереж: як це може використати бібліотека?
- Вимоги бібліотеки до соціальної мережі. Вимоги соціальної мережі до бібліотеки.

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо самостійно ознайомитись з порадами «Як створити віртуальне представництво бібліотеки у соціальних мережах» (в Додатках на диску) та створити сторінку бібліотеки у спільноті. Додайте розклад, фото, дискусії. Запропонуйте друзям стати прихильниками. Знайдіть спільноту за обраною темою. Чи можете ви співпрацювати? Чи можна запропонувати їм свої послуги? У якій формі? Створіть «Подію» у вашому віртуальному представництві та запросіть на нього друзів.

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Чернец В. Влияние через социальные сети [Текст] / Авт.: Вадим Чернец, Татьяна Базлова, Элеонора Иванова; відпов. ред. Наталья Крыгина; гол. ред. Е. Г. Алексеева. – М. : Фонд «ФОКУС–МЕДИА», 2010. – 200 с.
2. Рейтинг социальных сетей Украины (ТОП–20, февраль 2010) [Електронний ресурс] // Лаборатория социального маркетинга «Сарафанное Радио». – Електронні текст. дані. – Режим доступу: <http://www.sarafannoeradio.org/analitika/317-reyting-sotsialnih-setey-ukrainy-top-20.html>, вільний. – Назва з екрану. – Перевірено: 21.01.2013.
3. Ефимова К. Блог как инструмент библиотечного маркетинга: зачем и как использовать блоги для продвижения библиотечных сервисов [Електронний ресурс]. – Електрон. текст. дані. – Екатеринбург, 2009. – Режим доступу: <http://www.uraledu.ru/node/26597>, вільний. – Назва з екрану. – Перевірено: 25.02.2013.
4. Культура віртуального спілкування [Електронний ресурс] : метод.-бібліогр. матеріали / [уклад. : Є. Кулик, О. Бартош ; ред. : В. Кучерява, С. Чачко ; консультант Т. Якушко] ; ДЗ «ДБУ для юнацтва». – Електрон. текст. дані (1 файл : 1,28 Мб). – К., 2010. – Режим доступу: http://www.4uth.gov.ua/library_science/publishing/netiquette_2010.doc, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мовою. – Електрон. версія друк. вид. – Перевірено: 25.04.2013.
5. Трачук Л. Бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0» [Текст] / Людмила Трачук // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 9. – С. 22-25.
6. Юрик И. В. Как продвигать библиотеку в Twitter [Текст] / И. В. Юрик // Современная библиотека. – 2012. – № 1. – С. 22–29.
7. Update on the Twitter Archive At the Library of Congress сервисов [Електронний ресурс]. – Електрон. текст. дані. – [Вашингтон], 2013. – Режим доступу: http://www.loc.gov/today/pr/2013/files/twitter_report_2013jan.pdf, вільний. – Назва з екрану. – Англ. мов. – Перевірено: 25.02.2013.

ТЕМА 2.5. ВІДКРИТІ ЕЛЕКТРОННІ АРХІВИ (РЕПОЗИТАРІЇ) ТА ВІДКРИТІ ЕЛЕКТРОННІ ЖУРНАЛИ: СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

Шановні бібліотекарі!

Вивчаючи цю тему, Ви оновите знання про:

- зміни наукових комунікацій в епоху Інтернету та Веб 2.0.

Після вивчення теми Ви будете

знати

- про історію руху Відкритого доступу та його основні стратегії: золотий та зелений шляхи,
- основні переваги розміщення публікацій у відкритому доступі (цитовання, наочність, широкий і вимірюваний доступ, легкість пошуку, інтеграція до глобальних наукових баз даних, зменшення наукової ізоляції, можливості для спільних наукових проектів тощо)

та вміти

- шукати наукові та освітні ресурси вільного доступу та популяризувати їх для користувачів.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно

- принципів використання нових можливостей електронних видань для забезпечення широкого доступу до наукової інформації та обміну думками науковців,
- нової ролі бібліотек в інформаційному суспільстві у створенні та розповсюдженні баз знань та організації комунікацій користувачів.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

ЩО ТАКЕ ВІЛЬНИЙ ДОСТУП

Останні двадцять років значно змінили парадигму наукових комунікацій у світі, і продовжують активно її змінювати. Понад 25 мільйонів наукових статей, дисертацій, матеріалів конференцій, презентацій, навчальних матеріалів тощо нині вільно доступні в Мережі, це приблизно 20% всіх наукових публікацій. Їх представляють майже 10 тис. назв світових академічних журналів та понад 3 тис. відкритих електронних архівів (репозитаріїв), серед яких вже 50 – українських.

Нагадаємо основні ідеї концепції Відкритого доступу. «Перші ластівки» у справі вільного доступу до наукової інформації з'явилися одночасно з впровадженням комп'ютерних технологій, хоч спершу і не були успішними за причин поганих тоді комунікаційних мереж та недосконалих технічних та програмних засобів. Серед перших прикладів – бібліографічна база даних ERIC (Educational Resources Information Center), започаткована у 1966 р. Департаментом освіти США спільно з Національною освітянською бібліотекою США (щоправда, термін «відкритий доступ» тоді не було використано). Перший сервер препринтів публікацій з фізики - arXiv.org. Перший безкоштовний онлайнвий рецензований журнал New Horizons in Adult Education з'явився у 1987 р. як проєкт Університету Сіракузи в США, трохи згодом – журнал Psychology від Американської психологічної асоціації. Кількість безкоштовних онлайнвих наукових журналів прогресивно зростала щороку, і вже в березні 2004 р. Університет Лунду (Швеція) створив Довідник журналів

відкритого доступу (Directory of Open Access Journals), який на той час нарахував 766 назв журналів з усіх галузей знань. Станом на 1 липня 2013 р. у довіднику – 9945 назв рецензованих академічних журналів з 121 країни світу. Але, слід визнати, що ця кількість журналів все ще не є панівною формою розповсюдження наукових знань. Лише 20% світових рецензованих наукових статей – у відкритому (безкоштовному для користувача) доступі. За решту 80% наукових ресурсів все ще потрібно сплачувати, і досить дорого.

Про кризу «серіальних» видань почали говорити як мінімум 30-40 років тому. Тривалі академічні дискусії про недосконалість наявної журнальної моделі (зростання цін на друковані журнали та неспроможність університетів передплачувати всі необхідні; стаття «чекає» на публікацію від 6 до 12 місяців; неоперативність у розповсюдженні; тексту часто буває недостатньо для представлення ходу дослідження тощо) та прагнення до створення онлайнвих наукових ресурсів, вільних для доступу, стали причиною «народження», так званої, Будапештської ініціативи відкритого доступу (BOAI). Ініціатива була проголошена 2 грудня 2001 р. на конференції, що проходила в Інституті відкритого суспільства в Будапешті, звідси і походить назва (Декларація набула чинності 14 лютого 2002 р.): «Під «відкритим доступом» до цієї літератури ми розуміємо її доступність через публічний інтернет, що дозволяє будь-якому користувачеві читати, завантажувати, копіювати, розповсюджувати, друкувати, шукати чи через посилання зв'язуватися з повними текстами статей, використовувати їх для індексування при створенні програмного забезпечення чи будь-яких ін-

ших законних цілей без фінансових, юридичних чи технічних бар'єрів, крім тих, що пов'язані з доступом до Інтернету. Єдине обмеження на відтворення й розповсюдження та єдиний аспект, що стосується копірайту, – надання авторам права контролювати цілісність своєї роботи та права на посилання та цитування», – так вперше було проголошено про Відкритий доступ.

Відкритий доступ працює за принципом покриття всіх витрат коштом автора чи його інституції, і в подальшому безкоштовного й безперешкодного онлайн-доступу всіх охочих (на відміну від існуючих моделей через організацію передплати, коли кошти покриваються тим, хто хоче отримати інформацію). Слід зазначити, що відкритий доступ – це не самвидав і не публічний домен. Він абсолютно сумісний з авторським правом, контролем якості через експертну оцінку, фінансовими витратами і доходами (навіть, прибутком), престижем, якістю, просуванням кар'єри, індексуванням й іншими функціями та допоміжними послугами, пов'язаними із науковою літературою та її розповсюдженням та зберіганням.

Яка користь Відкритого доступу? Ініціатори та прихильники відкритого доступу вважають, що ця модель надає переваги для всіх зацікавлених сторін: організаціям, що фінансують, – як послугу для суспільства та позитивну віддачу від їх інвестицій в дослідження; авторам – оскільки спонукає до широкого розповсюдження та впливу їх робіт; читачам – оскільки надає доступ до всіх першоджерел; бібліотекам дозволяє якісно задовольняти різноманітні інформаційні запити користувачів; дослідницьким установам та інституціям – збільшує їх присутність, зміцнює репутацію і престиж.

У заяві ІФЛА від 15 квітня 2011 р. все ще тривожно звучить: «Навіть оптимально забезпечена наукова бібліотека не може дозволити собі

купити усі матеріали, запитувані викладачами та студентами. Дана ситуація є ще більш критичною для бібліотек невеликих коледжів та університетів і, значною мірою, вона стосується бібліотек (з обмеженим бюджетом чи взагалі без нього) країн, що розвиваються... Автори стурбовані тому, що їхню роботу не можуть оцінити колеги, її не можна побачити, вони не можуть отримати світове визнання, якого прагнуть. І часто вони, як і раніше, без особливої необхідності, передають авторські права, що обмежує використання їх праць. Читачі не можуть отримати доступ до всієї наукової літератури, якої вони потребують, і отже, їхня науково-дослідна діяльність стає менш ефективною».

Відкритий доступ забезпечується двома шляхами:

- **Золотий** – через журнали відкритого доступу: всі статті таких журналів вільно й безперешкодно доступні кожному.
- **Зелений** – через архіви (чи репозитарії) відкритого доступу: створюються через депонування та самоархівування вченими своїх праць у відкритих електронних архівах, сумісних зі стандартами Open Archives Initiative.

Ентузіазм, що виник навколо переведення журналів у відкритий доступ та створення інституційних репозитаріїв, особливо за останні 10 років, сповнений надії, що відкритий доступ стане потужною протидією та альтернативою комерційній видавничій діяльності у справі розповсюдження наукової інформації.

2. РЕПОЗИТАРІЇ

2

Розглянемо **зелений шлях**: що таке репозитарій? У найпростішому розумінні (від англ. repository) – сховище. Українська Вікіпедія стверджує: «Інституційний репозитарій

– електронний архів для тривалого зберігання, накопичення та забезпечення довготривалого та надійного відкритого доступу до результатів наукових досліджень, що проводяться в установі».

Узагальнюючи, репозитарій – організована колекція цифрових документів та набір сервісів навколо цієї колекції, яка репрезентує результати наукових досліджень (окремих дослідників, інституції чи галузі в цілому) у вільному, безперешкодному онлайн-доступі, а також забезпечує довготривале та надійне їх зберігання та збереження.

Репозитарії можуть бути:

- **Інституційними** (належати одній установі: університету, інституту, лабораторії, організації). Таких найбільше – понад 1600 (з 2200 у світі). Серед відомих прикладів – знаменитий Массачусетський технологічний інститут (DSpace@MIT), архіви від Університету Каліфорнії, Max Planck Society, або найпрестижнішого в світі Гарварду. 50 таких репозитаріїв вже є в Україні.
- **Тематичними** (охоплювати галузь знань чи окремі дисципліни). Таких у світі – понад 220. Наприклад, ArXiv, CiteSeer, RePEc, Smithsonian NASA ADS, SSRN, PubMed Central (PMC) та ін.
- **Урядовими** (належати державним структурам для зберігання та організації доступу до урядових документів).
- **Агрегаційними чи міжінституційними** (належати проекту чи Консорціуму, наприклад, вітчизняний проект ELibUkrOA).

Найчастіше репозитарії асоціюють з університетами чи науковими інституціями, а зміст – з науковими та навчальними документами (статтями, дисертаціями тощо). Але є репозитарії, які виконують інші функції (соціальні, меморіальні, інформацій-

ні, збереження культурної спадщини тощо). Наприклад, громадська організація може створити інституційний репозитарій власних документів чи напрацювань (наприклад наш Архів громадянського суспільства). Публічна бібліотека може збирати та впорядковувати, наприклад, цифрову колекцію історичних документів громади свого населеного пункту. Навчальний заклад, крім репрезентації наукових здобутків, може, наприклад, створити архів е-портфоліо своїх студентів.

