



На замітку методисту

Інформдайджест

Вип.8



**Управління культури
обласної державної адміністрації**

**Обласна бібліотека для юнацтва
ім. Бориса Лавреньова**

Науково-методичний відділ

На замітку методисту

Інформдайджест

Вип. 8

**Херсон
2013**

На замітку методисту: інформдайджест / укл. Козаченко О.О.; Херсонська обл. б-ка для юнацтва ім. Б.Лавреньова. – Херсон : [Б.в.], 2013. – Вип.8. – с.

Черговий випуск інформдайджесту «На замітку методисту» пропонує вашій увазі матеріали на допомогу інтеграції бібліотеки у віртуальний простір. Корисними будуть поради щодо використання новітніх інформаційних технологій у просуванні читання, можливостей wiki-технологій в бібліотечній роботі, рекомендації по веденню блогів та спілкуванню в соціальних мережах, а також досвід роботи бібліотек України у цьому спрямуванні.

Інформдайджест адресований бібліотечним фахівцям та всім, кого цікавить інтеграція бібліотечної діяльності до онлайн-середовища.

Укладач - Козаченко О.О.

Редактор - Коваль С.Д.

Відповідальний за випуск - Ігнатова Т.Ф.

Херсонська обласна бібліотека для юнацтва ім. Б.Лавреньова, 2013 р.

Місія бібліотек в умовах електронно-інформаційної революції

Для сучасного суспільства характерне значне збільшення потоків інформації, що впливають на свідомість людини. «Інформаційний вибух» супроводжується зростанням руйнівних форм мислення на основі споживчих стандартів, культивуванням насильства, агресії та нетерпимості. Сьогодні потребує нових підходів, сповнених гуманізмом та практичним змістом, що буде вести до створення гармонійних відносин між окремими особами, між суспільством та природою, між фізичним, психічним та соціальним початками людини.



XXI століття сьогодні називають інформаційним століттям та століттям електронної інформації. Для нього характерне агресивний наступ інформаційних технологій та «розповзання» електронної інформації. Йде глобальна інтернетизація, що стає вирішальним фактором усіх сфер життєдіяльності. Звідси випливає, що сучасні технології диктують певні зміни в задачах та функціях бібліотек. Основна задача для бібліотек – сприяти формуванню надійного та комфортного інформаційного середовища своїх користувачів. Надійність – це не лише гарантований доступ до інформаційних ресурсів, але й створення умов для формування безпечного для розвитку особистості інформаційного простору, котре може сприяти росту творчих здібностей та духовних якостей особистості.

Відмінною рисою бібліотек в Інтернет-просторі є можливість орієнтувати свої ресурси на потреби користувачів, можливість надавати інформацію з найменшим інформаційним шумом. Про цю величезну перевагу бібліотек необхідно знати користувачам. Тому зараз зросла потреба просвітницької роботи бібліотек не лише шляхом безпосереднього спілкування, але й в Інтернеті (онлайн-спілкування).

Наталя Грабарь, кандидат наук по соціальним комунікаціям, доцент кафедри культури, головний бібліограф

Тетяна Соколовська, ведучий бібліотекар Наукової бібліотеки Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка

Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії

Активне освоєння соціальних медіа бібліотеками усього світу тільки починається. Сьогодні можна багато говорити про першість зарубіжних бібліотек у досвіді опанування соціальних платформ. Безумовним лідером, без сумніву, називають Бібліотеку Конгресу, яка не лише успішно освоює соціальні сервіси YouTube, iTunes, Flickr та інші, оприлюднюючи матеріали з бібліотечних фондів, а також має намір архівувати в цифровому вигляді всі публічно доступні повідомлення, розміщені у мікроблозі Twitter. Цікавим також є досвід британського Інституту бібліотечно-інформаційних спеціалістів (CILIP), який започаткував курси підготовки бібліотекарів для роботи із цією технологією — "Twitter for Librarians". Не можна не згадати про ініціативу створення спеціалізованої бібліотечної соціальної мережі ДПНТБ Росії. Перелік подібних прикладів можна продовжувати і далі. Але важливо зазначити, що останнім часом все активніше на просторах онлайн-осередків з'являються українські бібліотеки, які створюють цікаві інтернет-проекти, взаємодіють між собою та з користувачами, активно запозичуючи досвід зарубіжних колег.



На тлі глибокої інтегрованості українського суспільства у міжнародні соціальні медіа вітчизняні бібліотеки почали використовувати соціальні сервіси як канали неформальної комунікації та способи мотивації розвитку професійної сфери, що реалізуються у різних формах (від спілкування з колегами до курсів підвищення фахової кваліфікації); як засоби залучення ширшої аудиторії користувачів мережі (поінформування про бібліотечні події, навчання або навіть інформаційне обслуговування); як інструменти бібліотечного маркетингу, що сприяють розповсюдженню бібліотечних новин, стимулюють просування бібліотечних продуктів, послуг та сервісів, анонсують маркетингові заходи, проекти та програми; слугують засобами реклами та PR-технологій для книгозбірень; як "креативне" доповнення основних веб-сайтів бібліотек, що існує паралельно, а подекуди як альтернатива створення останніх завдяки доступності (порівняно з оплатою послуг веб-майстра і хостингу).

Нині застосування соціальних технологій у стратегії інноваційного бібліотечного розвитку вже має більше прибічників, ніж супротивників. Проте рішення щодо участі у соціальних медіа також не завжди сприяє розвитку бібліотеки в онлайн-середовищі: пасивне створення анкети в соціальній мережі чи розміщення мінімальної кількості "штатної" інформації про книгозбірню не відповідають ідеї соціальних медіа як каналів комунікації, інструментів для реклами та PR, засобів моніторингу та навіть маніпуляції потребами суспільства.

Випадкові, не пов'язані між собою ініціативи бібліотек у соціальних медіа втрачаються серед численних інформаційних об'єктів, створених самими користувачами. Лише незначна кількість веб-проектів бібліотек передбачає діалог із користувачами та уможливує налагодження сталих комунікаційних зв'язків з іншими учасниками інформаційного суспільства.

Перед бібліотечним співтовариством постає завдання створити нові умови комунікації, які слугували б покращенню розуміння, орієнтації окремих користувачів. Бібліотекам, що бажають увійти у віртуальний простір соціальних медіа, важливо сформулювати стратегію розвитку "свого" нового комунікаційного середовища:

- змінити орієнтацію діяльності в медіасередовищі зі створення контенту на дослідження інформаційних потреб користувачів;
- позиціонувати себе як надійне та безпечне джерело інформації, використовуючи для цього всі продукти та послуги, здатні запропонувати аудиторії глибшу і цікавішу концепцію самореалізації;
- створити та постійно підтримувати імідж, що виокремить бібліотеки з-поміж інших учасників онлайн-спільнот;
- запропонувати новий, привабливіший образ бібліотеки, за яким стоять реальні люди;
- заохочувати внесок користувачів (коментарів, конструктивної критики) у діяльність бібліотечних веб-проектів;
- застосовувати технології соціального медіамаркетингу, суцільні форми кооперації, обміну та самоорганізації.

Таким чином, адаптація бібліотек до нових форм комунікацій у соціальних медіа тільки розпочинається та є інноваційною тенденцією розвитку бібліотечної сфери. Перші кроки у цьому напрямі дають підстави констатувати, що активне застосування віртуальних медіа у діяльності бібліотек уможливить отримання нових інструментів для організації та управління інформацією, надання до неї доступу, стимулювання подальшого розвитку бібліотечної професії та створення якісно нової комунікації з користувачами.

Олена Мар'їна, викладач кафедри бібліотекознавства та соціальних комунікацій ХДАК, кандидат наук із соціальних комунікацій

Шляхи інтеграції бібліотечної діяльності до онлайн-середовища

Першочерговими завданнями бібліотечної діяльності у сучасному інформаційному просторі зі швидкозмінюваними технологічними парадигмами є опанування електронного середовища (ресурсів, технологій, інструментарію) та інтеграція бібліотечних послуг до соціальних онлайн-комунікацій. Розглянемо детальніше основні з цих напрямів онлайн-бібліотечної діяльності та засоби їхньої професійної організації у телекомунікаційному режимі: каталогізація інтернет-ресурсів, віртуальне довідково-бібліографічне обслуговування, електронні виставки.



Вебліографія та інтернет-бібліотекарі. Завдання сучасної бібліотеки полягає у тому, щоб виявити в гетерогенному інформаційному потоці веб-публікацій найціннішу та найдостовірнішу інформацію, провести її експертну оцінку, опрацювати на загальнобібліотечних засадах та надати до неї доступ за єдиними правилами щодо представлення знань у бібліотечному фонді. Тому, навіть не зберігаючи безпосередньо у своїх фондах архів мережних інформаційних ресурсів, бібліотеки можуть, з одного боку, значно розширити інформаційний потенціал своїх фондів, а з іншого — забезпечити користувачам семантичну навігацію ресурсами Світової павутини.

Вебліографія — це бібліографічні підходи до організації ресурсів Інтернету для спрощення пошукової діяльності користувачів мережі. Бібліотекарі не повинні залишати читачів один на один із неосяжним морем інформації, їхнє завдання — відібрати і систематизувати найцінніші ресурси Інтернету, а потім уже рекомендувати користувачам.

Віртуальні довідкові служби. Свідченням змін у традиційному довідково-бібліографічному обслуговуванні (ДБО) є створювані у бібліотеках віртуальні довідкові служби (ВДС), які часто називають "віртуальною довідкою". Для віртуального довідково-бібліографічного обслуговування характерним є те, що воно реалізує механізми спільної діяльності бібліографа і користувача у процесі пошуку необхідної інформації. Це виражається, зокрема, в обміні текстовими повідомленнями під час виконання віртуальної довідки.

Основними перевагами електронної довідкової служби є: можливість звернутися будь-кому з будь-якої точки будь-коли; оперативність отримання кваліфікованої відповіді провідних фахівців бібліотеки.

Віртуальні виставки. Виставкова діяльність бібліотек була і залишається важливою складовою бібліотечного обслуговування. Використання мультимедійних технологій дає змогу впровадити інновації в цю діяльність бібліотеки. Електронна виставка є синтезом традиційного (книжкового) і новітнього (електронного) способів надання інформації.

Виставка передбачає віртуальну презентацію видань, що розкриває їхній зміст, а також доступ до матеріалів бібліографічного, фактографічного, енциклопедичного характеру, що існують в електронному вигляді та з якими можна ознайомитись в Інтернеті.

Інтернет сьогодні став невід'ємною глобальною складовою бібліотечних ресурсів і сервісів: залучення віддалених користувачів значно розширило коло потенційних споживачів бібліотечних послуг, каталогізація веб-ресурсів підвищила інформаційний потенціал бібліотечного фонду. Освоєння бібліотеками мережного середовища розширило також можливості подання наявного інформаційного потенціалу бібліотечних фондів, створило умови для формування якісно нових інформаційних ресурсів. Бібліотеки завдяки розвинутим можливостям ІКТ можуть сьогодні реалізувати потенціал експертів-посередників між інформаційними ресурсами та користувачем, привнести у Глобальну мережу структурованість і упорядкованість, властиву бібліотечним фондам, надати бібліотечні послуги віддаленим користувачам на тому ж високому рівні, на якому вони доступні читачам традиційної бібліотеки.

Катерина Лобузінa, старший науковий співробітник, завідувач відділу програмно-технологічного забезпечення комп'ютерних мереж НБУВ, кандидат технічних наук

Можливості бібліотеки у соціальних мережах

«Соціальні мережі для бібліотекаря, це...»

Результати опитування

У сучасній соціокультурній ситуації функціонування засобів нової комунікації, які характеризуються періодичністю, інформаційністю, фінансовою доступністю, глобальністю, демократичністю і наявністю зворотного зв'язку розкриває потенціал бібліотек у сучасному комунікативному просторі.

Аналіз результатів експрес-опитування «Соціальні мережі для бібліотекаря, це...» на сайті науково-методичного відділу НПБУ, показав, що на сьогоднішній день соціальні мережі захопили свідомість бібліотекарів України. Про це свідчать дані, отримані в ході опитування. Так, у своїй більшості, респонденти відзначили, що соціальні мережі для них це: майданчик для дискусійної трибуни та можливість спілкуватися з однодумцями - 38 %, просування інтересів бібліотеки або бібліотекаря – 14,6 %, змога реалізувати певні професійні завдання – 14,4 %, вплив на владу і громаду – 13 %, вивчення уподобань найрізноманітніших цільових груп – 12 %. В той же час 8 % колег вважає, що це марна витрата робочого часу.

Таким чином, слід констатувати, що більшість колег переконані в тому, що якщо бібліотека хоче бути сучасною, вона повинна звертати увагу на соціальні медіа і роботу у них. Це дозволяє здійснювати неформальний обмін думками і спостереженнями, швидко поширювати творчі ідеї, моментально реагувати на актуальні події або проблеми найбільш активним, креативним членам нашого професійного співтовариства.

Голосування - Соціальні мережі для бібліотекаря, це:

Спілкування з однодумцями та дискусійна трибуна		37.64%	(294 голоси)
Вплив на владу і громаду		13.06%	(102 голоси)
Реалізація певних професійних завдань		14.34%	(112 голоси)
Вивчення уподобань найрізноманітніших цільових груп		11.91%	(93 голоси)
Просування інтересів бібліотеки або бібліотекаря		14.98%	(117 голоси)
Марна витрата робочого часу		8.07%	(63 голоси)

Кількість голосів: 781 голоси.

Матеріал з сайту Національної парламентської бібліотеки України

Бібліотеки в соціальних медіа

Чому бібліотека повинна звернути увагу на роботу в соціальних медіа? Сьогодні 96% покоління двотисячних полягає в соціальних мережах. Роботу в соціальних медіа ведуть бренди та ЗМІ, православні священики і політичні партії. Соціальні медіа – середа, яка розвивається найбільш динамічно, і в якій зосереджена найбільш активна частина нашої аудиторії.

Якщо бібліотека хоче бути сучасною і орієнтованою на користувача, потрібно перебувати там, де і наша аудиторія. У цілому використання соціальних медіа необхідно, щоб нас побачили більше людей.

Що таке соціальні медіа? Можна сказати, що це набір онлайн-технологій, які дозволяють користувачам спілкуватися між собою. Форми взаємодії найрізноманітніші: налагодження контактів, обмін думками, досвідом,



знаннями, ідеями, новинами, інформацією і т.д. У Вікіпедії говориться про такі різновиди соціальних медіа як блоги, соціальні мережі, спільноти з виробництва спільного контенту, геосоціальні сервіси та ін.

Основа соціальних медіа - спілкування. Якщо ви готові до спілкування зі своїми читачами, реальними і потенційними, соціальні медіа - для вас. Розглянемо можливості, які не вимагають фінансових витрат, але сприяють зміцненню іміджу бібліотеки та діалогу з користувачами на прикладі МУК централізована бібліотечна система м. Арзамас Нижегородської області.

Блоги. Блог - це розміщений в Інтернеті щоденник одного або декількох користувачів. Лідером за відвідуваністю серед російської аудиторії Інтернету є блог-сервіс LiveJournal, на який припадає і найбільша кількість записів. Бібліотечні блоги використовують різні сервіси, але більшість бібліотечних блогів створено на платформі Blogger. У порівнянні з іншими, що пропонують створити безкоштовний блог, Blogger відрізняється простотою (розібратися в ньому може новачок), зручністю і одночасно такими можливостями, які на інших ресурсах доступні тільки професіоналам. (Для невеликих бібліотек блог, створений на цій платформі, може служити заміною сайту).

Блог може представляти особистість або бібліотеку, відділ бібліотеки або бібліотечне співтовариство.

Мікроблоги. Їх відмінні особливості - лаконічність повідомлень, зручність і швидкість підготовки постів. Один з найпопулярніших сервісів - «Твіттер». Найголовніше в ньому - всього 140 символів і нічого зайвого. Тут можна сформулювати список людей і компаній (видавництва, ЗМІ, організацій), повідомлення яких вам цікаві з професійної точки зору. Сервіс дозволяє спілкуватися з цікавими вам людьми, в тому числі з вашими читачами, оперативно обмінюватися інформацією. У «Твіттері» ведуться мікроблоги як бібліотекарів, так і бібліотек, де повідомляють про майбутні заходи та новинки, публікують новини, діляться посиланнями, ведуть прямі репортажі про події.

Соціальні мережі. Соціальні мережі засновані на спільнотах користувачів, які поділяють спільні інтереси і займаються схожими видами діяльності. Соціальні мережі руйнують межі - це їх головне достоїнство. Вони відрізняються один від одного не тільки розміром і складом аудиторії, але й можливостями просування. Часто користувачі зареєстровані в кількох соціальних мережах, але перевага все-таки віддається якійсь одній.

Основна російська аудиторія соціальних мереж зосереджена в трьох найбільших проектах - «Вконтакте», «Моймир» і «Однокласники». Вважається, що «Вконтакте» - це соціальна мережа для молодих, користувачі «у віці» традиційно віддають перевагу «Моймир» і «Однокласники». Світовим лідером є «Фейсбук», який вибирає найбільш «просунута» частина аудиторії.

Найчастіше бібліотеки використовують «Вконтакте» для створення своїх груп.

На «Фейсбуці» можна створити групу або сторінку. Групи краще використовувати для організації короткострокових нерегулярних подій, наприклад, обговорення або проведення заходу. Сторінки більше підходять для довгострокових проектів, наприклад, представництва бібліотек. «Фейсбук» останнім часом активно освоюється російськими бібліотеками, які створюють і групи, і сторінки.

Бібліотеки активно використовують можливості соціальних мереж «Вконтакте» і «Фейсбук» для запрошень на різні заходи. Це дозволяє миттєво отримати зворотний зв'язок, обмінятися коментарями, бути в курсі подій.