Види документів, які зберігають в репозитаріях: будь-які оцифровані об'єкти наукової, освітньої, адміністративної, культурної діяльності окремого дослідника, інституції чи галузі. Хоча найчастіше репозитарії асоціюють лише з науковими доробками. До репозитарію розміщують як нецензовані недруковані матеріали (препринти, здебільшого авторські рукописи завершених і поданих до журналу статей), так і будь-які постпринти: передусім рецензовані надруковані в журналах наукові статті (таких документів у репозитаріях світу найбільше), дисертації чи тези дисертацій, е-книги чи розділи книг, патенти, звіти, матеріали конференцій та іншу так звану "сіру літературу". Також презентації, будь-які зображення та мультимедійні матеріали, аудіо- та відеофайли, комп'ютерні програми, веб-сторінки, набори даних, навчальні об'єкти, університетські видання (газети, бюлетені, стрічки новин тощо), протоколи досліджень, грантові апікації чи звіти проектів, статистичні дані, навчальні матеріали (окремі лекції, е-портфоліо, програми курсів, методичні рекомендації тощо), студентські роботи (курсіві, дипломні тощо), бібліографічні покажчики і, навіть, блоги інституції. Деякі репозитарії обмежуються лише одним типом документів, наприклад, лише дисертації та тези. Більшість містять різнопланові за природою документи. Слід зазначити, що репозитарії,

як правило, містять повні тексти документів, а не резюме чи анотації, і у більшості випадків – це завершені (а не проміжні) роботи.

Основними «постачальниками» змісту репозитаріїв, є, звичайно, дослідники. Але не лише: можуть бути викладачі, студенти, експерти чи рецензенти, представники університетських адміністрацій чи фондів, бібліотекарі.

Якість. Оскільки репозитарії не виконують видавничої функції, вони не відповідають за експертну оцінку робіт, розміщених там. Більшість репозитив – постпринти, вже десь рецензовані. За якість нереконструованих робіт (наприклад, презентацій, звітів) відповідає автор, який архівує роботу.

Обмежень у форматах цифрових матеріалів практично не існує.

Відкритий доступ абсолютно сумісний з авторським правом. Репозитарії – не мають видавничої функції, а отже не «забирають» авторські права. Автор добровільно погоджується розмістити власну роботу для збереження та доступу. Автори мають право архівувати свої недруковані матеріали без будь-яких дозволів. Щодо постпринтів: якщо автори передають авторські права видавцеві, то наступне архівування автором власної статті потребує дозволу видавця. Більшість видавців (понад 60%) вже дають дозвіл на таке постпринт-архівування.

Перешкодою на «зеленому шляху» нині є не видавці, а самі автори, які й у випадку згоди видавця не поспішають розмістити свою роботу у вільному доступі без додаткових мотивацій. Саме тому університети чи організації, що фінансують дослідження (фонди, проекти, інституції) повинні просити чи вимагати це зробити. Кожен університет може й повинен мати свій власний відкритий доступ, OAI-сумісний репозитарій та прийняту політику, яка б заохочувала або навіть вимагала від дослід-

ників чи викладачів здати на зберігання результати досліджень у такі репозитарії, довіряючи університету також право на відкритий доступ до цих робіт. Усе більша кількість університетів світу так і чинить.

Рекомендація щодо прийняття подібних мандатів звучить в заявах міжнародних професійних об'єднань, серед яких важливими для нас є IFLA, SPARC, LIBER, Асоціація європейських університетів, рекомендації проекту DRIVER та ін. В Україні досить прогресивним було прийняття подібного мандату ще у грудні 2005 р. постановою Верховної Ради України «Про Рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні», у якій відкритий доступ названий одним із пріоритетів розвитку інформаційного суспільства та передбачено «забезпечення відкритого безкоштовного Інтернет-доступу до ресурсів, створених за рахунок коштів Державного бюджету України». Ця ж вимога звучить і в Законі України від 9 січня 2007 р. «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки». Два університети України (Харківський національний та Тернопільський технічний) також прийняли мандати щодо обов'язкового самоархівування, інші – лише рекомендації для своїх дослідників.

Надзвичайно важливими є проекти об'єднання репозитаріїв країни як на рівні контенту, так і в справі спільної розбудови системи наукової комунікації. Тут цікавими є такі приклади: в Японії створена Федерація цифрових репозитаріїв, що об'єднує 122 університетські архіви країни. Іспанський агрегатор та пошуковий портал Recolecta теж представляє здобутки різних репозитаріїв країни. Подібне рішення має Польща з Федерацією цифрової бібліотеки. Данська мережа репозитаріїв DAREnet пропонує портал NARCIS. Наш портал «Наукова періодика України»

від Національної бібліотеки України ім. Вернадського – теж надзвичайно прогресивний проект у цій царині.

Інтероперабельність (здатність до взаємодії). Репозитарії підтримують протокол обміну метаданими Ініціативи відкритих архівів (Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting – OAI-PMH), завдяки чому вони сумісні з іншими ресурсами, і користувачі можуть знайти матеріали таких архівів, навіть не знаючи про їх існування, розташування і зміст. Протокол також забезпечує «збирання» (гарвестинг) даних з різних репозитаріїв немов в одну глобальну бібліотеку.

Програмне забезпечення. У більшості випадків використовують безкоштовне програмне забезпечення із відкритим кодом для створення й підтримки таких OAI-сумісних архівів. Серед найбільш популярних в світі DSpace, E-print, BEPress, Fedora, DigitalCommons, Greenstone, OPUS, Wildfire та ін. Серед вітчизняних впроваджень теж найпопулярніший DSpace.

Отже, в липні 2013 р. у світі нараховується вже від 2500 до 3400 відкритих архівів (за даними Директорії репозитаріїв відкритого доступу, чи Реєстром репозитаріїв відкритого доступу, чи за пан'європейською мережею цифрових репозитаріїв DRIVER) із більш ніж 30 млн одиниць інформації: статті, препринти, магістерські та докторські дисертації, навчальні матеріали, архівні та музейні об'єкти тощо. Презентаційну мапу репозитаріїв у світі можна також знайти за адресою <http://maps.repository66.org>.

org.

Найбільше репозитаріїв у європейських країнах (45,6%), далі в Північній Америці (23,9%). Кожен п'ятий репозитарій світу – знаходиться в США (395), в Сполученому Королівстві їх – 189, в Німеччині – 145, в Японії – 133, в Іспанії – 71, в Австралії – 64. Україна нараховує в 2013 р. вже майже 50 репозитаріїв, в основному це університетські чи інститутські. Перші репозитарії в Україні (Міжнародного фонду «Відродження», Львівського національного університету ім. І. Франка, Інституту біології південних морів, Києво-Могилянської академії, Харківської академії муніципального господарства та ін.) з'явилися лише 5–6 років тому, а більшість – за останні 1–2 роки. Репозитарії поступово, але впевнено підвищують рейтинги наших інституцій на світовій «академічній арені». Зокрема, за січевим 2013 р. рейтингом Вебметрикс від CybermetricsLab Іспанської дослідницької ради (CSIC) серед 2 тис. репозитаріїв світу, українські здобули досить гарні результати (у першій колонці місце репозитарію у світовому рейтингу):

104	Харківська національна академія муніципального господарства
139	Сумський державний університет
139	Академія банківської справи (м. Суми)
310	Житомирський національний університет
333	Донецький національний технічний університет
341	Львівська політехніка
378	Інститут біології південних морів НАН України
414	Харківський національний університет ім. В. Каразіна
503	Національний університет «Києво-Могилянська академія»
521	Острозька академія

3. ЖУРНАЛИ ВІДКРИТОГО ДОСТУПУ

Перший український OAI гарвестер (<http://oai.org.ua/>) – індексує метадані з різних архівів і забезпечує глобальний пошук. Цей ресурс розроблений та впроваджений Житомирським державним університетом імені Івана Франка.

Переважає кількість депозитів у глобальній світовій «репозитарній бібліотеці», звичайно, англомовні. Далі йдуть – іспанська, німецька, японська, французька мови. Переважає кількість депозитів у наших вітчизняних архівах – українською.

Журнали відкритого доступу – електронні журнали, які вільно і безкоштовно доступні користувачам. Вони так само здійснюють експертну оцінку текстів (незалежне рецензування), але публікують затверджені матеріали у безперешкодному (безоплатному для користувача) доступі. Журнали відкритого доступу сплачують свої видатки так само як теле- і радіокомпанії – платить той, хто зацікавлений у поширенні інформації, тоді як доступ до неї безкоштовний для кожного.

На Першій конференції з наукової комунікації (Nordic Conference on Scholarly Communication), що відбулася в Лунді/Копенгагені в жовтні 2002 р., університетом Лунд (Швеція) було проголошено створення Довідника журналів відкритого доступу – DOAJ. Ініціативу підтримав Інститут відкритого суспільства (Будапешт) та асоціація SPARC. В липні 2013 р. в довіднику вже зареєстровано 9945 назв журналів з 121 країни світу. Йдеться про фахові електронні наукові часописи відкритого доступу з різних галузей знань, безкоштовні для користувача, без будь-яких обмежень доступу.

Комерційні видавництва змушені теж експериментувати з новою моделлю наукової комунікації,

навіть найпотужніші світові наукові видавництва представляють повністю або частково відкритий доступ до своїх журналів: Wiley-Blackwell Online Open (121 назва журналів), Springer Open Choice (222), Taylor&Francis і Open Access (59), Elsevier Sponsored Documents (144) та ін. Не можна не згадати й про найбільше в світі видавництво журналів відкритого доступу – британський BioMed Central, яке пропонує безкоштовно для користувачів 199 назв авторитетних реферованих журналів, серед яких Journal of Biology, BMC Bioinformatics, Malaria Journal, Molecular Cancer та ін.

Слід відзначити прогресивні рішення України в царині представлення здобутків української науки світовій мережевій інтелектуальній громаді.

У 2008 р. ВАК України ухвалив дуже прогресивне рішення, яке фактично зняло бар'єри до української наукової періодики: наказ від 07.07.2008 р. № 436/311 «Про затвердження Порядку передавання електронних копій друкованих наукових фахових видань на зберігання до Національної бібліотеки імені В. І. Вернадського», з метою забезпечення збереження видань та їх надання в загальний доступ в режимі on-line (інтернет). В липні 2013 р. маємо вже 1836 назв журналів (800 тис. статей!) в електронному вигляді на сайті Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (ретроспектива, як правило, за кілька останніх років, але, сподіваємось на створення глибших архівів).

Модель відкритого доступу в цілому видається найліпшою у справі організації вітчизняних наукових інформаційних ресурсів, зокрема публікацій вітчизняних університетських громад. У цій царині важливе місце мають зайняти бібліотеки, які набувають нової видавничої функції в епоху інформаційного суспільства, власне стають на чолі сучасної системи організації і публікації резуль-

татів досліджень для співробітників науково-освітніх організацій, студентів і дослідників, яка гарантує доступ, прозорість і швидкість. Бібліотеки також можуть забезпечити оперативну роботу з цифровим змістом, швидку підготовку онлайн-ових навчальних матеріалів, електронних часописів і книжок; широкий і вимірюваний доступ читачів; легкість пошуку потрібних текстів; потужну читацьку аудиторію; інтеграцію до глобальних наукових баз даних; зменшення наукової ізоляції; нові можливості для спільних наукових проектів тощо.

Важливим тут є об'єднання зусиль різних бібліотек. Проект «ЕЛІБУКР: Електронна бібліотека України», який розпочато в січні 2009 р. за підтримки USAID (див. www.elibukr.org) теж передбачає створення відкритих електронних архівів та журналів відкритого доступу в університетах України. Бібліотекарі закликають академічну громаду України підтримати ініціативу Відкритого доступу як таку, що сприятиме входженню нашої країни до світової інтелектуальної спільноти та формуванню суспільства знань

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Пропонуємо самостійно познайомитись із рекомендованими джерелами та на підставі здійсненого аналізу самостійно:

- Створити свій список ресурсів вільного доступу, який буде корисним для користувачів саме вашої бібліотеки.
- Знайти в Директорії журналів відкритого доступу журнали України. Перевірити, чи присутні вони на порталі наукової періодики сайту НБУВ?
- Виявити, скільки відкритих електронних архівів України зареєстровано в Мережі? Яка загальна кількість депонованих робіт в них?

Спробуйте самостійно також дати відповідь на низку питань:

- Коли і де «народилась» ідея відкритого доступу?
- У чому полягає філософія відкритого доступу та як вона працює?
- Що таке інтероперабельність та протокол OAI-PMH? Чому ці публікації індексуються найвище?
- Що таке гарвестер і як він працює? Приклади.
- У чому різниця між відкритим електронним архівом та електронною бібліотекою?
- Яка частка наукової інформації у Мережі представлена через інституційні репозитарії України?
- Які організації підтримали ідею відкритого доступу на рівні державної політики чи професійної спільноти?
- Що таке репозитарій? Його місія, завдання, механізми, політика. Приклади (світові та вітчизняні).

ДИСКУСІЯ В БІБЛІОТЕЦІ

Пропонуємо провести дискусію засобами соціальних медіа та обговорити питання:

1. Чи замінять ресурси відкритого доступу (безкоштовні для користувачів) комерційні продукти? Як швидко, якщо так? Чому, якщо ні?
2. Чи насправді ресурси відкритого доступу безкоштовні? Як працюють фінансові моделі створення і розповсюдження знань в Мережі?
3. Чому дослідники не публікують всі результати своїх досліджень у відкритому доступі та як цьому можуть сприяти бібліотеки?
4. Які функції бібліотеки з погляду відкритого доступу, чи лише інформаційні? Що і як може зробити бібліотека для розвитку відкритого доступу?