Бібліотечні групи є в «Однокласниках», там бібліотекарі обговорюють свої загальні професійні проблеми. Існують і групи, спрямовані на взаємодію з читачами та представляють окремі бібліотеки.

У мережі «Моймир» існує невелика кількість бібліотечних груп, але зате тут в якості користувачів зареєстровано безліч бібліотек.

Фото та відеохостинги. Поки не отримали широкого розповсюдження серед бібліотек. Бібліотеки тільки починають використовувати відеосервіси, створюючи канали найчастіше на YouTube. Зазвичай розміщують сюжети про роботу бібліотеки і самостійно створені ролики про книги, читання, письменників.

Соціальні закладки - це сервіси зі списками посилань на сайти. Як правило, люди користуються інтернетом і вдома, і на роботі, і в дорозі на телефоні. Соціальні закладки дозволяють зберігати посилання на улюблені сайти в інтернеті, щоб мати до них доступ з будь-якої точки простору.

Теж поки майже не використовуються бібліотеками.

Геолокаційні сервіси - це інтернет-сайти і додатки для смартфонів, за допомогою яких користувачі можуть відзначити своє місце розташування і повідомляти про нього своїм друзям в соціальних мережах. Приклади використання бібліотеками поодинокі.

Як же почати своє просування в соціальних медіа?

Перед тим, як почати роботу, уявіть, де знаходиться ваша цільова аудиторія. Визначтеся, що ви будете вести - блог, сторінку або групу в соціальній мережі, відеоканал на хостингу Youtube і т.д.

- Придумайте стиль, опишіть основні принципи, створіть ключові тексти, підберіть аватари.
- Постарайтеся оптимально організувати роботу (розподіл обов'язків, порядок створення «редакційного плану» і контенту для наповнення майданчиків в соціальних медіа).
- Зробіть графік розміщення публікацій мінімум на два місяці вперед. (Одна публікація в тиждень - достатньо для початківців. Зробити більше ви завжди встигнете).
- Підберіть інформацію для наповнення сторінки на перші два-три тижні її функціонування.

• Думайте, як репортер. Шукайте найцікавіші теми та ідеї, що відносяться до роботи бібліотеки. Діліться цією інформацією з користувачами.

• Не забувайте, що контент в соціальних медіа - це привід для бесіди. Намагайтеся створювати тексти, які передбачають дискусії в коментарях. Пишіть ясно і просто, щоб було легко розібратися недосвідченому читачеві. Роз'яснюйте все, що потрібно і можна роз'яснити і пояснити.

Важливо, щоб інформація про вашу присутність в соціальних медіа була представлена на бібліотечному сайті. Як це зробити? Додайте на ваш сайт кнопки соціальних медіа. З'єднайте ваш блог і ваш сайт (поставте посилання один на одного, Анонсує матеріали). На сторінки сайту можна додати кнопки ретвіті і лайків, давши користувачам можливість поділитися враженнями і контентом. Інтеграція бібліотечного сайту та соціальних медіа дозволить залучити нових користувачів на ресурс і відкриває нові можливості для поширення контенту.

Про присутність в соціальних медіа потрібно розповісти відвідувачам бібліотеки. Можна розміщувати рекламні оголошення, роздавати візитки, повідомляти на заходах, розмовляти при обслуговуванні читачів.

Не забувайте про проблеми, які очікують бібліотеки в соціальних медіа:

- Очікування, що все буде розвиватися саме собою.
- Неготовність спілкуватися.
- Прагнення до контролю.
- Страх перед негативом.
- Відсутність ентузіастів.

Резюме. Соціальні медіа сприяють налагодженню контактів між людьми, допомагають оперативно вирішувати питання, долати географічну ізоляцію. Робота в соціальних медіа дає вам право голосу. Особливо якщо вам є, що сказати, і ви говорите постійно. Говоріть - вас обов'язково почують, ви знайдете однодумців. Не турбуйтеся, якщо результати змушують себе чекати. Соціальні медіа - це про тривалі стосунки. Так само, як в будь-яких відносинах, тут потрібна робота над собою, час і сталість.

Огнєва І.М., завідувач методичним відділом МУК ЦБС м.Арзамас

Зверніть увагу!



Використання нових інформаційних технологій у просуванні читання серед молоді

Інформаційні технології - це один з методів просування книги та читання. І тут є величезна маса прийомів, за допомогою яких так чи інакше можна просувати книгу. Є дешеві, є і дорогі. Я розповім про ті, що подешевше. Адже для бібліотеки вони є більш актуальними.

При використанні Інтернет-технологій можна виділити кілька основних методів:

- СМС-розсилка
- Соціальні мережі
- Сайт
- ...

Я навмисно ставлю останнім пунктом три крапки «...». Саме вони символізують те, що список не повний.

СМС-розсилка починається з реєстрації читача. Саме на цьому етапі потрібно зібрати якомога більше інформації про читача. Електронний каталог дозволить правильно сортувати і робити вибірку читачів за їх інтересами. Надалі це дозволить виробити найбільш ефективне інформування.

Іншими словами це потрібно для того, щоб грамотно розподілити те, чим ми хотіли б поділитися з читачем або майбутнім читачем. Тут можна розповісти як про існуючий фонд, так і про нові надходження. Потрібно вибирати матеріал як для конкретно однієї людини, так і для певної групи людей.

Наприклад, якщо користувач вчиться на економічному факультеті, логічно припустити, що йому не так цікаві книги з програмування. Але не потрібно зациклюватися на новій літературі. Можна розсилати інформацію про акції, конкурси, заходи, вітати з днем народження.

В Інтернеті існує величезна маса сервісів, як платних так і безкоштовних, які дозволяють створювати смс-розсилки.

Цей вид інформування дозволяє вивести бібліотеку на новий рівень. Завдяки йому підвищується не тільки імідж бібліотеки, але й зростає відвідуваність, а відповідно і читаність. Наприклад читач вчиться на факультеті економіки. І тут бібліотека отримує супер-круту і нову книгу з економіки. Так чому б не взяти групу людей, які навчаються на економістів і не розіслати їм запрошення на презентацію книги.

Знову ж, це найпростіший приклад того, як можна використовувати дані. Адже в бібліотеці дуже багато інформації про читача: які книги він читає, де він навчається, скільки йому років і т.і. Все це можна використовувати, і це буде на користь як читачеві так і бібліотеці.

«Сбщ: От: kryub. Привет☺ Этот тест-смс для семинара в КРУ «ЮБ». Подробнее: <http://www.kryub.in.ua/>. С уважением, Юношеская библиотека.» Я навів приклад смс, яка приходиться на телефон читача. Ім'я відправника не записано в телефонній книзі і виставляється автоматично. На сервісах, де надають смс-розсилку ця можливість є. Головне не переборщити і розсилати тільки те, що дійсно потрібно користувачеві. Для смс-розсилки є безкоштовні сервіси. Але платні не тільки зручніше, але і дозволяють створити діалог з вашим читачем, і надають більше можливостей.

Наступний метод інформування читачів - це соціальні мережі. Цей метод ще дешевше, ніж попередній. Для того, щоб почати просувати бібліотеку за допомогою соціальних мереж, потрібно створити концепцію та контент-план.

Спочатку я хотів би надати трохи статистики про те, з ким ми будемо мати справу. Основна наша аудиторія - юнацтво, тобто підлітки. За даними різних досліджень в соціальних мережах більше жінок. Найбільша вікова аудиторія від 15 до 24. Тобто це і є юнацтво. Найбільше проводять часу над читанням постів, тих кого знають особисто. Тут рекомендація одного надасть більш істотний вплив, ніж просто реклама.

За статистикою, найбільш часто відвідують соціальні мережі: 10.00, 12.00, 17.00.

В принципі цих мінімальних даних цілком достатньо для складання **контент-плану**.

Для тематики наших постів ми вибрали «книга» і «бібліотека». У прикладі я покажу сервіс мікроблогів twitter. Робота з іншими соціальними мережами дуже схожа.

Кілька фактів про Twitter:

Повідомлення по 140 символів, з можливістю залишати посилання і # хештеги. Одна з лідируючих соціальних мереж світу. Спочатку з'являється новина в твіттері, а вже потім на інших ресурсах інтернету і телебаченні. Так вважає більшість користувачів інтернету. Окрім новин можна знайти багато друзів (фоловерів) і спілкуватися в цьому цікавому форматі - 140-символів.

Контент план

Час	Зміст	Тема
9-00	Навколишнє середовище	Блог
11-00	Зображення	Картинка дня
14-00	Літературна Україна	Нова книга
17-00	Все живе створює навколо себе атмосферу. Гете	Цитата

Це представлена зразкова таблиця того що робимо ми. Повторювати нас не потрібно :). Обирайте теми для себе.

Думаю, що тут все зрозуміло з часом і вмістом. Адже ми відштовхувалися від даних досліджень. Ви ж можете самі вибрати який вміст хочете розміщувати для користувачів. Колонка «тема» призначена для складання статистики про розміщений матеріал. Іншими словами на що бібліотечний аккаунт у соціальній мережі отримує більше відгуків: Цитата, картинка, блог і т.і.