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Brody T. Registry of Open Access Repositories (ROAR) [Electronic resource] : Web-site / Tim Brody ; University Southampton, UK. – Electronic data and program. – Southampton (Hampshire, England) : University Southampton, UK, 2005-2010. – Mode of access: <http://roar.eprints.org/>. – Title from the screen.
2. Budapest Open Access Initiative [Electronic resource] // Open Society Foundations: Building Vibrant and Tolerant Democracies : Web-Site / George Soros. – Electronic data and program. – [New York, 2010]. – Mode of access: <http://www.soros.org/openaccess>. – Title from the screen.
3. DOAJ – Directory of Open Access Journals [Electronic resource] : Web-site / Lund University Libraries. – Electronic data and program. – Lund (Sweden) : Lund University Libra, 2010. – Mode of access : <http://www.doaj.org>. – Title from the screen.
4. The Directory of Open Access Repositories – OpenDOAR [Electronic resource] // OpenDOAR: Directory of Open Access Repositories : [SHERPA service] : Web-site / University of Nottingham. – Electronic data and program. – Nottingham : University of Nottingham, 2006-2010. – Mode of access: <http://www.opendoar.org/>. – Title from the screen.
5. Берлінська декларація по відкритому доступу до наукового і гуманітарного знань (20-22 жовтня 2003 року, Берлін, Німеччина) [Електронний ресурс] // Морфологія : електрон. наук. фах. вид. / Дніпропетр. держ. мед. акад. – Електрон. дані. – Д., 2008. – Т. 2, № 2. – С. 82-83. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Morphology/2008-02-02/08redngz.pdf>. – Назва з екрану.
6. Горбунов-Посадов М. М. Інтернет-активність як обов'язок ученого [Електронний ресурс] / М. М. Горбунов-Посадов // Морфологія : електрон. наук. фах. вид. / Дніпропетр. держ. мед. акад. – Електрон. дані. – Д., 2008. – Т. 2, № 3. – С. 84–88. – Режим доступу: http://www.morphology.dp.ua/_pub/MORPHO-2008-02-03/08gmmyou.pdi. – Назва з екрану.

7. Електронна Бібліотека України (ELibUkr©) = ElectronicLibraryofUkraine (ELibUkr©) [Електронний ресурс] : Web-сайт /. – Електрон. дані та прогр. – Київ (Україна), 2009-2010. – Режим доступу: <http://www.elibukr.org>. – Назва з екрану.
8. Наукова періодика України (журнали та збірники наукових праць) [Електронний ресурс] / Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського // Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського : Web-сайт. – Електрон. дані та прогр. – К. : НБУВ, 1997-2010. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/>. – Назва з екрану.
9. Ярошенко Т. О. Наукова інформація у відкритому доступі: нові моделі комунікації в інформаційному суспільстві [Текст] / Т. О. Ярошенко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2006. – № 4. – С. 80–87.
10. Ярошенко Т. О. Університетські бібліотеки України підтримують Ініціативу відкритого доступу до наукової інформації [Текст] / Тетяна Ярошенко // Вища школа. – 2009. – № 7. – С. 64–75.
11. Ярошенко Т. О. Зелений шлях відкритого доступу. Репозитарії та їх роль у науковій комунікації: перші двадцять років [Текст] / Т. О. Ярошенко // Бібліотечний вісник. – 2011. – № 5. – С. 3-10

РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ВЕБ 2.0 У БІБЛІОТЕКАХ

ТЕМА 3.1. ВЕБ 2.0 ДЛЯ ПРОЦЕСІВ САМООРГАНІЗАЦІЇ КОРИСТУВАЧІВ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ БІБЛІОТЕЧНОЇ ГРОМАДИ

Шановні бібліотекарі!

Ознайомившись з теоретичним матеріалом та виконавши завдання практичної і самостійної роботи з теми, Ви будете

знати:

- які професійні спільноти поєднують українських та світових бібліотекарів в мережі інтернет,
- як працює система користувацьких рекомендацій в книгосоціальних мережах

та вміти:

- орієнтуватись у просторі бібліоблогосфери,
- отримати знання та практичні навички організації та взаємодії спільноти практики.

Важливо!

Долучатися до спільнот практики, сприяти обміну знаннями та професійному росту.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно:

- програмних продуктів для створення;
- розвитку нових сервісів для користувачів.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. БІБЛІОТЕЧНІ
СПІЛЬНОТИ ПРАКТИКИ.
БІБЛІОБЛОГОСФЕРА

Все більше бібліотек замість стрічки новин на сайті використовують блоги. У більшості випадків у блогах міститься інформація про заходи, що проходять в бібліотеках, про нові надходження, про інформаційні ресурси, доступ до яких отримала бібліотека, а також інша інформація про події в бібліотеці.

Також варто знати блоги бібліотечних фахівців. Бібліотекарі-новатори або фахівці, професійна діяльність яких пов'язана з бібліотеками збирають на сторінках своїх блогів кращі ідеї, ініціюють дискусії, закликають до дій, діляться досвідом. У цих блогах обговорюються нові тенденції у бібліотечній справі, питання авторського права в діяльності бібліотек, новини в світі інформаційних технологій, особливості використання електронних інформаційних ресурсів, обслуговування користувачів і багато іншого.

Серед популярних блогів в Україні є:

- «Творчість та інновації в українських бібліотеках» (<http://libinnovate.wordpress.com/>),
- «Бібліотечний автобан» (<http://bibliote4nyj-autoban.blogspot.com/>),
- «Методична служба публічних бібліотек Києва» (<http://olga-methodlibkyiv.blogspot.com/>),
- Бібліотечний гопак (<http://bibliote4nyj-gopak.blogspot.com/>),
- Могилянська бібліотекарка (<http://kmalibrary.blogspot.com/>) та ін.

Цікавими є блоги окремих колег з близького («Мышь библиотечная», «Ариадна Библиотечная», «Библи-

отекарша», «Как пройти в библиотеку», «2:0 в пользу читателей», «Библиотекари Беларуси» та ін.) та далекого зарубіжжя (наприклад, блог Бібліотеки Конгресу США (<http://blogs.loc.gov/loc/>), «Інформаційний тиранозавр» (<http://andyburkhardt.com/>), AnnoyedLibrarian (<http://blog.libraryjournal.com/annoyedlibrarian>) та ін.

Каталог закордонних бібліотечних блогів зібрано на LISWiki (http://liswiki.org/wiki/Main_Page), чи LISZen (www.lisZen.com).

Каталог бібліоблогів України та СНГ <http://www.bibliomist.org/ua/resursi/bibliotechni-blogi>

Оцінка ефективності роботи блогу виходить з завдань, які вирішує бібліотека. Для когось ознакою успішності стане число відвідувань і переглядів блогу, для інших – наявність зворотного зв'язку та коментарів, для третіх – залучення користувачів бібліотеки до спільної діяльності.

Якщо доповнювати повідомлення блогу посиланнями на електронний каталог або матеріали офіційного сайту бібліотеки, то серед показників ефективності буде також зростання затребуваності бібліотечного сайту.

Зорієнтуватись у бібліоблогосфері та виявити зразки для наслідування, історії успіху допомагають конкурси.

В Україні вперше такий конкурс «Зірки бібліотечної блогосфери» відбувся в березні-квітні 2011 р. Були названі переможці в чотирьох номінаціях:

- «Найкращий блог бібліотеки»,
- «Найкращий колективний блог про бібліотеки»,
- «Найкращий авторський блог про бібліотеки»,
- «Книги. Читання. Інформаційні технології»

Деталі – на <http://bibliomist.org>

Ще один подібний конкурс (Парад бібліотечних блогів) був проведений у 2012 р. в Росії (<http://paradbb.blogspot.com/>),

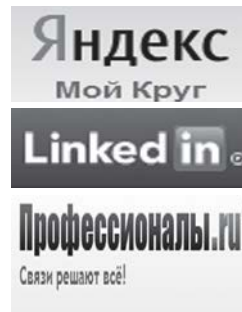
Але тут теж відмічались бібліоблогери з СНГ.

Згодом віртуальні знайомства можуть переростати в реальні зустрічі фахівців-ентузіастів. Так, неформальна зустріч Всеросійська неКонференція бібліотечних блогерів два роки поспіль збирала лідерів бібліотечної справи, які розробляють проекти на основі інтерактивних технологій. <http://www.npbau.ru/home/79-ne-conf-2/179-ne-conf-2>. Серед матеріалів зібраних неКонференцією: складові успіху бібліотечних блогів та бібліотечних проектів із застосуванням соціальних медіа, рефлексії та прогнози майбутнього розвитку бібліотечного середовища, майстер-класи та ін.

www.MoiKrug.ru

www.linkedin.com

professional.ru



Встановити зв'язки допоможе пошук:

- по кампаніям та вакансіям,
- по користувачам та їх локації, галузі та резюме,
- по послугам та рекомендаціям,
- по навчальним закладам та інтересам.

3 профілю користувача можна дізнатися:

- яку освіту отримав користувач і в якому році,
- де працював і на яких посадах,
- на чому знається найкраще та чи підтверджено це рекомендаціями,
- чим зацікавлений та що радить.

3 профілю організації можна дізнатися:

- чим займається організація та де вона знаходиться,
- хто працює в компанії і які зараз є вакансії,
- як розвивається кар'єра співробітників,
- яку освіту мають працівники компанії.

2

2. ПРОФЕСІЙНІ СПІЛЬНОТИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Яку б соціальну мережу ви б не обрали для комунікації з користувачами, знайдіть там колег та партнерів. Долучайтесь до спільних проектів, обмінюйтесь знаннями та будуйте імідж.

Українська бібліотечна асоціація

- <https://www.facebook.com/ula.org.ua>
- <http://www.linkedin.com/company/ukrainian-library-association-ula/>

Всеросійська акція «Бібліоніч»

- <https://www.facebook.com/groups/biblionoch/>

Зверніть увагу на ділові соціальні мережі для пошуку партнерів, фандрейзингу та адвокації бібліотеки.

Спільнота Бібліотека 2.0

www.library20.com/

Спільнота, створена на платформі www.ning.com поєднує 16 тис. членів з 160 країн. Бібліотечні тематичні групи обговорювання, навчальні семінари, конференції.

Бажаючим долучитися до авангарду сучасних бібліотекарів буде цікава **Світова віртуальна конференція Library2.013**, започаткована активістами спільноти в 2011 р., що проводиться виключно в інтернеті цілодобово декількома мовами і пристосована для різних часових поясів.

Тематичні секції Library2.013:

1. цифрові послуги, збереження та доступ,
2. нові технології та тенденції,
3. навчальне середовище (для шкільних і академічних бібліотек),
4. управління бібліотеками та інформаційними центрами у XXI столітті,
5. сервіси і моделі, орієнтовані на користувача (читачецентризм),
6. фахівці бібліотечної справи – еволюція ролей і можливостей,
7. дисертаційні дослідження,
8. віртуальні тури бібліотечно-інформаційними центрами.

Коло бібліотечних груп Вконтакті

Група створена для збору інформації про бібліотечні групи, які діють Вконтакте. Заявіть про себе! Залиште адресу Вашої групи на стіні!

<http://vk.com/librarygroup>

Серед деяких методів проведення неконференції можна назвати: баркемп (barcamp), відкритий простір (open space technology), печакуча (pecha kucha), блиц-презентації (speed geeking), або блискавичні промови (lightening talks), світове кафе (world café або knowledge café).

БарКемп (англ. barcamp) – неформальні, відкриті інтерактивні зустрічі, метою яких є обмін досвідом та ідеями, а також добрий відпочинок.

Під час Ярмарку бібліотечних інновацій, організованого за підтримки Міністерства культури України, Української бібліотечної асоціації (УБА) та програми «Бібліоміст» у 2012 р., також використовувався елемент відкритого простору, що привело до формування програми заходу самими бібліотекарями і невимушеного обговорення ідей, які цікавили саме їх. Онлайновий компонент проявлявся в тому, що список попередніх ідей учасників збирався за допомогою Facebook – бібліотекарі залишали свої пропозиції у коментарях до допису на сторінці програми «Бібліоміст», причому автор ідеї брав на себе зобов'язання відповідно модерувати її обговорення.

Проведення неконференцій логічно поєднується з концепцією бібліотеки як майстерні та лабораторії, яка полягає в тому, що бібліотека – це «простір для створення речей», де б люди могли збиратися і спільно розробляти та створювати проекти. Їх також називають «чудовими лабораторіями», «хакерспейсами» чи «техмагазинами» (fablabs, hackerspaces, tech shops). У таких «бібліомайстернях» часто пропонують 3D-принтери, програмне забезпечення для цифрових медіа, аранжування музики, монтажу відео, інструменти для зварювання, роботи з деревом, засоби для декоративно-прикладного мистецтва та роботи з електронними приладами.

3

НЕКОНФЕРЕНЦІЇ

НеКонференцією (англ. unconference) – називають формат дискусійного заходу, в якому учасники самі визначають хід його роботи. Термін, зазвичай, застосовується з метою підкреслити відсутність таких характерних для традиційних конференцій властивостей, як великі організаційні внески і рекламні презентації.