Єдине чого не вистачає в таблиці так це - інформування читачів. Тобто паралельно з розважальною інформацією ми даємо посилання на наш сайт і на ту інформацію яка може бути корисна для читачів, користувачів.

Також будуються і контент-плани для інших соціальних мереж. Тобто тут головне – чітко визначитися з часом, вмістом, і темою.

Я б хотів виділити кілька особливостей, які дуже важливі при роботі в соціальних мережах:

- Спостереження за відгуком = коригування контент-плану.
- Тестування і регулювання часу публікації.
- Сегментація груп (стать, місто, вік) - окреме повідомлення для групи.
- Заохочення соціальних дій передплатників (акції). Розіграші серед найбільш активних.
- Актуальні теми.
- Своєчасне реагування в обговореннях на звернення і коментарі.
- Запланувати регулярність постів.
- Заголовки і тексти закликають до дії («дізнайся», «відкрий», «знайди», «отримай», «прочитай», «почуй», «зароби», «відвідай», «приєднуйся», «замов», і т . п.).
- Тексти не потрібно ускладнювати.
- Якісний контент = категорії контенту (закликаючий, інформуючий, розважальний).
- А вже потім можна - привчити користувача чекати нових публікацій.

Іншими словами, створений контент-план потрібно завжди коригувати. За результатами вашої роботи завжди потрібно стежити. І ці прості кроки зроблять просування більш ефективним.

SEO та бібліотечний сайт - це остання тема, якою я б хотів торкнутися.

Всі хочуть, що б тексти які вони пишуть і складають знайшли відгук в інтернеті. Для цього потрібно не просто їх писати і розміщувати, а й проводити комплекс заходів щодо просування. Для сайту або блогу дуже важлива унікальність текстів. Іншими словами: такого тексту в інтернеті більше не повинно бути. Це дуже

важливо. Пошукові системи часто банять як окремі сторінки сайту, так і весь сайт цілком. З іншого боку за унікальність пошукові системи допомагають сайту піднятися вище в рейтингу. Унікальність текстів повинна бути не нижче ніж 80% для деяких сторінок бібліотечного сайту. Для більшості ж 96-98%. На нашому бібліотечному сайті ми дотримуємося унікальності в 98% для всіх текстів. І 80% для текстів про минулому заході. Для того що б перевірити унікальність тексту існує програма Advego Plagiatus. Програма перевіряє ваш текст на збіги в інтернеті. І показує той самий відсоток унікальності.

У цілому інформування читачів або майбутніх читачів за допомогою інформаційних технологій процес не з легких. Але з іншого боку це дасть бібліотеці не тільки відвідуваність, але і велику «читаність».

Вдалого вам застосування інформаційних технологій в бібліотеці.

Михайло Кудряшев, завідувач відділом інформаційних технологій Кримського республіканського закладу «Юнацька бібліотека»

Wiki-технології: можливості та приклади користування

Сучасний етап еволюції інтернет-простору базується на унікальній філософії побудови інформаційних відносин та інноваційній природі використаних технологій. Доступність програмних додатків, різноманіття веб-сервісів, їх інтегрування в сайти, спільна праця користувачів над створенням та покращенням інформаційних ресурсів, організація інтернет-контенту за допомогою тегів – такі основні принципи Web 2.0. Яскравим прикладом технології, що реалізує дані принципи, є Wiki (Вікі). Вікі-проекти реалізуються в рамках вікі-сайтів. Сукупність усіх вікі-проектів називається вікі-середою чи вікі-сферою.

Основна мета вікі-проекта полягає в залученні користувачів в безперервний процес створення контенту, наданні доступу необмеженій кількості користувачів до створеного ресурсу для спільної роботи над його покращенням. Усі вікі-сайти мають типову структуру. Це – створені користувачами статті, службові та допоміжні сторінки: обговорень, категорій, технічних довідок, списки завантажених файлів і т.і.

Враховуючи, що реалізація вікі-проекта передбачає вивчення бібліотечними спеціалістами цієї технології та соціальних медіа, практично всі відомі проекти в цій області є також освітніми платформами, створеними для стимулювання зацікавленості бібліотекарів в своєму професійному розвитку, а також для пошуку ними за допомогою даних технологій ефективних рішень професійних завдань.

Популярні сервіси web 2.0 інтегровані в вікі-середу

Сервіси web 2.0	Опис	Режим доступу
Playcast	Дозволяє створити сучасну музичну сторінку, що об'єднує слова, картинку та музику в єдине ціле	http://www.playcast.ru/
YouTube	Надає послуги відеохостингу. Можна добавляти, переглядати та коментувати ті чи інші відеозаписи. Завдяки простоті та зручності використання YouTube став третім сайтом у світі за кількістю відвідувань	http://www.youtube.com/
FriendFeed	Агрегатор інформації з різних соціальних мереж, блогів, мікроблогів та інших сервісів, працюючих у реальному часі	http://friendfeed.com/
Анкети Google	Для мережевих опитувань	http://docs.google.com/
3D-книги	Інтерактивні книги	http://www.zooburst.com/
Презентації		http://www.slideshare.net/
Google мапи		http://maps.google.ru/
Calameo	Сервіс для миттєвого створення інтерактивних публікацій в Інтернеті	http://ru.calameo.com/
Стрічки часу	Веб-додатки, що дають змогу переглядати, створювати, обмінюватися інтерактивними графіками-лініями часу, на які наносяться події, а також порівнювати їх.	http://www.dipity.com/ http://www.timerime.com/ http://www.timetoast.com/
Мапи знань	Інструменти візуального креативного мислення, що допомагають ефективно структурувати та обробляти інформацію, планувати та управляти проектами.	http://www.spiderscribe.net/ http://bubbl.us/ http://www.mindmeister.com/ http://www.mindomo.com/
Інтерактивні плакати, віртуальні дошки	Мультимедійні веб-сторінки чи постери, на яких представлені тексти, фото, відео, звукові файли, графіка, посилання та ін.	http://www.glogster.com/ http://wikiwall.ru/ http://idroo.com/

Бібліотечна блогосфера

"Допомога залу", або в чому феномен бібліотечного блогінга?

Гадаю, вже ніхто не буде сперечатися з тим фактом, що актуальність бібліотечного блогінгу зростає з кожним днем. І якщо спочатку він був створений як інструмент спілкування, позиціонування своєї думки, розміщення інформації про себе, і нерідко співробітники робили блог своєї особистою сторінкою, то тепер бібліотечний блогінг стає інструментом, незамінним для зв'язку з громадськістю (PR), рекламної діяльності та маркетингу, що стосуються практично всіх сфер професійної діяльності.



Сьогодні виникло стійке поняття «бібліотечна блогосфера» як відображення нової якості комунікаційного середовища бібліотек. «Бібліотечна блогосфера» (від англ. Library blogosphere) - термін, побудований аналогічно терміну «ноосфера» і подібним, він означає сукупність всіх бібліотечних блогів як спільноти чи соціальної мережі.

Існуючі в Росії і країнах СНД сотні бібліотечних блогів як правило тісно пов'язані між собою, блогери читають і коментують один одного, посилаються на думки колег і таким чином створюють свою субкультуру. У цьому і є одна з основних відмінностей блогів від звичайних веб-сторінок та інтернет-форумів: пов'язані між собою, блоги можуть становити динамічну всесвітню інформаційну оболонку.

Головне в блогінгу, на думку багатьох дослідників, це рівноправність учасників в Мережі. Для того щоб бути успішним, необхідний лише актуальний, цікавий контент - зміст блогу - і правильні стратегії при його подачі. Особисті блоги співробітників тієї чи іншої бібліотеки володіють величезним, практично необмеженим потенціалом у поширенні відомостей, знань, ведення діалогу, просуванні продуктів і послуг і, головне, в організації двосторонньої комунікації. Розуміючи це, просунуті бібліотечні фахівці стали створювати особисті блоги, блоги-проекти.

Визначившись із створенням бібліотечного блогу, адміністрації бібліотеки необхідно вирішити ряд завдань. Основне питання - що виділяються бюджети. Переваги використання безкоштовних блог-хостингів, на перший погляд, очевидні, але присутність чужої реклами, неможливість розширити функціонал, обмеження в дизайні і відсутність будь-яких прав на блог обертаються надалі деякими незручностями.

Для глибокого аналізу бібліотечного (та й не тільки) блогу потрібні спеціальні знання і досвід, але для того, щоб скласти правильне враження і дати первинну оцінку, досить знати і відзначити кілька основних ознак.

Пропоную приблизний список вимог до блогу, за якими ви можете оцінити власний або будь-який інший блог (критерії не претендують на повноту, можна додати і інші параметри).

1. Платформа. На мій погляд, професійний блог повинен розташовуватися на платному хостингу, спроби зробити серйозний блог в ЖЖ, blogger та інших блог-хостингах характеризуються швидше несерйозністю підходів і намірів (згоден, питання суперечливе, оскільки багато хороших блогів хоститься саме на blogger).

В якості системи керування блогом багато хто вибирає WordPress, як кращу на сьогоднішній день систему.

2. Домен. Хороший блог повинен мати доменне ім'я другого рівня (наприклад - ideafor.info, biblionation.ru). Доменне ім'я має складатися з одного, максимум двох слів, бути коротким і лаконічним. Бажано, щоб доменне ім'я характеризувало блог, тему блогу чи автора і запам'ятовувалося на слух.

3. Дизайн. Дизайн хорошого блогу повинен підкреслювати тематику блогу, мати зрозумілу структуру і акуратне виконання. У разі, якщо в якості дизайну був обраний готовий шаблон, то він повинен бути до кінця переведений, дороблений і, бажано, оптимізований під завдання саме бібліотечного блогу.

4. Контент. Зміст блогу має відповідати його темі, бути актуальним, цікавим і зрозумілим читачам. Необхідно, щоб пости блогу були не тільки грамотно написані, але і добре оформлені, що покращує сприйняття інформації і демонструє професіоналізм блогера.

Головний показник активності і затребуваності професійного блогу - кількість і якість коментарів. Як правило, в коментарях ведуться дискусії, задаються питання, даються відповіді. Гарна ознака, якщо автор блогу сам бере участь в обговореннях.

Дані критерії, повторюся, лежать на поверхні. Зрозуміло, проводячи більш глибокий аналіз, можна оцінювати і інші вимоги, але найголовніше - блог і все, що на ньому знаходиться, має подобатися, бути близько і зрозуміло насамперед самому блогеру. Тоді його ведення (навіть якщо це професійний обов'язок) буде приносити задоволення авторові і приносити користь підписаний.

Соціальні мережі та блоги міцно увійшли в життя сучасної людини як зручні та швидкі канали передачі інформації.

Бібліотечні блоги дозволяють:

- створювати майданчики для користувачів (читачів), залучених з соціальних мереж, більшість з яких лояльні саме до блогів, а не до офіційних бібліотечних сайтів;
- використовувати інструменти і методи комунікації і просування в Інтернеті, які некоректні для корпоративного бібліотечного сайту, але оптимально підходять під формат корпоративного бібліотечного блогу;
- створювати корпоративні ресурси з достатньою кількістю тематичного контенту, оптимізованого під пошукові системи (який регулярно додається), що дозволяє постійно залучати цільових відвідувачів і їх увагу до бібліотеці;
- вибудовувати зв'язок з користувачем (читачем) через передачу відчуттів особистісного аспекту співробітників і внутрішнього життя бібліотеки;
- доносити до аудиторії позицію бібліотеки в не офіційна вигляді. Блог - це одночасно і офіційна і неофіційна позиція;
- тестувати нові ідеї.

І це ще не все. Впровадження та комплексне використання бібліотечного сайту, блогу, соціальних мереж та медіа дасть можливість грамотно і ефективно позиціонувати бібліотеку в інформаційному просторі.

Андрій Олегович Федоров, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографознавства Чуваського державного інституту культури і мистецтв, автор блогу «Идеи простых решений»

Деякі міркування щодо ведення бібліотечних блогів

Аналізуючи бібліотечні блоги, я прийшов до висновку, що більшість бібліотек ведуть свій блог просто тому, що їм здається, що вони повинні це робити (модно, сучасно, всі ведуть, а ми чим гірші).

Я гадаю, що багато бібліотек дуже посередньо ведуть свої бібліотечні блоги, що, як правило, характеризується невеликою відвідуваністю і малою кількістю коментарів. Деякі керівники вважають, що якщо блог не користується успіхом, це означає, що блог не є ефективним маркетинговим інструментом бібліотеки і піддають його забуттю.

Бібліотечні блоги, які інформують про свою діяльність, дозволяють просувати свої інформаційні продукти і послуги, стають потужним інструментом у передачі інформації.

З якої ж причини більшість бібліотечних блогів зазнає невдачі і тільки лише небагато з них досягають успіху? Для того, щоб зрозуміти це, ми повинні спробувати проаналізувати досвід ведення бібліотечних блогів.

БЛОГ БІБЛІОТЕКИ НЕ ЗБІЛЬШУЄ КІЛЬКІСТЬ ПОТЕНЦІЙНИХ ЧИТАЧІВ ЗА ПОМАХОМ ЧАРІВНОЇ ПАЛИЧКИ

Реальна мета бібліотечного блогу полягає в тому, щоб формувати і активізувати потенційних читачів бібліотеки, яким напевно буде цікава бібліотека як інформаційний заклад, що надає інформаційні послуги. І треба розуміти, щоб завоювати довіру і знайти постійних читачів, потрібен час.

ГАРНИЙ БІБЛІОТЕЧНИЙ БЛОГ ВИМАГАЄ ЧАСУ І ПОЧУТТЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Щоб знайти постійних читачів блогу, потрібно почуття відповідальності. Можуть знадобитися місяці, поки користувачі приймуть ваш бібліотечний блог як джерело корисної інформації. Тільки тоді вони почнуть регулярно заходити на нього і радити його іншим. Для цього потрібно не тільки час, а й почуття відповідальності. Потрібно вводити інформацію регулярно і, бажано, за розкладом. Якщо читачі будуть знати, що ви вводите інформацію в певний день щотижня, ймовірність того, що вони будуть заходити на блог вашої бібліотеки зростає.

АНОНСИ З ПОСИЛАННЯМ НА САЙТ - НЕ ПЕРЕТВОРЮВАТИ БЛОГ У КРОССПОСТІНГ

Мета більшості бібліотечних блогів - побудувати і зберегти поінформованість про вашій бібліотеці, тим самим залучаючи нових користувачів (в реальності, краще якщо вони стануть ще й читачами самої бібліотеки). Пост блогу сам будує і зберігає обізнаність, в той час як можливість коментування чи заклик до дій залучає користувачів. Користувачам необов'язково бачити іншу частину вашого сайту, щоб відповісти на пост у вашому блозі. Звичайно, щоб все працювало, пости повинні бути привабливими.

ПРЕС-РЕЛІЗ АБО ЖИВЕ СПІЛКУВАННЯ

Можна багато говорити про те, яку роль у мережі відіграють прес-релізи. Але треба усвідомлювати те, що прес-реліз не грає великої ролі в бібліотечному блозі. Суть прес-релізу в тому, щоб допомогти журналістам писати про бібліотечні продукти чи послуги або, наприклад, про проведені заходи.

Блог ж, з іншого боку, розрахований на читання потенційними і вже існуючими читачами вашої бібліотеки. Він повинен бути привабливим, інформативним та корисним. Коли пишете пост у блозі, ви завжди повинні думати про ваших читачів. Що вони дізнаються? Що нового вони отримують? Як це допоможе побудувати відношення з читачем? Намагайтеся не копіювати і вставляти прес-релізи або новини з сайту в ваш блог.

Подбайте, щоб Ваш блог носив більш персональний характер.

БЛОГ ПОВИНЕН БУТИ ЖИВИМ

Психологія людей така, що вони не люблять контактувати з організаціями, корпораціями або машинами. Люди люблять спілкуватися з людьми. зробіть так, щоб в бібліотечному блозі була б інформація про людей, що

працюють у вашій бібліотеці. Блог повинен бути сфокусований на різних людях і на ролі, яку вони відіграють у вашій бібліотеці. Вони повинні демонструвати свою індивідуальність, а також ділитися досвідом.

ХОЧЕТЕ СТАТИ ХОРОШИМ БЛОГЕРОМ?

Це складно, але реально. Як правило, традиційні маркетингові навички не завжди підходять для ведення блогу. Так як ведення блогу повинно бути індивідуальним, прозорим і не приховувати недоліки бібліотеки, але це може здаватися незручним інструментом спілкування для деяких керівників.

Залучайте інших членів вашої бібліотеки до ведення блогу.

ЧИТАЧІ БЛОГУ ВАШІ СОЮЗНИКИ

Завжди вживайте заходів для того, щоб користувач міг зрозуміти суть сказаного Вами, просто переглянувши пост. Цього можна досягти, використовуючи різні методи:

- 1) Складайте правильні вступ і заголовок. Не змушуйте користувачів здогадуватися про вміст посту.
- 2) Будьте готові до дискусії, щоб завоювати увагу користувача.
- 3) Використовуйте заголовок, для залучення уваги і опису змісту.
- 4) Використовуйте картинки, щоб розбити текст і вказати ключові моменти.

Не думайте, що всі ваші пости повинні бути у вигляді оповідань. Короткі пости, які задають питання або містять посилання на інший сайт, також цікаві (але їх краще використовувати на сторінках в соціальних мережах). Намагайтеся задіяти все, що може зацікавити потенційного користувача бібліотеки.

Крім того, можна підготувати аудіо і відеоподкасти, що істотно поживить ваш бібліотечний блог.