Неконференція Cycling for libraries — Бібліо-велопробіг для бібліотекарів і прихильників бібліотек (<http://www.cyclingforlibraries.org/>).

Головна мета Cycling for libraries - об'єднати бібліотекарів абсолютно різних національностей, культур, спеціалізацій, різного віку, а також просто любителів бібліотек і «помістити» їх у незвичайні, неформальні умови неконференції, де немає звичного офіціозу, стільців, столів, доповідей за чітким розкладом. Коли люди знаходяться в неформальній обстановці, вони починають говорити більш відверто. Кожен учасник заздалегідь готує домашнє завдання: сформульовану проблему, яку він хотів би вирішити для себе під час велопробігу («співпраця з користувачами», «мотивація співробітників», «робота з молоддю, яка не ходить до бібліотеки», «питання самвидаву», «віртуальна комунікація» і т. д.).

Інша мета Cycling for libraries - стати видимими. Бібліотекарі повинні вийти з-за своїх кафедр і голосно заявити про себе. Учасники Cycling for libraries роблять це досить непогано, проїжджаючи по центральних вулицях міст з поліцейським ескортом, в яскравих жилетах, телефонуючи і викрикуючи перехожим вітання різними мовами.

Перша велосипедна неконференція Cycling for libraries відбулась в 2011 р., коли учасники за 9 днів подолали відстань у 650 км з Копенгагену до Берліна. Тоді у подорожі взяли участь бібліотекарі з більш ніж 15 країн світу.

Маршрут Другої вело- неконференції 2012 р. склав близько 600 км країнами Балтії: від Вільнюсу до Талліну, які учасники подолали за 10 днів. На цьому заході Українську бібліотечну спільноту представляв один представник з України Віталій Даценко.

На сторінці ініціативи «Українці на CyclingforLibraries» у Фейсбукці є докладніша інформація з фото- та

відео-репортажами учасників, адже на третій бібліовелонеконференції Україну представляли три молодих бібліотекаря.

Активисти Молодіжної Секції УБА Віталій Даценко (Київ), Надія Золотарьова (Луганськ), Юлія Дудко (Львів) заздалегідь розповіли в інтернеті про свою мрію – потрапити на цій захід, склали програмну заяву, з якою звернулися за підтримкою в Президію УБА та до бібліотечної спільноти. Це був справжній спільнокошт, (або краудфандінг) – проект із залучення грошей на реалізацію задуму не одним внеском від великого спонсора, а мікроресурсами від спільноти, в даному випадку від бібліотечної спільноти.

Маршрут третьої неконференції 2013 р. проліг з Амстердаму до Брюсселя. Захід зібрав близько ста учасників з 22 країн світу. Українські учасники отримали широке уявлення про діяльність найкращих європейських книгозбірень, що дає змогу впровадити нові ідеї та підходи до бібліотечної роботи на своїх робочих місцях та започаткувати зв'язки із закордонними колегами для подальших спільних проектів.

Сучасний розвиток інформаційних технологій вимагає динамічних перетворень та вміння швидко пристосуватися до змін. Неконференції як інноваційна форма роботи допомагають бібліотекам бути сучасними і помітними для відвідувачів, справжнім «третім простором» для своєї громади.

4. СОЦІАЛЬНІ КАТАЛОГИ, МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ ЗАСТОСУВАННЯ ПРАКТИК

4

Швидко при звичайшись до зручності та легкості отримання інформації за допомогою пошукових служб та товарів в інтернет-магазині

нах з додатковими рекомендаційними сервісами, сучасний користувач відчуває певні бар'єри доступу та непорозуміння звертаючись до пошуку в електронному каталозі бібліотеки.

За результатами дослідження

«Онлайн-каталог. Чого бажають користувачі та бібліотекарі?», проведеного OCLC у 2008 р. виявлено, що:

Користувачі вимагають:

- Доступності
Де це? Чи є те, що я запитую в наявності? В якому форматі? Як скоро я можу отримати його?
- Простого вікна пошуку з опцією для розширеного пошуку.
- Додати більш детальної інформації в результатах пошуку (наприклад, обкладинки і анотації).
- Спрощеного доступу до онлайн-контенту, прямих посилань.
- Додати оціночного змісту, що допоможе зорієнтуватися, наприклад, резюме/реферати, таблиці, зміст і окремі частини тексту.

Бібліотекарі потребують:

- Злиття дублетів.
- Спрощеного редагування (мати можливість легко виправити помилки, робити оновлення).
- Додати «соціальну каталогізацію» експеримент – Wikipedia.
- Більшого наголосу на точність/поширення бібліотечних фондів.
- Збагачення змісту, анотації, обкладинки через використання API від постачальників контенту.
- Дізнаватися про побажання користувачів.

Отже, сучасний електронний онлайн-каталог так само потребує застосування веб 2.0 технологій, як це застосовують сучасні інтернет-магазини, книгосоціальні мережі та вікі. Користувач хоче:

- Одним запитом виконувати пошук у всіх ресурсах бібліотеки: і внутрішніх (друкованих), і зовнішніх (електронних) колекціях;
- Отримувати результати пошуку практично миттєво і виявляти помилки у запиті при його введенні;
- Переглядати обкладинки книг;
- Працювати з бібліографічними і повнотекстовими ресурсами інших організацій;
- Налаштовувати пошуковий інтерфейс.

Користувацькі сервіси в бібліотечному каталозі передбачають:

- Публічні книжкові полиці користувачів, інтерактивні списки;
- Персоналізовані рецензії, спрямовані звернення книголюбів;
- Вбудовані списки читання;
- Пропозиції що прочитати, знайти в бібліографічних записах;
- Теги по жанру, точкам доступу;
- Автоматичне генерування нових надходжень, транслювання їх по електронній пошті або RSS;
- Посилання з каталогу на відповідні записи в блогах читачів та з відповідних повідомлень в блозі на бібліотечний каталог;
- Постійні посилання з каталогу на елементи довідників, рубрик в Wikipedia;
- Можливість самостійної підписки читача на оновлення електронного каталогу або окремих його розділів.

Практика впровадження сервісів веб 2.0 вже присутня у вітчизняних електронних каталогах. Наприклад, див. електронний каталог наукової бібліотеки НаУКМА: <http://aleph.ukma.kiev.ua/F>. При пошуку інформації про той чи інший документ, користувач одночасно отримує пораду - короткий перелік документів «Користувачі брали також» та пропозицію переглянути «Схожі документи».

5. ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ ДО СТВОРЕННЯ БІБЛІОТЕЧНИХ ПРОДУКТІВ

Технології веб 2.0 відкривають для бібліотек нові можливості та дозволяють організувати спільну роботу по створенню або доповненню змісту бібліотечних колекцій із залученням активності користувачів.

Проект Flickr: TheCommons

<http://www.flickr.com/commons>

У січні 2008 р. Бібліотекою Конгресу США спільно з хостингом фотографій Flickr.com було ініційовано проект, який відкрив доступ в мережі до більш ніж 3 тис. фотографій з колекцій 1930-1940-х років. Суть проекту полягала в тому, щоб відвідувачі залишали мітки (теги), коментували і робили нотатки до викладених фотографій, оскільки більшість фотографій містили невідомі об'єкти, а їх бібліографічні описи були дуже мізерними. Проект приніс свої результати: через 2 місяці була оновлена інформація в 68 бібліографічних записах, через 4 місяці – вже в 127 записах.

За 5 років проект зібрав біля 250 тис. фотографій з колекцій 61 установи, це бібліотеки, музеї та галереї з Америки, Європи та Австралії. Про інтерес та участь користувачів свідчать біля 2 млн тегів та 165 тис. коментарів, що суттєво поліпшили якість колекції.

Проект «Мови під загрозою зникнення»

<http://www.endangeredlanguages.com/>

Інтернет-проект, що поєднує зусилля по захисту лінгвістичного різноманіття. Зусиллями користувачів, яким надано можливість додавати зміст у вигляді тексту, аудіо- або відеозаписів збирається лінгвістична база знань, навігацію в якій подано у вигляді інтерактивного атласу. Налічує записи з 3180 мов, зі усього світу.

Для України в цьому атласі зазначено три мови під загрозою зникнення. Втім інтерактивний атлас зникаючих мов від ЮНЕСКО визначає ще три.

Бібліотеки можуть сприяти збереженню скарбів мовного різноманіття, розповсюджуючи інформацію про цей проект серед громади, в національних спільнотах, та залучаючи носіїв мови зробити внесок у світову базу знань.

Проект «Дон Касмурро»

<http://www.milcasmurros.com.br/>

Щоб віддати данину поваги одному з найбільш шанованих письменників Бразилії, Машаду де Ассіса, найбільша телевізійна мережа в Бразилії запустила міні-серіал, заснований на одній з його книг «Дон Касмурро» (Dom Casmurro).

TV Globo створили сайт з книгою і поділили його на тисячу фрагментів. На сайті люди могли вибирати уривок і записати в реальному часі з їх веб-камер, долучаючись до великомасштабних колективних читань.

У той же час, тисячі DVD-дисків з унікальними сценами було сховано в громадських місцях, щоб люди знаходили їх, переглядали та знову приховували (на кшталт букросингу). Менш ніж через місяць, читання було завершено. Впливові шанувальники говорили про це публічно. 33 млн глядачів побачили перший епізод серії. ЗМІ визнали це найкращою шаную письменнику. Майже 106 млн осіб залишили коментарі, пов'язані з міні-серіями. Подальший вплив медіа оцінюється еквівалентно внеску 6,7 млн доларів у рекламу.

ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо Вам поглибити свої знання з теми, ознайомившись із матеріалами, поданими у додатку до посібника (див. диск) та спробувати увійти до кола фахівців бібліотечної справи у професійних спільнотах (LinkedIn) та соціальних мережах (Facebook) та провести дискусію засобами веб-спілкування

Завдання для допитливих

Додати інформацію про вашу бібліотеку на WorldCat.

Питання

- Скільки коштує реєстрація в WorldCat для бібліотеки? Для користувача?

1. Заповнити профіль користувача, усвідомлюючи мету використання в професійних інтересах.
2. Звернути увагу на відмінності між профілем користувача, профілем групи та сторінкою організації в соціальних мережах.
3. Зареєструватись на сайті <http://ula.org.ua/>. Ознайомитись зі структурою та наповненням сайту.
4. Сформувані коло професійних вподобань у соціальній мережі, додати до нього УБА та регіональні осередки.
5. Познайомтесь з кількома сервісами читацьких рекомендацій та презентуйте їх засобами соціальних медіа.
 - Спробуйте соціальні ролі, запропоновані «Живой Библиотекой»- www.livelib.ru
 - Визначтесь з колом уподобань на imhonet.ru
 - Спробуйте сервіси LibraryThing.
 - Організувати дискусію в соціальній мережі «Які можливості Веб 2.0 для залучення до бібліотеки волонтерів, нових користувачів?». Шановні бібліотекарі!

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Пропонуємо самостійно ознайомитись з покроковими інструкціями, наведеними на диску, та спробувати виконати завдання.

Завдання для самостійної роботи:

1. Дізнатися про новий формат проведення зустрічей для обміну знаннями: самозбір, баркемп, блогкемп. Які можливості Ви вбачаєте у цьому для бібліотеки? Відповідь розмістити в соціальній мережі.
2. Розмістити на сайті чи блозі бібліотеки фід-стрічки української бібліоблогосфери.
3. Написати коротенький нотаток про враження від рекомендаційних сервісів та розмістити її на Facebook чи Твіттері.

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. LibraryThing [Електронний ресурс]. – Електрон. текст., фото-дані. – [США], сор. 2013. – Режим доступу: <http://www.librarything.com/>, вільний, частково безкоштовний. – Назва з екрану. – Англ. мов. – Можливості: створення каталогу домашньої бібліотеки, обмін думками, розширення соціальних контактів. – Постійно оновлюється. – Перевірено: 25.02.2013.
2. Library2.0 [Електронний ресурс]: LibrariansandtheInternet, SocialMedia, andWeb 2.0. / CreatedbySteveHargadon. – Електрон. дані, пошукова прогр. – (США), сор. 2013. – Режим доступу: <http://www.library20.org/>, вільний. – Назва з екрану. – Англ. мов. – Перевірено: 21.02.2013.
3. Peter J. Rolla: User Tags versus Subject Headings: Can User-Supplied Data Improve Subject Access to Library Collections? [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.evolvinglibraries.com/peter-j-rolla-user-tags-versus-subject-headings-can-user-supplied-data-improve-subject-access-to-library-collections-23>, вільний. – Назва з екрану. – Мова: англ. – Перевірено: 25.12.2012
4. VuFind [Електронний ресурс]: ThelibraryOPACmeetsWeb 2.0! / FalveyMemorialLibraryVillanovaUniversity. – Електрон. дані, пошукова прогр. – [Віланова (США), сор. 2013]. – Режим доступу: <http://vufind.org/>, вільний. – Назва з екрану. – Англ. мов. . – Перевірено: 21.02.2013.
5. Бібліотечний інформаційно-освітній портал [Електронний ресурс] / кер. проекту Григорій Міщенко; адмін. Катерина Пхайко. – Електрон. портал. – [Україна], сор. 2013. – Режим доступу: <http://libportal.org.ua>, вільний. – Назва з екрану. – Мова: укр. та рос. – Перевірено: 25.02.2013.
6. Российская ассоциация электронных библиотек [Електронний ресурс] / Организаторы: РГБ и Рос. асоц. электр. библ. – Електрон. портал. – [Москва], сор. 2005 – 2013. – Режим доступу: <http://www.aselibrary.ru>, вільний. – Назва з екрану. – Мова: рос. – Перевірено: 25.02.2013.
7. Тараненко Г.Г. Неконференції для бібліотек [Текст] / Г. Г. Тараненко // Бібліосвіт : інформ. вісн. – 2013.– Вип. 1 (45) – 31 С.
8. Українська бібліотечна асоціація [Електронний ресурс] – Електрон. портал. – [Київ], сор. 2013. – Режим доступу: <http://ula.org.ua>, вільний. – Назва з екрану. – Мова: укр. та англ. – Перевірено: 25.02.2013.