НЕВЕЛИКІ ВИСНОВКИ

Одна з перших можливостей, яку надає блог - це шанс показати ваш досвід роботи, рівень проведення заходів, показати які безцінні співробітники працюють у вашій бібліотеці. У такому випадку, люди будуть зацікавлені прийти до вас у бібліотеку.

Багато бібліотек все ще просто віщають в мережу, блог їм у цьому лише допомагає. Секрет досягнення успіху полягає в тому, що як тільки ви зрозумієте, що блог це можливість живого спілкування з вашими читачами, а не розміщення прес-релізів і бібліотечних новин (для цього є сайт бібліотеки), тоді він почне дійсно працювати.

Андрій Олегович Федоров, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографознавства Чуваського державного інституту культури і мистецтв, автор блогу «Идеи простых решений»

Смугасті нотатки для тих, хто з блогом в голові

Якщо вашого бажання і терпіння вистачило на те, щоб стати творцем і автором бібліотечного блогу, а зірки зійшлися таким чином, що керівництво позитивно або хоча б поблажливо ставиться до ваших «мережових ігор», тоді варто задуматися про «просування у світ» вашого мережевого ресурсу. Робити це варто тільки після того, як ваш блог прийняв «комфортний вид», поповнився кількома цікавими постами і всі його сторінки заповнені інформацією. В Інтернеті є таке поняття «SEO-оптимізація», тобто діяльність, яка дозволяє зробити ваш сайт або блог популярним, читаним, відвідуваним. У цій смугастій замітці ви не знайдете складні механізми для вирішення зазначеного завдання, зупинюся тільки на тому, що можна зробити власними руками. Як розкрутити блог? Важливо пам'ятати декілька правил:

1. Писати цікаві пости хоча б раз на 2-3 дні.

2. Стати постійним читачем в блогах вашої тематики, натискаючи кнопку «Читати» в інших блогах.

3. Залишати коментарі в інших блогах. Не обмежуйтеся одним словом, вступаєте в дискусії, пишуть відгуки про пости, залишайте посилання на свій ресурс. Ваш коментар повинен бути цікавим і яскравим, тоді інші читачі придуть подивитися на ваш блог. Обов'язково підпишіться на коментарі, щоб протягом декількох днів «бути в темі» і продовжувати висловлювати свою думку далі.

4. Запрошувати всіх своїх друзів і знайомих. Найпростіший спосіб - відправити повідомлення електронною поштою або переслати посилання у соціальних мережах.

5. Змусьте пошукові системи побачити ваше творіння, зареєструвати блог в пошукових системах, отримайте лічильник через «Яндекс. Метрику». Аналізуючи дані показники, можна вносити зміни до інформаційного наповнення блогу, наприклад, якщо сторінка не затребувана, наповнити її матеріалом іншої тематики.

6. Ставити кнопки «Поділитися». Для того щоб відвідувачі вашого блогу могли розповісти про цікаві постах в соціальних сервісах, вам доведеться встановити кнопки «Поділитися».

Яким би способом «розкрутки» блогу ви не скористалися, пам'ятайте, що найголовніше - це корисна інформація, яку потрібно цікаво піднести, і зворотний зв'язок з читачем, який дозволить побачити неповторну особистість автора і відчувати себе довгоочікуваним.

Людмила Олександрівна Ульяновська, заступник директора з маркетингу та автоматизації Волгоградської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. М. Горького

Віртуальна книжкова виставка в бібліотеці



Вже сьогодні для бібліотек є звичними нові послуги, які надаються читачеві віртуально, без фізичного контакту з ним. Це такі послуги, як: електронна доставка документів (ЕДД), віртуальні довідкові служби, віртуальні путівники по ресурсах Інтернет, он-лайн доступ до баз даних і електронних каталогів, тематичні веб-проекти. На черзі - створення електронних бібліотек, віртуальне обслуговування. Однією з традиційних форм бібліотечної діяльності, що переживають епоху модернізації і адаптації до віддаленого способу обслуговування, можна назвати віртуальні книжкові виставки. Якими вони повинні бути? Наскільки можуть бути необхідні нашому користувачеві? Цими питаннями все частіше задаються бібліотекарі-практики. Наші методичні ради якраз для них.

Пропонуємо розглядати віртуальну книжкову виставку як он-лайн сервіс для віддаленого читача, тобто читача, який не прийшов в бібліотеку, а користується нашими послугами віддалено, і, отже, бажає отримати якийсь інформаційний сервіс, не покидаючи комп'ютера. При створенні виставки визначаємо мету та кінцевий результат. Завдання віртуальної виставки не ідентичне із завданням традиційної виставки, через особливості і можливості он-лайн технологій.

Для зручності розглянемо таблицю цілей і функцій обох видів виставок:

Традиційна книжкова виставка	Віртуальна книжкова виставка
1. Популяризує бібліотечний фонд	1. Популяризує бібліотечний фонд
2. Пропонує зацікавитися темою	2. Пропонує зацікавитися темою
3. Презентує визначені книги	3. Презентує визначені книги
4. Дає можливість <i>devise</i> ознайомитись книгами, що представлені на виставці	4. ----
5. Дає можливість отримати наявні книги для роботи безпосередньо з виставки	5. ----
6. ----	6. Дає можливість звернутися до інших ресурсів Інтернет за темою
7. ----	7. Має можливість в текстовому режимі надати додаткову інформацію про документ: в якій бібліотеці отримати, де купувати, чи є можливість отримання електронної копії та ін.

Таким чином, віртуальна виставка не дає можливості користувачеві фізично використовувати книгу, тому обмежує його можливість в отриманні змістовної інформації. В той же час віртуальна виставка дозволяє бібліотекареві направити увагу читача на додаткові інформаційні джерела, наявні в мережі, або запропонувати скористатися іншими сервісними послугами бібліотеки.

І, якщо 1-3 пункти завдань віртуальна виставка практично вирішує, то 4-5 пункти у видаленому режимі реалізувати не можливо. Як бути? Адже, виходячи з потреб користувача Інтернет, йому необхідна якраз достатньо конкретна інформація. Видалений користувач бібліотеки бажає отримати інформацію, не покидаючи свого комп'ютера. Бібліотека повинна поширювати інформаційне поле користувача і давати можливість отримати більш повну інформацію засобами, доступними в інтерактивному режимі

Робота у віртуальному просторі дозволяє ширше використовувати додаткові види інформації: бібліографічну, фактографічну, інформаційну. Віртуальна виставка представляє зовнішній вигляд документа, бібліографічний опис і анотацію, а так само додаткові дані - оцифровані витяги з книги, рецензії, відгуки.

Виходячи з вищесказаного, можемо сформулювати визначення:

Віртуальна книжкова виставка - це публічна демонстрація в мережі Інтернет за допомогою засобів веб-технологій віртуальних образів спеціально підібраних і систематизованих творів друку та інших носіїв інформації, а також загальнодоступних електронних ресурсів, що рекомендуються віддаленим користувачам бібліотеки для огляду, ознайомлення і використання. Виставка припускає віртуальну презентацію видань, що розкриває їх зміст, а також доступ до матеріалів бібліографічного, фактографічного, енциклопедичного характеру, що існують в електронному вигляді і доступні в мережі Інтернет.

Структура віртуальної виставки, як і звичайною, повинна складатися з розділів, супроводжуватися цитатами, вступними статтями, ілюстративним матеріалом і т.і.

Виставка повинна бути зручна для сприйняття користувачем у веб-просторі, і може містити наступні різновиди інформації:

Ознайомтеся з прикладами віртуальних книжкових виставок на веб-сайтах бібліотек:

Державна бібліотека України для юнацтва
http://www.4uth.gov.ua/exhibitions_books/index.htm
Кіровоградська ОУНБ <http://library.kr.ua/exhibit/>
Житомирська ОУНБ ім. О.Ольжича
<http://www.lib.zt.ua/node/24>
Хмельницька ОУНБ ім.М.Островського
<http://www.ounb.km.ua/vistavki/index.php>
ЦБС Оболонського району м.Київ
http://ocls.kyivlibs.org.ua/cbs/cbs_fondi_i_kollekcii.htm
ХОБЮ ім. Б.Лавренюва <http://unalib.ks.ua/new-arrivals.htm>

Інтернет-магазинах і ін.

- зображення: портрети, ілюстрації, фотографії тематичного характеру

Додаткова інформація, представлена створювачами виставки, і відомості про додатковий сервіс

- біографічні, бібліографічні, енциклопедичні відомості за темою виставки (біографії авторів та інших персон, бібліографічні списки, історичні відомості та ін.)
- вказівка про можливість замовити електронну копію
- вказівка про можливість замовити книгу по МБА, ЕДД.