ТЕМА 3.2. МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНЬ (ВЕБІНАРИ, СПІЛЬНА РОБОТА З ДОКУМЕНТАМИ, РЕЙТИНГИ, КРАУДСОРСИНГ)

Шановні бібліотекарі!

Вивчення цієї теми допоможе Вам оцінити переваги спільної роботи з документами із застосуванням сервісів Веб 2.0.

Ознайомившись з теоретичним матеріалом та виконавши завдання практичної і самостійної роботи з теми, Ви будете

знати:

- нові можливості для бібліотек з використання сервісів веб 2.0 для планування та вивчення мов,
- засоби та механізми залучення користувачів до спільної роботи,
- секрети проведення успішних вебінарів

та вміти:

- створювати нові документи та публікувати їх в мережі,
- розподіляти права доступу до спільних документів, згідно з політикою безпеки Вашої бібліотеки.

Важливо!

Сформувані професійне розуміння побудови спільної роботи в онлайн-просторі як необхідної компетенції та знань.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно:

- можливостей хмарних технологій обчислювання,
- сервісами, що пропонують технології обміну знаннями.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. ДОКУМЕНТИ ОНЛАЙН: ОРГАНІЗАЦІЯ СПІЛЬНОЇ РОБОТИ З ДОКУМЕНТАМИ

Якщо документи зберігаються в Інтернеті, до них надається доступ із будь-якого місця для кількох пристроїв. Можна легко надавати спільний доступ до онлайн-документів, можна посилатися на них, замість надсилання вкладень у повідомленні електронної пошти. Крім цього, можна читати та редагувати документи, таблиці, презентації у веб-браузері, якщо вони збережені в Інтернеті. Можна надавати різні рівні доступу до документів (читач, редактор, власник) та обговорювати зміни під час спільної редакції в окремому вікні чату.

Приклади:

- **Office Web Apps в SkyDrive**
www.skydrive.com
- **Документи Гугл на Диску Гугл**
www.drive.google.com

З основами роботи з Документами Гугл ви можете ознайомитись у відповідному додатку на диску до цього посібника.

Зупинимось на можливостях інтерактивної взаємодії, що надають Google Форми. Коли користувачі заповнюють форму, дані будуть додані в таблицю. Таким чином, ви можете проводити онлайн-опитування або реєстрації користувачів для подій.

Інтерактив з використанням Google Форми для бібліотек:

- Розмістити замовлення (на екскурсію, аудиторію, послугу);
- Форма зворотного зв'язку;
- Форма оцінювання конкурсних робіт;
- Тест, викторина.

Збираємо інформацію про:

- заходи;
- партнерів;
- корисні контакти;
- надану допомогу;
- отриману допомогу.

Читацький клуб:

- опитувальник за прочитаним твором;
- опитувальник для читацької конференції;
- форма, щоб разом писати «історію з продовженням»;
- збір та збереження адрес електронної пошти, блогів, сайтів читацьких клубів тощо.

Інтернет-центри, тренінги:

- запис на тренінг або консультацію;
- оцінювання веб-сайтів (Запропонуйте знайти сайт з певної теми і потім оцінити її, відповівши на питання в формі GoogleDocs. Зібрані оцінки можна проаналізувати в дискусії про те, як веб-сайти мають різні аудиторії і як деякі з них більш корисні, ніж інші);
- порівняння «спільне/відмінне»;
- тестування знань наприкінці навчання.

2. КАЛЕНДАР ТА УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ У СТВОРЕННІ БІБЛІОТЕЧНИХ ПОСЛУГ

2

Використання сучасних сервісів планування та управління часом може допомогти в роботі сучасної бібліотеки. Традиційно бібліотека сповіщає про свій розклад та плани заходів через вивіски, друковані афі-

ші, повідомлення в ЗМІ, з виходом в Інтернет – на сайті, дошках оголошень, в соціальних медіа. Здебільшого ці «електронні» повідомлення просто копіюють традиційні. Сервіси Веб 2.0 можуть зробити комунікацію на цьому рівні набагато ефективнішою.

- Бібліотекар складає розклад подій та розповсюджує його в інтернеті.
- Зацікавлені користувачі додають ці події до свого розкладу «одним кліком».
- Коли підходить час, всі учасники отримують нагадування про запланований захід.
- Організатор події бачить список гостей та підтвердження участі.
- Додаткова перевага – доступність з мобільних пристроїв.

Сайт бібліотеки не адаптовано для перегляду з мобільних? Зробіть міні версію - сторінку про бібліотеку з інтерактивними картами, календарем, формою зворотнього зв'язку, додайте RSS-канал. Це дозволить користувачеві тримати зв'язок з бібліотекою та оперативно дізнаватись новини просто з власної кишені.

Сучасні соціальні мережі також дозволяють створити окрему подію та запросити на неї аудиторію з кола друзів. Календар Гугл окрім цього дозволяє користувачам звіритись з особистим розкладом та додавати до нього події, на яких треба бути присутніми.

Бібліотечні календарі можуть бути присвячені різним подіям:

- План заходів на місяць;
- Розклад тренінгів та бібліотечних уроків;
- Програма роботи конференції чи семінару;
- Виставкова діяльність;
- Календар знаменних і пам'ятних дат;
- Перелік літературних подій;

- Краєзнавчий календар;
- Терміни конкурсів та грантів.

Покрокову інструкцію по роботі з Календарем Гугл ви знайдете на диску.

3. ВЕБІНАРИ

3

Швидкоплинні зміни інформаційно-комунікаційних технологій впливають на всі галузі економіки країни, на виробничі системи та їх складові. З одного боку, економіка потребує більш кваліфіковані кадри на всіх ланках, з іншого під впливом світової кризи скорочує бюджети на навчання.

Публічні бібліотеки завжди були осередками навчання протягом життя, сучасні бібліотеки додають до своїх ключових переваг інноваційні послуги, надаючи доступ до дистанційного електронного навчання, проводячи телеконференції, долучаючись та створюючи навчальні вебінари.

Вебінар - різновид веб-конференції, проведення онлайн-зустрічей або презентацій через Інтернет в режимі реального часу. Вебінари дозволяють зібрати досить велику аудиторію слухачів, уникаючи необхідності їх присутності в одному місці. Платформи для проведення вебінарів в тій чи іншій мірі дозволяють повну взаємодію між аудиторією та ведучим. Останній може супроводжувати свій виступ показом презентацій, відеороликів, ставити запитання, проводити голосування, надавати присутнім засоби та права для спільної роботи над документом. Аудиторія може задавати питання, коментувати у вікні чату. Вести вебінар можуть кілька осіб з різних місць. Як правило, ведеться запис того, що відбувається, тож аудиторія вебінару може збільшитися за рахунок тих, хто переглядатиме запис згодом.

Вебінари це зручний і швидкий спосіб поширення знань. Скористайтесь ним, щоб підвищити свій фаховий рівень, допомогти іншим, організувати нові послуги. Долучайтесь до вебінарів з актуальних бібліотечних питань та навчайтесь.

Як правило, інформацію про проведення вебінару ви отримаєте заздалегідь. Для участі потрібно зареєструватись. Організатори нагадують вам про початок вебінару на ту адресу, що ви залишите при реєстрації.

4

4. СЛОВНИКИ ТА ПЕРЕКЛАДАЧІ. ВІРТУАЛЬНІ ПІСТАВНИКИ З ВИВЧЕННЯ МОВ. МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БІБЛІОТЕК

Люди говорять і творять різними мовами, тому є певний розрив між змістом, доступним в інтернеті і здатністю людей розуміти його. Подолати мовні бар'єри і зробити інформацію, надану різними мовами, доступною для розуміння допомагають інтерактивні перекладачі та словники.

Серед популярних:

- <http://www.bing.com/translator/>
- <http://translate.yandex.ru/>
- <http://www.translate.ru/>
- <http://translate.google.com>

Гугл перекладач (Google Translate-<http://translate.google.com>) — сервіс компанії Google, що дозволяє автоматично перекладати слова, фрази та веб-сторінки з однієї мови на іншу.

Гугл Перекладач використовує характерні фрагменти тексту із сотень мільйонів документів і створює кращий варіант перекладу на їх основі. Знаходячи типові конструкції

в текстах, перекладених людьми, Google Перекладач може зробити певні припущення про те, яким повинен бути переклад. Цей процес пошуку стандартних фрагментів у великих обсягах тексту називається статистичним машинним перекладом. Оскільки переклади створюються комп'ютерами, не всі вони будуть ідеальними. Чим більше документів, перекладених людьми, може проаналізувати Google Перекладач для тієї чи іншої мови, тим вище якість перекладу. Саме тому точність перекладу для різних мов може відрізнятися.

Будь-хто може долучитися до покращення перекладу, натиснувши посилання «Запропонувати кращий переклад», у текстовому полі буде відображено початковий варіант перекладу, який можна змінити, а запропонований варіант надіслати до Google (натиснувши кнопку «Зробити внесок»). Це допомагає Гугл підвищувати якість перекладів.

Станом на травень 2013 р. Перекладач Гугл був на 35 стадії оновлення та перекладав 71 мовами.

Приклади застосування для бібліотек:

Пошук з перекладом

Користувач вводить запит рідною мовою та вказує мову, на яку цей запит перекладається. У результатах виводяться сайти, перекладеною мовою користувача.

Обслуговування іноземців

Консультант відкриває віконце Перекладача, користувач пише запит своєю мовою, перекладає, консультант надає допомогу за запитом та пише відповідь або уточнення українською, перекладаючи зворотню.

Про бібліотеку – всьому світу

Додайте код перекладача на сайт або блог і зміст ваших повідомлень стане доступним всьому світу.

Окрім інтерактивних перекладачів дуже цікаві можливості для бібліотек відкривають інтерактивні курси з вивчення мов. Вивчення мов потребує регулярності, отже бібліотека отримує регулярні відвідування. Бібліотека може передплатити курс, а користувачам надавати доступ безкоштовно, або встановити партнерство з компанією розробником та спільно розробити послуги.

Інтерактивні курси вивчення іноземних мов потребують:

- доступу до Інтернету;
- навушники;
- мікрофон;
- бажання навчатися.

Цікавий досвід партнерства інтерактивної системи навчання іноземним мовам Mango Languages (США) та публічних бібліотек. Бібліотеки передплачують Базовий або Повний Манго курс, а користувачі безкоштовно можуть долучитися до вивчення іноземних мов з бібліотеки безпосередньо, віддалено або встановити безкоштовний веб-застосунок «Mango Languages for libraries» на свої мобільні пристрої. З Mango Languages можна вивчати біля 40 мов. На сайті можна здійснити пошук найближчої бібліотеки, що пропонує доступ до курсів. Зацікавленим радять: «Зверніться до бібліотекаря, щоб отримати читацький квиток і сказати йому/їй спасибі за те, що пропонують Манго!» www.mangolanguages.com/libraries/faqs/

Українським бібліотекам варто скористатись партнерством з програмою «Бібліоміст» та долучити свою бібліотеку до мережі інноваційного вивчення англійської мови.

Курс «ENGLISH 123»:

- Єдиний повністю інтерактивний і мультимедійний онлайн-підручник англійської мови;
- В основі - інноваційна методика «123», розроблена міжнародною

командою лінгвістів, що використовується у 24 країнах світу;

- 4 рівні, 400 навчальних годин, 1000 інтерактивних вправ;
- Зручне навчання: онлайн, у будь-який час, індивідуальний темп та розклад для кожного;
- Безкоштовно для бібліотек та їх користувачів!

<http://english123.com.ua>

Інтерактивний курс LiveMocha <http://livemocha.com> пропонує вивчати до 38 мов та також пропонує співпрацю для бібліотек.

Серед веб-курсів заслуговують уваги

- www.lingualeo.ru,
- www.englishcentral.com,
- <http://duolingo.com/>.

5. БАЗИ КОЛЕКТИВНОГО ДОСВІДУ. ВИКОРИСТАННЯ РЕЙТИНГІВ .