Моїсєєва С.А., заступник директора з питань автоматизації Луганської ОУНБ ім. О.М.Горького

Вебінар як нова форма професійного спілкування

Вебінари – це заходи, подібні до звичайних семінарів. Тут так само передбачено послідовні доповіді, показ презентацій, запитання й відповіді тощо. Проте, все це відбувається в режимі реального часу або, як нині кажуть, в онлайн-режимі, через Інтернет. Кожен учасник перебуває біля свого комп'ютера чи все, що відбувається на вебінарі, проектується для певної групи учасників на великому екрані. І все це, зрозуміло, не залежить від географії й місцезнаходження тих, що вирішили цілеспрямовано поспілкуватися. Відмінність вебінару від відеоконференції полягає в тому, що з'являється можливість перетворення доволі великої кількості глядачів у реальних співрозмовників. При цьому необхідно лише встановити мікрофон, або ще краще – веб-камери. Отже, проведення вебінарів дає можливість брати участь у багатосторонніх відео- й аудіоконференціях; завантажувати і переглядати презентації та відеоматеріали; спілкуватись у чаті; демонструвати учасникам екран комп'ютера ведучого. Використання цієї нової технології дистанційного навчання й спілкування також дозволяє:

- значно зменшити витрати на проведення того чи іншого заходу, бо на вебінар не потрібно виділяти чималі кошти на оренду приміщення, поїздки до місця проведення як учасників, так і лекторів, проживання в готелі, добові на відрядження тощо;
- організувати навчання, спілкування великої кількості людей;
- підвищити рівень проведення семінарів, якості передачі потрібної інформації за рахунок застосування сучасних технічних засобів;
- одержати унікальну можливість, як кажуть, наживо бачити й чути відомих, популярних письменників, діячів науки, культури або їх спадкоємців та водночас спілкуватися з ними в режимі он-лайн і т. ін.

Н.Людвік, директор, О.Шевченко, завідувач сектору ЦБС Оболонського району м.Києва.

ЯК ВИКОРИСТОВУВАТИ QR-КОДИ У БІБЛІОТЕЦІ

QR-код - це один з видів матричного (двомірного) коду (2D-barcode), його придумали в Японії в 1994 році. «QR» - це скорочення від «Quick Response», «Швидкий відгук», тобто QR-код покликаний швидко доносити зашифровану інформацію до користувача.



- Дані про видання**
- візуальні (зображення обкладинки, оцифровані частини книги: передмова, вступ та ін.
 - бібліографічні дані (бібліографічний запис + шифри фонду бібліотеки, що представляє виставку)
 - аналітичну інформацію (анотації, реферати до видань, рецензії, відгуки читачів та ін.
 - оцифровані частини книги (розділи, найцікавіші витримки тощо)
 - посилання ні повні тексти книги, якщо вони доступні в бібліотеці або в мережі Інтернет
- Додаткові матеріали за темою виставки, що існують в мережі**
- посилання на Інтернет-ресурси (біографії, критичні статті, рецензії, відгуки, тематичні сайти)
 - відомості про наявність книг в інших бібліотеках,

QR-коди дуже поширені в Японії, там вони є найпопулярнішим видом 2D-кодів. Код може містити будь-який текст, що складається з літер, цифр і символів або посилання, за якими користувач може отримати інформацію про об'єкт чи місці на якому цей код нанесений.

Усередині QR-коду службова інформація, яка дозволяє визначити, посилання це, текст, SMS, візитна картка або інші дані. Програма-сканер визначає тип повідомлення і пропонує користувачеві відповідну дію. Якщо посилання - програма-сканер запропонує по ній перейти, якщо SMS - відправити, якщо текст - зберегти або скопіювати.

Спеціальне програмне забезпечення встановлюється на мобільних телефонах, смартфонах або ноутбуках (на багатьох телефонах вже встановлені програми розпізнавання кодів). Двомірний код містить набагато більше інформації, ніж одномірний код такого ж розміру.

Повертаючись до початку, нам залишається розмістити такий квадратик на своїй візитній картці і ми значно полегшимо збереження інформації для будь-якого, хто отримає візитку. Одержувачу необхідно просто навести камеру мобільного на двомірний код і вся інформація виявиться у нього в телефоні і її можна відразу зберегти контакти.

Таким чином, QR-код може використовуватися скрізь: починаючи від звичайного плаката і закінчуючи святковим тортом! Все обмежується тільки фантазією. У нашій країні QR-код поки ще не отримав загального визнання і схвалення. Зараз нам просто необхідно своєчасно адаптуватися до умов ринку.

На сьогоднішній день в наших руках з'явився ще один унікальний інструмент, який дозволить нам стати ще трохи ближче до потенційного користувача або споживачу. Відмовлятися від звичайного одновимірного штрих-коду не варто. Якщо раніше штрих-код був зрозумілий лише касових апаратів, то тепер завдяки QR-коду можна, лише володіючи мобільним телефоном з вбудованою фотокамерою, отримувати повну і достовірну інформацію про товар, виробника, дату виготовлення та багато іншого. Питання лише в тому, як скоро це зрозуміють наші фахівці. Наша спільна задача - впровадження та розвиток нового віяння східній, а тепер і західній культури.

КІЛЬКА СПОСОБІВ ВИКОРИСТАННЯ QR-КОДІВ ДЛЯ ТОГО, ЩОБ УПОРЯДКУВАТИ СТРАТЕГІЮ МАРКЕТИНГУ ВАШОЇ БІБЛІОТЕКИ

1. На візитних картках: швидкий і простий спосіб використання QR-кодів для своїх професійних цілей - розмістити їх на візитних картках. Створіть штрих-код, який направляє сканери на ваше онлайн-резюме, сторінку в Facebook або веб-сайт бібліотеки, щоб допомогти новим користувачам (читачам) знайти вас або вашу бібліотеку швидше.

2. На рекламних матеріалах: бібліотеки випускають величезну кількість листівок, буклетів, програм, роздавальних матеріалів, брошур і безліч інших матеріалів у складі бібліотечного прес-кита. Додайте QR-коди для прямих користувачів до конкретного відео ваших заходів, відправте їх на базу фотозвітів, змусьте їх перейти за вами на Twitter, або направте їх на цільову сторінку, що просуває нову бібліотечну кампанію та підходе для мобільних пристроїв.

3. У рамках акцій: Якщо ви дійсно хочете, щоб люди звертали увагу на QR-коди, зробіть для них щось гарне й веселе. (Приклад: Ігри з використанням QR-кодів та орієнтування в місті).

ЩО ПОТРІБНО ПАМ'ЯТАТИ

Якщо ви збираєтеся використовувати QR коди для просування бібліотечних послуг, ви повинні також пам'ятати, що QR-коди - і додатки, які можуть зчитувати їх - все ще незнайомі більшості людей.

Так, все більше і більше людей починають пов'язувати з кодами свої дії, але не слід думати, що ваші користувачі будуть знати, що робити. Зробіть посилання на роз'яснення, як сканувати QR-код і проінструкуйте читачів, де вони можуть взяти зчитувальні додатки.

Також пам'ятайте, що QR-коди повинні забезпечити якусь цінність скануванню. Вам може бути легко направити сканери QR-кодів на свій сайт, але буде шкода, якщо це виявиться не найпривабливіше місце для направлення людей.

ГЕНЕРАТОРИ І СКАНЕРИ QR-КОДІВ

Швидкий пошук Google по категорії «генератор QR-коду» - ось все, що потрібно, щоб знайти безліч місць, де ви можете створити власні штрих-коди.

- Цікавий QR-генератор, з розширеним функціоналом [PHP QR Code and Data Matrix Generator](#)
- Генератор «красивих» QR, вставка тексту в QR mojiq.kazina.com/
- Онлайн QR декодер [QRDecoder](#)
- Ще одна реалізація QR кодування на Perl+PHP www.swetake.com/qr/gr_cgi_e.html
- QR code плагін для WordPress anton.shevchuk.name/wordpress/qr-code/
- PHP-клас для генерації QR-коду від Павла Новицького - www.e-luge.net/blog/full/655063.html
- MX QR code під ExpressionEngine. Базується на кодів від Swetake - [MX QR code](#)
- QR-code модуль для Drupal drupal.org/project/qrs_sheets
- Найкращий зчитувач QR-code з екрану BarShow і кращий генератор [BarShow](#) від Jaxo Systems. Написано на Java так-що для користувачів Linux / MacOS якраз.

Сервісів для створення QR-кодів теж вистачає. Ось один з них - <http://qrcode.kaywa.com/>. Просто внесіть в полі необхідну інформацію і натискаєте «Generate!».

Андрій Олегович Федоров, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографознавства Чуваського державного інституту культури і мистецтв, автор блогу «Идеи простых решений»

Калейдоскоп досвіду

Флеш-акція "Мій край на мапі Луганщини" *Досвід Луганської обласної бібліотеки для юнацтва*

Обласна флеш-акція «Мій край на мапі Луганщини», присвячена 75-річчю утворення Луганської області відбулася 17 квітня в бібліотеках регіону.

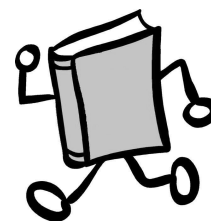
Мета акції - привернути увагу громадськості до самотності і неповторності рідного краю, його історії і сучасності, а також до діяльності професійного співтовариства бібліотекарів.

Одночасно 17 квітня в 14:00 в публічних та навчальних бібліотеках міст і районів Луганської області пройшли різноманітні заходи про малу батьківщину з читачами юнацького віку, викладачами та бібліотекарями. Перед бібліотекарями була поставлена задача розкрити, що такого особливого є саме в вашому місті чи районі: це може бути унікальний географічний об'єкт, унікальне підприємство; унікальний історичний об'єкт чи пам'ятник; архітектурний пам'ятник; можливо, в вашому місті народився відомий письменник, артист, спортсмен (розкажіть, де він жив; зустріньтеся з його друзями чи вчителями) і т. ін.

О 15:00 відбулася відеоконференція з бібліотеками-учасницями акції та обмін враженнями. Відеозв'язок за підсумками акції ви можете переглянути на YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=NNqSALCDmBk>

Підготовлено за матеріалами веб-ресурсів

Проект «Книга мандрує Херсонщиною»: буккроссинг на Херсонщині *Досвід Херсонської обласної бібліотеки для юнацтва ім. Б.Лавренюва*



Буккроссинг – це процес звільнення книг.

Зареєстрована на сайті <http://bookcrossing.net.ua> книга Василя Загороднюка «Формула Сократа» отримала спеціальні наліпки та номер, за допомогою яких ми можемо слідкувати за перебуванням книги. На Фестивалі було об'явлено про початок нової акції та «відпущено» книгу. Районні ЦБС отримали завдання поділене на три етапи:

1. Потрібно уважно познайомитися з книгою, зайти на сайт <http://bookcrossing.net.ua/>, зареєструватися, ввести код книги і зробити відмітку про те, що ви її знайшли. За час перебування книги у бібліотеках вашої ЦБС бажано познайомити молодіжну аудиторію зі збіркою за допомоги заходів.

На «сторінках відгуків про книгу» (дивись у кінці книги) бажано залишити враження читачів про книгу: чим сподобалась, що зачепило і чому...

2. При можливості доступу до мережі Інтернет, необхідно зайти до групи «Книга мандрує Херсонщиною» (Facebook) і залишити там інформацію про перебування книги у ваших бібліотеках: фото, текстовий матеріал про заходи, відгуки тощо. Якщо немає доступу до мережі Інтернет, просимо скласти невеличкий звіт про заходи щодо перебування книги у вашій ЦБС та надіслати до методичного відділу електронною (metod-obu@ukr.net) або звичайною поштою (методичний відділ ОБЮ ім. Б.Лавренюва, вул. Димитрова 14-а, Херсон 73020)

3. Відправити книгу до іншого району згідно з маршрутним листом будь-яким способом.

Наразі на сайті є відомості з 9 районів про мандрування книги.

3 грудня 2012 року на Facebook створена група «Книга мандрує Херсонщиною», яка відображує всі новини буккроссингу, а також висвітлює відомості про автора, його творчість, постійно радує віршами зі збірки. Зараз група налічує 34 учасника.

На початок червня 2013 року книга побувала в Каховській, Великоолександрівській, Високопільській, Нововоронцовській, Бериславській, Новокаховській, Горностаївській, Великолепетиській, Верхньорогачицькій, Нижньосірогозькій, Іванівській, Генічеській, Новотроїцькій, Чаплинській ЦБС. Ще їй доведеться побувати в 5 районах та Херсонських бібліотеках-філіях, що працюють з молоддю.

Серед інших проведених заходів, хочеться виділити: читання по колу (КЗ «КРОБ», Великоолександрівська ЦБС), літературне смакування (проведене журналістом Великоолександрівської районної газети «Жайвір»), літературна дегустація (Новотроїцька, Новокаховська ЦБС), бенефіс книги (Новокаховська ЦБС), скайп-спілкування з Василем Загороднюком (Іванівська ЦБС), віночок поезії (Новотроїцька ЦБС), буккруз «Каланчацьким рідним краєм».

Список використаних ресурсів

- Грабарь, Н.** Миссия библиотек в условиях электронно-информационной революции [Текст] / Наталья Грабарь, Татьяна Соколовская // Бібліотечний форум України. - 2012. - №2.- с. 8-10.
- Грек-Тарасевич, Н.Б.** Wiki-технологии: возможности и примеры использования [Текст] / Н.Б.Грек-Тарасевич // Современная библиотека. - 2012. - № 2. - С. 32-37.
- Книга мандрує Херсонщиною.** – Режим доступу: <https://www.facebook.com/groups/399017576848980/>
- Книга мандрує Херсонщиною:** Буккроссинг на Херсонщині. – Режим доступу: <http://metobuks.blogspot.com/p/rybuf-vfylhethcjyobyj.html>
- Кудряшев, М.** Использование новых информационных технологий в продвижении чтения среди молодежи [Электронный ресурс] / Михаил Кудряшев. - Режим доступу: <http://www.ua.medwed.com/rasnoe/ispolzovanie-novykh-informacionnykh-technologij-v-prodvizhenii-chteniya-sredi-molodezhi.htm#.UZHxDHtP2kE.facebook>. Заглавие с экрана.
- Лобузина, К.** Шляхи інтеграції бібліотечної діяльності до онлайн-середовища [Текст] / Катерина Лобузина // Вісник Книжкової палати. – 2012. - № 7. – С. 30-34.
- Людвік, Н.** Вебінар як нова форма професійного спілкування [Текст] / Н. Людвік, О. Шевченко // Бібліотечна планета. – 2012. - №1. – С. 19-22.
- Мар'їна, О.** Бібліотека та соціальні медіа: технологія взаємодії [Текст] / Олена Мар'їна // Вісник Книжкової палати. – 2012. - №8. - С. 19-21.
- Моїсєєва С.А.** Виртуальна виставка [Електронний ресурс] / Моїсєєва С.А. - **Режим доступу** http://www.library.lg.ua/ukr/kollegam_metod.php?filename=2011_03_14_10_45_24.html&name=%C2%B3%F0%F2%F3%E0%EB%FC%
- Огнева, И.Н.** Библиотеки в социальных медиа: доклад на "Библиокараване-2011" [Электронный ресурс] / Огнева И.Н. - Режим доступа : <http://arzbiblio.ru/index.php?option=comcontent&view=article&id=234:bibliokaravandoklad&catid=28:2009-10-29-18-16-56&Itemid=31>. Заглавие с экрана.
- Соціальні мережі для бібліотекаря, це:** Результати опитування [Електронний ресурс] / Нац. Парламентська б-ка України. – Режим доступу: <http://profy.nplu.org/articles.php?lng=uk&pg=4882>. Заголовок з екрану.
- Ульева, Л.А.** Полосатые заметки для тех, кто с блогем в голове [Электронный ресурс] / Людмила Александровна Ульева // Современная библиотека. – 2012. - № 1. - Режим доступа: <http://sb.litera-ml.ru/articles/32/94>
- Федоров, А.О.** Некоторые рассуждения о ведении библиотечных блогов [Электронный ресурс] / Андрей Олегович Федоров. - Режим доступу: <http://ideafor.info/?p=4326>. Заглавие с экрана
- Федоров, А.О.** «Помощь зала», или в чем феномен библиотечного блогинга? [Электронный ресурс] / Андрей Олегович Федоров // Университетская книга. – 2012. – июнь. – Режим доступа: <http://ideafor.info/?p=6160>. Заглавие с экрана.
- Федоров, А.О.** Как использовать QR-коды в библиотеке [Электронный ресурс] / Андрей Олегович Федоров. - Режим доступу: <http://ideafor.info/?p=1991>. Заглавие с экрана.
- Флеш-акция «Мой край на карте Луганщины»** [Электронный ресурс] / Остров Лугань. – Режим доступа: <http://ostrovok.lg.ua/anons/agrozona/flesh-akciya-moy-kray-na-karte-luganshchiny>. Заглавие с экрана.

ЗМІСТ

Інтеграція бібліотеки в віртуальний простір

Місія бібліотек в умовах електронно-інформаційної революції.....	
«Соціальні мережі для бібліотекаря, це...» <i>Результати опитування</i>	
Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії.....	
Шляхи інтеграції бібліотечної діяльності до онлайн-середовища.....	

Можливості бібліотеки у соціальних мережах

Бібліотеки в соціальних медіа.....	
Використання нових інформаційних технологій у просуванні читання серед молоді.....	
Wiki-технології: можливості та приклади користування.....	

Бібліотечна блогосфера

"Допомога залу", або в чому феномен бібліотечного блогингу?.....	
Деякі міркування про ведення бібліотечних блогів.....	
Смугасті нотатки для тих, хто з блогом в голові.....	

Віртуальні книжкові виставки

Віртуальна книжкова виставка в бібліотеці.....	
Як використовувати QR-коди в бібліотеці.....	

Калейдоскоп досвіду

Флеш-акція "Мій край на мапі Луганщини"	
Проект «Книга мандрює Херсонщиною»: буккроссинг на Херсонщині.....	