5

Якщо людині потрібно вибрати з маси можливостей у сфері, де вона не є експертом, то вона, швидше за все, звернеться до порад більш досвідчених людей.

Однак, у випадку маси можливостей, як, наприклад, у мережі Інтернет, таке звернення практично неможливе, оскільки складно знайти експертів, здатних дати пораду по кожній з існуючих можливостей.

У цьому випадку перехід від індивідуального до колективного методу рекомендацій може виявитися більш зручним.

Колабораційна фільтрація - системи такої фільтрації здатні пропонувати особисті поради і рекомендації на підставі обчислення подібності між вашими смаками та вподобаннями інших людей. Осно-

вна ідея сервісу полягає в тому, щоб автоматизувати процес порад, що люди можуть надати один одному.

В основу книго-соціальних мереж закладено рекомендаційні сервіси на основі базових уподобань користувача. Такі ресурси пропонують кожному персоналізований рейтинг книг. Тут:

- фіксуються переваги значної групи людей;
- використовуючи вимірювання подібності, вибирається група людей, чиї смаки досить подібні зі смаками тієї людини, яка просить поради;
- обчислюється середня величина переваг групи;
- на підставі значення функції переваги людина отримує раду.

Найпростіше сервіс діє в тих випадках, коли дії людей безпосередньо представляють їх уподобання. Наприклад, при купівлі книг і CD-дисків читач явно виявляє свої уподобання. У цьому випадку система легко може перенести смаки одного покупця на наступних покупців.



Персоналізований рейтинг

Наприклад, в <http://www.Amazon.com> діє порадник, який звертає увагу на те, що інші покупці цієї ж книги, як правило, замовляють ще й такі книги.

Приклади книгосоціальних мереж

- **Букмікс** <http://bookmix.ru/>
- **Жива Бібліотека** www.LiveLib.ru
- **Імхонет** www.Imho.net
- **Bookmate** www.bookmate.com/
- **Googreads** www.goodreads.com
- **LibraryThing**
www.librarything.com

Деякі загальні риси книгосоціальних мереж:

- Персональний акаунт – інтерактивна книжкова полиця, яка збирає те що ви вже прочитали, читаєте зараз або бажаєте прочитати. Можливість відкладати на «полицю» об'єкти, якими ви зацікавились і хотіли б, почитати в майбутньому.
- Індивідуальні рекомендації, які підказують, що читати саме Вам.
- Простір для знайомства і спілкування між людьми зі схожими уподобаннями.
- Персональна афіша: жодна новинка, гідна вашої уваги, не пройде повз вас.
- Доступ до каталогів, що містять великий обсяг даних про книжки.
- Можливість вести особистий щоденник, в якому зберігається інформація про те, що і коли ви читали, і не лише це.

Можливість для бібліотек від книгосоціальної мережі LiveLib

<http://www.livelib.ru/forum/post/6806/~2#comments>

Співробітник бібліотеки може отримати від адміністратора Deli права на створення та ведення сторінки бібліотеки, та додати:

- контакти;
- історію бібліотеки;
- факти, пропозиції;
- заходи.

Заходи дозволяють поширити інформацію про діяльність вашої бібліотеки серед спільноти поціновувачів літератури та читання.

Дізнайтесь про книгосоціальні мережі, залучення користувачів до створення соціальних каталогів з презентацій на диску до цього посібника.

6

1. КРАУДСОРСИНГ

Вважається, що першим цей термін використав Джефф Хау (*Jeff Howe*), редактор журналу *Wired*, в статті *The Rise of Crowdsourcing* в 2006 році. В ній Хау описав феномен об'єднання людей задля вирішення якогось завдання без винагороди або за незначну винагороду, та наслідки розвитку таких об'єднань для компаній, що вирішують аналогічні завдання професійно. З того часу термін набув популярності та розвивається, постійно отримуючи нові й нові прояви.

Суть методу полягає в тому, що задача пропонується необмеженому колу людей, незалежно від їх професійної, вікової чи статусної приналежності. Учасники краудсорсинг-проектів утворюють спільноту, що шляхом обговорення відбирає найбільш вдале рішення.

Приклади краудсорсингу

«Вікіпедія» — вільна енциклопедія. Пропонує користувачам самим дописувати й редагувати статті.

«Microsoft» — транснаціональна компанія з виробництва програмного забезпечення для обчислювальної техніки. Використовує метод краудсорсингу, заохочуючи користувачів свого ПЗ залишати пропозиції щодо поліпшення розробок компанії на корпоративному сайті, а також проводить опитування громадської думки.

www.usshahidi.com/ «Ушакіді» (латинська транслітерація — *ushahidi*) в перекладі з суахілі — «свідчення» — розроблена в 2007 році в Кенії система збору та управління інфор-

мацією, що дозволяє обробляти повідомлення, отримані з найрізноманітніших джерел/каналів комунікації (соціальні медіа, електронна пошта, телефонний зв'язок, SMS, RSS-стрічки, ЗМІ, дані геолокації тощо) та репрезентувати весь комплекс готових даних онлайн, в режимі реального часу, на спеціальній карті, де кожна подія візуально «прив'язана» географічно до місця, в якому це відбулось.

Архітектура «класичної» Ушакіді передбачає досить активну спільну участь людей в обробці даних. Структурно вона складається з веб-сайту і координаційного центру — команди людей (модераторів), які за допомогою відповідного програмного забезпечення виконують такі функції:

- моніторинг джерел, збір повідомлень, перевірка достовірності інформації;
- підтримка роботи сайту «карти допомоги»;
- організація роботи «гарячої лінії»;
- координація надання допомоги на основі бази даних «Карти допомоги»;
- підтримка масових SMS-повіднень на базі онлайн-карти.

На базі платформи Ушакіді створено багато проектів для моніторингу кризових та надзвичайних ситуацій.

Основними перевагами цих технологій є:

- множинність каналів отримання повідомлень, простота доставки повідомлень до пункту їх збору (достатньо телефону);
- здатність швидко залучити до зони своєї дії значні території (аж до загальнонаціонального чи трансдержавного охоплення);
- миттєве оновлення інформації, її комплексна багаторівнева візуалізація;

- достатньо легка доступність ресурсу для споживачів інформації (платформа розміщена онлайн, тобто потрібне лише фіксоване чи мобільне підключення до інтернету);
- надзвичайно низька вартість технологій і можливість їх постійного вдосконалення з використанням краудсорсингу.

До найсуттєвіших недоліків онлайн-технологій краудсорсингу в надзвичайних ситуаціях треба віднести:

- обмежені можливості перевірки отриманих повідомлень;
- відносно низький рівень захищеності від наслідків надзвичайних ситуацій або інших чинників самих технологій комунікації, що найбільше використовуються в платформах типу Ушахіді – мобільного зв'язку та інтернету.

«Віртуальна Ринда: Атлас Допомоги в надзвичайних ситуаціях» (rynda.org). Мета платформи – це координація взаємодопомоги, причому визначення кризи дуже широке. Мова йде не обов'язково про якусь національну кризу, а про будь-яку ситуацію, в якій людині потрібна допомога. Завдання платформи - дати людині можливість дізнатися, якщо десь поряд комусь потрібна допомога і в тій формі, в якій він може допомогти. Тобто краудсорсинг використовується як ресурс взаємодопомоги.

Платформи, де можна створити свій проект з краудсорсингу

- <http://www.crowdsourcing.org/>
- <http://crowdsourcing.ru>
- <http://oon-rozvytok.com.ua/>
- «Майбутнє, якого ми прагнемо» Всеукраїнська Краудсорсінгова платформа

Один із різновидів краудсорсингу – краудфандінг (або спільнокошт):

пошук коштів на проекти, запропоновані на єдиній платформі. Для бібліотек такі проекти теж стануть у пригоді.

Організація <http://biggggidea.com/> використовує краудфандінг так: пропонує людям розпочати власні проекти, розраховуючи на матеріальну підтримку друзів, колег та товариств, зацікавлених у позитивних змінах. Механізм Спільнокошт захищає добродійні наміри, діючи за принципом «все або нічого»: тільки той проект, що зібрав 100% потрібного бюджету до завершення зазначеного терміну, отримує кошти на здійснення.

Якщо ж проект не зміг вчасно зібрати потрібну суму, всі кошти повернуться добродійникам. Стати соціальним інвестором означає погодитись з відомою істиною, що будь-які соціальні проблеми можна вирішити шляхом раціонального вкладення коштів.

Приклад проекту за участю бібліотеки:

У Советському районі в Криму, починаючи з 2011 р., силами громадських активістів центру розвитку громад «Перспектива», лікарні та бібліотеки були організовані сеанси дистанційної медичної консультації. В рамках проекту в приміщенні бібліотеки раз на тиждень збиралася група людей. Бібліотека готувала теми консультацій і заздалегідь передавала лікарю. Лікар, знаходячись у приміщенні лікарні, проводив віртуальні тематичні консультації та відповідав на запитання протягом години. Припустимо, групу цікавила профілактика судинних захворювань. Лікар готував інформацію по темі, а після інформування відповідав на питання. На цьому досвіді побудовано проект «Сімейна медицина» та подано на розгляд спільноти <http://biggggidea.com>. Було необхідно зібрати 14 тис. грн. 38 осіб підтримали проект, та внесли 14 131 грн.

ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо Вам поглибити свої знання з теми, ознайомившись із матеріалами, поданими у додатку до посібника, (див. диск) та спробувати виконати наступні практичні завдання:

Мета заняття: Для підвищення продуктивності отримати практичні навички спільної роботи з документами, залучення «колективного розуму». Навчитися управляти доступом до спільних документів.

Сюжет: Організація спільного заходу (семінару, масового заходу, виставки, свята тощо). Учасники: бібліотекарі та користувачі.

План заняття:

1. Відкрити службу Google Docs. Створити (текстовий документ, таблицю, малюнок, презентацію).
2. Внести зміни у свій документ (редагувати). Зберегти зміни.
3. Надати доступ іншим учасникам.
4. Внести зміни в документи, до яких надано право редагування.
5. Переглянути свій документ, відредагований групою. Переглянути версії документу, погодити чи відхилити зміни.
6. Створити колекцію, до якої перенести всі документи, створені під час навчання.
7. Додати слайд-шоу з презентацією до персональної сторінки та блогу.
8. Створити Календар подій та свят. Додати опис та розклад на найближчий тиждень.
9. Надати доступ до календаря іншим учасникам. Додати до свого календаря події з інших.
10. Встановити сповіщення та нагадування про події.
11. Додати віджет з календарем заходів на персональну сторінку (або на сайт чи блог бібліотеки).

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо самостійно ознайомитись з порадами «Як провести успішний вебінар» (в Додатках на диску), та скласти план проведення вебінару для вашої бібліотеки, а також вивчити питання використання краудсорсингу в базах колективного досвіду. Керуючись порадами, спланувати, підготувати та провести навчальний вебінар, розробити електронний опитувальник користувачів, проаналізувати результати відповідей.

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Ильин С. Один в поле не воин: средства для совместной работы онлайн [Электронный ресурс] / Степан «Step» Ильин. – Электрон. текст. дані. – [Р.Ф.], 2008. – Режим доступу: <http://www.haker.ru/magazine/xa/120/030/1.asp>, вільний. – Назва з екрану. – Аналог друк. вид. (Хакер. –2008. – № 12 (120)). – Перевірено: 25.02.2011.
2. Курвитс М. Использование Документов Google в образовательном блоге [Электронный ресурс] : Ч.2. / Марина Курвитс, руков. инфотехнологий в Тех. гимназ. – Электрон. текст. дані. – Режим доступу: <http://blognauroke.blogspot.com/2009/10/google-ii.html>, вільний. – Назва з екрану. – Рос. мов. – Перевірено: 25.02.2011.
3. Bloggingheads.tv [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электрон. текст., фото- та відео-дані. – [США], сор. 2011. – Режим доступу: <http://bloggingheads.tv>, вільний. – Назва з екрану. – Мова: англ. – Можливості: відеоконференції. – Постійно оновлюється. – Перевірено: 21.01.2011.
4. Min Li Chan 20 занятных фактов о браузерах и интернете [Электронный ресурс]: [електрон. книга] / Авт. та ред. Min Li Chan, Fritz Holznagel, Michael Krantz. – Электрон. текст.та фото-дані. – [США], сор. 2011. – Режим доступу: <http://www.20thingsilearned.com/ru-RU/home>, вільний. – Назва з екрану. – Рос. мов. – Перевірено: 21.01.2013.

ТЕМА 3.3. РЕКЛАМА ТА PR БІБЛІОТЕКИ ЗАСОБАМИ ВЕБ 2.0

Шановні бібліотекарі!

Вивчаючи цю тему, Ви оновите знання про:

Важливість реклами та PR для сучасної бібліотеки, її функції, основні прийоми та засоби.

Після вивчення теми Ви будете

знати:

- основні прийоми і засоби успішної реклами із застосуванням Веб 2.0
- використовувати їх для підвищення іміджу бібліотеки, просування її ресурсів та послуг.



ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно:

- Інтернет-реклами, зокрема соціального маркетингу.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. РЕКЛАМА ЯК
НЕОБХІДНА СКЛАДОВА
МАРКЕТИНГОВОЇ
ПОЛІТИКИ БІБЛІОТЕКИ

Реклама (лат. *reclamare* – «повнювати крик, знову кричати, кликати, голосно заперечувати») – популяризація товарів, послуг і т. ін. з метою привернути увагу покупців, споживачів, глядачів, замовників і т. ін. або поширення відомостей про кого-, що-небудь для створення популярності. Іншими словами, реклама – процес донесення інформації від рекламодавця до цільової аудиторії.

Законодавство поділяє рекламу на такі види: комерційна, соціальна (благодійних акцій, некомерційних організацій, соціальних продуктів), політична. Рекламу бібліотеки, її ресурсів та сервісів відносять до соціальної.

Рекламна діяльність – необхідна складова маркетингової політики бібліотеки. Функції реклами в системі управління бібліотекою: формування іміджу, попиту на бібліотечно-інформаційні послуги та сервіси; популяризація форм і методів обслуговування користувачів; сприяння впізнаваності; протидія конкуренції. Важливо також подбати про брендинг, елементи фірмового стилю та їх використання для реклами.

Методи привертання уваги до реклами («5 богів реклами»):

- позиціонування: створення сприятливого іміджу інституції, впізнаваного бренду, репутації через визначення місії, цілей і завдань інституції, опис корпоративної культури тощо;
- унікальна пропозиція (УП): варто презентувати бібліотеку не лише

через її ресурси, але й послуги навколо них, в цьому унікальність «бібліотечної пропозиції (книжки є не тільки в бібліотеках, але ми допоможемо Вам у виборі, порадимо те, що потрібно саме Вам», «Інтернет є і в сусідній кав'ярні, але там ніхто не порадить, як найкраще шукати необхідне» (популярний слоган у закордонних бібліотеках: «Тут Ви знайдете відповіді на ті питання, на які не може відповісти Google»);

- повторюваність: будь-яку рекламу чи рекламну подію треба повторювати. Одноразова роздача флаєрів про послуги бібліотеки, скажімо, на святі міста, буде мати ефект, але досить низький коефіцієнт віддачі (відсоток реальних звернень);
- контрастність: використання кольорів (чорно-біла текстова реклама сприймається аж на 69% гірше за текст хоча б в чотири кольори), шрифтів, креативних методів оформлення тощо;
- емоційність: реклама має пробуджувати у користувача (споживача) емоції. Люди прагнуть яскравих відчуттів, хочуть співпереживати, але не сприймають банальностей (на кшталт «Бібліотека – храм книги», «Книга – джерело знань»).

За видами продукції реклама досить різноманітна: друкована (листівки, буклети, флаєри, афіші, пресові повідомлення тощо), електронна (банери, розділи сайту тощо). За способами розміщення реклама може поширюватися: в транспорті, через поштову розсилку, інтернет-реклама, реклама в місцях пропозиції товарів чи послуг, «вірусна» реклама (передається від людини до людини).

З огляду на тему цього посібника, зупинимось лише на **інтернет-рекламі**, зокрема інноваціях у такій рекламі, що з'явилися у час **Веб 2.0**.

2

2. ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА БІБЛІОТЕКИ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СЕРВІСІВ ВЕБ 2.0

Отже, **Інтернет-реклама** – інформування про товари, послуги чи інституції в мережі Інтернет. На початкових етапах розвитку інтернету це була лише зовнішня реклама: власне сайти бібліотек, банери на власному сайті чи на зовнішніх сайтах партнерів тощо, текстові блоки про події в інтернет-медіа тощо. Але все це мало вигляд «одностороннього руху». З появою Веб 2.0 з'явилась нова унікальна можливість інтерактивності: зв'язку з користувачем, споживачем послуг та ресурсів через соціальні мережі, коментарі на сайтах, блогах, в бібліографічних записах електронного каталогу тощо. Відчутним стає акцент на користувачів, їх персональні потреби та думки, відбувається персоналізація запитів через реальне спілкування.

Коротко про види інтернет-реклами бібліотеки із застосуванням сервісів Веб 2.0:

- **«Вірусний маркетинг»** – унікальний вид реклами, заснований на бажанні користувачів інформації ділитися цією інформацією («перепост», «ретвіт» і т. п.). Важливо створити такий вірусний контент, який би поширювався згодом самими користувачами. Це може бути відео, фото, флеш-ігри або просто текст, але, головне, щоб цей контент викликав бажання розповсюдження. «Вірусний» маркетинг не допускає шаблонних чи стандартних повідомлень: («Сьогодні в бібліотеці відкриється виставка»,

«Книга – джерело знань», або «Бібліотека отримала вчора 20 нових книг та 15 газет»). Потрібні креативні ідеї і такі ж креативні повідомлення про них.

- **Медійна реклама** – розміщення рекламних банерів на сайтах-площадках (пошукові системи, тематичні сайти, стрічки новин, інформаційні ресурси тощо). Важливо обрати ті сайти, де ви очікуєте знайти свою цільову аудиторію.
- **Соціальний маркетинг** – реклама через форуми, блоги, співтовариства тощо.

Чим більше користувачів у Мережі, тим активніше бібліотека повинна «просувати» себе в тому середовищі, де знаходяться її користувачі. **Іншими словами, бібліотека нині там, де її користувач, реальний чи потенційний. Ресурси та послуги бібліотеки присутні у віртуальному світі користувача.** Нагадати про себе (інколи несподівано й нестандартно), посилити «видимість», справити враження – все це необхідно сучасній бібліотеці, яка мусить нині змагатися за увагу користувача. Тут спрацьовує комунікаційна модель «увага – залучення – вплив – дії». А завдяки оперативному моніторингу реакції та дій користувачів бібліотека може так само оперативно вносити зміни в діючу рекламну кампанію, відслідковувати будь-які нюанси в реальних потребах на послуги та ресурси. Бажані дії користувача називаються конверсією. До того ж, просування в соцмережах та блогах має максимальний рівень довіри, тому що учасники дискусії сприймають повідомлення не як рекламу, а як корисну інформацію та цінний досвід.

Сучасна бібліотека, як ви вже знаєте, має своє «представництво» у віртуальному світі не лише через власний сайт, але й соцмережі (вже є стандартом мати сторінки на

Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, ВКонтакте, стрічку бібліотеки на сайтах фото- та відеохостингу (YouTube, Flickr). Тут бібліотека може якнайкраще й найповніше реалізувати всі прийоми ефективної реклами, про які йшлося (позиціювання, емоційність, унікальність тощо) з метою впливу на користувачів (реальних чи потенційних), суспільство, партнерів, інші бібліотеки.

Рекламуючи бібліотеку, її сервіси та ресурси в соцмережах, важливо пам'ятати, що тут не місце офіційному стилю (залиште його для сайту), але й не можна порушувати правила мережевого етикету.

Варто нагадати, що представлення бібліотеки у віртуальному світі, в т. ч. в соцмережах, потребує певних правил, стандартів оформлення, які варто прописати в брендбуку (положенні про корпоративний стиль, символіку, кольори тощо).

Приклади проектів реклами деяких бібліотек світу в соціальних мережах:

Бібліотека Конгресу США:

- Facebook – <https://www.facebook.com/libraryofcongress> (100 226 вподобань)
- Twitter – <https://twitter.com/librarycongress> (500 000 «послідовників»)

Нью-Йоркська публічна бібліотека:

- Facebook – <https://www.facebook.com/newyorkpubliclibrary> (85 522 вподобання)
- Twitter – <https://twitter.com/nypul> (300 000 послідовників)

Національна бібліотека України ім.В.І.Вернадського:

- Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Національна-бібліотека-України-імені-В-І-Вернадського> (77 вподобань)
- TripAdvisor: http://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g294474-d3245600-Reviews-National_Library_of_Ukraine-Kiev.html

Луганська ОУНБ

- Facebook: <https://www.facebook.com/lugOUNB> (602 вподобання)

Бібліотека НаУКМА

- Facebook: <https://www.facebook.com/NaUKMA.Library> (1118 вподобань)
- Twitter: <https://twitter.com/LibraryNaUKMA>

Приклад бібліотечної адвокаційної акції «Бібліотекам – так! (Збережемо наші бібліотеки відкритими)», про яку згадувалось в темі 2.2 «Соціальні геосервіси»: Скріншот головної сторінки сайту проекту - <http://www.librariesyes.com>. Зверніть увагу: можливість додати голос на захист бібліотек через соціальні мережі.

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Пропонуємо самостійно:

1. Створити презентацію із застосуванням знань в галузі бібліотечної реклами (можливі теми: «Моя бібліотека», «7 причин для відвідування бібліотеки», «Бібліотекар – найкраща професія» тощо) та розмістити її на SlideShare, на сторінці у Facebook, Twitter, LinkedIn тощо.
2. Налаштувати підпис у своєму обліковому записі електронної пошти з метою популяризації своєї бібліотеки.
3. Знайти в YouTube (Flickr та ін.) приклади успішної реклами бібліотек та бібліотечних послуг.
4. Придумати вдалий опис (меседж) для фото своєї бібліотеки (користувачів, книг, сервісів, бібліотекарів тощо) з точки зору реклами. Розмістити таке фото на Flickr чи іншому фотохостингу.

Спробуйте самостійно також дати відповідь на низку питань:

- Яка відмінність комерційної та соціальної реклами?
- Які критерії оцінки рівня ефективності реклами бібліотеки?
- Яким чином залучити нових користувачів через засоби інтернет-реклами?
- У чому сутність поняття «імідж бібліотеки» і які основні його складові?
- Що таке «брендбук» бібліотеки і для чого він потрібен?
- Які засоби Веб 2.0 можна використати для реклами бібліотеки та її послуг? Яким чином?
- Як використати RSS для реклами бібліотеки?
- Як можна використати Twitter для залучення нових користувачів?
- Які вимоги до бібліотечного сайту з урахуванням технологій Веб 2.0? Чи повинен змінитися бібліотечний сайт? Яким чином і в чому?

ДИСКУСІЯ В БІБЛІОТЕЦІ

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо провести дискусію (у бібліотеці, на блозі бібліотеки чи на сторінці бібліотеки в соціальній мережі) обговорити питання:

1. Ми не можемо змінити користувачів, але можемо змінити їх ставлення до бібліотеки. Чи погоджуєтесь Ви з цим? Яким чином можемо це зробити?
2. Що користувачі можуть зробити для реклами бібліотеки засобами Веб 2.0, і чи повинна бібліотека на це впливати?
3. Що означає «Бібліотека 24/7» і як ми можемо це забезпечити?
4. За статистикою, користувачі Інтернету проводять в середньому 5,5 годин на добу в соціальних мережах. Як вплинути на цю цільову аудиторію з метою залучення до бібліотеки? До читання?

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. Ашервуд Б. Азбука общения, или Public Relations библиотеки [Текст] / Б. Ашервуд ; пер. с англ. И.Ю. Багрова, Р.З. Панова. – М. : Либерия, 1995. – 174 с. : ил. – (Приложение к журналу «Библиотека». Сборник из 10 частей ; ч. 6). – Библиогр. – Пер. з англ. – Включ. прим.
2. Борисова О. О. Реклама в библиотеке : учеб.-практ. пособие [Текст] / О. О. Борисова. – М. : Либерия-Бибинформ, 2005. – 214 с. – (Библиотекарь и время. XXI век ; вып. № 34).
3. Владимирська Г. О. Реклама : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. [Текст] / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
4. Гончаров М. В. Введение в интернет : учеб. пособие в 9 ч. Ч. 8 : Реклама в Интернет [Текст] / Гончаров М. В. ; Шрайберг Л. Я. ; под ред. Л. В. Шрайберга ; ГПНТБ России. – М. : Изд-во ГПНТБ России. – 2001. – 42 с.
5. Гончаров М. В. Практическая реализация библиотечного интернет-комплекса : науч.-практ. пособие [Текст] / М. В. Гончаров, К. А. Колосов ; под ред. Л. А. Казаченковой. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 192 с. : ил.
6. Мальцева С. В. Маркетинг и реклама в Интернет [Текст] / С. В. Мальцева // Информационные технологии.- 2002. - № 1. – С. 24.
7. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама: практ. пособие [Текст] / С. Г. Матлина. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Либерия, 2000. – 128 с.
8. Примак Т. О. Трансформаційні перетворення рекламного креативу в Україні : науково-практичне видання [Текст] / Т. О. Примак. – К. : КНЕУ, 2011. – 190 с.
9. Реклама Библиотеки [Электронный ресурс] : [відеозапис] / Jenya Ostina // YouTube : Web-сайт / YouTube, LLC. – Електрон. дані та прогр. – [Сан-Бруно (Каліфорнія, США)], 2010. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=a6SctT-wb5s&feature=related>. – Назва з екрану.
10. Реклама бібліотеки, комфорт і стиль : матеріали конф. учасників навчання Центру з пробл. «Комфортність обслуговування як показник рівня роботи бібліотек» [Текст] / Держ. акад. керів. кадрів культури і мистецтв ; уклад. : Я. О. Хіміч, І. О. Шевченко. – К., 2001. – 34 с. – (Безперервна освіта бібліотекарів України ; Вип. 5).
11. Тюриков А. Г. Интернет-реклама : учеб. пособие [Текст] / А. Г. Тюриков, Д. Е. Шляпин. – М. : ИТК «Дашков и Ко», 2008. – 142 с.
12. Шрайберг Я. Л. Интернет-ресурсы и услуги для библиотек : учеб. пособие для вузов культуры и искусств [Текст] / Я. Л. Шрайберг, М. В. Гончаров, О. В. Шлыкова ; Гос. публ. науч.-техн. б-ка России, Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2000. – 140 с.

ТЕМА 3.4. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ БІБЛІОТЕКАРІВ



Шановні бібліотекарі!

Ознайомившись з теоретичним матеріалом та виконавши завдання практичної і самостійної роботи, Ви будете

знати:

- Що входить до моделі компетентності як єдності теоретичної та практичної готовності бібліотекаря до виконання професійних функцій?
- Яким чином ефективне використання технологій Веб 2.0 сприяє підвищенню рівня компетентності в питаннях інформаційних і комунікаційних технологій?

Важливо!

Постійно вчитися та здобувати нових вершин професіоналізму, а також ділитися досвідом та знаннями з колегами!

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Вам необхідно систематично знайомитися з найновішою інформацією стосовно:

- професійних компетенцій бібліотекарів.

ВИВЧАЄМО ТЕОРІЮ

1

1. МОДЕЛЬ
КОМПЕТЕНТНОСТІ
БІБЛІОТЕКАРЯ

Бібліотеки здійснюють одночасно різноманітні види діяльності: інформаційну, культурно-просвітницьку, педагогічну, наукову, дозвіллеву, які потребують глибоких знань, ерудиції, високої культури, організаторських здібностей.

З розвитком автоматизації у бібліотечних процесах скорочується ручна рутинна праця, її можуть виконувати допоміжні працівники; зростає потреба в знаннях в сфері ІКТ, управління ліцензіями, авторського права.

Зрозуміло, що крім традиційних знань у галузі книгознавства та бібліотечної справи, сучасні бібліотекарі повинні відповідати і новим вимогам.

Яких фахівців потребують сучасні бібліотеки? С. Корралл і А. Брюертон (Великобританія) запропонували ще в 1999 р. наступну модель компетентності бібліотекаря:

1. Загальні особисті навички в галузі комунікацій, вирішення проблем тощо.
2. Професійні навички в галузі розвитку та менеджменту фондів, організації знань та ін.
3. Навички в галузі інформаційних технологій.
4. Навички в сфері бізнесу та менеджменту (фінансування, витрат, маркетингу).
5. Організаційні та галузеві знання.
6. Особиста трудова поведінка - орієнтація на досягнення цілей, лідерство та ініціатива, бачення стратегічних перспектив.

Девід Ланкіс визначає місію бібліотек як покращення суспільства через сприяння створенню нових знань в його спільнотах. Отже питання управління знаннями, формування інформаційної культури, інформаційної грамотності, медіаграмотності та компетентності в інформаційно-комунікативних технологіях стають нагальними для кожного бібліотекаря.

У 2003 році Міжнародний альянс з інформаційної грамотності (*International Alliance for Information Literacy*) узагальнив та уточнив «Стандарти інформаційної грамотності» та визначив поняття «інформаційна грамотність» так: здатність розуміти, коли і чому виникає необхідність у інформації, вміння виявляти, знаходити, оцінювати та ефективно використовувати цю інформацію для вирішення певних питань та проблем.

Слід відмітити, що ЮНЕСКО визначає такий основний напрямок діяльності при вирішенні проблеми підвищення інформаційної грамотності населення: «інтеграція бібліотек в інформаційну грамотність як тих, хто надає інформаційні ресурси, послуги та умови, що мають забезпечувати вільне та відкрите дослідження інформації і слугувати каталізатором щодо трактування, інтеграції та застосування знань в усіх галузях освіти».

Таким чином, в сучасних умовах значно підвищуються вимоги до сучасного бібліотекаря, який повинен:

- здійснювати аналітико-синтетичну обробку інформації;
- володіти методологією розкриття та поширення знань, що зосереджені у бібліотечних фондах;
- освоїти методики та комп'ютерні технології бібліографування, реферування, підготовки оглядово-аналітичних і прогностичних

матеріалів, проведення наукометричних, інформетричних і бібліометричних досліджень;

- забезпечувати як надання традиційних інформаційних продуктів і послуг, так і реалізацію функції документорозповсюдження шляхом відбору та запису на компакт-диски зібрань електронних публікацій на замовлення користувачів з дотриманням майнових прав інтелектуальних власників;
- володіти та доцільно використовувати різноманітні програмні продукти;
- створювати бібліографічні, аналітичні та повнотекстові бази даних тощо.

Сподіваємось, з цього посібника ви отримали певні знання та навички, зокрема у використанні медіа-ресурсів для роботи та навчання, медіа-інструментів для створення ефективних продуктів комунікації (відео/аудіо, веб-сайти, блоги, подкасти і т. ін). Згідно з дослідженнями Центру медіа-грамотності **компетентність у питаннях використання засобів інформації** забезпечує «отримання доступу до інформації, аналіз, оцінку й отримання різних форм повідомлень, формує розуміння ролі, яку відіграють засоби інформації в суспільстві, а також розвиває необхідні дослідницькі навички і навички самовираження».

Нагадаємо, що оволодіння **навичками медіа-грамотності** вимагає від людини сформованих умінь, а саме:

аналізувати засоби інформації:

- розуміти, як, чому і з якою метою створюються медіа-повідомлення;
- розглядати різноманітні інтерпретації повідомлень; вивчати, яким чином у засобах інформації враховуються (або не враховуються) різноманітні системи цінностей і поглядів і як засоби

інформації впливають на переконання і поведінку людей;

- при отриманні доступу до медіа-ресурсів і їх використанні керуватися основоположними принципами етики й законності;

створювати медіа-продукцію:

- розумітися на інструментах створення інформаційних ресурсів і використовувати їх;
- мати уявлення про те, які мовленнєві звороти і тлумачення доцільно використовувати в умовах багатомовності.

Усі ці навички сприяють формуванню компетентності щодо ефективного використання засобів інформації.

Сформованість **компетентності в питаннях інформаційних і комунікаційних технологій** передбачає, що людина вміє

ефективно використовувати технології:

- застосовувати технології як інструменти пошуку, організації, оцінки і передачі інформації;
- належним чином використовувати цифрові технології (комп'ютери, персональні цифрові секретарі, медіа-плейєри, супутникові навігаційні системи, засоби комунікації та соціальні мережі для отримання, управління, інтегрування, оцінки і створення інформації;
- при отриманні доступу до інформаційних технологій і їх використанні керуватись основоположними принципами етики та законності.

Окрім отримання нових знань для розвитку бібліотечної справи, вкрай необхідно зберегти вже набуті. Кількість бібліотекарів, що йдуть на пенсію, набагато вища, ніж приток мотивованих новачків у професію. Таким чином, старші бібліотекарі, що йдуть на пенсію забирають із

собою знання, вміння та досвід, накопичений роками. Бібліотеки повинні визначити, наскільки серйозними будуть ці втрати і як їх пом'якшити. Дуже важливо планувати заміну фахівців, що йдуть на пенсію, навчання співробітників з метою передачі старшими колегами важливих знань і навичок.

Тож долучайтесь до професійних спільнот в Інтернеті, розбудуйте Вашу бібліотеку із використанням технологій та сервісів Веб 2.0, збагачуйте власним досвідом фахову спільноту та набувайте нових вершин професіоналізму.

Успіхів!

ВЧИМОСЯ САМОСТІЙНО І БЕЗПЕРЕВНО

Шановні бібліотекарі!

Пропонуємо Вам поглибити свої знання з теми, ознайомившись із матеріалами, поданими у додатку до посібника, (див. диск) та виконати наступні практичні завдання:

1. Познайомтесь з документом в додатку на диску, в якому наведено бачення ключових компетенцій XXI сторіччя, що розвиває «Партнерство з підтримки навичок XXI сторіччя». Програми перепідготовки педагогічних кадрів від корпорацій Інтел («Навчання для майбутнього») та Майкрософт («Партнерство в навчанні») набувають підтримки на державному рівні та впроваджуються по всьому світу та в Україні зокрема, що уможливорює підготовку української молоді до економіки знань XXI сторіччя та надає їм необхідні навички.
2. Спробуйте скласти ментальну карту для мозкового штурму «Як знання та навички, отримані під час вивчення посібника, допоможуть особисто вам зміцнити професійні компетенції»

ЗАПИТАННЯ

- Які інструменти допоможуть Вам постійно оновлювати знання з теми?
- Які ланки Вашої роботи в бібліотеці можна оновити, спираючись на набуті знання?
- Чи досконало Ви оволоділи навичками та технологіями Веб 2.0?
- Яких заходів слід вживати, щоб набути необхідні компетенції?
- Як Ви можете сприяти формуванню інформаційної культури користувачів?
- Як можна використовувати інтернет у проектній діяльності Вашої бібліотеки? У рекламі бібліотеки?

ЧИТАЄМО, ОБГОВОРЮЄМО, ВПРОВАДЖУЄМО

1. HelPaLibrarian.com [Електронний ресурс]/Heather Negley, [засновник] . – Електрон. текст. – [США], cop. 2010. – Режим доступу: <http://www.helpalibrarian.com>, вільний. – Назва з екрану . – Мова: англ. . – Можливості: кожен бібліотекар з будь-якої країни може отримати та надати довідку колезі. - Постійно оновлюється. - Перевірено: 21.02.2011.
2. Багрова И. Ю. Библиотечно-информационная профессия за рубежом: современное состояние, проблемы, перспективы : (обзор по материалам отечественной и зарубежной англоязычной литературы 2006-2008 гг.) [Електронний ресурс] / И. Ю. Багрова – вед. науч. сотр. ОМБС РГБ, канд. юрид. наук. - Електрон. текст. дані. – Москва, 2009. - Режим доступу: http://ifacom.ru/files/Monitoring/2009/bagrova_bib_inf_prof.pdf, вільний. – Назва з екрану. - Перевірено: 25.02.2011.
3. Бейліс Л. І. Бібліотекознавство в парадигмі наук соціально-комунікативного циклу: до проблеми бібліотечного дискурсу [Електронний ресурс] / Л.І. Бейліс. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/bdil/2010_2/2.pdf, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мов. – Аналог друк. вид. (Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2010. - № 2. – С. 11-16.). - Перевірено: 25.02.2011.
4. Грабар Н. Г. Комунікативна компетентність бібліотекаря в процесі проведення ігрових заходів [Електронний ресурс] / Н. Г. Грабар. - Електрон. текст. дані. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/VKhdak/2010_29/V29-2-05.pdf, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мов. – Аналог друк. вид. (Вісник Харківської державної академії культури. – 2010. – Вип. 29.). - Перевірено: 25.02.2011.
5. Иванова С. М. Проблема підвищення інформаційної грамотності працівників бібліотеки [Електронний ресурс] / Иванова Світлана Миколаївна, наук. спів. Інституту інф. технологій і засобів навч. АПН України. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/ITZN/em15/content/10icmloi.htm>, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мов. – Аналог друк. вид. (Інформаційні технології і засоби навчання. – 2010. - № 1 (15)). - Перевірено: 25.02.2011.
6. Компетентність — ключ до оновлення змісту бібліотечної роботи [Електронний ресурс] /Мін. культ. і тур. Укр. Держ. заклад «Національна бібліотека України для дітей». - Електрон. текст. дані. – Київ, 2009. - Режим доступу: <http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=5293>, вільний. – Назва з екрану. – Текст на екрані укр. мов. – Є друк. аналог. - Перевірено: 25.02.2011.
7. Ястребцева Е. Хочу шагать в ногу со временем! [Електронний ресурс] / Елена Ястребцева. - Електрон. текст. дані. – [Р.Ф.], 2010. - Режим доступу: <http://school-sector.relarn.ru/wps/?p=1182>, вільний. – Назва з екрану. - Перевірено: 25.02.2011.

Науково-методичне видання

Тетяна Олександрівна Ярошенко,

Тетяна Олексіївна Якушко

**ТЕХНОЛОГІЇ ВЕБ 2.0
ДЛЯ БІБЛІОТЕК І КОРИСТУВАЧІВ:
НОВІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ
БІБЛІОТЕЧНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Посібник для бібліотекарів
за програмою підвищення кваліфікації

Відповідальна за випуск І. О. Шевченко

Комп'ютерна верстка С. В. Даневич

Фото обкладинки В. Моїсеєва

Підписано до друку 11.10.2013.
Формат 60x90/8. Наклад 1000 прим.

Видавництво «Самміт-Книга»
Україна, м. Київ, вул. Горького, 59
Тел./факс: (044) 232-42-55,
books@sambook.com.ua, sbook.com.ua
Видавниче свідоцтво ДК 3237 від 14.07.2008